

Table des matières

Introduction

Chapitre 1 – Comprendre et identifier les parcours d'achat consommateur

Chapitre 2 – Améliorer la connaissance client

Chapitre 3 – Créer et commercialiser une offre à plus forte valeur ajoutée

Chapitre 4 – Revitaliser la vente et la relation client

Chapitre 5 – Renforcer les marques et leur communication

Chapitre 6 – Les grands enjeux du marketing en banque et assurance

Conclusion

Index