

A white robotic hand is shown in the process of moving a black chess piece on a wooden chessboard. The hand is positioned on the left, and the piece is being lifted from its square. In the background, two white chess pieces are visible on the board.

EXPÉRIENCE CLIENTS BANQUE ET ASSURANCE

Ce qu'attend vraiment la génération Y,
et quelles réponses apporter.

KEYNOTE

**RÉINVENTER L'EXPÉRIENCE CLIENTS BANQUE ET ASSURANCE,
À L'ÉCOUTE DE LA GÉNÉRATION Y
(BAROMÈTRE EXCLUSIF DOCAPOST / OPINIONWAY)**



Emmanuel KAHN

Directeur d'Etudes
OpinionWay
@opinionway



Réinventer l'expérience clients en banque et assurance

A l'écoute de la génération Y

13 juin 2017

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



ESOMAR¹⁶
|corporate

DOCAPOST





La génération Y (20-35 ans)

- Une génération qui a fait couler beaucoup d'encre, avec des spécificités tantôt sous-estimées, tantôt surestimées .
- Mais une expérience générationnelle qui a façonné leur réalité et qui peut avoir des implications sur leur rapport à la consommation
- Qu'en est il concrètement dans les secteurs de la banque et de l'assurance?

Une enquête auprès des jeunes français de 20 à 35 ans pour leur donner la parole



Méthodologie



▶ Étude 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 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
- ▶ Faire figurer la mention complète suivante « Étude OpinionWay pour Docapost – Réinventer l'expérience clients en banque et assurance »



▶ OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

A l'écoute de la génération Y

01

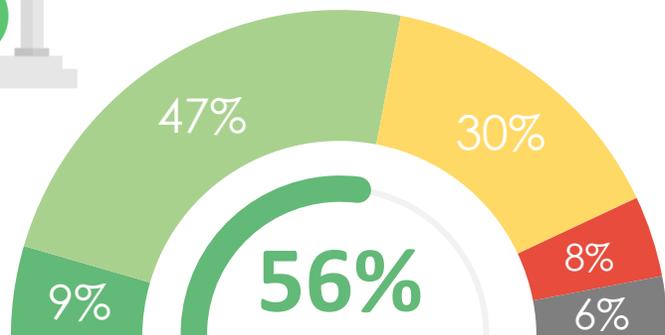


**Une perception d'ensemble correcte
bien que perfectible ...**



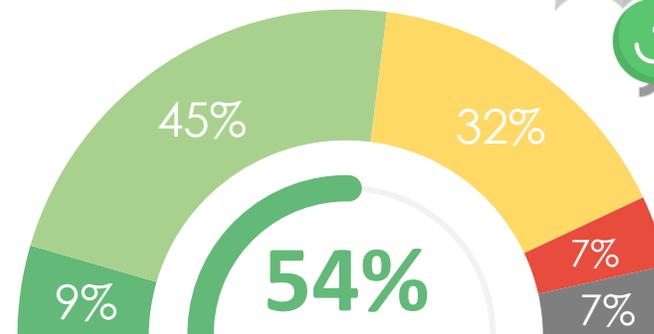
Une image des secteurs bancaires et assuranciers correcte...

IM1. Dans l'ensemble, quelle image avez-vous des banques /assurances ?



ONT UNE BONNE IMAGE DES BANQUES

- Très bonne image
- Assez bonne image
- Assez mauvaise image
- Très mauvaise image
- Ne sait pas



ONT UNE BONNE IMAGE DES COMPAGNIES D'ASSURANCE

... malgré un scepticisme sur la transparence

A votre avis, les banques **le font mal**

les assurances **le font mal**



Faire preuve de transparence, notamment concernant les réserves et les limites de leurs offres



Faire passer **les intérêts de leurs clients avant les leurs**





Une expérience clients jugée satisfaisante, même si des améliorations sont possibles

D1. Sur une échelle de 1 à 10, dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de votre expérience en tant que client(e) de votre Banque / Assurance principale pour votre/vos produit(s) bancaire(s) ?

Filtre : aux clients d'au moins une banque / assurance (992/952)



*Base : 992 clients d'au moins
une banque*



*Base : 952 clients d'au moins
une compagnie d'assurance*

A l'écoute de la génération Y

02



**... qui ne garantit pas pour autant la
fidélité**

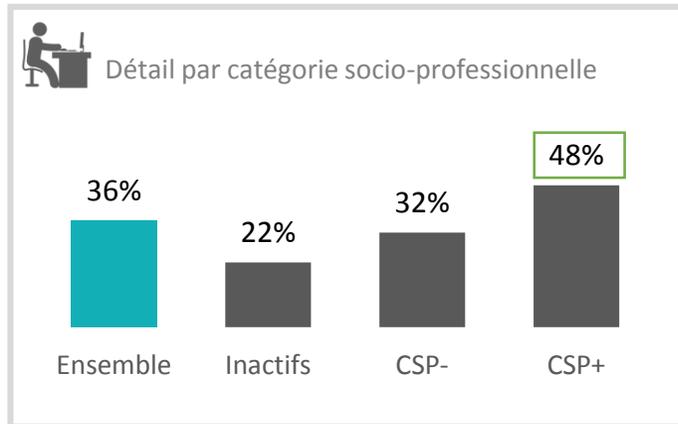


Une génération Y multi-équipée, surtout les CSP+



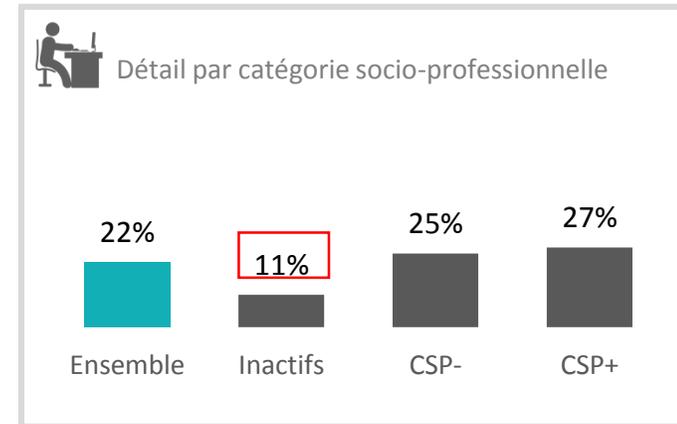
36%

Clients multi-banques



22%

Clients multi-assurances

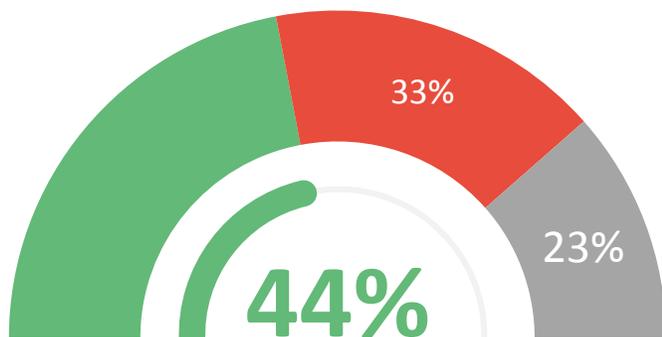




Une génération qui envisage aisément de changer de « prestataire »

D2. Pourriez-vous envisager de devenir client(e) d'une autre banque que votre banque principale dans les 2 ans à venir ?

Filtre : aux clients d'au moins une banque (992)

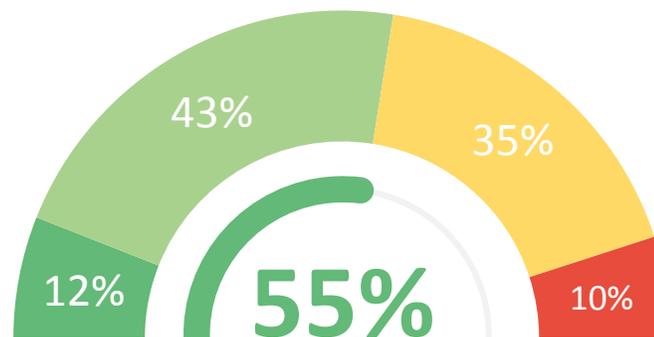


POURRAIENT CHOISIR UNE NOUVELLE BANQUE D'ICI DEUX ANS

- Oui
- Non
- Ne sait pas

D4. Pourriez-vous envisager de quitter votre compagnie d'assurance principale pour une autre compagnie d'assurance ?

Filtre : aux clients d'au moins une compagnie d'assurance (952)



POURRAIENT CHANGER DE COMPAGNIE D'ASSURANCE

- Oui, certainement
- Oui, probablement
- Non, probablement pas
- Non, certainement pas
- Ne sait pas

A l'écoute de la génération Y



**Dans ce contexte,
comment optimiser l'expérience
clients pour la génération Y ?**

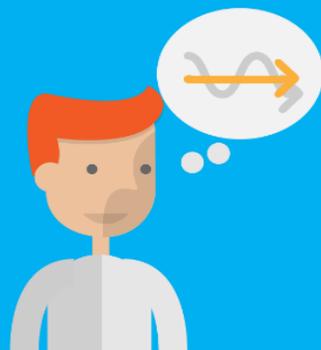


POURQUOI optimiser l'expérience clients de la génération Y ?



COMMENT optimiser l'expérience clients de la génération Y ?

SIMPLIFICATION



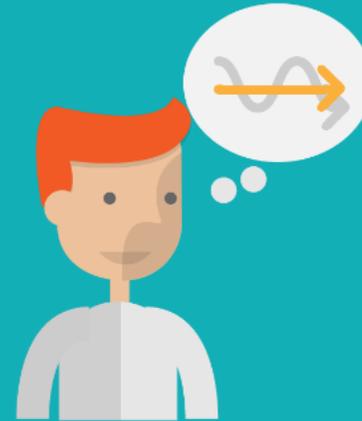
AUTONOMISATION



PERSONNALISATION



Comment optimiser l'expérience clients pour la génération Y ?



01



La simplification pour fluidifier le parcours client



Une simplicité qui n'est pas défailante, mais qui doit être optimisée aux yeux de la génération Y



Simplifier les démarches et faire gagner du temps



Les banques
le font bien



Les assurances
le font bien



« [La relation idéale] serait simplifiée, fluide, on répondrait plus rapidement. »

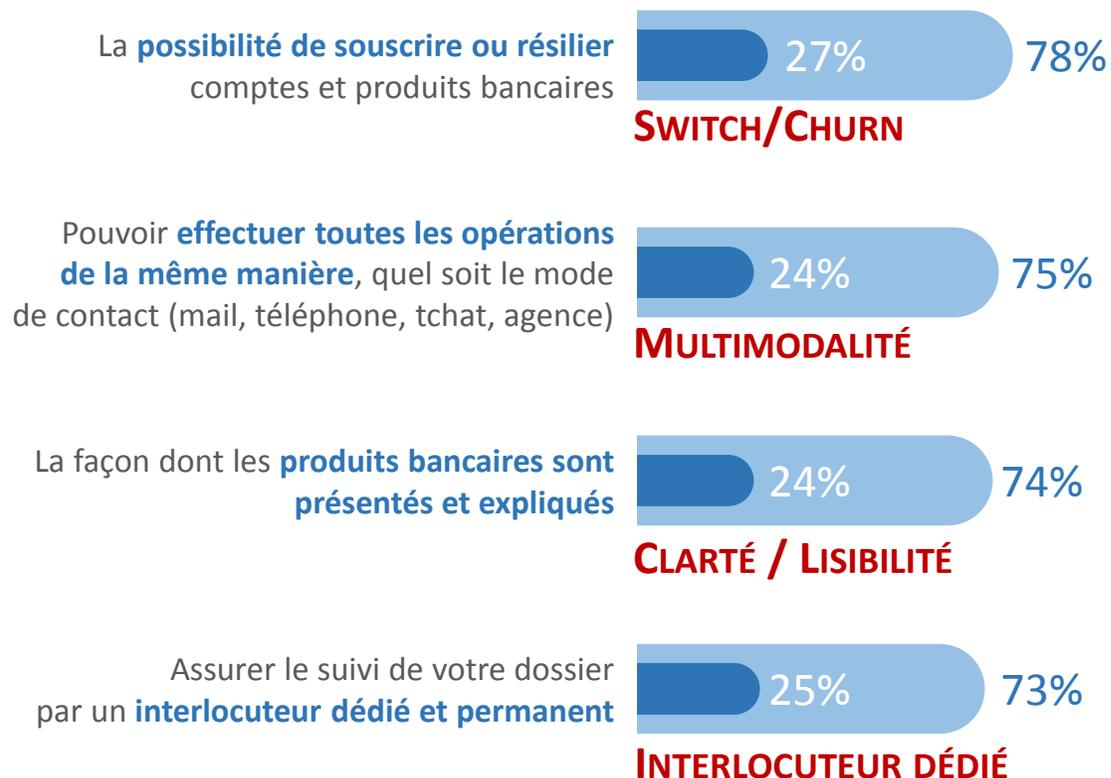


Avec des attentes fortes sur différents aspects de l'expérience clients



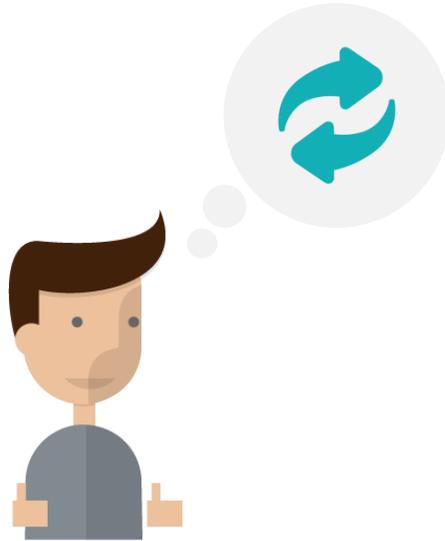
D8. À votre avis, qu'est-ce que les banques devraient absolument simplifier pour améliorer l'expérience de leurs clients ?

■ En 1er ■ Au total (3 choix possibles)

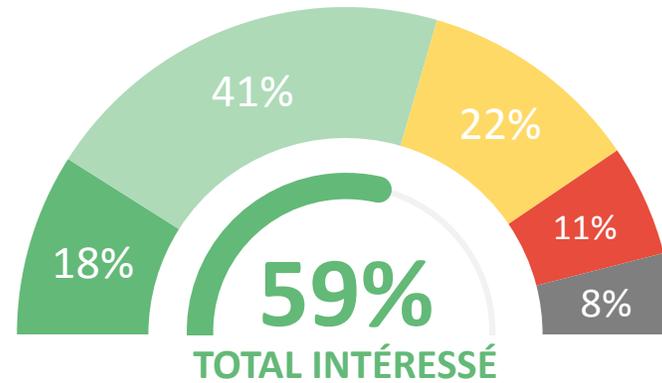




Et un intérêt fort pour la synchronisation



Intérêt pour des outils pour
synchroniser tous vos comptes bancaires
et les gérer au quotidien



■ Très intéressé ■ Assez intéressé ■ Peu intéressé ■ Pas du tout intéressé ■ Ne sait pas

Comment optimiser l'expérience clients
pour la génération Y ?



02



L'autonomisation par la synergie de
l'humain et du digital



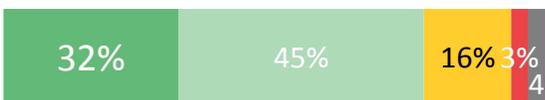
L'autonomie provient du digital pour la génération Y...



H1. Dans votre relation à votre banque ou votre assureur, à quel point les éléments suivants sont-ils importants pour vous :

Important

Pouvoir effectuer vous-même des démarches complexes en ligne ou via une application



77%

■ Très important ■ Assez important ■ Peu important ■ Pas important du tout ■ Ne sait pas

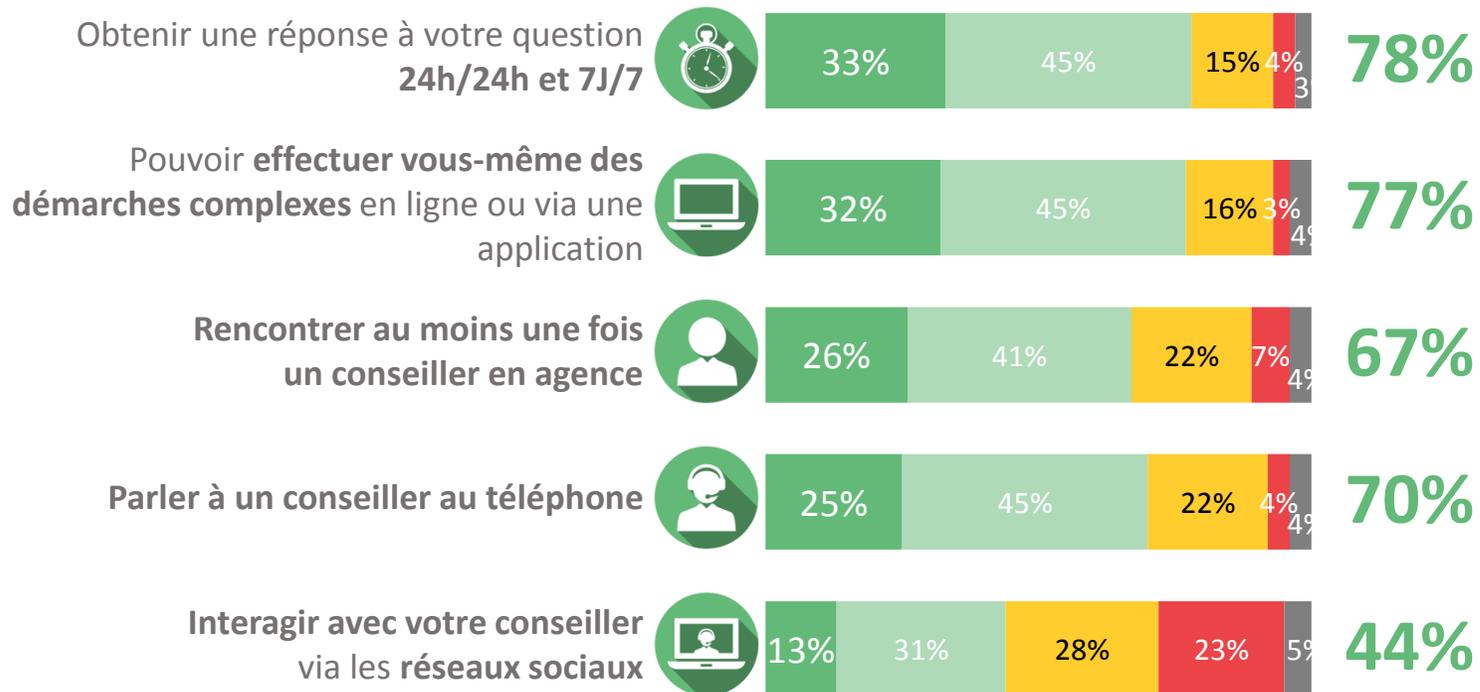


L'autonomie provient du digital pour la génération Y mais surtout de la démultiplication des canaux



H1. Dans votre relation à votre banque ou votre assureur, à quel point les éléments suivants sont-ils importants pour vous :

Important



« Contacts réguliers ou lorsqu'il y a besoin par mail ou téléphone, un rdv annuel pour garder le contact avec le conseiller. »

« Pouvoir contacter par n'importe quel biais et quand on veut. »

« Horaires d'ouverture mieux adaptés et un conseiller en ligne même le week-end. »

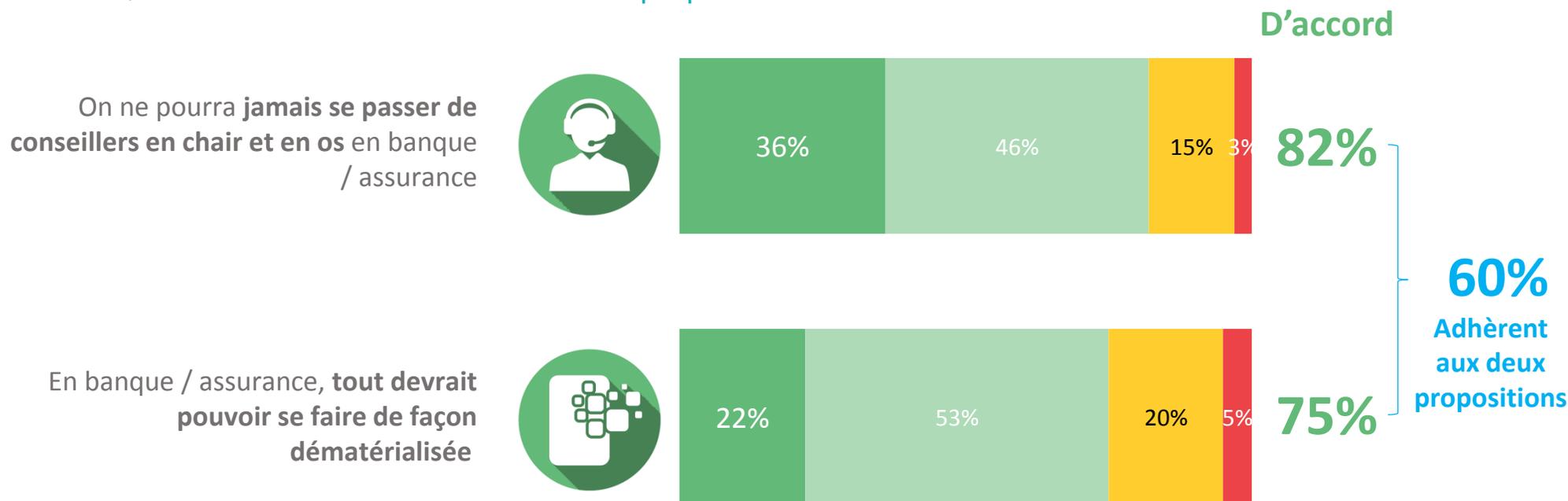
■ Très important ■ Assez important ■ Peu important ■ Pas important du tout ■ Ne sait pas



Plus que de choisir entre le digital et l'humain, il faut les combiner



H2. Quel est votre niveau d'accord avec les propositions suivantes ?



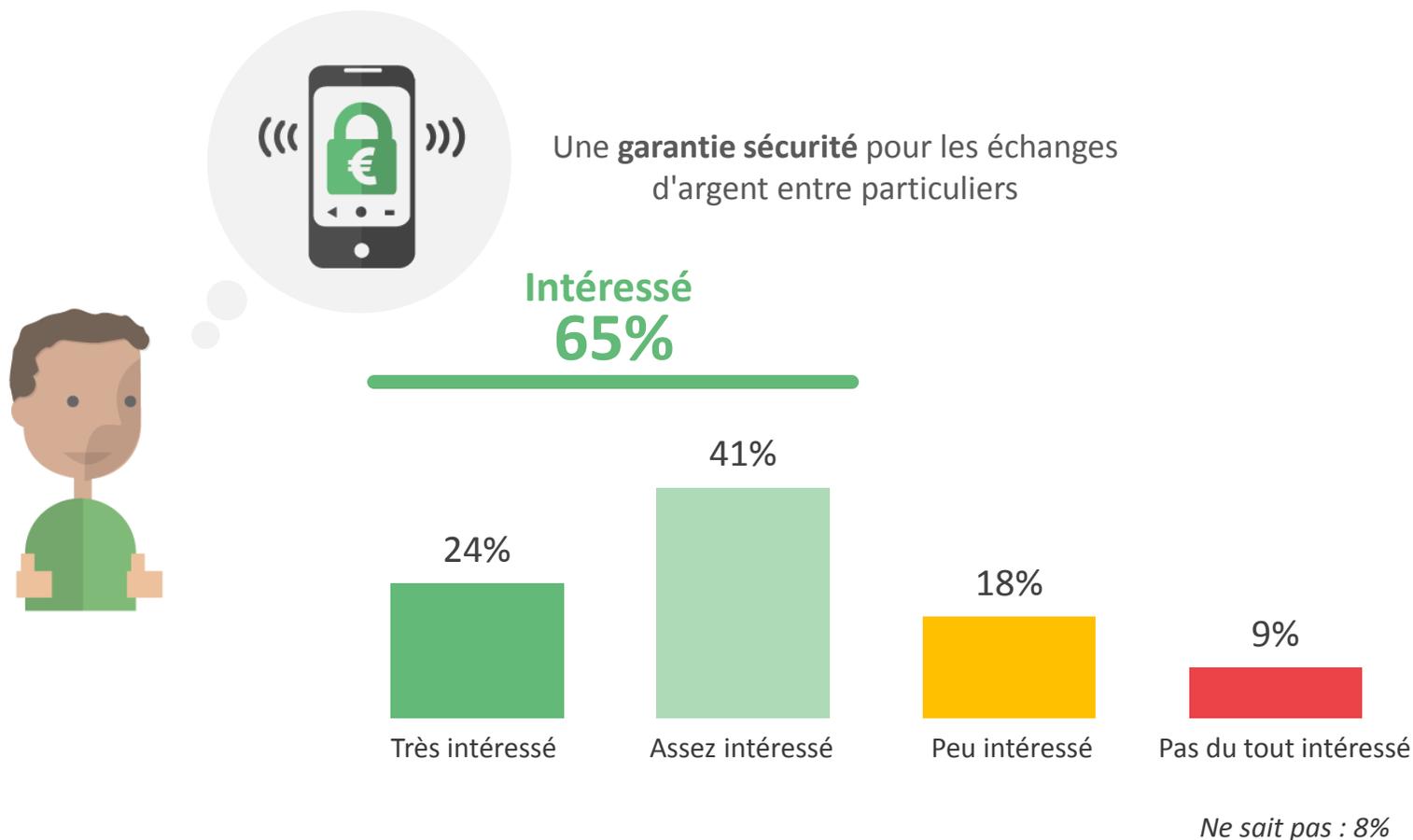
■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas d'accord du tout



Une autonomie qui peut aussi être favorisée en sécurisant les échanges CtoC



A3. En matière de personnalisation de services, à quel point seriez-vous intéressé(e) par les propositions ci-dessous ?



03



Comment optimiser l'expérience client pour la génération Y ?



La personnalisation par l'écoute client et le recours aux données personnelles



Les jeunes de la génération Y souhaitent une meilleure écoute des besoins clients



Les banques...



Les compagnies d'assurance...

... sont à l'écoute de leurs clients





Et seul 1 sur 2 considère que les banques et assurances comprennent les jeunes



Les banques...

...comprennent bien les attentes des personnes de votre âge

53%



Les compagnies d'assurance...

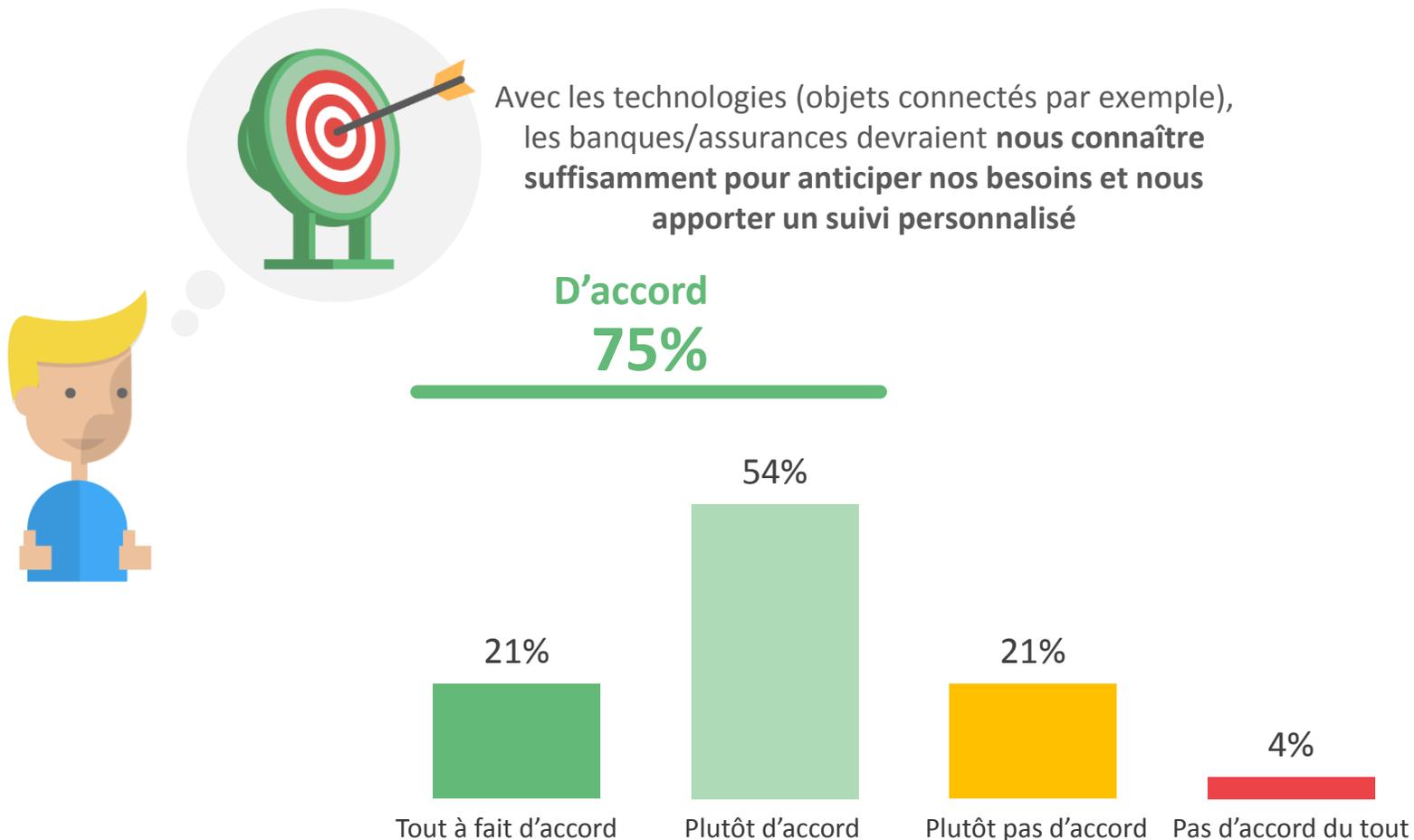
...comprennent bien les attentes des personnes de votre âge

53%

... une condition pour adapter les offres à leur réalité



Alors même qu'ils considèrent que la technologie devrait permettre d'anticiper leurs besoins





D'autant que les jeunes ne sont pas réticents à partager leurs informations personnelles avec leur banque ou leur assureur

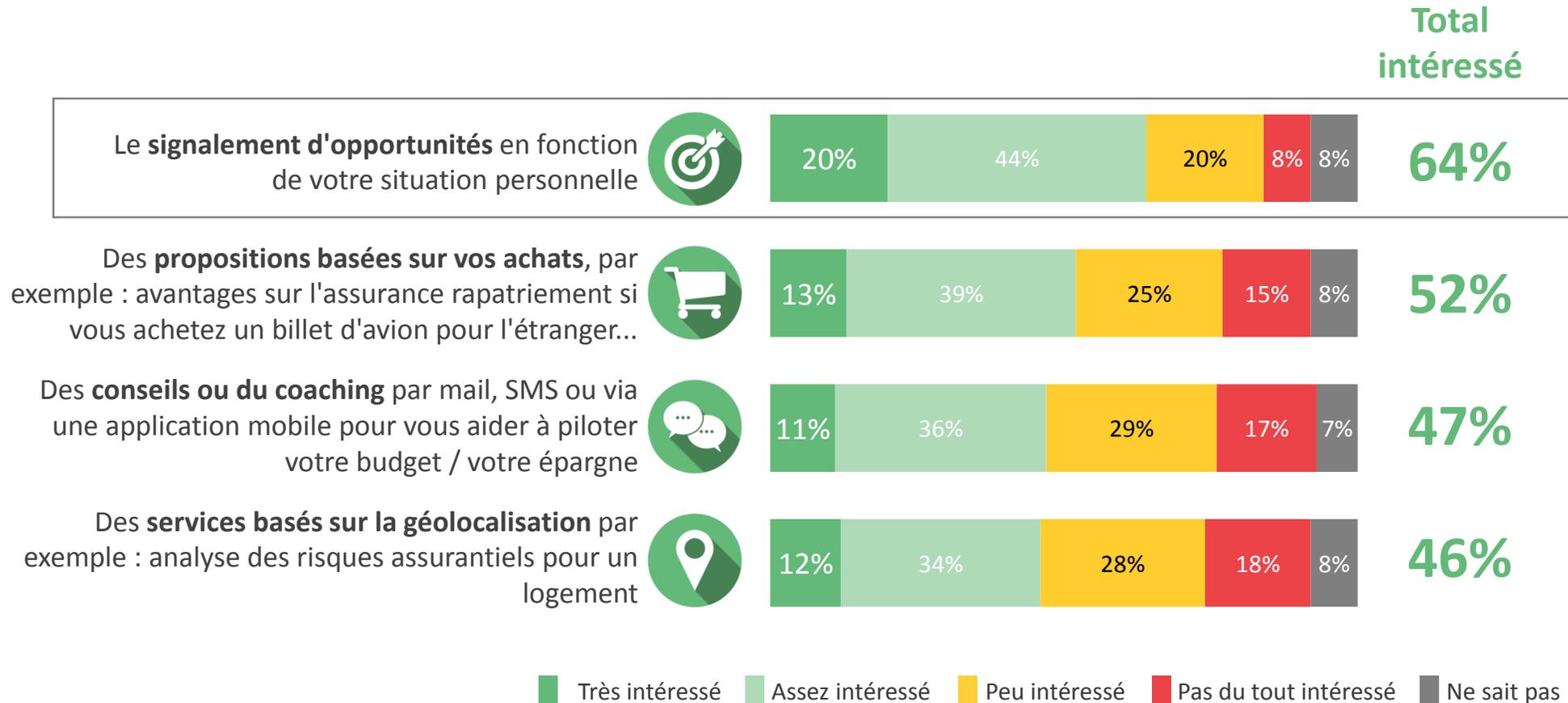




Du moment que cela leur permet de bénéficier de services adaptées/personnalisées



A3. En matière de personnalisation de services, à quel point seriez-vous intéressé(e) par les propositions ci-dessous ?



Comment optimiser l'expérience
clients pour la génération Y ?



En s'inspirant des
« game changers »



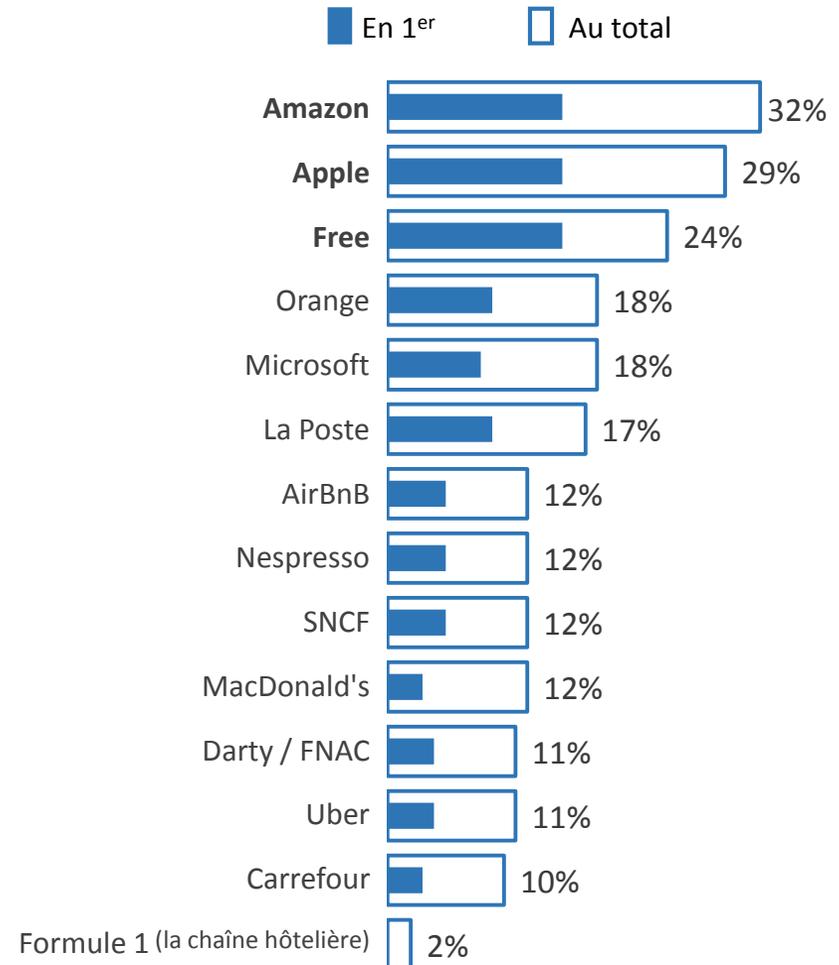
La génération Y suggère de s'inspirer des « game changers » d'hier, devenus leaders sur leurs marchés



A1. Selon vous, de quels acteurs parmi les suivants les banques ou les assureurs devraient-ils s'inspirer pour améliorer l'expérience de leurs clients ? En premier ? Et ensuite ?

Base : Résultats recalculés en excluant les NSP (Ne sait pas)

Les TOP3 des acteurs dont les banques/assureurs devraient s'inspirer

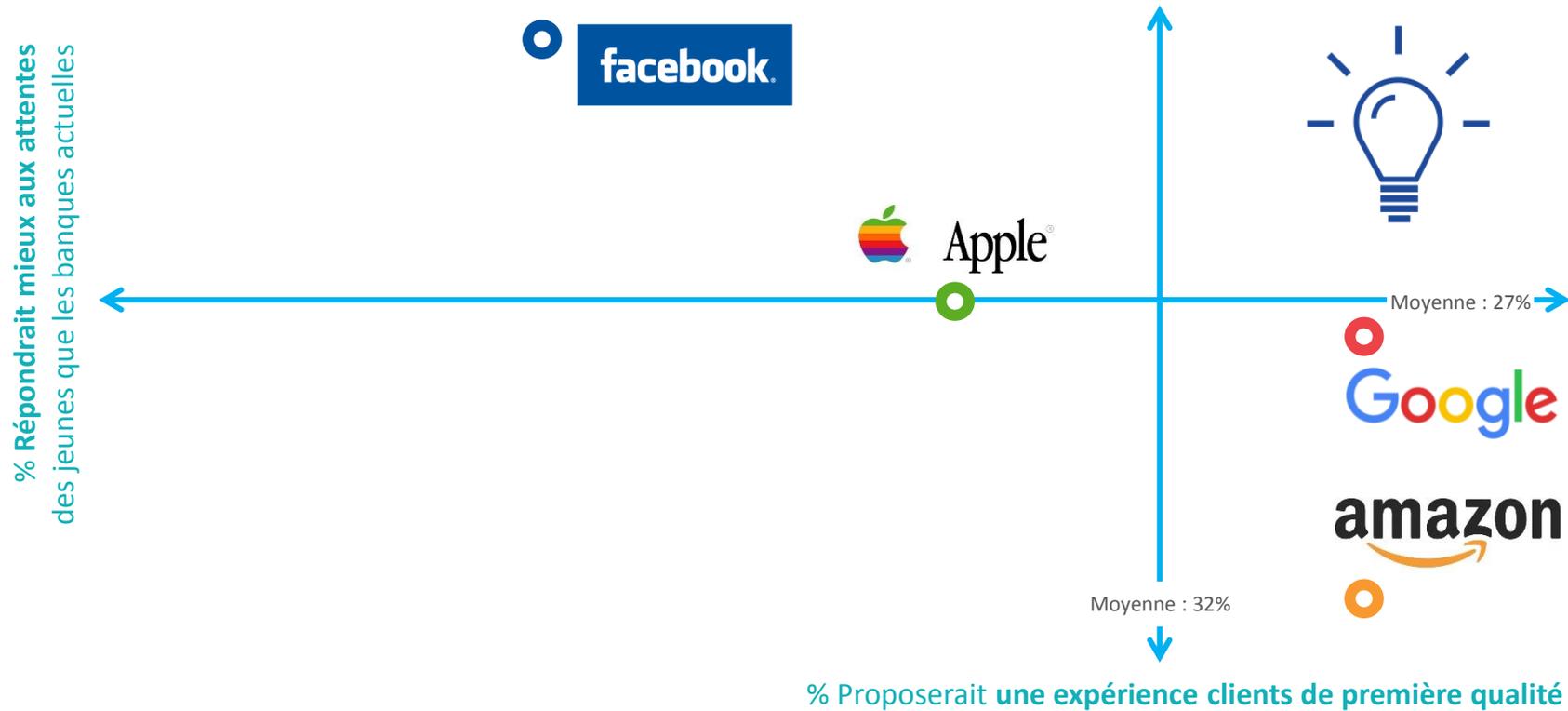




En cherchant à combiner excellence de l'expérience clients et pertinence pour les jeunes



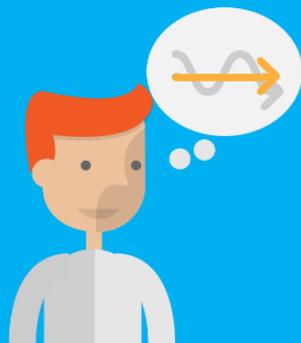
IM4. Comment verriez-vous les 4 acteurs ci-dessous s'ils se lançaient demain dans la banque ?





Pour combiner excellence clients et pertinence pour les jeunes, 3 axes de travail ont été identifiés

La **SIMPLIFICATION**
pour fluidifier le parcours client



L'**AUTONOMISATION**
par la synergie humain / digital



La **PERSONNALISATION**
par l'écoute client et le recours
aux données personnelles

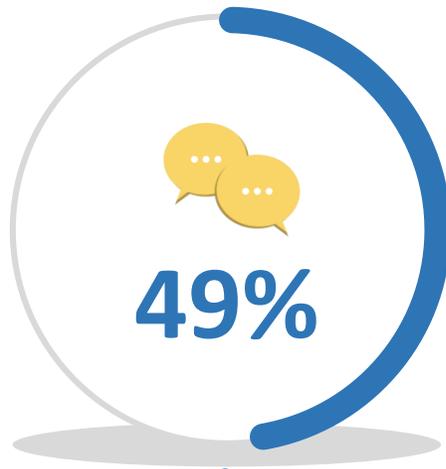




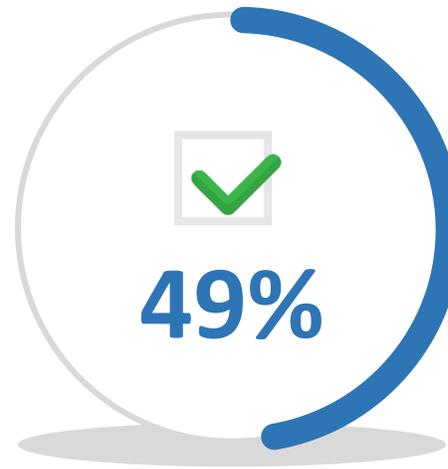
Une génération d'autant plus importante à adresser que celle-ci a la voix qui porte



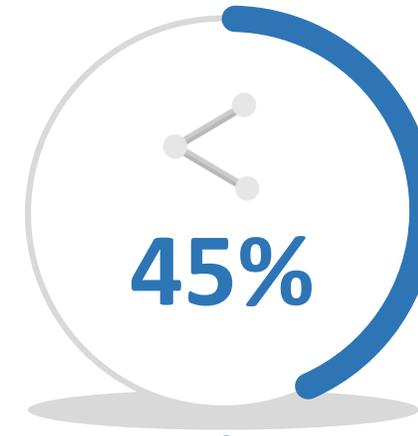
Ont déjà **posté des commentaires** online sur un produit/un service afin de partager leur expérience avec d'autres consommateurs



Ont déjà **recommandé une marque ou dissuadé** d'autres consommateurs d'y avoir recours via le web



Ont déjà **interagi avec une marque** en postant des commentaires sur les médias sociaux (Facebook, Twitter...)



Au moins 1 pratique : **65%**



“opinionway

15 place de la République 75003 Paris

« Notre mission est de permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur, pour mieux décider aujourd’hui, agir demain et imaginer après-demain. »

contact@docapost.fr

[Notre blog Relation Clients](#)

[LinkedIn groupe EC Forum](#)

Suivre DOCAPOST

