

Corrigé de l'interrogation écrite MSBF

Durée : 01 heure

ARNC : Aucune réponse ne convient/ A compléter les pointillés

1. Le marketing

- Est synonyme de publicité
- Est une stratégie inutile
- Permet de rentabiliser l'entreprise
- Est une stratégie récente
- ARNC.

Parceque : le marketing vise à comprendre et satisfaire les besoins des clients, ce qui améliore les ventes et la rentabilité de l'entreprise. Ce n'est pas seulement de la publicité, mais une démarche stratégique globale.

2. Parmi les éléments suivants, lequel n'est pas une caractéristique des services bancaires ?

- Intangibilité
- Hétérogénéité
- Tangibilité
- Simultanéité de production et de consommation

Parceque : les services bancaires sont intangibles, ce qui signifie qu'ils ne peuvent être touchés ou stockés. La tangibilité est une caractéristique des biens, pas des services.

3. Quelle stratégie est la plus pertinente pour fidéliser un client bancaire ?

- Lui proposer un nouveau crédit chaque année
- Lui offrir un taux d'intérêt fixe
- Mettre en place un programme de fidélité personnalisé et un suivi proactif
- Le relancer uniquement en cas d'inactivité

Parceque : la personnalisation et le suivi renforcent la relation client, augmentent la satisfaction et favorisent la fidélité à long terme.

4. Quelle est l'une des particularités majeures des services d'assurance par rapport aux produits classiques ?

- Ils sont tangibles et immédiatement consommés
- Ils sont standardisés et visibles
- Ils sont immatériels et vendus avant d'être « consommés »
- Ils ne nécessitent pas de relation client

Parceque : une assurance est un service immatériel qui est souscrit pour une éventualité future (risque), donc vendu avant que le besoin ne se manifeste.

5. La BEA envisage, à l'avenir, élargir sa gamme CIB en la personnalisant et en créant :

- La carte Classic
- La carte Gold
- La carte cadeau
- La carte bisness
- La carte prépayée
- La carte achat (purchasing)
- La carte VISA international

6. Les produits commercialisés dans tout le réseau TRUST ASSURANCES

- Assistance Voyage
- Assurance Scolaire
- Assurance bris de glace
- Assistance HADJ & OMRA
- Assurance Remboursement Crédit
- Garantie Accidents de la Vie
- Assurance Prévoyance et Santé Collective

7. La clientèle bancaire de la BNA agence est motivée par :

- La qualité du service offert
- Le Marketing direct de la banque
- Le respect des délais de traitement
- Le style de communication franc et souple de la banque

8. Les critiques attribuées à l'agence BADR 358 d'Akbou, en matière de marketing bancaire, se résument comme suit :

- Manque d'information et d'orientation des clients vers le multi canal (GAB/DAB)
- Lenteur dans l'étude et le traitement des réclamations
- La fonction de l'hôtesse d'accueil est souvent confondue avec celle de l'agent de sécurité
- Absence d'un service chargé des réclamations clients
- Il se limite au marketing direct et à quelques supports tels que l'affichage, dépliants et les brochures