Workshop: Ameaças e Desafios ao Negócio Tradicional da Banca Comercial

Objetivos Gerais

A Caixa Angola, como instituição de referência e de liderança no mercado Angolano, posiciona-se numa plataforma de distinção num mercado, o mercado financeiro da banca de retalho, que está a atravessar aquele que é eventualmente um dos períodos mais difíceis da história.

O objetivo desta ação, que tem uma componente técnica, mas igualmente de mentalidade, é o de refletir sobre os desafios aos modelos tradicionais do negócio. Sendo certo que a economia não funciona sem o seu "sistema circulatório" (o sistema financeiro), a verdade é que muitas instituições não estão a justificar os investimentos nelas feitos.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes saberão:

- Identificar os principais desafios: capital, regulação, rentabilidade, comportamentos;
- Reconhecer a nova concorrência;
- Conhecer os desafios colocados pelos novos consumidores;
- Identificar estratégias de marketing social;
- Conhecer iniciativas de marketing digital.

Destinatários

A profissionais da banca, especialmente os Quadros e Técnicos Superiores, Líderes de Departamentos, que pretendam conhecer e refletir sobre as ameaças e desafios ao negócio, enfrentados pelo setor bancário.

Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Carga Horária

06 horas

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização.

Módulo I – O contexto atual da banca: As lições da história e a (im)previsibilidade do futuro - Da primeira guerra mundial ao Covid-19 e as suas implicações nas diversas áreas

- Capital;
- Crédito e rentabilidade;
- Custos;
- Controlo;
- Dimensão;
- "Category Killers".

Módulo II – Marketing e Sociedade

- Estamos a ficar obsoletos?;
- Marketing mix;
- Valor e ciclo do produto e o valor de marca;
- Comunicação;
- A evolução dos perfis dos consumidores: os millenials;
- Conveniência: uma agência em cada esquina?;
- Apresentação de casos.

Módulo III – Marketing Social

- Definições e princípios base;
- Todo o marketing é social?;
- Enquadramento nas políticas de responsabilidade social e de sustentabilidade;
- Finalidades;
- Como implementar;
- Exemplos e comentários.

Módulo IV – Marketing WEB 2.0

- Marketing e redes sociais: características e tendências;
- Vantagens e desvantagens do comércio eletrónico;
- Desafios para os marketeers:
  - Geração NET;
  - "The Internet way of life";
  - Plataformas;
  - Pricing;
  - Ferramentas de comunicação;
  - Ferramentas de produção.

Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.