

# Marketing des paiements

Comprendre l'évolution du marché des paiements en termes d'offres, services, usages et les techniques marketing associées

## Présentation

Cette formation permet d'acquérir une compréhension du marché des paiements, en termes d'offres, de services et usages, ainsi que des évolutions majeures actuelles et à venir. Elle offre également un volet dédié à la démarche marketing.

## Points forts

- Panorama complet du marché des cartes de paiement, des caractéristiques produits et des services associés
- Comparaison à l'échelle européenne et exemples d'offres
- Description des évolutions technologiques, réglementaires et leurs impacts sur les services et parcours client
- Approche marketing des offres et des outils à mettre en place

## Public

Cette formation s'adresse à toute personne directeur marketing, chef de produits, chef de projets, chargé de clientèle, maîtrise d'ouvrage, qui souhaite acquérir et/ou approfondir ses connaissances du marché des paiements, de ses caractéristiques et des principales évolutions.

## Durée

- 1 journée
- Accueil à partir de 9h
- Formation de 9h30 à 17h30

## Prochaines sessions

- 16 mars 2018
- 26 juin 2018
- 9 octobre 2018

## Formation Intra-entreprise

Nous consulter pour connaître les disponibilités. Le contenu de cette formation, organisée au sein de votre entreprise, peut être adapté à vos objectifs particuliers, après analyse de vos besoins et réalisation d'une proposition détaillée

## Animateurs

Experts en marketing bancaire

## Langue

Français

## Tarif

Nous consulter

## Documentation

Support de cours  
Liste des sigles monétiques

## Lieu

Région parisienne

## Programme

### Matin

#### 1. Le marché des paiements

- **Présentation de la banque de détail**
  - Les banques nationales, mutualistes, les banques en ligne
  - Le marché bancaire français
  - Les principaux produits commercialisés
- **Focus sur le marché des paiements en France**
  - Données de marché
  - Panorama des différents moyens de paiement
  - Usages des moyens de paiement et secteurs
  - Positionnement de la carte
- **Les grands acteurs**
  - Les principaux émetteurs de cartes
  - Le marché de l'acquisition
  - Les « Schemes »
- **Le modèle économique**

#### 2. Les offres cartes et nouveaux services

- **Produits de la gamme banque au quotidien**
- **Focus sur l'offre cartes**
  - Segmentation par marché
  - Gamme de cartes
  - Caractéristiques produit
- **Nouveaux Services de Paiement**
  - Les Wallets
  - L'Instant Payment

### Après-midi

- **Techniques marketing de différenciation**
  - Les axes possibles de différenciation marketing (tarification, fidélisation, personnalisation...)
  - Exemples d'offres et positionnements innovants

#### 3. La démarche marketing

- **Cas pratique : lancement d'un nouveau service de paiement pour la cible des millennials**
- **Analyse réglementaire**
  - Les évolutions réglementaires (DSP2, Open-Banking)
- **Réaliser un benchmark**
  - L'arrivée de nouveaux acteurs
  - Les nouvelles offres
- **Réaliser une analyse marketing**
  - Les nouveaux usages et attentes clients
  - Focus sur les millennials
- **Définir une nouvelle offre**
- **Réussir la mise en marché**

Contenu susceptible d'évoluer