

## Diagnostic SWOT

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"><li>-Beaucoup d'offres à proposer pour les jeunes</li><li>-Banque accessible en ligne</li><li>-Présente sur les réseaux sociaux</li><li>-Bonne communication pour les professionnels qui donnent de bons avis</li><li>-Bonne notoriété</li><li>-Prix assez proches des banques traditionnelles</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Les tarifs ne sont pas très attractifs par rapport aux banques en ligne</li><li>- L'avis des particuliers est mauvais</li><li>-Elle ne communique pas assez pour les jeunes</li></ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"><li>-Marché de la banque en ligne en expansion qui n'inspire souvent pas confiance</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Forte concurrence de la part des banques en ligne qui proposent le plus souvent des tarifs attractifs</li></ul>

La bpc a est une banque qui a une forte notoriété.

Les tarifs ne sont pas très attractifs par rapport aux banques en ligne qui proposent souvent des ouvertures de comptes à moindre frais. Cependant, la bpc a n'est pas plus chère que les banques traditionnelles.

De plus, la bpc a ne communique pas assez pour les jeunes car elle est beaucoup plus centrée au niveau des professionnels.

## Problématique

Comment inciter les jeunes à rejoindre la bpca alors que sa communication est plus centrée sur les professionnels?