

Warszawa, dnia 03 lutego 2020 r.

Zarząd Banku Spółdzielczego

Szanowni Państwo,

Związek Rewizyjny Banków Spółdzielczych im. F. Stefczyka w ramach statutowej działalności wskazuje na **konieczność podnoszenia kwalifikacji pracowników Banku**.

Wraz z ekspertami Servus Comp zapraszamy na specjalistyczne szkolenie dla banków spółdzielczych:

MARKETING W PRAKTYCE BANKOWEJ, CZYLI SKUTECZNA PROMOCJA USŁUG I PRODUKTÓW BANKOWYCH W INTERNECIE

ADRESACI SZKOLENIA

- Kadra zarządzająca Banków Spółdzielczych
- Dyrekcja działu marketingu i reklamy Banków Spółdzielczych
- Pracownicy działu marketingu i reklamy Banków Spółdzielczych
- Osoby zainteresowane możliwościami wykorzystania marketingu internetowego do promocji usług bankowości spółdzielczej

CZAS TRWANIA: 1 DZIEŃ

CEL SZKOLENIA

Zmieniające się trendy, upodobania i wymagania Klientów wymuszają na Bankach udoskonalanie narzędzi sprzedażowych zapewniających błyskawiczny dostęp do usług finansowych. Narzędzia te muszą być uniwersalne i zróżnicowane w taki sposób, aby Klienci w każdej grupie wiekowej mogli znaleźć dla siebie odpowiednie produkty i usługi oferowane przez Bank.

Szkolenie z nowoczesnych form marketingu ma za zadanie przedstawienie uczestnikom narzędzi marketingowych i alternatywnych metod, dzięki którym podniosą efektywność dotarcia do klientów bez większych nakładów finansowych. Uczestnicy poznają reguły, którymi rządzi się nowoczesny marketing, skuteczne metody promocji w Internecie, zdobędą umiejętności efektywnego kreowania wizerunku Banku w sieci i prowadzenia kreatywnych kampanii w mediach społecznościowych.

KORZYŚCI SZKOLENIA

Podczas szkolenia uczestnicy uzyskają wiedzę na temat:

- dopasowania działań marketingowych do produktów i usług bankowych,
- rozpoznawalności wizerunku Banku w sieci,
- zwiększenia przychodów ze sprzedaży produktów bankowych i pozyskania nowych klientów
- oszczędzania nakładów finansowych na działaniach marketingowych
- zwiększenia zainteresowania i wiarygodności wizerunku Banku dla nowego pokolenia klientów

- narzędzi ułatwiających prowadzenie działań w mediach społecznościowych
- zarządzania komunikacją w mediach społecznościowych.
- oraz wielu innych ciekawych zagadnień

PLAN SZKOLENIA

1. Charakterystyka generacji Z / Y / X / Baby Boomer
 - Nowe trendy wskazują kierunek działań marketingowych na generacje Y / Z. Nie zapominajmy o pozostałych generacjach, które może nie wykorzystują w tak dużym stopniu nowinek technologicznych, jak młode generacje, ale za to posiadają konkretne doświadczenie generujące ich potrzeby. Pamiętajmy, że każdy klient jest dla nas ważny.
2. Nowoczesna strategia promocji i budowania wizerunku Banku w internecie
 - Marketing tradycyjny
 - Marketing internetowy
3. Strona WWW jako nowoczesne narzędzie komunikacji z klientem

Wskazemy jak wiele zależy od samej struktury strony www, składni treści, responsywności, bezpieczeństwa w świetle chęci wypromowania witryny Banku.

- Główne elementy strony internetowej
 - Optymalizacja – Tagi nagłówka – Inne
 - „Długi ogon” – Long tail
 - Co to jest SEO?
 - Optymalizacja SEO.
 - Co to jest SEM?
 - Pozycjonowanie organiczne
Wydawaj mniej pieniędzy na reklamę dzięki perfekcyjnie zaplanowanej stronie internetowej.
Wspomóż świadomie pozycjonowanie organiczne.
 - Cyberbezpieczeństwo www
Jakie warunki musi spełnić strona www banku, aby być bezpieczną?
 - Cyberbezpieczeństwo bankowości internetowej
Na co zwrócić uwagę oceniając, czy moduły bankowości internetowej są bezpieczne dla Klientów i dla infrastruktury informatycznej Banku
4. Rodzaje marketingu internetowego
 5. Marketing relacyjny
 - Jeden z ważniejszych elementów marketingu, o którym szczególnie w Bankach Spółdzielczych zapominamy. Marketing relacyjny to dobry sposób na wypracowanie wizerunku firmy. Odpowiednie działania mogą nie tylko pozwolić na utrzymanie stałych klientów, ale także zachęcić nowych do skorzystania z usług naszego banku.
 6. Sponsoring lokalnych inicjatyw
 7. Influencer – Kim jest ?
 8. Social Media
 - Profil Banku na Facebook-u
 - Facebook Ads
 - Google Ads

Dlaczego warto wykorzystać w aktywnym marketingu Banku narzędzia FB Ads i GOOGLE Ads?

9. Pozafinansowe usługi banków – wartość dodana VAS (Value Added Services)

- Klienci coraz częściej wspominają o swoim Banku jako o instytucji nie tylko finansowej, ale również instytucji, dzięki której będą mogli zrealizować inne konkretne usługi. O tym jakie usługi są mile widziane w ofertach Banku będzie mowa właśnie podczas tego szkolenia.
10. Segmentacja klientów
 - Segmentacja umożliwia pogląd na grupy klientów. Podział klientów Banku na grupy daje nam wiele możliwości. Możemy np. bardzo celnie kierować do grup propozycje naszych produktów dostosowanych do ich wymagań.
 11. Zasada Pareto 20/80
 - Stara, ale niebywale aktualna zasada kluczowych klientów generujących większość obrotów naszego banku. Konsekwentne stosowanie tej zasady prowadzi do zwiększenia wydajności.
 12. Zasada 4P-Jerome McCarthy
 - Stare zasady odpowiednio dostosowane do nowych realiów są nadal aktualne. Ciekawy efekt otrzymujemy wtedy, kiedy dwie różne zasady zostaną połączone.
 13. Zasada S.A.V.E. – Eduardo Conrado
 - solution produkt >> rozwiązanie
 - access miejsce >> dostęp
 - value cena >> wartość
 - education promocja >> edukacja
 14. Cross marketing
 15. Cross selling
 16. Up selling
 17. Bankowość elektroniczna jako nośnik treści marketingowej
 18. Kreowanie nowoczesnego produktu i usługi bankowej
 19. Szkolenia sprzedażowe dla pracowników Banków po opracowaniu koncepcji sprzedaży i celów sprzedaży
 20. Outsourcing marketingu. Czy to się opłaca?
 21. Organizowanie spotkań grup przedsiębiorców. Bank w roli eksperta w rozwiązywaniu problemów swoich najlepszych klientów

OSOBA PROWADZĄCA

ANDRZEJ POPIOŁEK

Audytor Wiodący Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji wg ISO/IEC 27001. Certyfikat ITIL Foundation. Wykładowca na studiach MBA dedykowanych dla Prezesów Banków Spółdzielczych. Praktyk specjalista ds. marketingu internetowego w Bankach Spółdzielczych. Specjalizacja w zakresie polityki bezpieczeństwa w Bankach Spółdzielczych, przedsiębiorstwach oraz instytucjach państwowych. Ścisła współpraca ze Związkiem Rewizyjnym Banków Spółdzielczych jako audytor rekomendacji D i audytu Bezpieczeństwa Informacji w Bankach Spółdzielczych. Ekspert z zakresu audytów sprawdzających spełnienie wymagań KNF, KRI, RODO i in. w obszarze cyberbezpieczeństwa i wytycznych ustawowych. Specjalizacja w dostosowaniu procedur w bankach, przedsiębiorstwach i urzędach państwowych do wymagań organów nadzorczych. Wykładowca, szkoleniowiec, konsultant – <http://premiumbank.zadbajobezpieczenstwo.pl>
Pasja: winogrodnik, znawca wina, degustator, podróżnik.

Koszt uczestnictwa w szkoleniu:

Koszt uczestnictwa w szkoleniu 1 osoby wynosi: 400 zł + 23% VAT.

Cena szkolenia obejmuje: koszty obiadu i przerwy kawowej.

Miejsce szkolenia:

Warszawa: Hotel Gromada, Pl. Powstańców Warszawy 2, 00-030 Warszawa;

Zgłoszenia:

Uprzejmie proszę o przesyłanie zgłoszeń (e-mail-em lub przez stronę internetową: <http://zrbs.pl/uslugi/szkolenia/>) lub email: glogowska@zrbs.pl

**Z poważaniem
Prezes Zarządu
/-/ Piotr Huzior**

Zgłoszenie uczestnictwa w szkoleniu
„MARKETING W PRAKTYCE BANKOWEJ, CZYLI SKUTECZNA PROMOCJA USŁUG I
PRODUKTÓW BANKOWYCH W INTERNECIE”

Nazwa i adres Banku Spółdzielczego	Nazwa Banku:
	Adres:
	NIP:
Telefon	
Email	

Delegatura	Temat: „MARKETING W PRAKTYCE BANKOWEJ, CZYLI SKUTECZNA PROMOCJA USŁUG I PRODUKTÓW BANKOWYCH W INTERNECIE”
<input type="checkbox"/> Warszawa	17.04.2020

Zgłaszamy udział następujących osób:

L.p.	Nazwisko i imię uczestnika

Wyrażam dobrowolną zgodę na otrzymywanie informacji handlowej drogą elektroniczną od Związku Rewizyjnego Banków Spółdzielczych z siedzibą w Warszawie (dalej - „ZRBS”) ul. Mokotowska 14, 00-561 Warszawa na wskazany w formularzu numer telefonu i adres e-mail oraz na używanie przez ZRBS telekomunikacyjnych urządzeń końcowych, których jestem użytkownikiem, dla celów marketingu bezpośredniego, zgodnie z art. 172 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2017 r. poz. 1907 z późn. zm.).

Zgodnie z art. 13 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (zwane dalej „**RODO**”) ZRBS informuje, że:

- 1) administratorem danych osobowych podanych w formularzu rejestracyjnym jest Związek Rewizyjny Banków Spółdzielczych z siedzibą w Warszawie (dalej - „ZRBS”) ul. Mokotowska 14, 00-561 Warszawa; adres e-mail: sekretariat@zrbs.pl,
- 2) w ZRBS wyznaczony jest inspektor ochrony danych, z którym można skontaktować się poprzez e-mail: iod@zrbs.pl (z inspektorem danych osobowych można skontaktować się we wszystkich sprawach dotyczących przetwarzania danych osobowych oraz korzystania z praw związanych z przetwarzaniem danych);
- 3) dane osobowe podane w formularzu rejestracyjnym przetwarzane są w celach prawnie uzasadnionego interesu ZRBS, jako administratora danych, polegającego na obsłudze administracyjnej organizowanych szkoleń oraz w celach reklamowych, promocyjnych i marketingowych na potrzeby marketingu bezpośredniego własnych produktów i usług – na podstawie art. 6 ust. 1 lit. f) RODO;
- 4) dane osobowe podane w formularzu rejestracyjnym przetwarzane są wyłącznie przez administratora danych
- 5) dane osobowe są przetwarzane przez okres 5 lat;
- 6) osobie, której dane dotyczą, przysługuje prawo żądania dostępu do treści swoich danych osobowych oraz prawo żądania ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania, prawo wniesienia sprzeciwu wobec ich przetwarzania, a także prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego;
- 7) podanie danych jest dobrowolne, ale niezbędne do wzięcia udziału w szkoleniu.