

Relations banques et clients Fidélité, vous avez dit fidélité?



Tous droits réservés – Aucune mise en ligne sur Internet sans accord préalable du cabinet Deloitte

4^e édition

10 avril 2014

Sommaire

Baromètre Confiance 2014 : statu quo

Fidélité clients : mythe ou réalité ?

Objectifs et méthodologie de l'étude

- **L'objectif de cette quatrième édition est de mesurer les niveaux de confiance, de recommandation et de fidélité des clients de la banque de détail vis-à-vis de leur(s) banque(s) respective(s), et de mettre en lumière des leviers d'actions pour améliorer la situation**

- **L'étude a été réalisée selon la méthodologie suivante :**

- Etude quantitative
- Répondants sélectionnés au sein de l'Access Panel de Harris Interactive et gérés selon la méthode des quotas et redressements sur les critères de sexe, âge, région et catégorie socioprofessionnelle
- Echantillon de 3 037 clients particuliers de banques françaises représentatifs de la population nationale, interviewés en ligne
- Etude réalisée en janvier 2014
- Panel constitué en fonction de la part de marché respective de chacun des établissements
- Harris a géré l'administration des questionnaires et la collecte en ligne de toutes les réponses

Les banques panélisées ont été classées en 4 rubriques :

- **Banques classiques :**
Barclays, BNPP, CIC, Crédit du Nord, HSBC, LCL, SG
- **Banques mutualistes :**
Banque Populaire, Caisse d'Epargne, Crédit Agricole, Crédit Mutuel
- **Banques « affinitaires » :**
Crédit Coopératif, La Banque Postale
- **Banques directes :** Axa Banque, Boursorama Banque, Allianz Banque, Fortunéo, Groupama Banque, Monabanq

Baromètre 2014 de la confiance : le sentiment de confiance ne progresse pas dans l'esprit des Français

Confiance*



2013 : 60%

Satisfaction



2013 : 88%

Réachat



2013 : 90%

Recommandation (NPS)



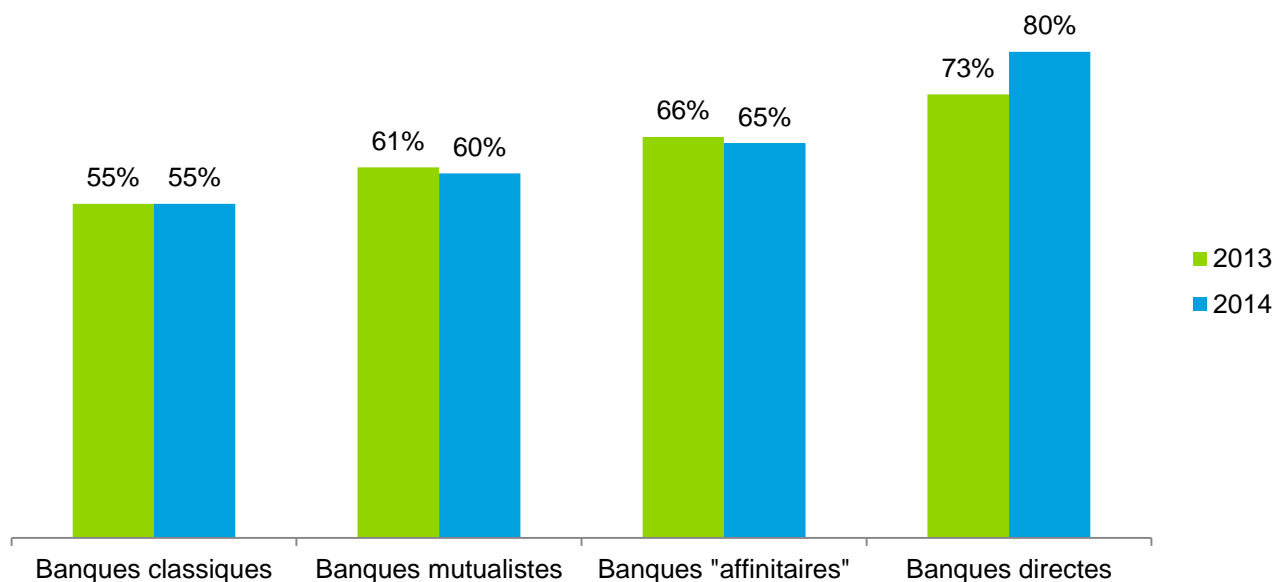
2013 : -15%

Source : Deloitte Conseil

* La confiance dans le système bancaire en général reste elle aussi stable à 34%

Une confiance toujours aussi différenciée entre les types de banques

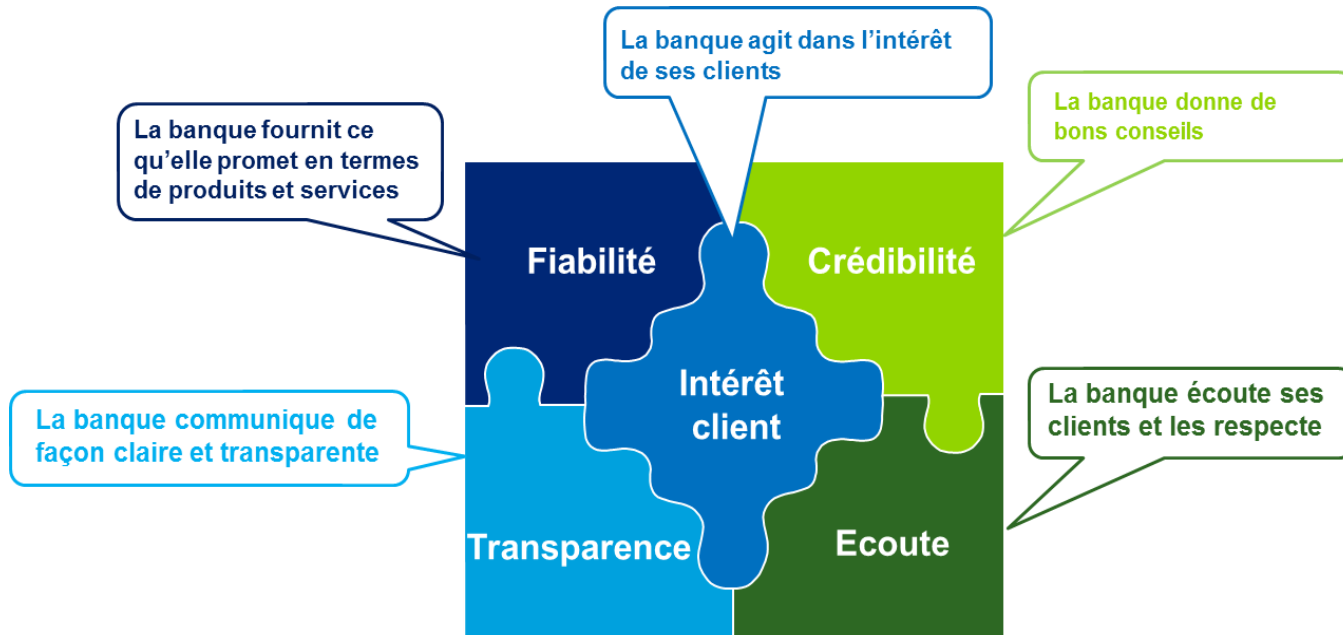
Part des répondants ayant confiance en leur banque, selon la typologie de leur banque



Source : Deloitte Conseil

Vous avez dit confiance ?

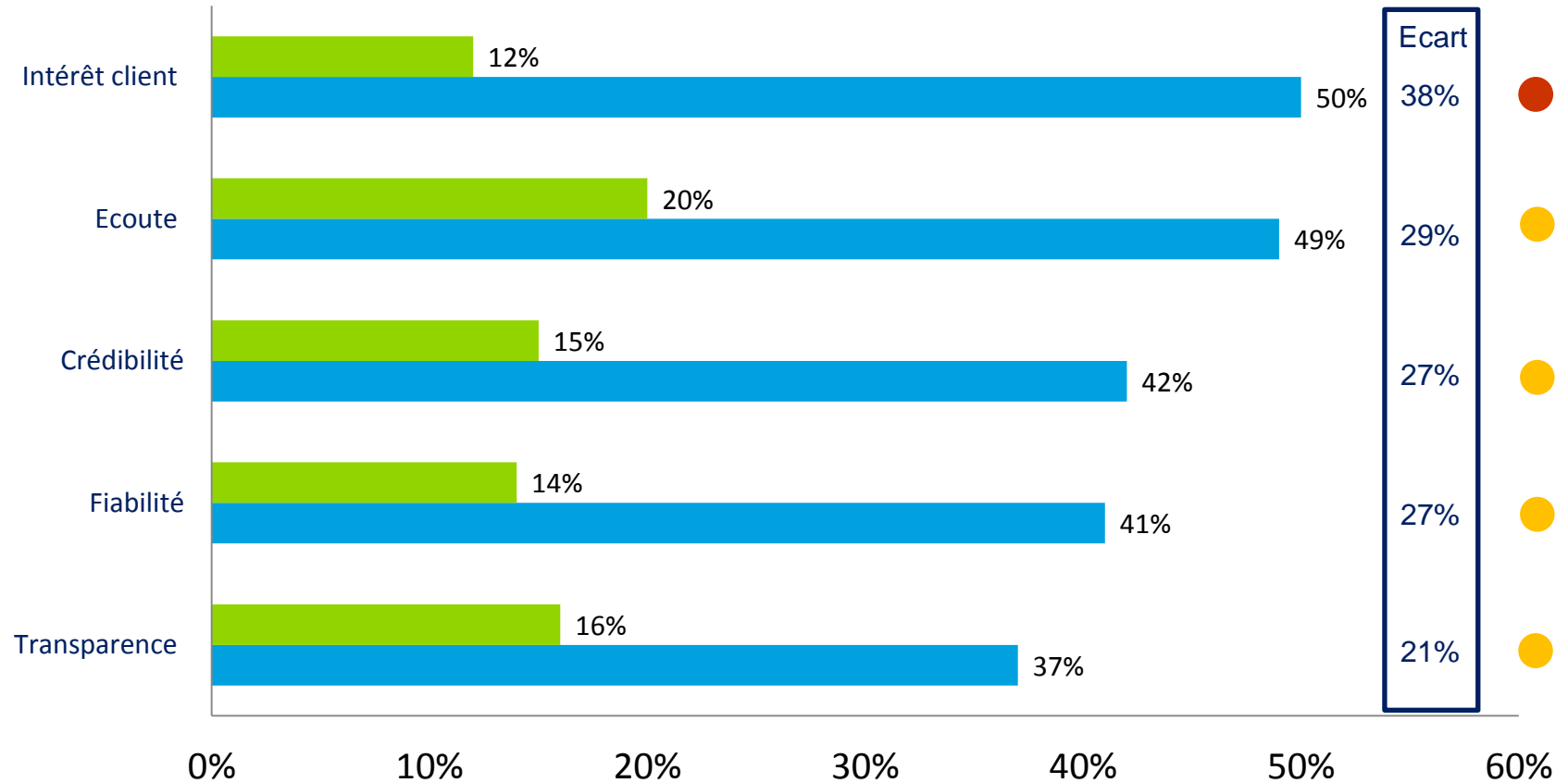
Définition



* Base 100 : Moyenne du PNB

Un fort décalage sur les dimensions de la confiance

Evaluation des critères de confiance



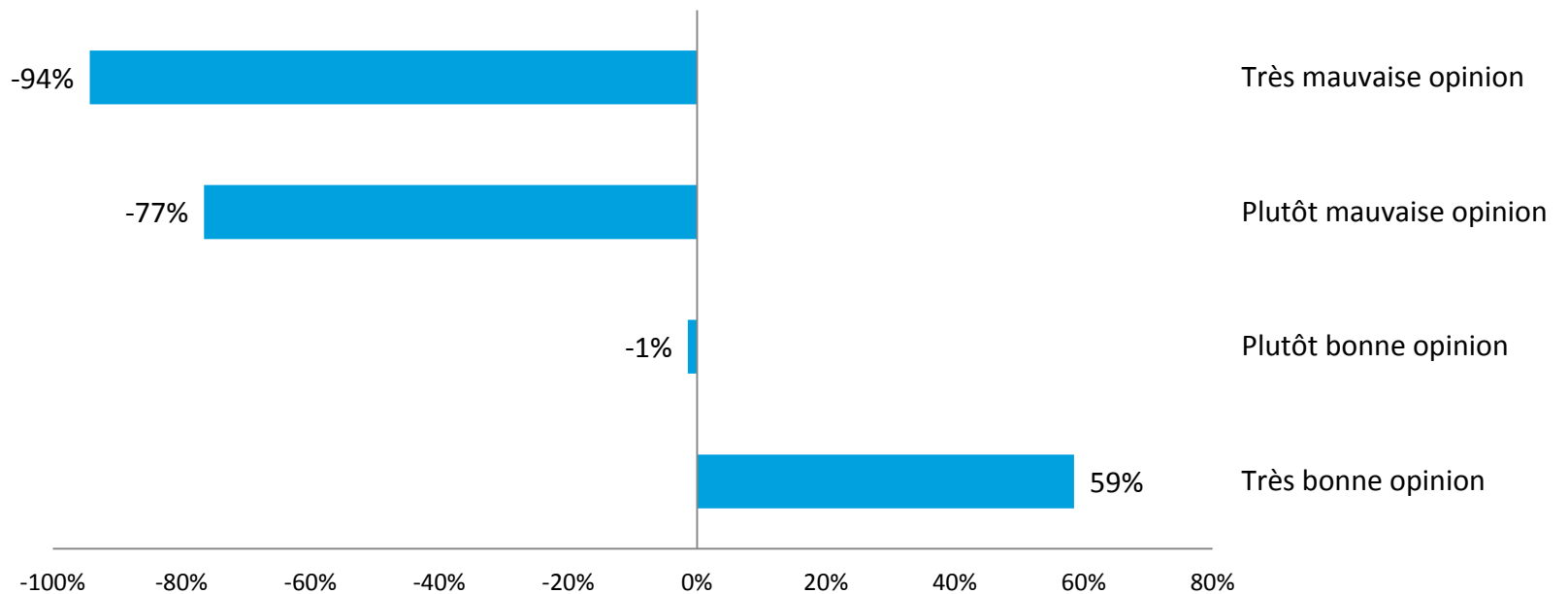
Source : Deloitte Conseil

■ Clients très satisfaits
■ Critère très important

● Ecart > 30%
● Ecart < 30%

L'intérêt client, le critère clé de la confiance

Taux de recommandation spontanée en fonction de l'intérêt client



Source : Deloitte Conseil

Intérêt client : de quoi parle t-on?

Principaux aspects positifs mis en avant pour illustrer l'intérêt client

Accompagnement personnalisé/Prévention

Conseil placements Information Frais Rapidité/Disponibilité
sur nouveaux produits Pas de vente forcée
conseiller Réclamation Ecoute Conseil prêts

Produit qui répond à mes besoins et à ma situation
Conseil assurance Répond à mes demandes Conseil

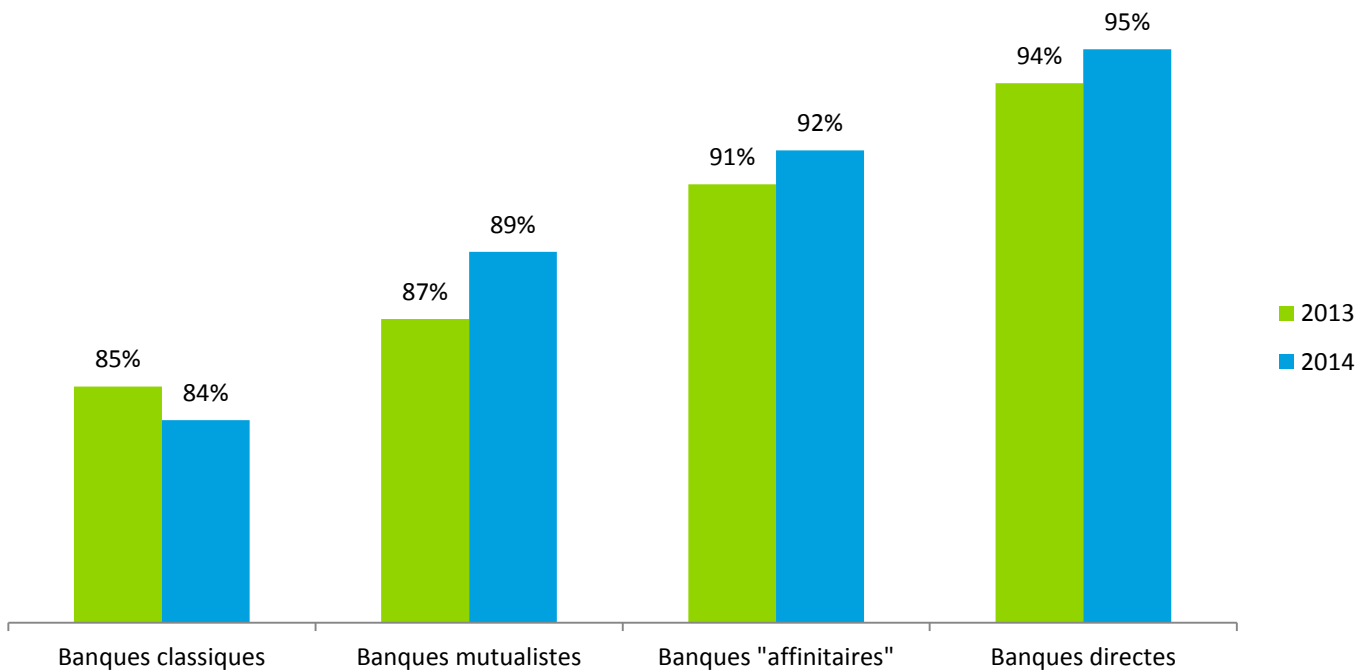


3 éléments cardinaux :

- Le conseil
- L'accompagnement
- L'individualisation

Une satisfaction quasi stable entre 2013 et 2014

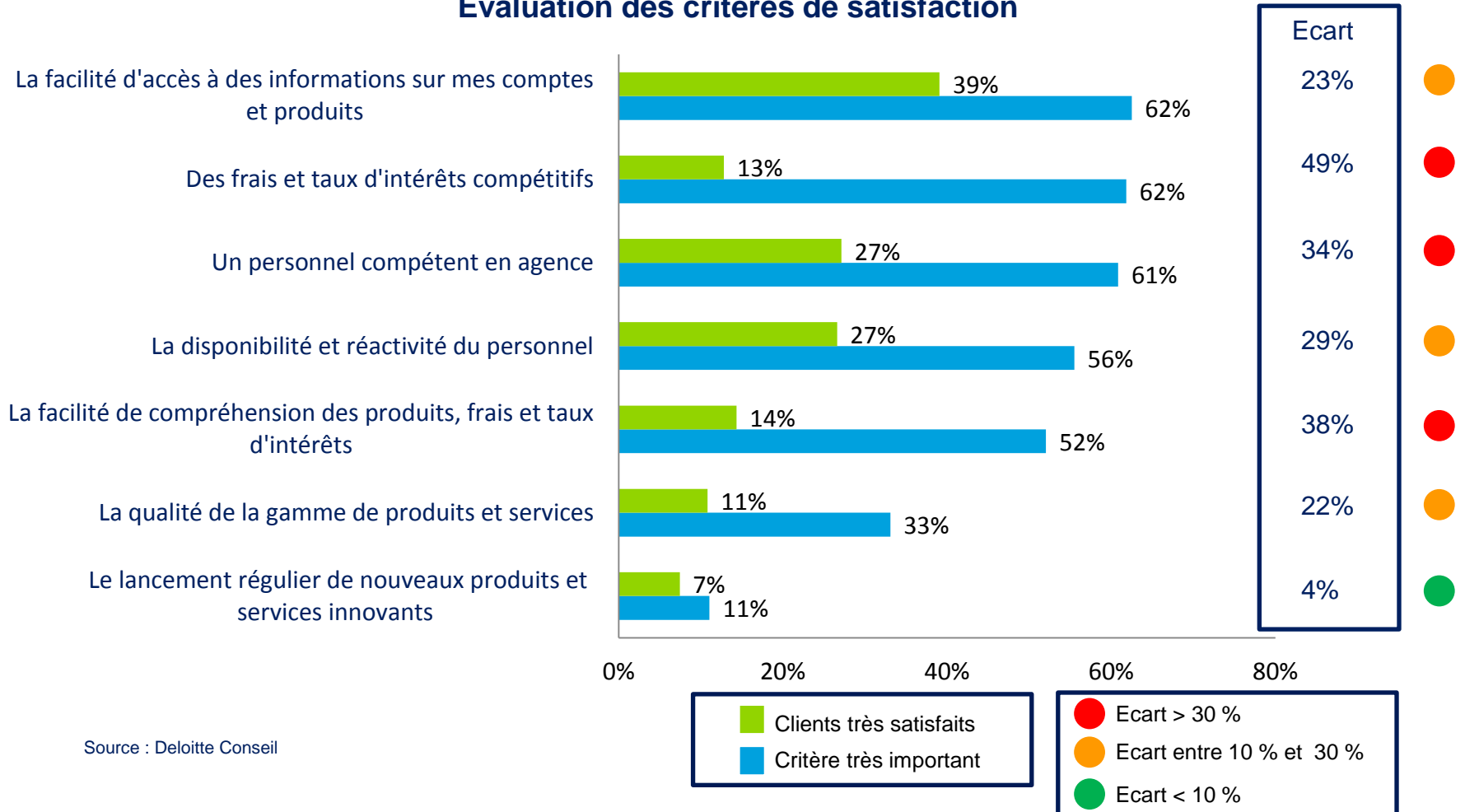
Part des répondants affirmant être satisfaits de leur banque, selon la typologie de leur banque



Source : Deloitte Conseil

Les critères de satisfaction étudiés montrent de fortes disparités entre niveau d'attente et ressenti des clients

Evaluation des critères de satisfaction



Source : Deloitte Conseil

Comment les Français abordent-ils la mutation des réseaux bancaires ?

Types d'opérations par canal

	Consulter vos comptes	Réaliser des opérations simples	S'informer, demander conseil	Réaliser des opérations complexes	Prendre RDV avec votre conseiller	Effectuer une réclamation
Internet fixe	82% ↓	74% ↓	44% ↑	13% ↓	20%	18%
Internet mobile	26%	17%	7%	3%	4%	3%
Agence (physique)	14%	30% ↓	38% ↓	57% ↓	33% ↓	45% ↓
Agence (par téléphone)	2%	4%	8% ↓	10%	35% ↓	20%
Courrier électronique	3%	3%	5% ↓	5% ↑	12%	14% ↑
Courrier postal	13% ↓	4%	3%	1%	1%	6%
Centre d'appels	2%	2%	2%	3%	9% ↑	7% ↑
Non concerné	1%	3%	21%	23%	12%	17%

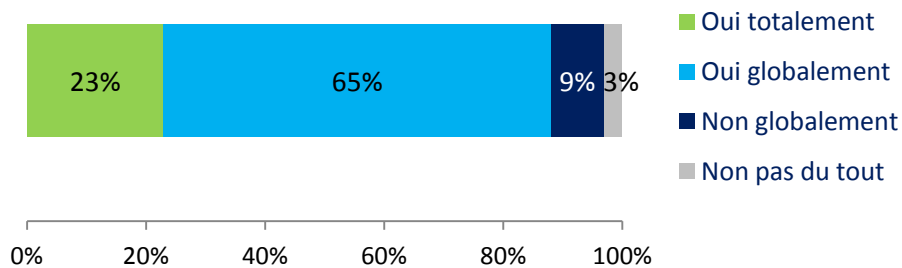
○ Canal le plus utilisé ↑ Evolution significative par rapport à 2013

- Les canaux mobiles sont devenus prédominants pour les opérations simples, tandis que l'agence reste le canal privilégié pour les autres types d'interactions

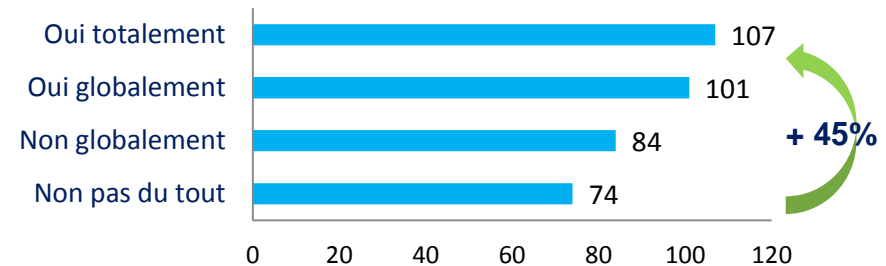
Source : Deloitte Conseil

De la nécessité pour la banque de savoir utiliser les bons canaux : un enjeu essentiel pour la satisfaction clients

Considérez-vous que la banque interagit avec vous sur les canaux que vous souhaitez ?

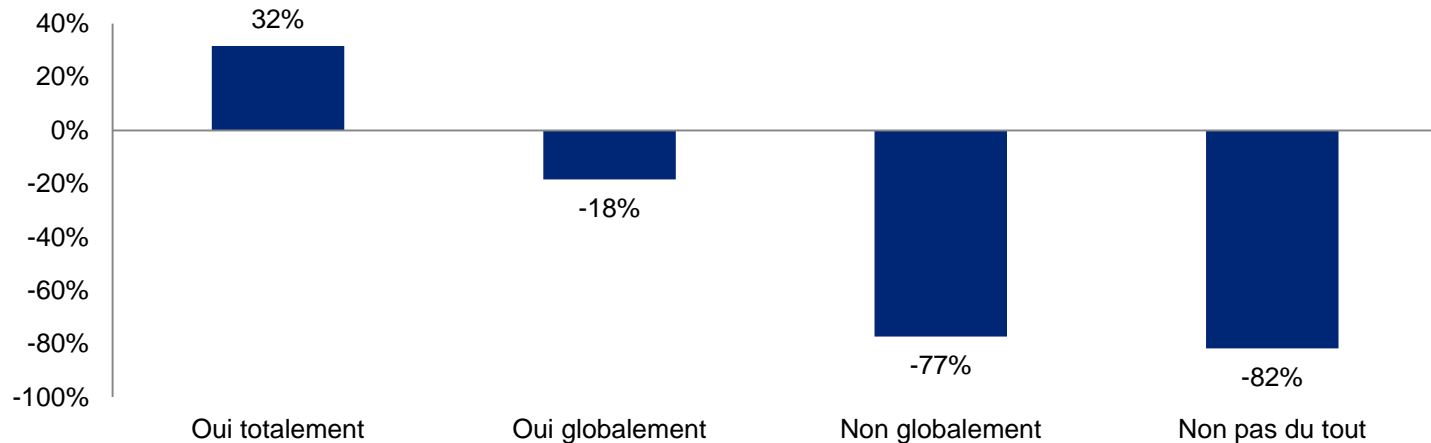


PNB* en fonction de la satisfaction des canaux d'interaction avec la banque



* Base 100 : Moyenne du PNB

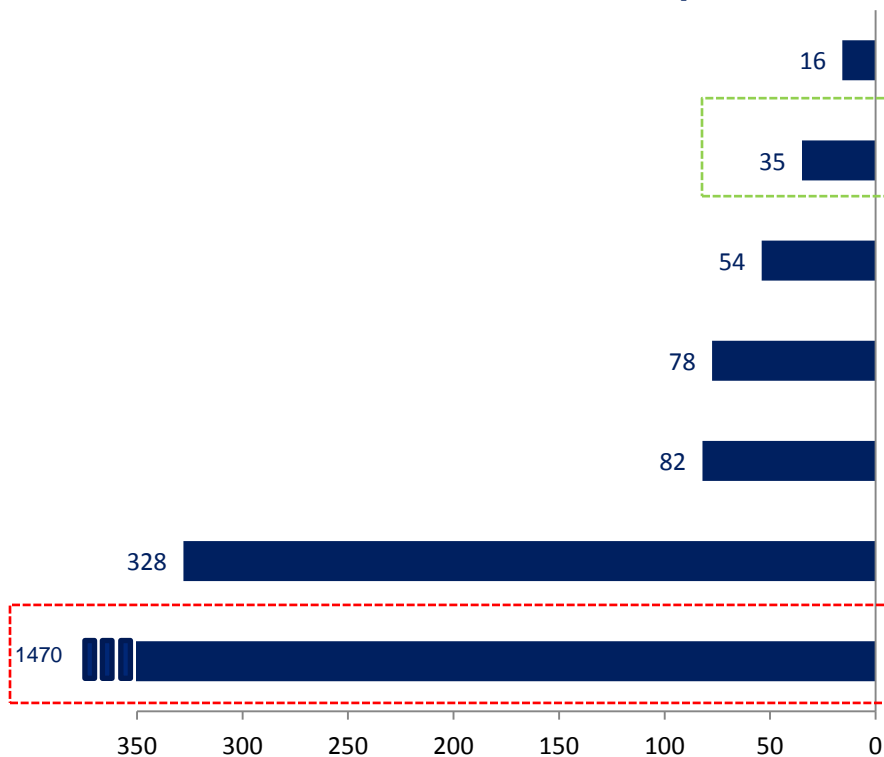
Taux de recommandation spontanée en fonction de la satisfaction des canaux d'interaction avec la banque



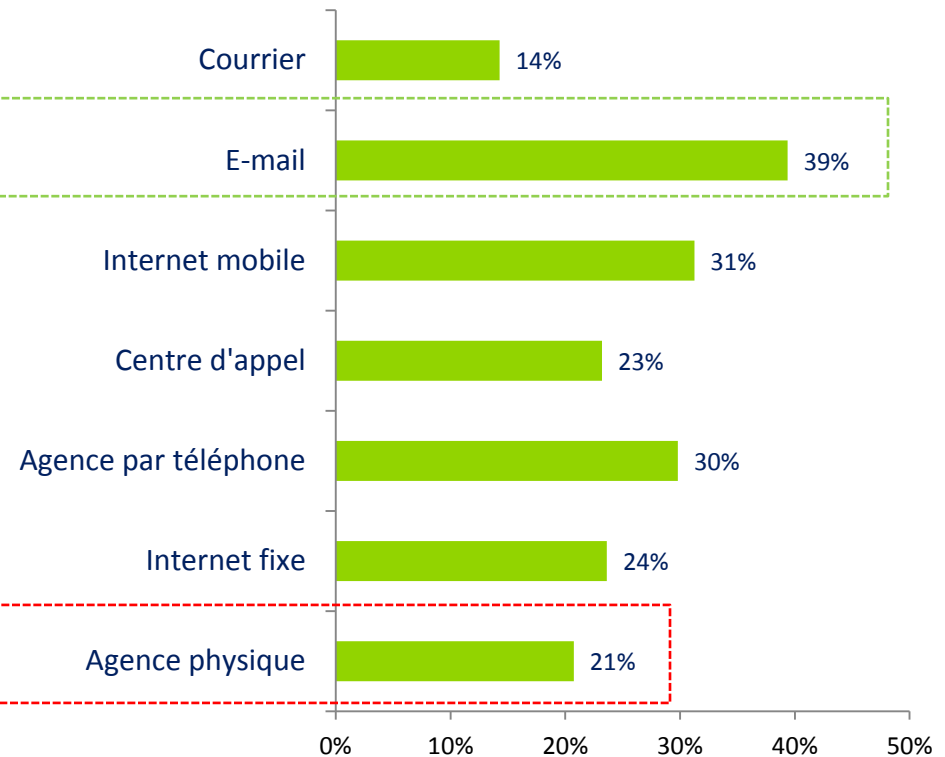
Source : Deloitte Conseil

1^{er} paradoxe : si l'agence physique demeure le canal prédominant pour les opérations complexes*, le degré de satisfaction clients à son utilisation reste faible

Volume d'opérations complexes réalisées avec un canal unique**



% de clients très satisfaits des canaux utilisés



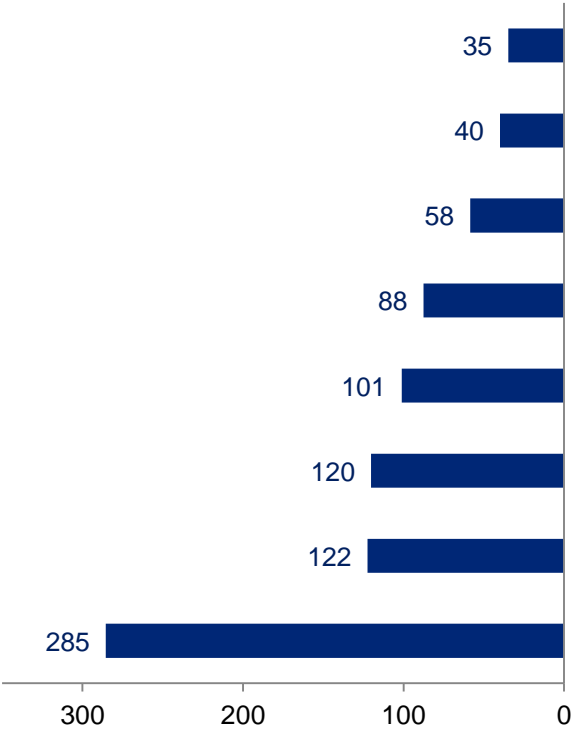
Source : Deloitte Conseil

* : Demande de conseils sur les produits, souscription de produits...

** : Base 100, moyenne du volume d'opérations sur ces canaux

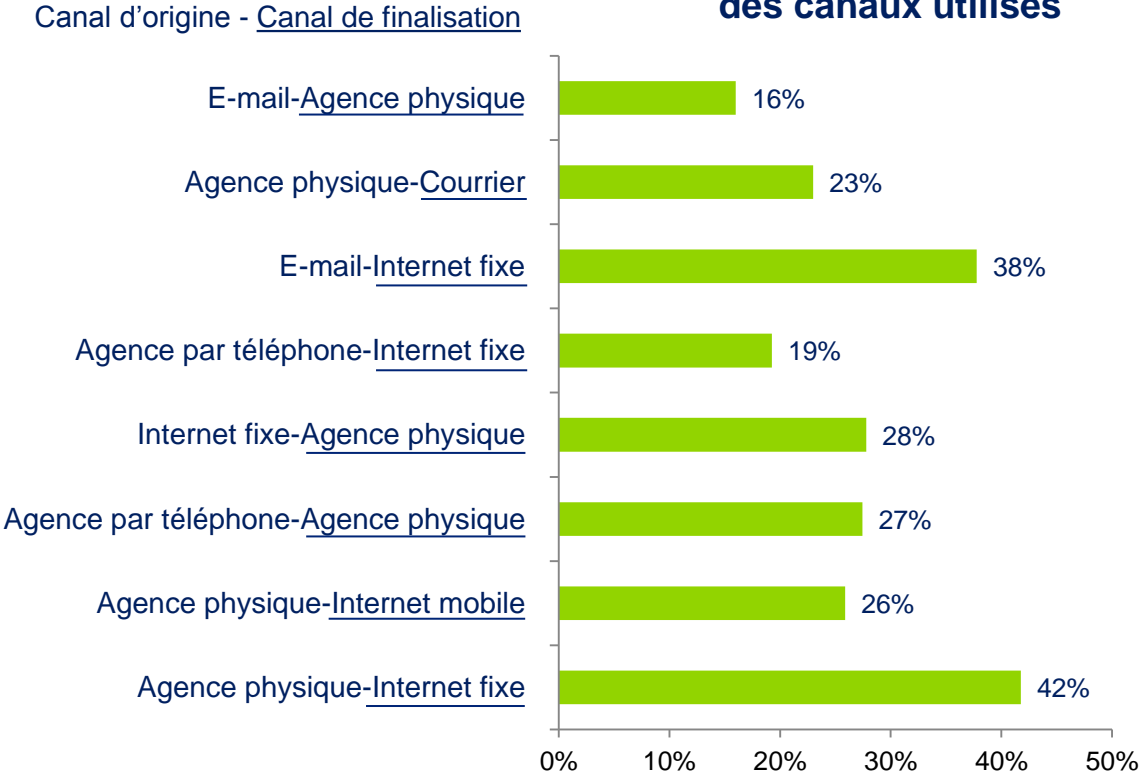
2nd paradoxe : ... mais, l'agence physique , quand elle est utilisée avec un autre canal, reste au cœur de la relation multicanal

Volume* d'opérations complexes multicanal



Source : Deloitte Conseil

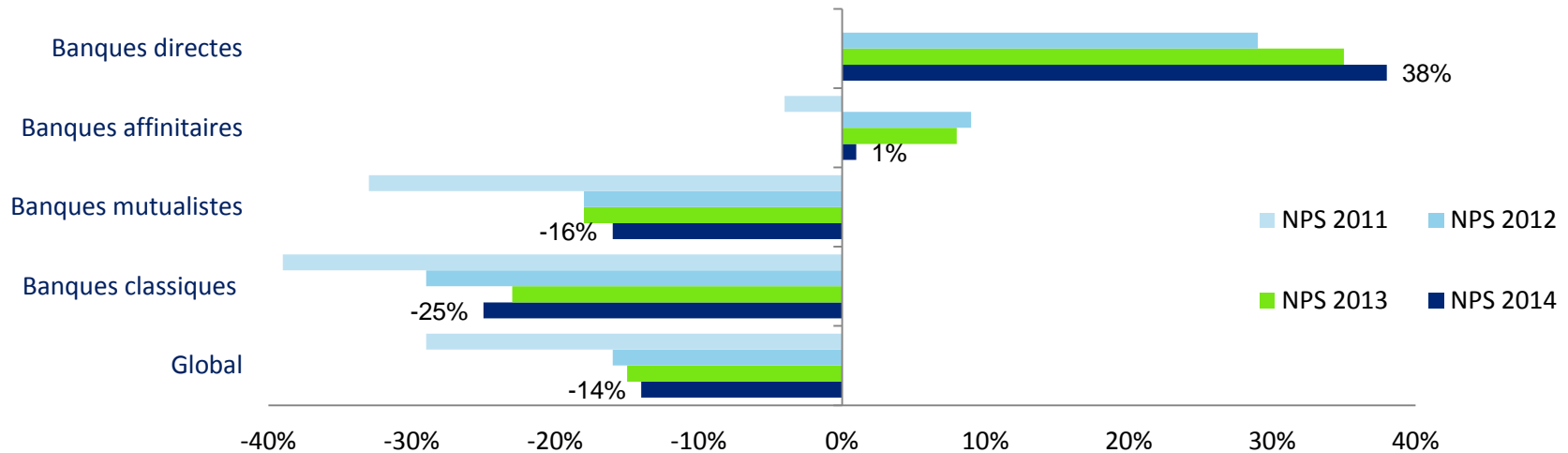
% de clients très satisfaits des canaux utilisés



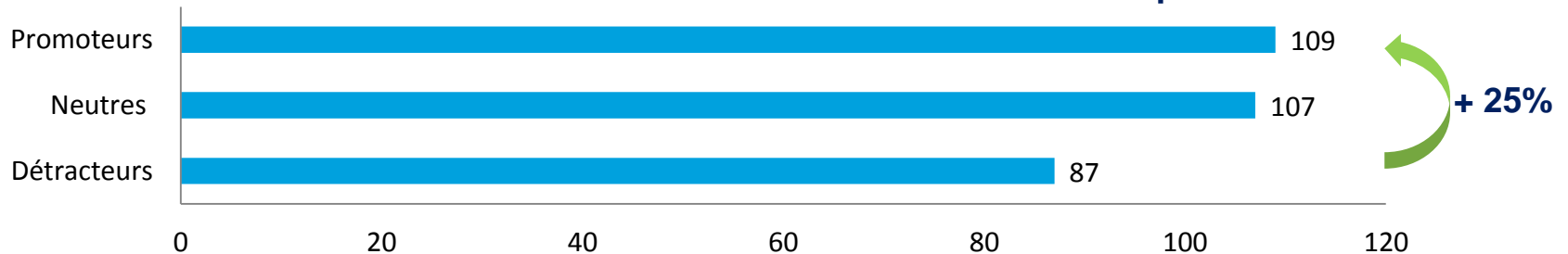
* : Base 100, moyenne du volume d'opérations sur ces canaux

Le taux de recommandation spontanée demeure toujours très différencié selon le type de banque

Taux de recommandation spontanée par type de banque



PNB* en fonction du taux de recommandation spontanée



Source : Deloitte Conseil

* Base 100 : Moyenne du PNB

Un « déconseil » qui passe par de nouveaux canaux

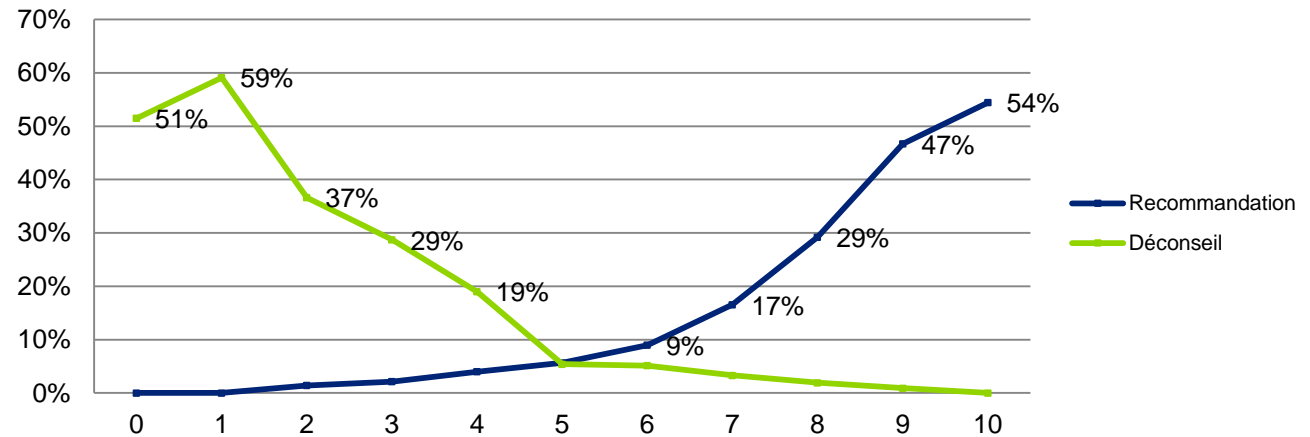
23%

Nombre de
répondants ayant
recommandé leur
banque

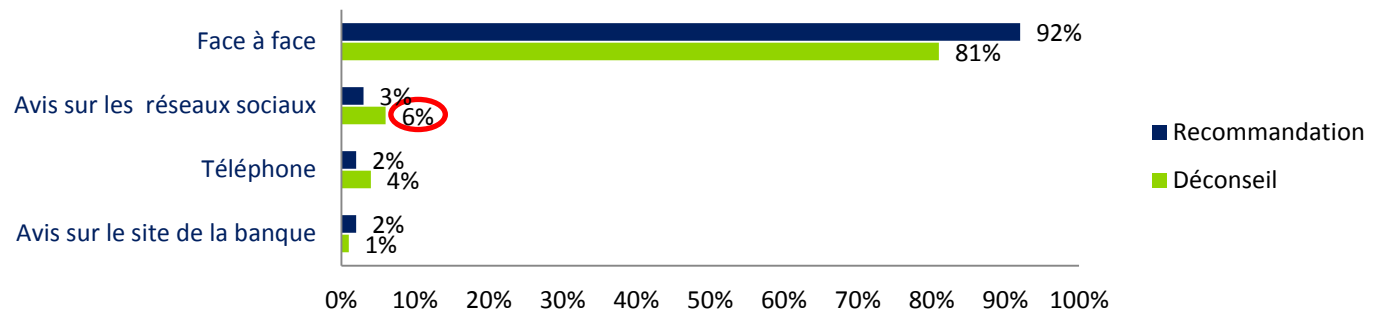
8%

Nombre de
répondants ayant
déconseillé leur
banque

Attitude des répondants en fonction de leur niveau de recommandation



Canaux de communication utilisés pour la recommandation ou le « déconseil »



Source : Deloitte Conseil

Sommaire

Baromètre Confiance 2014 : statu quo

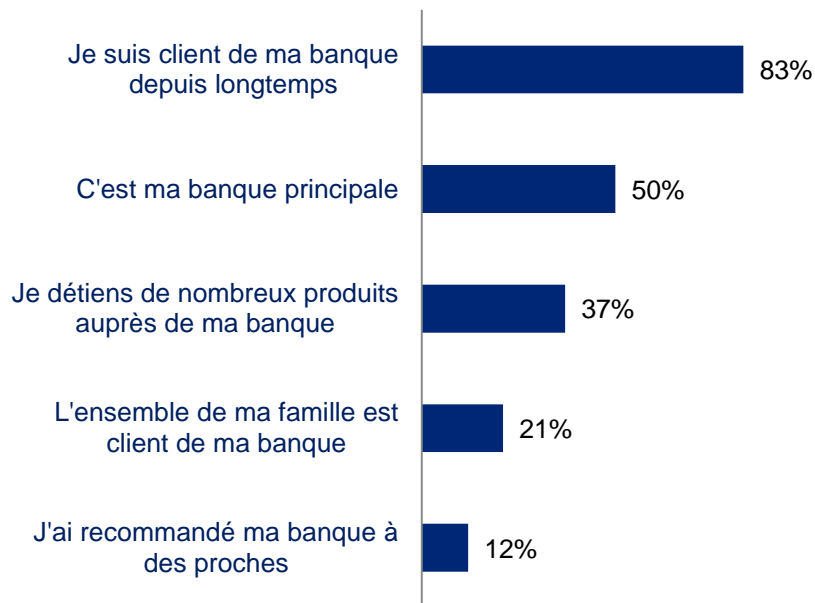
Fidélité clients : mythe ou réalité ?

Pourquoi un focus sur la fidélité?

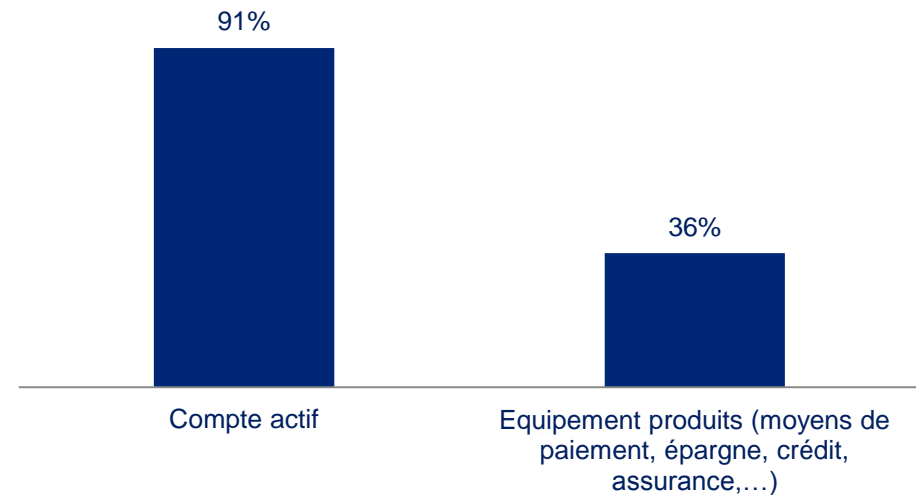
96% des clients se considèrent fidèles à leur banque principale

36% des clients sont considérés comme fidèles par leur banque principale

Justification de la fidélité

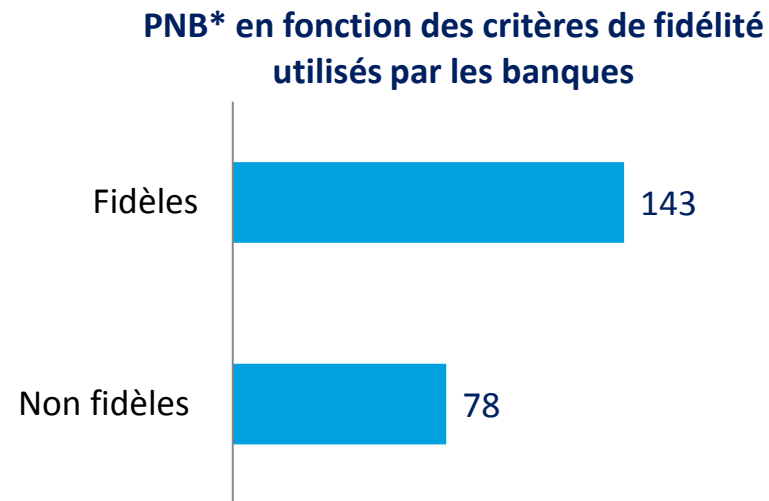


% de clients éligibles aux critères de fidélité communément utilisés par les banques de détail



Source : Deloitte Conseil

Un enjeu considérable sur le PNB

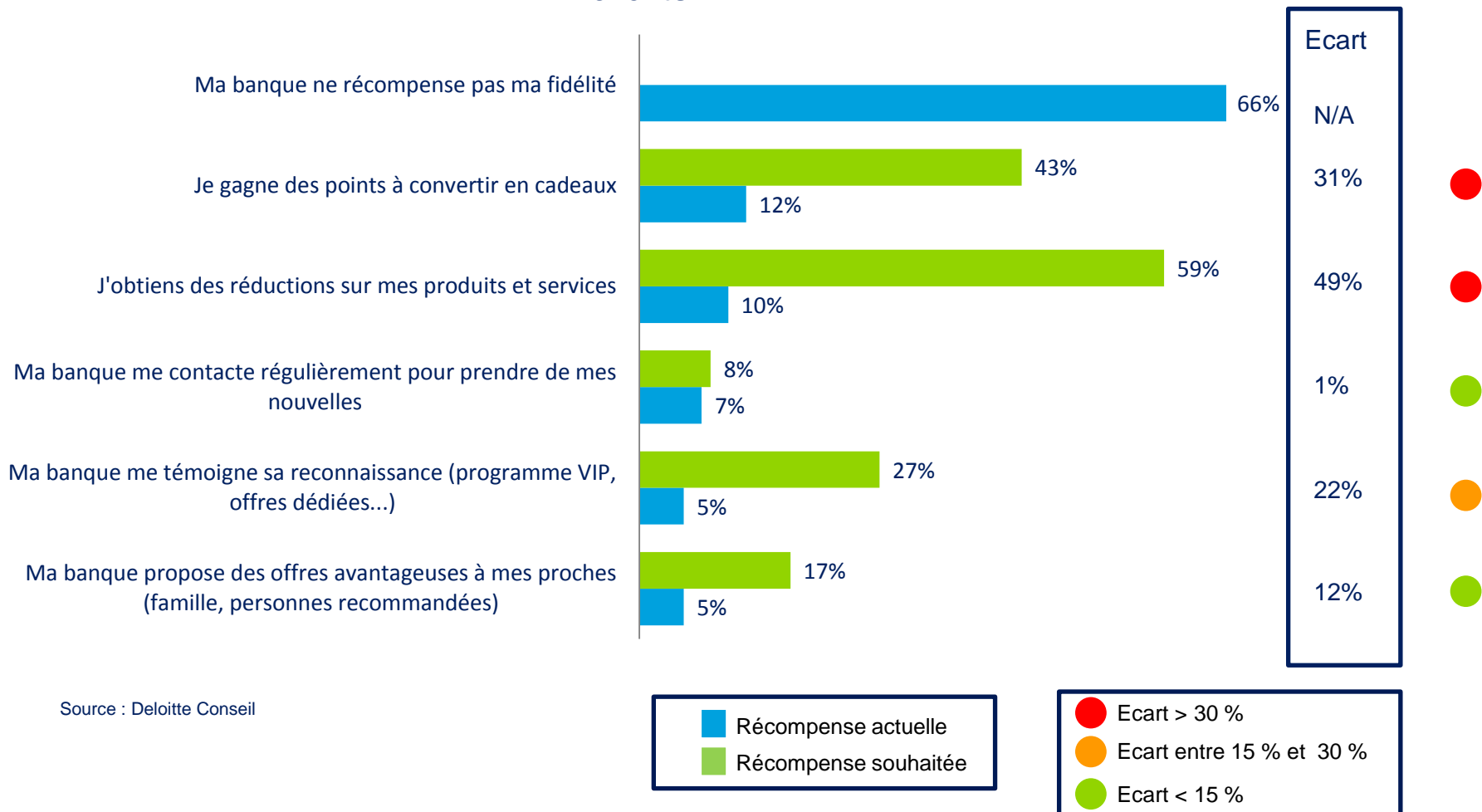


Source : Deloitte Conseil

* Base 100 : Moyenne du PNB, source étude Deloitte

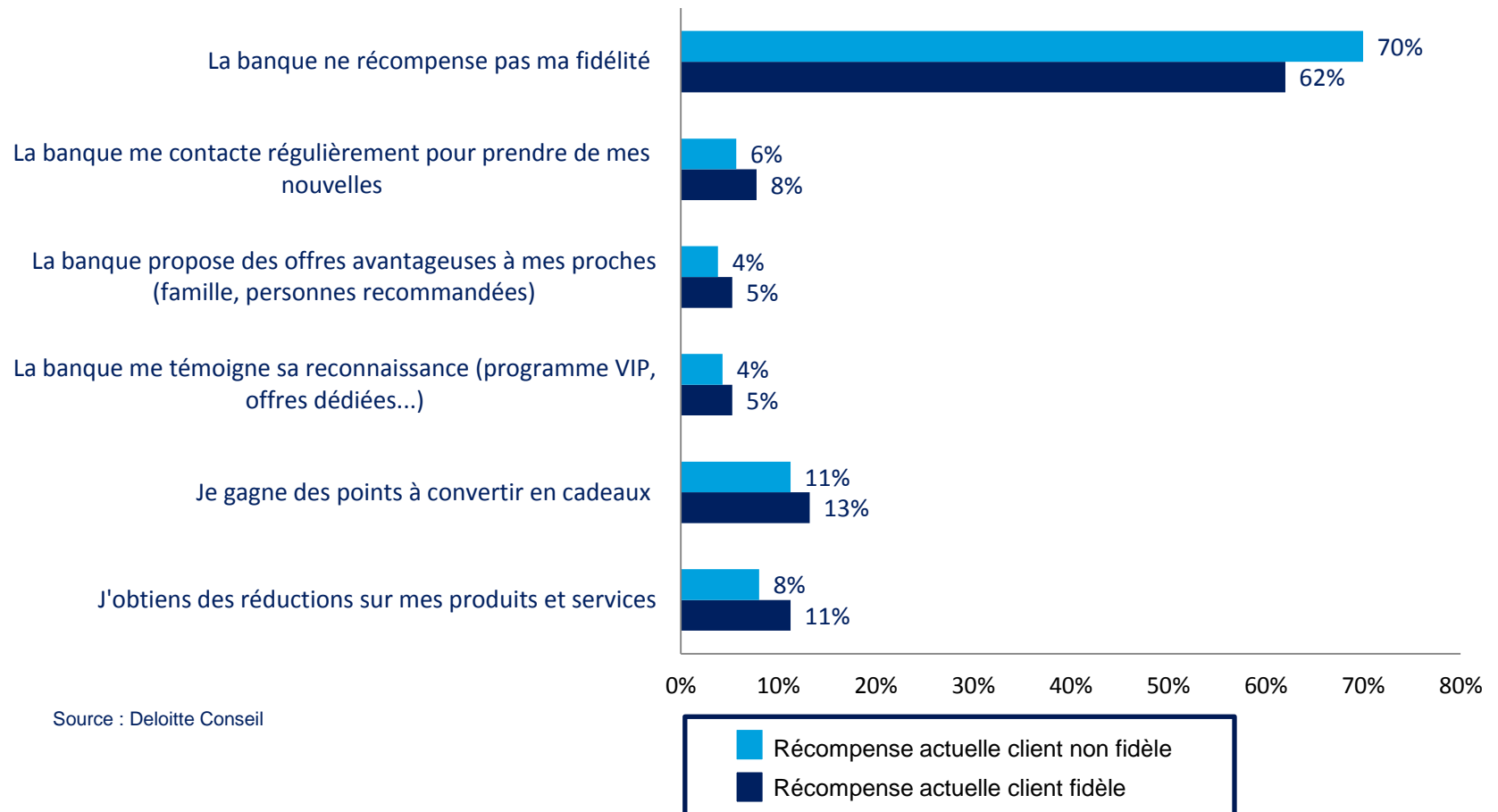
Fidélité : un élément de la relation client qui reste à approfondir

Type de récompense donnée par les banques et souhaitée par les clients



Peu de différence de perception sur la récompense de la fidélité entre les clients considérés fidèles par les banques et les autres

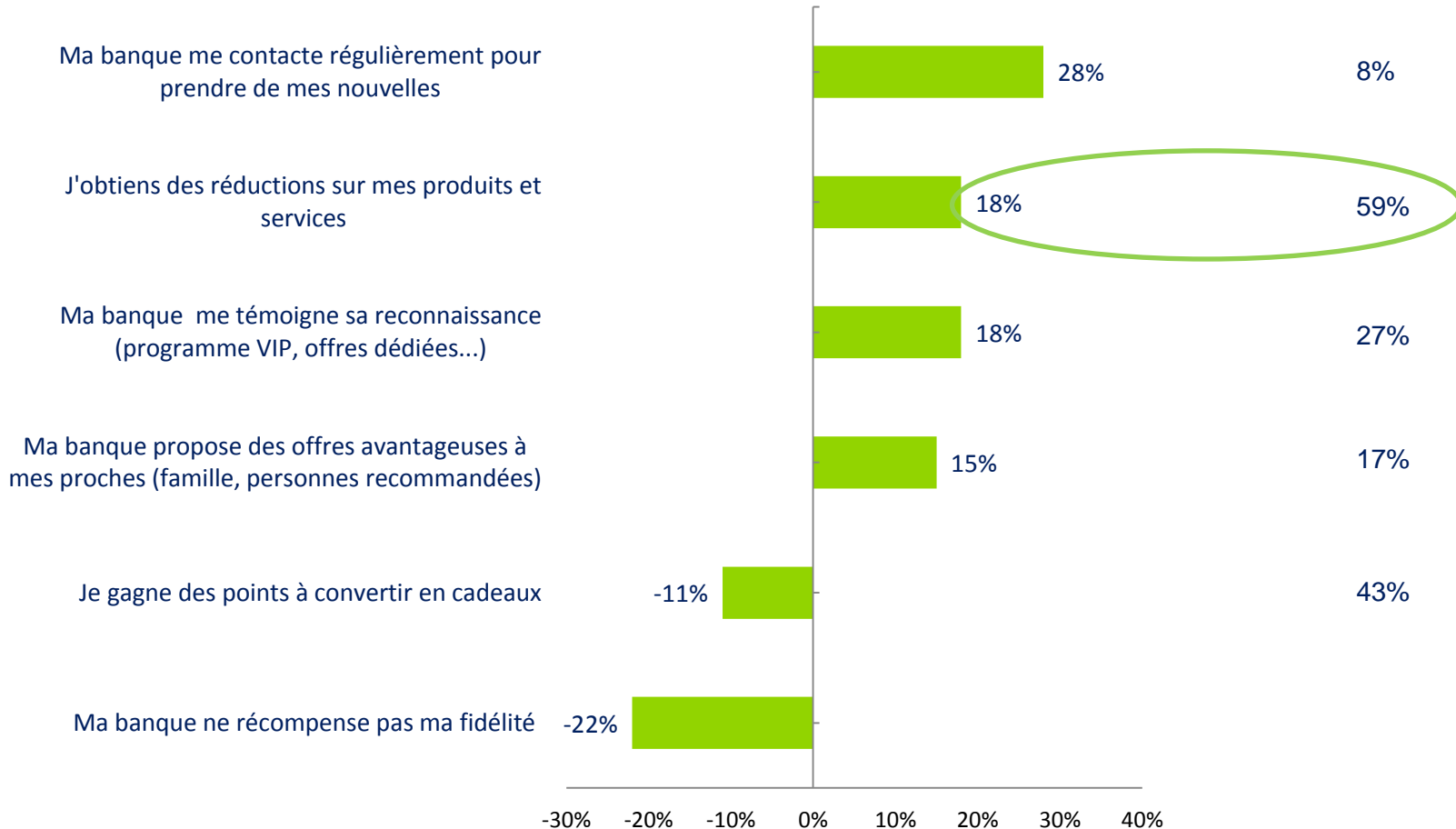
Type de récompense donnée par les banques en fonction de la fidélité



De l'intérêt de bien déterminer sa politique de fidélité...

Taux de recommandation spontanée en fonction du type de récompense actuelle offerte par les banques

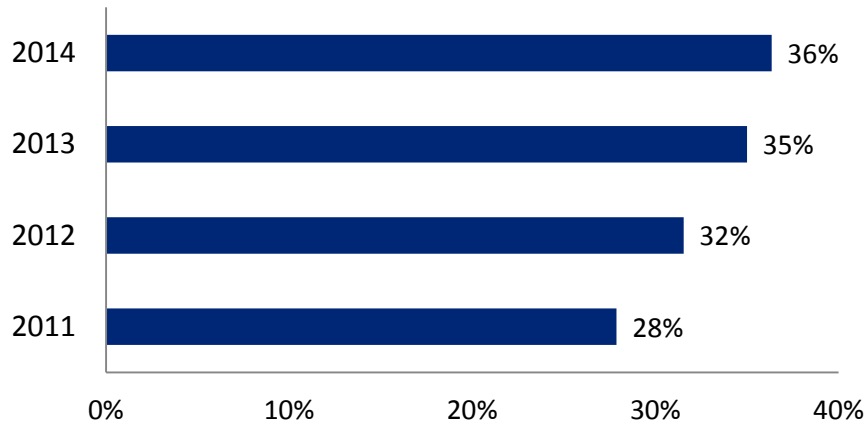
Rappel du volume de répondants par type de récompense souhaitée



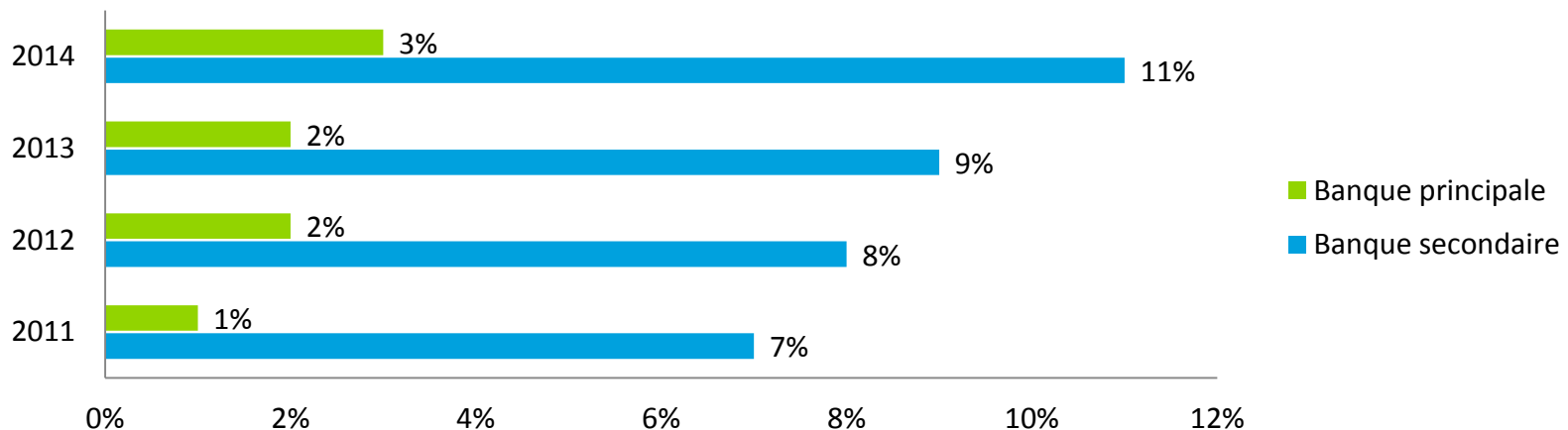
Source : Deloitte Conseil

... pour limiter la multibancarité et notamment vers les banques directes...

Nombre de répondants détenant plusieurs comptes



Banques directes dans le panel de répondants



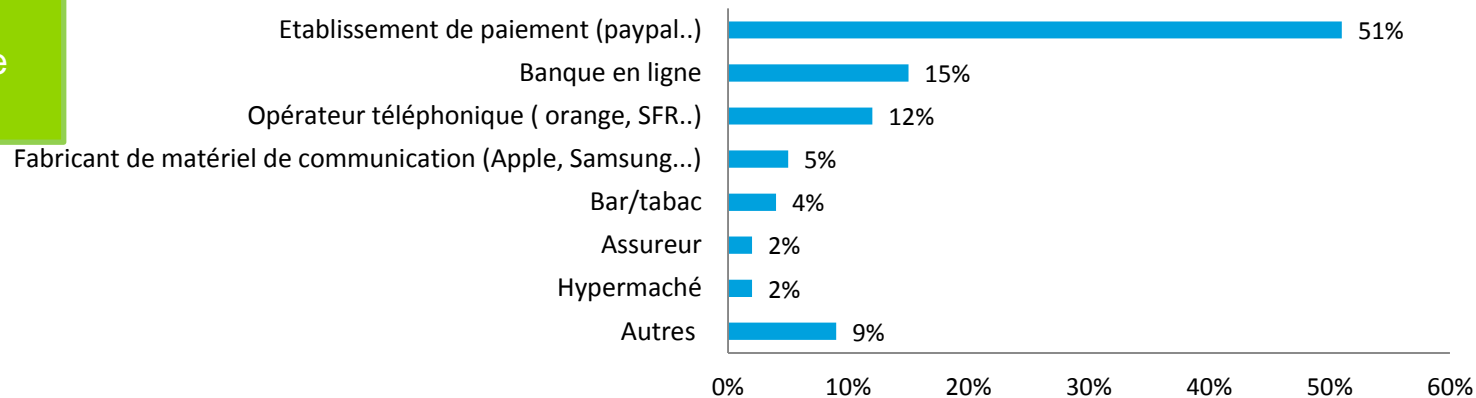
Source : Deloitte Conseil

... et l'irruption de nouveaux acteurs sur le marché

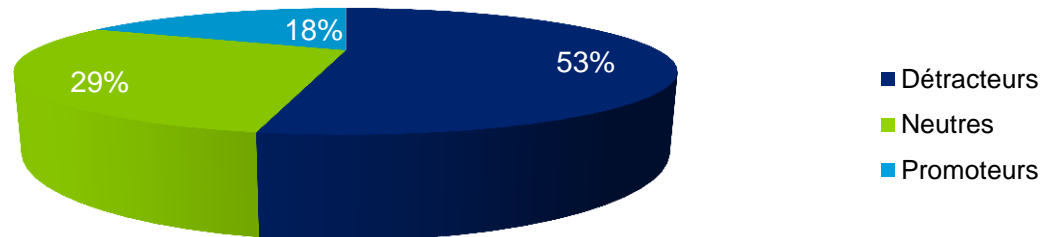
29%

des clients seraient prêts à ouvrir un compte bancaire ailleurs que dans une banque traditionnelle

"Dans quel type d'établissement ou de société autre qu'une banque traditionnelle seriez-vous prêt à ouvrir un compte bancaire?"



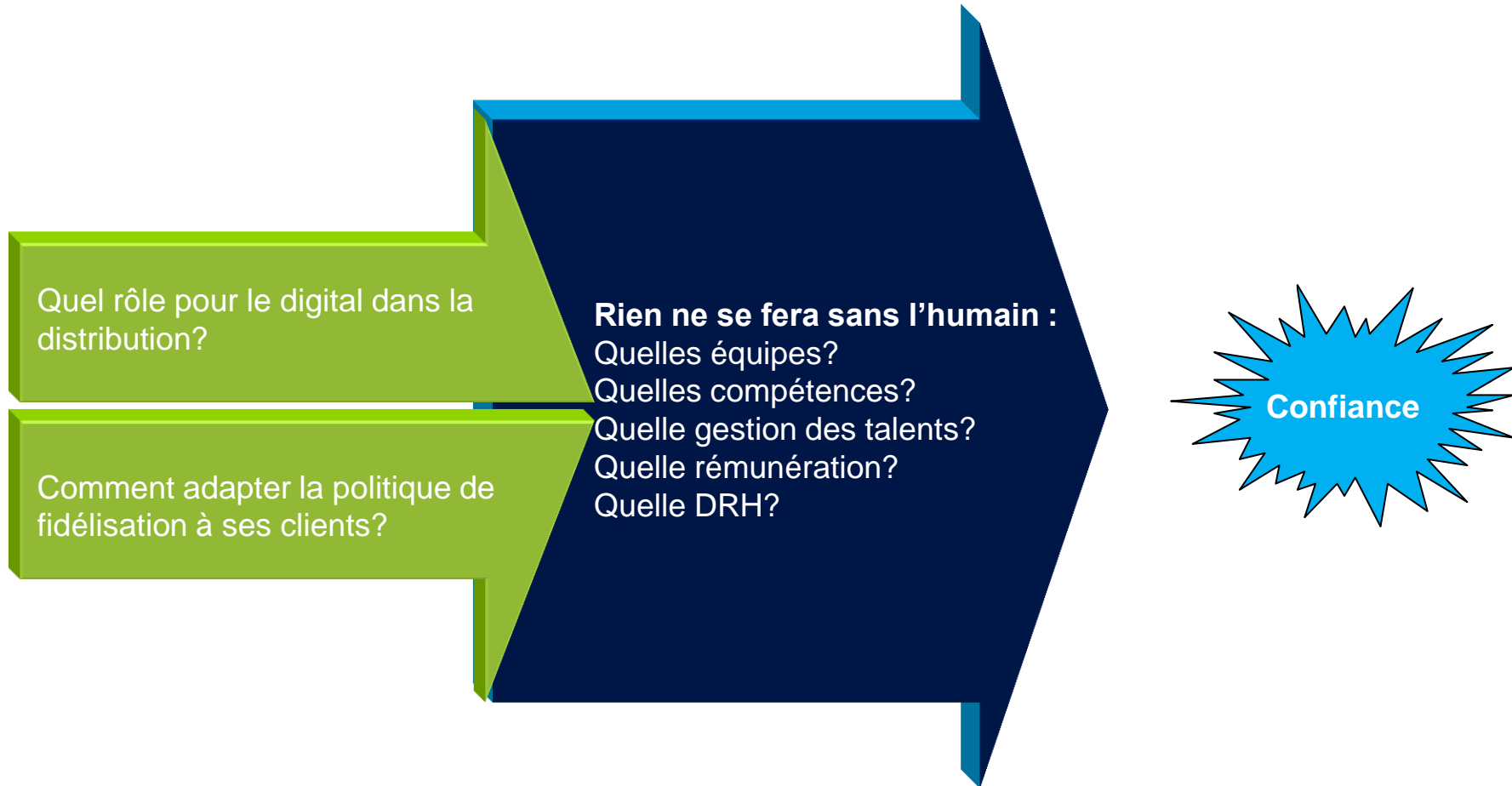
Niveau de recommandation des sondés prêts à ouvrir un compte bancaire ailleurs que dans une banque traditionnelle



Source : Deloitte Conseil

* Base 100 : Moyenne du PNB

Conclusion : regagner la confiance par 3 actions



Contacts presse

Relations presse Deloitte

Sarah Panchbhaya
+ 33 (0)1 55 61 48 65
spanchbhaya@deloitte.fr

Agence Rumeur Publique

Pauline Florentin
+ 33 (0)1 55 74 52 10
pauline@rumeurpublique.fr



Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société de droit anglais (« private company limited by guarantee »), et à son réseau de cabinets membres constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. Pour en savoir plus sur la structure légale de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses cabinets membres, consulter www.deloitte.com/about. En France, Deloitte SA est le cabinet membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, et les services professionnels sont rendus par ses filiales et ses affiliés.

Deloitte fournit des services professionnels dans les domaines de l'audit, de la fiscalité, du consulting et du financial advisory, à ses clients des secteurs public ou privé, de toutes tailles et de toutes activités. Fort d'un réseau de firmes membres dans plus de 150 pays, Deloitte allie des compétences de niveau international à des expertises locales pointues, afin d'accompagner ses clients dans leur développement partout où ils opèrent. Nos 200 000 professionnels sont animés par un objectif commun, faire de Deloitte la référence en matière d'excellence de service.

En France, Deloitte mobilise un ensemble de compétences diversifiées pour répondre aux enjeux de ses clients, de toutes tailles et de tous secteurs – des grandes entreprises multinationales aux microentreprises locales, en passant par les entreprises moyennes. Fort de l'expertise de ses 7 950 collaborateurs et associés, Deloitte en France est un acteur de référence en audit et risk services, consulting, financial advisory, juridique & fiscal et expertise comptable, dans le cadre d'une offre pluridisciplinaire et de principes d'action en phase avec les exigences de notre environnement.