

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 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

- 9 octobre 2018
- 15 mars 2019
- 20 juin 2019

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**