

Relation clients : Banques, assurances, parlez-vous « Y » ?

Etude Génération Y et banque/assurance OpinionWay pour DOCAPOST

DOCAPOST, filiale du groupe La Poste qui accompagne les organisations dans leur transformation numérique et mobile, dévoile aujourd'hui, à l'occasion de son événement relation clients Banque et assurance l'EC Forum, les résultats d'une enquête menée avec OpinionWay. Cette étude exclusive se penche sur l'expérience client des « Y » (20-35 ans), avec leurs banques et assurances. Elle révèle des comportements typiques des *digital natives*, puisqu'ils sont en attente de plus de simplicité, de personnalisation, de transparence...et de digitalisation.

La génération des 20-35 ans est une population à fort enjeu pour les entreprises : ils représentent environ 19% de la population, soit environ 12 millions de clients potentiels¹. Moins nombreux que les « *baby boomers* », les « Y » constituent un marché plus retreint et donc plus disputé. Ils ont également pour particularité d'avoir grandi avec le web et le mobile. Ils ont donc une plus grande aisance avec ces outils que leurs aînés lorsqu'il s'agit de communiquer, se renseigner, d'acheter ou de donner un avis.

UN RAPPORT PARTICULIER A LA BANQUE ET A L'ASSURANCE

Bonne surprise ! Avec plus de 70% des jeunes interrogés se déclarant globalement satisfaits, la perception des services des banques et assurances est plutôt bonne.

Les 20-35 ans entretiennent toutefois un rapport spécifique à leurs banques et assurances. D'une part parce qu'il y a une tendance nette, notamment les CSP+, au multi équipement : 36% des répondants sont clients multi-banques et 22% clients multi-assurances. D'autre part, parce que les « Y » ne sont pas nécessairement fidèles : 44% d'entre eux pourraient changer de banque et 55% d'assurance d'ici à deux ans.

Ces deux tendances pourraient s'expliquer par un panel d'offres jugées indifférenciées : 51% des « Y » affirment que les offres sont similaires d'une banque à une autre et 45% d'une assurance à une autre.

Le bon niveau de satisfaction des jeunes à l'égard de leur expérience client bancassurance est donc à nuancer et ce d'autant plus qu'ils font appel à des services relativement simples à ce moment de leur vie. Le score obtenu laisse donc une marge d'amélioration significative.

¹ Insee, estimation de la population française au 1^{er} janvier 2016, résultats provisoires arrêtés fin 2015.

La relation clients est un facteur clé pour augmenter le niveau de satisfaction et pourrait reposer sur des services visant plus de simplicité, plus de personnalisation et plus d'accompagnement.

3 CONSEILS POUR REpondre AUX ATTENTES DES 20-35 ans.

La simplification et l'humanisation de la relation clients avec leurs banques et assurances sont deux attentes fortes exprimées par la génération « Y » qui traduisent l'objectif d'accéder à l'autonomie de décision et d'action.

Pour y répondre, les résultats de l'étude permettent d'extraire 3 conseils à prendre en compte pour une relation clients réussie avec les « Y » :

1. Simplifier les démarches en utilisant les données

Les 20-35 ans ont exprimé des attentes quant à la simplification des démarches (59% des répondants). Pour 58% des répondants, la première d'entre elles est l'utilisation des données de leur dossier client pour automatiser les démarches et formalités.

2. Mêler le meilleur des mondes physique et digital

Mais ce désir de simplification et donc d'autonomie ne doit pas masquer une demande aussi haute en terme d'accompagnement humain. Au contraire, les jeunes plébiscitent la combinaison des deux : ¾ des 20-35 ans veulent pouvoir réaliser toutes les opérations de manière dématérialisée tout en étant 82% à vouloir compter sur un conseiller en chair et en os.

3. Personnaliser la relation

Des progrès sont encore à faire en termes d'adaptation à la cible « jeunes ». Seuls 53% des 20-35 ans affirment que les banques et les assurances comprennent bien les attentes des personnes de leur âge.

Pour se sentir plus écoutés, les 20-35 ans sont en attente de personnalisation. Ainsi, les 3 services les plus cités sont : le signalement d'opportunités en fonction de sa situation professionnelle (64%), des propositions basées sur ses achats (52%) et du conseil/coaching pour piloter son budget par mail, SMS ou Apps (47%).

En outre, cette génération « Y » n'est pas réticente à partager ses informations personnelles (69%), notamment via les objets connectés, avec ses banques ou assurances afin de bénéficier de services plus adaptés à ses besoins (tels que le *pay as you drive*, par exemple).

La réponse à leurs principales attentes passe ainsi par le digital. D'ailleurs, les ¾ des 25-30 ans affirment que les banques et assurances peuvent mieux anticiper leurs besoins grâce à la technologie.

S'INSPIRER DES GAME CHANGERS DIGITAUX POUR ALLER PLUS LOIN

Les leaders du digital ont changé la donne en matière de relation clients. De véritables modèles pour améliorer l'expérience client dans le secteur de la bancassurance.

Amazon est la marque dont les banques et assurances devraient le plus s'inspirer selon 32% des répondants, elle est suivie par Apple (29%) et Free (24%).

Plus que des modèles, les géants du numérique pourraient même séduire en tant qu'acteurs de la banque et de l'assurance ! Ceux-ci sont plébiscités pour leur simplicité d'usage (Google) et la pertinence de l'interaction (Facebook).

Ces résultats prouvent l'urgence de se transformer pour les acteurs traditionnels du secteur.

Méthodologie :

- Etude quantitative réalisée auprès d'un échantillon de 1001 Français appartenant à la génération Y, c'est-à-dire âgés de 20 à 35 ans.
- L'échantillon a été redressé pour être représentatif de la population française âgée de 20 à 35 ans en termes de sexe, âge, CSP et région de résidence.
- Mode d'interrogation : l'échantillon a été interrogé en ligne sur un système CAWI.
- Dates de terrain : les interviews ont été réalisées du 3 au 16 mars 2017.
- Toute publication totale ou partielle doit impérativement :
 - Rappeler la méthodologie : « étude quantitative réalisée en ligne auprès d'un échantillon de 1001 individus âgés de 20 à 35 ans, entre le 3 et le 16 mars 2017 ».
 - Faire figurer la mention complète : « étude Génération Y et banque/assurance – OpinionWay pour Docapost »
- OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

###

À propos de DOCAPOST

Filiale du Groupe La Poste, DOCAPOST accompagne les entreprises dans leur transformation numérique et mobile. Alliant plateformes collaboratives, expertise métier, capacités numériques et industrielles, DOCAPOST permet aux entreprises et administrations d'optimiser et digitaliser leurs processus métier et parcours de relation clients, employés, fournisseurs et citoyens. DOCAPOST propose des solutions sur mesure ou clés en main allant du conseil à la co-crédation d'offres innovantes à l'opération de services et solutions métiers et sectorielles. DOCAPOST regroupe près de 5 000 collaborateurs répartis sur 60 sites en France et a réalisé environ 455 M€ de chiffre d'affaires en 2016. DOCAPOST est également présente dans de nombreux pays – Etats-Unis, Angleterre, Espagne, Mexique... et propose ainsi, à ses clients, des solutions transfrontalières. L'offre de DOCAPOST est auditée et labellisée par des organismes indépendants pour en garantir la totale fiabilité.

Plus d'informations sur DOCAPOST :

<http://www.docapost.com/>

CONTACTS PRESSE**LE PUBLIC SYSTÈME PR pour DOCAPOST**

Charlotte Barotin: cbarotin@lepublicsysteme.fr / +33(0) 1 41 34 20 97

Marjorie Lescure : mlescure@lepublicsysteme.fr / +33 (0) 1 41 34 18 49

Raphaël Soudan : rsoudan@lepublicsysteme.fr / +33 (0)1 58 65 00 73