L'EXPÉRIENCE COLLABORATEUR AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

1 COMMENT LE DÉCALAGE DE DISCOURS INTERNE/EXTERNE PEUT INFLUER SUR LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE ?

CÔTÉ CLIENTS

LES FRANÇAIS SONT ATTACHÉS À LEUR BANQUE (**88%** EN ONT UNE BONNE IMAGE) MAIS **ILS ATTENDENT DÉSORMAIS DAVANTAGE DE LEUR CONSEILLER**

40% des clients pourraient changer d'établissement bancaire pour des **services plus personnalisés.**

62% des clients attendent de leurs banques **une adaptation** du service selon leur profil.

72% souhaiteraient interagir avec **un conseiller unique, généraliste** et **au fait de leur profil et historique personnel.**

61% des français **pensent à leurs banques** dès qu'ils ont un besoin mais ils jugent également **leur expérience client dégradée.**

30% **estiment que le numérique fragilise leur relation avec leur banque.**

Sources : Deloitte - Worldline - Contentstack - Harris Interactive Onepoint - FBF

L'EXPÉRIENCE COLLABORATEUR AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

1 COMMENT LE DÉCALAGE DE DISCOURS INTERNE/EXTERNE PEUT INFLUER SUR LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE ?

CÔTÉ BANQUES

DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

- Recrutement ;
- Fidélisation des conseillers ;
- Motivation en baisse ;
- Un constat : **30 % des salariés** rejoignant le secteur bancaire démissionnent au bout de deux ans. Et **60 % ne sont plus là** au bout de cinq ans. *(Le Figaro – 2022).*

UN PRINCIPE DE DISSONANCE COGNITIVE

qui amène **une perte de repères et un manque d'alignement** du côté des collaborateurs.

Avec, à terme, le risque que les clients soient de plus en plus nombreux à sentir un désengagement des collaborateurs

1

2

3

CAUSES

- Injonctions contradictoires ;
- Fermeture d'agences ;
- Autonomisation accrue de la clientèle ;
- Émergence de nouveaux acteurs ;
- Transformations sociales, sociétales et environnementales ;
- Hausse de conflits sociaux ;
- Transformation numérique et durcissement de la réglementation financière ;
- Pression commerciale.

RÉINVENTER L'EXPÉRIENCE CLIENTS AU SERVICE D'UNE EXPÉRIENCE CLIENTS DE QUALITÉ

Du recrutement au maintien ou à la transformation des compétences en passant par la qualité de vie au travail, il est nécessaire de repenser l'accompagnement des collaborateurs, de prendre en considération leurs attentes et de les corréler avec les besoins des clients pour recréer un écosystème relationnel de qualité, dans la perspective d'une performance durable.

Pour rappel :

- Une entreprise dont les salariés sont épanouis est **43% plus productive** que la moyenne.
- De plus, ses employés sont en moyenne
  86% plus créatifs et déploient
  65% plus d'énergie dans leur travail.

L'EXPÉRIENCE COLLABORATEUR AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

2 COMMENT RECRÉER DU LIEN ?

La perte de perspectives et le durcissement des conditions bancaires risquent de renforcer les difficultés des équipes, parfois déjà en doute et qui ne sont pas préparées à affronter le choc.

Comment l'experience collaborateur va devoir **être repensée, renouvelée, en intégrant l'évolution** de leurs attentes mais également celle des clients.

RÉINVENTER LA RELATION EN INTERNE POUR RÉINVENTER L'EXPÉRIENCE CLIENT

Travailler son relationnel, sa communication, son écoute.

INTÉGRER LES COLLABORATEURS DANS LE PROJET D'ENTREPRISE

Adhérer au projet de la Banque, être apte à le raconter, avoir envie de participer à l'innovation.

LA FORMATION : CLÉ DE L'ENGAGEMENT COLLABORATEUR

Prendre en charge le développement professionnel et le bien-être au travail pour favoriser l'engagement des collaborateurs.

ACCOMPAGNER LES MANAGERS

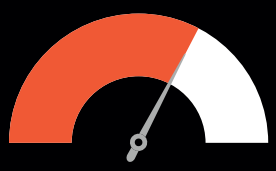
Travailler sur les actes managériaux pour créer et faire vivre des expériences collaborateurs fidélisantes : Care Management, management agile.

L'EXPÉRIENCE COLLABORATEUR AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

3 LE MANAGER, PILIER DE L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

L'EXPÉRIENCE COLLABORATEUR AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

evocime GROUPEFITEC **VOUS ACCOMPAGNE DANS LES DIFFÉRENTES PHASES DE CRÉATION D'UNE EXPERIENCE COLLABORATEURS RENOUVELÉE**

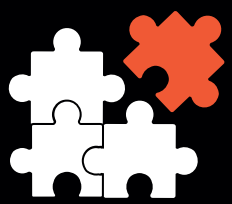


Mesurer le niveau de « chaleur relationnelle » avec la mise en place de baromètres réguliers pour mesurer en continu la motivation des salariés (« prise de pouls ») ainsi que le niveau de satisfaction et d'attachement des clients

Repenser les process relationnels et intégrer pleinement les collaborateurs dans le projet d'entreprise en travaillant sur l'onboarding, le management, les postures relationnelles, les valeurs, les projets collaboratifs, l'esprit entrepreneurial…

Créer ou améliorer la charte relation client en mettant en place une véritable stratégie de réciprocité entre les objectifs de satisfaction client et les comportements en interne

Réinventer le métier de « banquier de la famille », par segment client, autour de rendez-vous incontournables, aux moments-clés de la vie du client



Donner du sens aux actions commerciales, en particulier aux offres financières utiles pour la société

DÉCOUVREZ NOS ACCOMPAGNEMENTS SUR-MESURE