Het belang van geomarketing in de financiële sector

DOELSTELLINGEN

De interesse van consumenten in digitale diensten blijft toenemen. Toch vindt ongeveer 8 op de 10 Belgen het belangrijk om een bankkantoor in de buurt te hebben. Deze opleiding biedt een concreet kader om met die dubbele realiteit om te gaan, met behulp van geomarketing.

De doelstellingen van deze opleiding zijn:

- een inventaris opmaken van externe en interne data die nuttig zijn voor de lokalisatie en optimalisatie van een kantorennetwerk;
- beschrijvende analyses uitvoeren (marktcontext, herkomst, penetratie, invloedszones, kannibalisatie, klantenprofiel);
- deze analyses vertalen naar marketingtoepassingen en acties (targeting, media/locaties, groeipotentieel, affiniteitscore);
- strategische beslissingen ondersteunen (performantie, nieuwe locatie, sluitingen/fusies, optimaal netwerk) aan de hand van businesscases.

SAMENVATTING

Categorie:

- Retail banking
- Persoonlijke ontwikkeling

Niveau:

Advanced

Prijs:

- Lid: € 345.00
- Niet-lid: € 375.00
- Partner BZB: € 345.00
- Partner OpFo335: € 0.00
- Incompany: op maat, prijzen op aanvraag

DOELGROEP

Deze opleiding richt zich tot professionals die betrokken zijn bij beslissingen rond het kantorennetwerk, lokale marketing en commerciële strategie, zoals:

- marketing- en communicatieteams (met focus op lokale of netwerkgerichte campagnes);
- sales teams en netwerkverantwoordelijken (nationaal of regionaal);
- strategie- en business development profielen;
- data-, BI- en analytics-teams die commerciële beslissingen ondersteunen.

VEREISTE VOORKENNIS

Advanced level opleiding: deze opleiding vereist een algemene basiskennis van het onderwerp.

PROGRAMMA

INHOUD

- **Het belang van data om te beslissen over de beste locatie voor bankkantoren (inventaris)**
  - **Externe data**: socio-economische demografie, bestaande verkooppunten (concurrentie), netwerken en mobiliteit, commerciële zoneringen, stromen en passages, lokaal potentieel, segmentatie
  - **Interne data**: verkooppunten (eigen kantoren of zelfstandige agenten), klanten, gekoppelde verkopen / waarde gegenereerd door deze klanten
- **Beschrijvende analyses van beschikbare data**
  - Analyse van de marktcontext
  - Herkomst van klanten
  - Penetratie en marktaandeel
  - Invloedszones
  - Invloedszone van de concurrentie
  - Kannibalisatie binnen het netwerk
  - Klantenprofiel
  - Businesscases
- **Welke marketingtoepassingen?**
  - Affiniteit- of appetentiescore
  - Groeipotentieel en prioritaire ontwikkelingszones
  - Marketingtargeting van klanten en prospects
  - Keuze van communicatieplaatsen en -media
  - Businesscases
- **Welke strategische toepassingen?**
  - Performantieanalyse
  - Impact van een nieuwe locatie
  - Prioritaire sluitingen of fusies
  - Optimaal netwerk
  - Businesscases

PRAKTISCHE INFORMATIE

- **Duurtijd:** ½ lesdag (3 lesuren)
- **Uren:** 09:00 tot 12:30
- **Plaats**: Febelfin Academy: Phoenix building, Koning Albert II-laan 19, 1210 Brussel

DOCENTEN

Albert Derasse
retailbanking

METHODOLOGIE

Een '**Klassikale opleiding**' volg je in groep. Je bent samen met de andere deelnemers en de docent aanwezig op een afgesproken tijdstip in hetzelfde leslokaal. Er is mogelijkheid tot interactie en feedback, zowel van de deelnemers naar de docent toe als omgekeerd. Het lesmateriaal bestaat als basis uit een presentatie via het MyFA leerplatform , aangevuld met diversen zoals (digitale syllabus, presentatie, audiovisuele fragmenten, …).