



Observatoire
des métiers, des qualifications
et de l'égalité professionnelle
entre les femmes et les hommes
dans la banque

Paris, le 4 Décembre 2014

Etude de l'impact du numérique sur le métier de chargé de clientèle particuliers et sur l'évolution du rôle managérial

Présentation des enseignements majeurs

Vos interlocuteurs

Serge Assayag

Associé

Serge.assayag@weave.eu

+33 (0)6 64 78 09 36

Alexis Schlosser

Consultant

Alexis.schlosser@weave.eu

+33 (0)7 85 26 66 50

Le numérique bouleverse le secteur bancaire

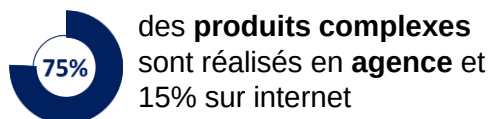
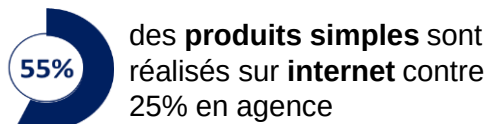
Un renforcement du rôle du chargé de clientèle particuliers plutôt qu'une révolution

Le manager doit repenser son modèle

Et maintenant ?

1. Client connecté

Utilisation en UE des canaux bancaires:



Sources : Acsel, Baromètre 2013 de la confiance des Français dans le numérique

5. Client mobile



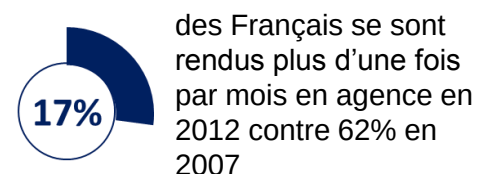
2. Client zappeur

Multibancarisation : 43%

- 81% 2 établissements
- 19% 3 établissements ou plus

Acxiom, 2013

3. Client autonome



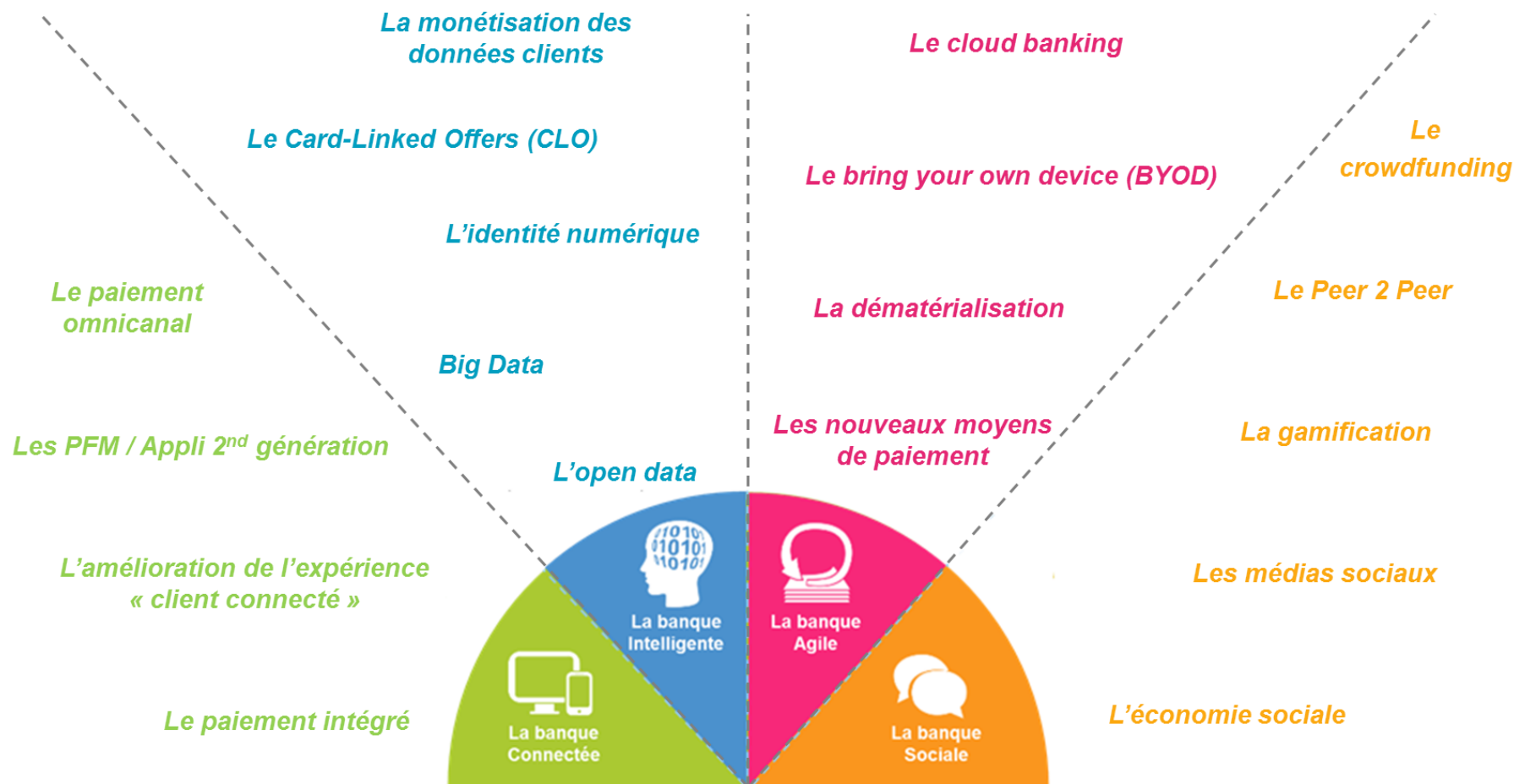
Sources : Acsel, Baromètre 2013 de la confiance des Français dans le numérique

4. Client exigeant

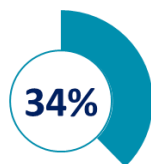
Conseil personnalisé : 68%

- Aide à la décision : 58%
- Confidentialité / Sécurité : 53%

Rôle associé au conseiller financier,
Ipsos et CGI, 2012



des français ont recours au e-banking
FEVAD réalisé par Médiamétrie



des banques ont déjà investi dans le Big Data
Gartner 2013 Monde



des banques numérisent au moins 50% de leurs documents papier – CXP, Baromètre 2014



Twitter



Facebook

% des banques présentes sur des réseaux sociaux

Ozil-conseil, 2013

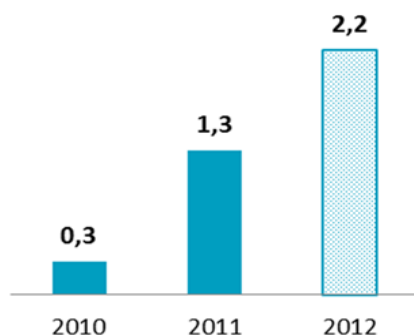
Arrivée de nouveaux entrants dans la sphère bancaire

Emergence de la banque directe

Arrivée des « pure players »

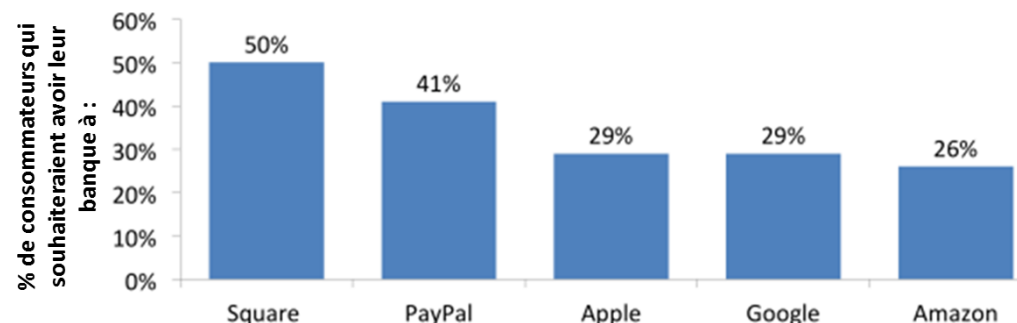
Emergence de nouveaux moyens de paiements

Marché français du m-commerce (en milliards €)



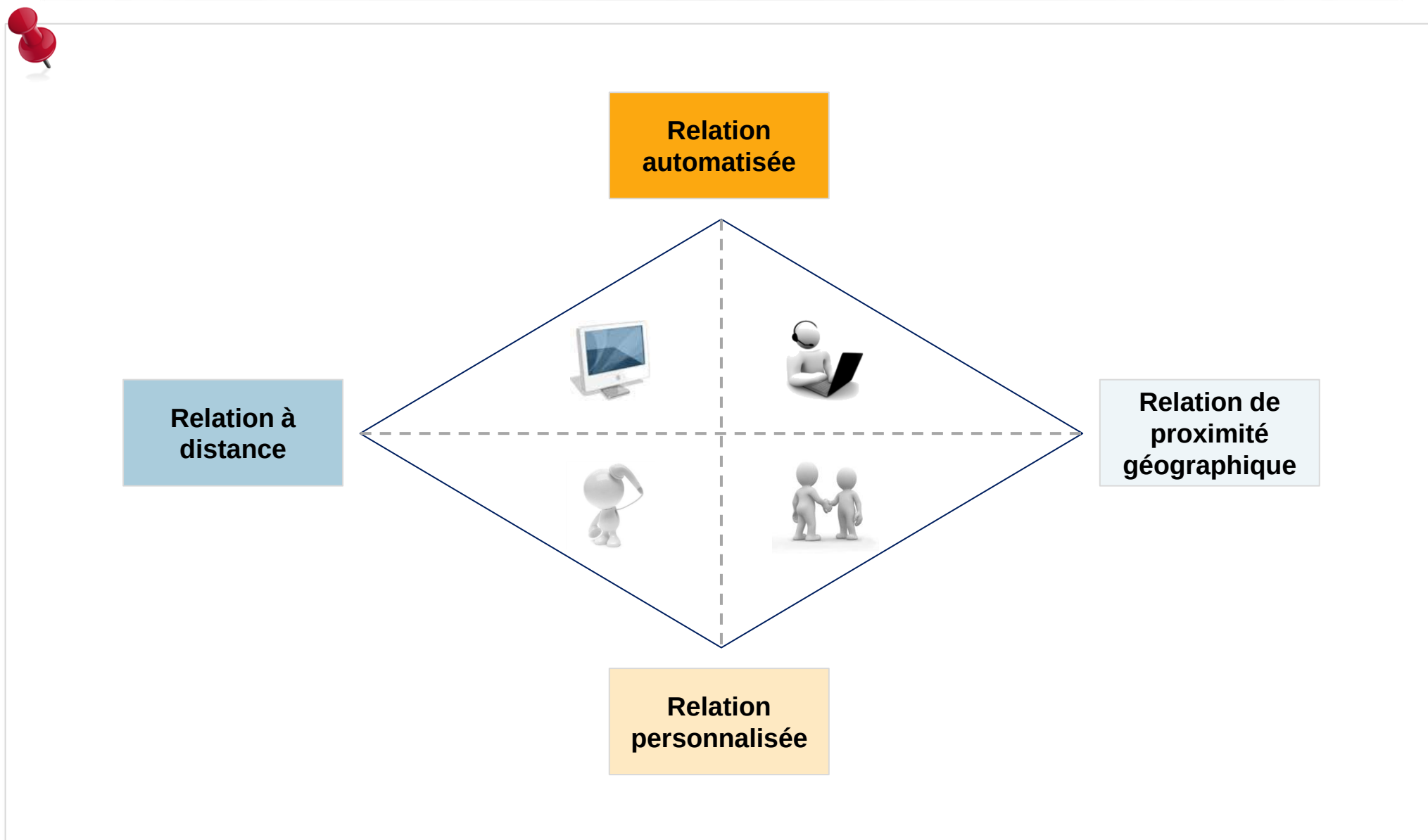
Le marché du m-commerce en France devrait atteindre les **4,2 milliards d'euros en 2014**

Si les entreprises offraient des services bancaires, les consommateurs s'orienteraient d'avantage vers des acteurs « digital natives »

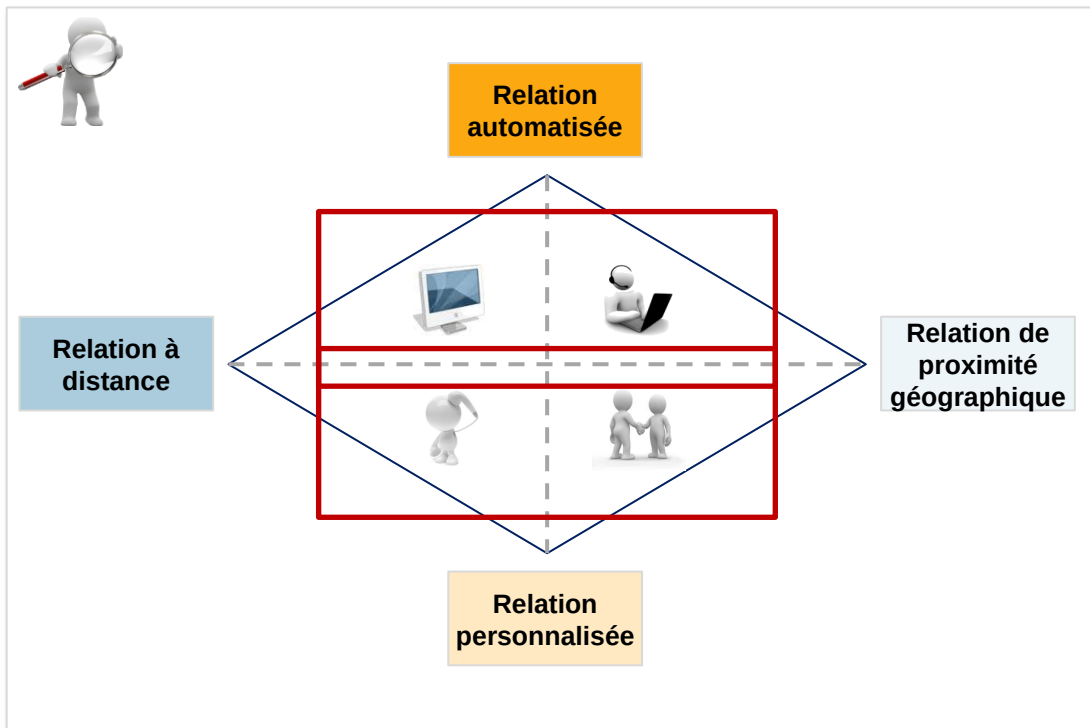


Source: Accenture, The Digital Disruption In Banking 2014

Sources : Etude Xerfi juin 2012/ Etude du Center For Retail Research, janvier 2012
Etude « Couponing » RetailMeNot, 2013



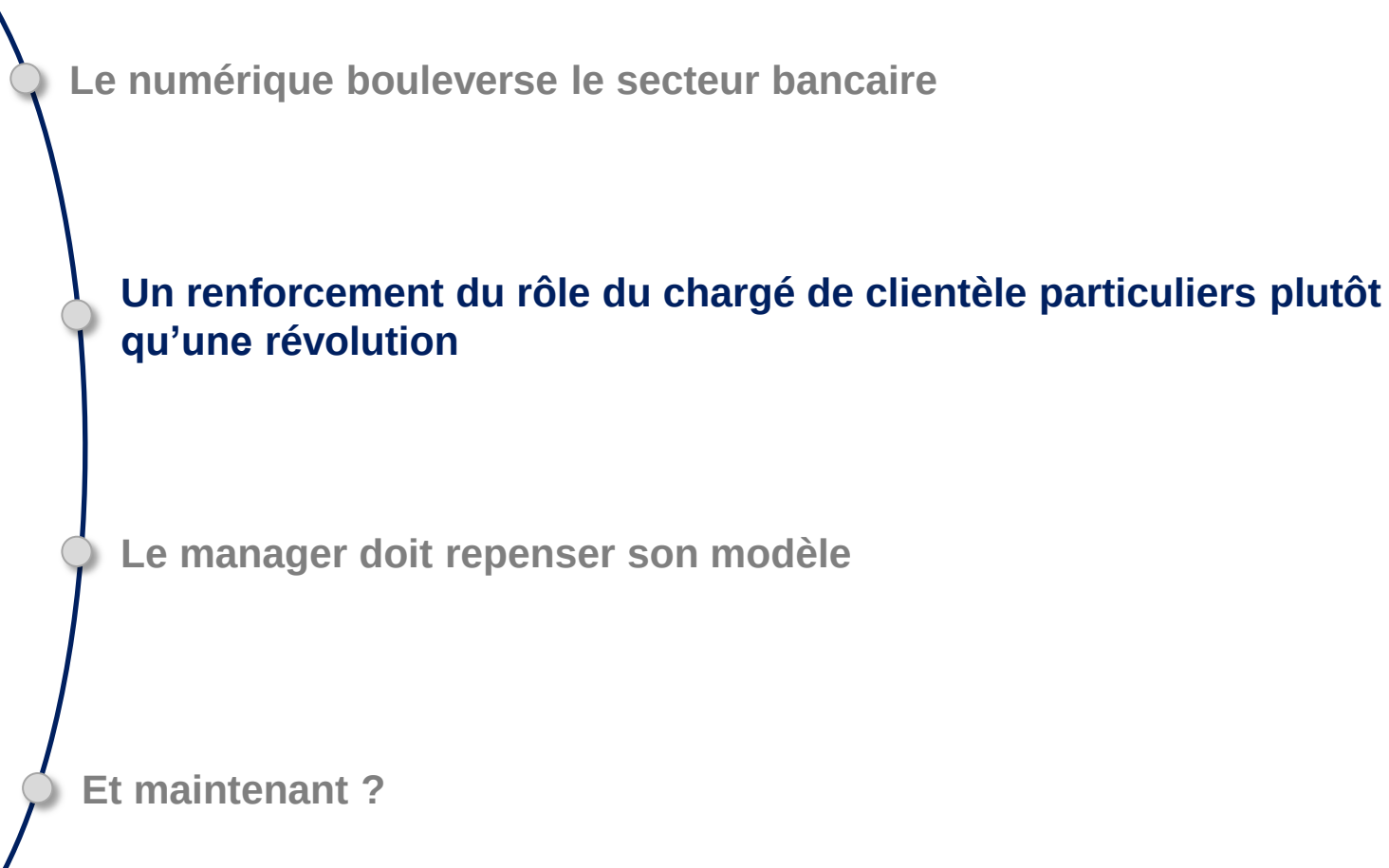
Les banques étrangères se développent autour de ces dimensions



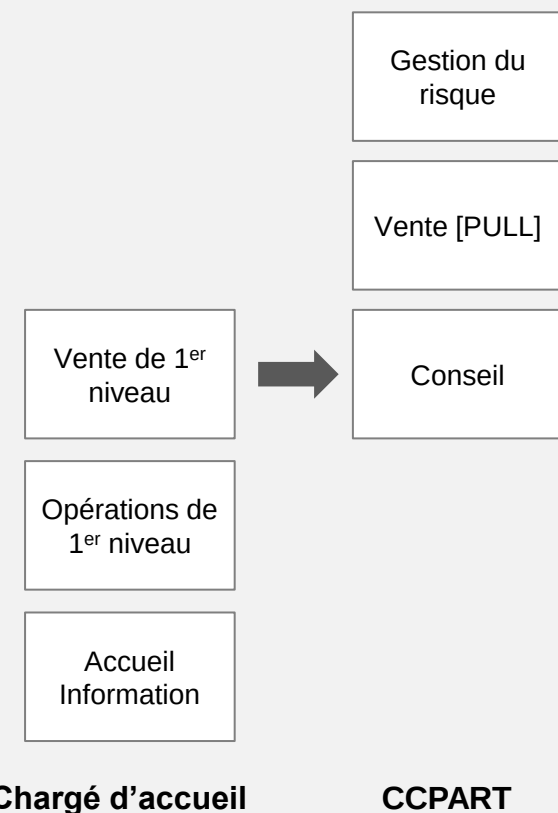
: Etats-Unis



- Les **données clients sont centralisées et accessibles** à l'ensemble de la force de vente pour permettre un dialogue personnalisé
- Des **bornes de visioconférence** et un **chat** permettent d'entrer en relation avec un conseiller expert
- L'activité des conseillers est recentrée sur le **conseil** et la vente de **produits complexes**



METIERS ACTUELS EN AGENCE



1 Possibilité d'évolution 1

Chargé d'accueil :

- Evolution du métier vers du conseil et de la vente

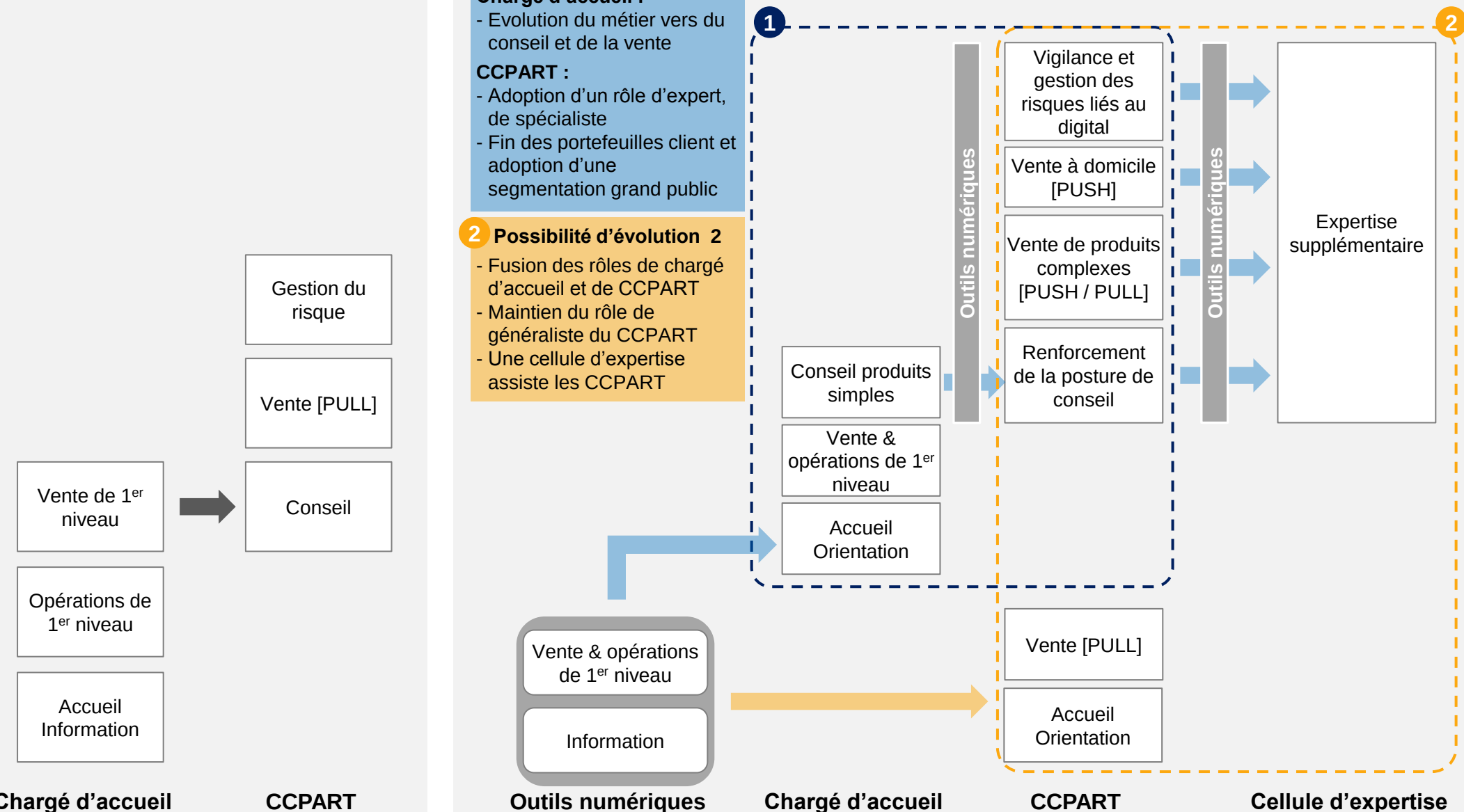
CCPART :

- Adoption d'un rôle d'expert, de spécialiste
- Fin des portefeuilles client et adoption d'une segmentation grand public

2 Possibilité d'évolution 2

- Fusion des rôles de chargé d'accueil et de CCPART
- Maintien du rôle de généraliste du CCPART
- Une cellule d'expertise assiste les CCPART

METIERS CIBLES EN AGENCE



Le numérique renforce le rôle du conseiller...

Mobilité (tablettes, smartphones...)

- **Accès immédiat** aux données des clients et de la banque en tous lieux
- Davantage de **proximité** et de **transparence**

Relation client à distance (chat, visio, applications mobiles...)

- **Personnalisation** des méthodes de vente et de communication (relation à distance / en agence)
- Démarche **pédagogique** auprès des clients sur l'utilisation des canaux

Outils d'aide à la vente (Big Data...)

- **Relation personnalisée**, y compris lors de la passation du client à un autre conseiller
- **Propositions spontanées** d'offres adaptées aux besoins

Réseaux sociaux

- Identification des **clients leaders d'opinion** / très actifs sur les réseaux sociaux
- **Posture collaborative** / participation aux communautés internes (RSE)

...et la finalité reste la même

#1

Adopter une approche centrée client

#2

Développer une relation de confiance

#3

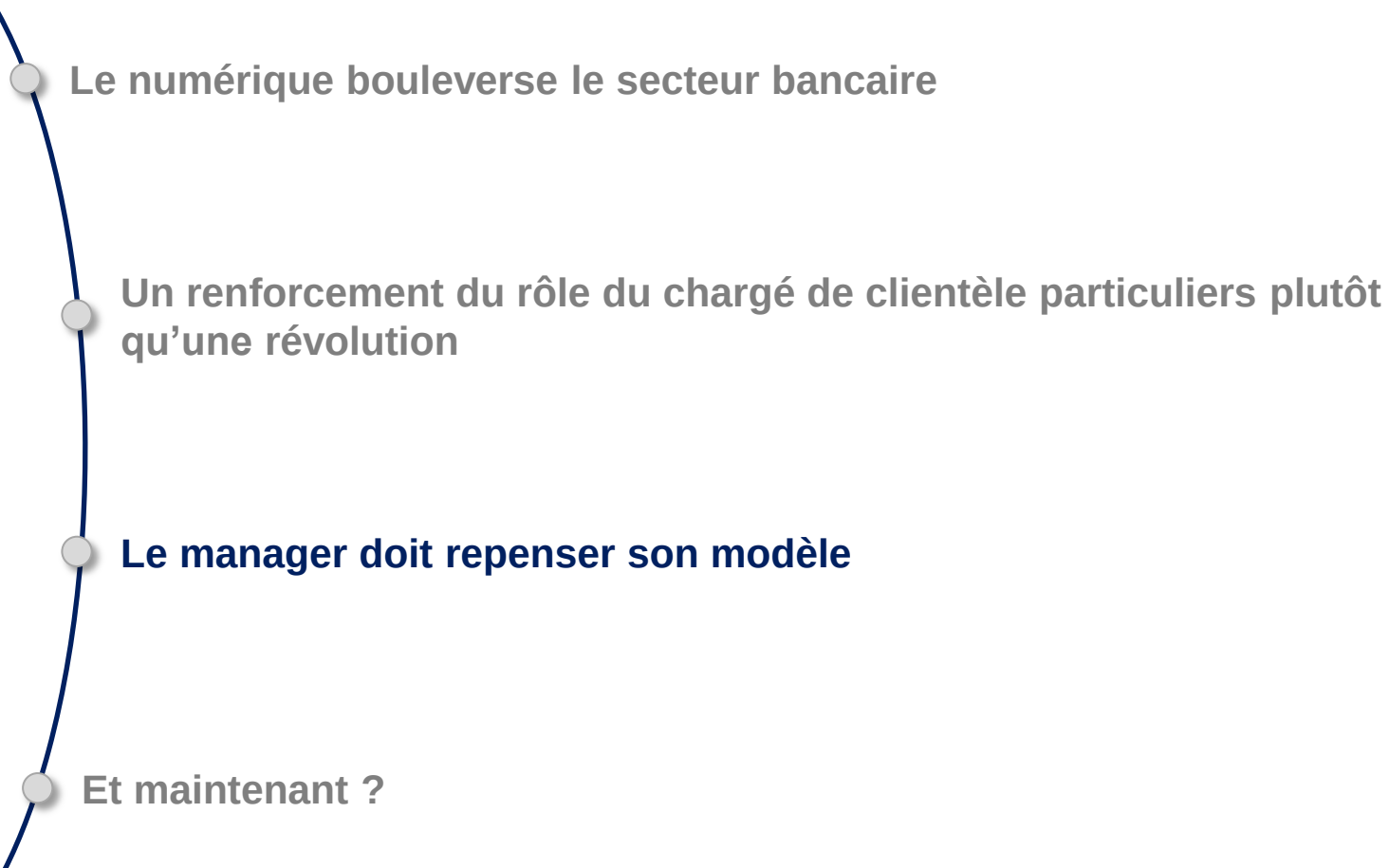
Être proactif dans les actions commerciales

#4

Fournir de l'expertise

#5

Maîtriser l'aspect réglementaire et la conformité (sécurité)



Evolution du rôle

#1

Adopter un rôle de coach

#2

Renforcer le rôle d'animateur d'équipe et
l'exemplarité

#3

Adopter un lâcher prise managérial

#4

Faciliter l'accès à l'information des
collaborateurs

#5

Promouvoir l'innovation participative

#6

Être proactif dans les actions commerciales

Principales compétences

Capacité à accompagner
le changement

Maîtrise des outils
digitaux et collaboratifs

Sensibilité à la
satisfaction client

Partage de
l'information &
transparence

Ouverture,
curiosité et
créativité

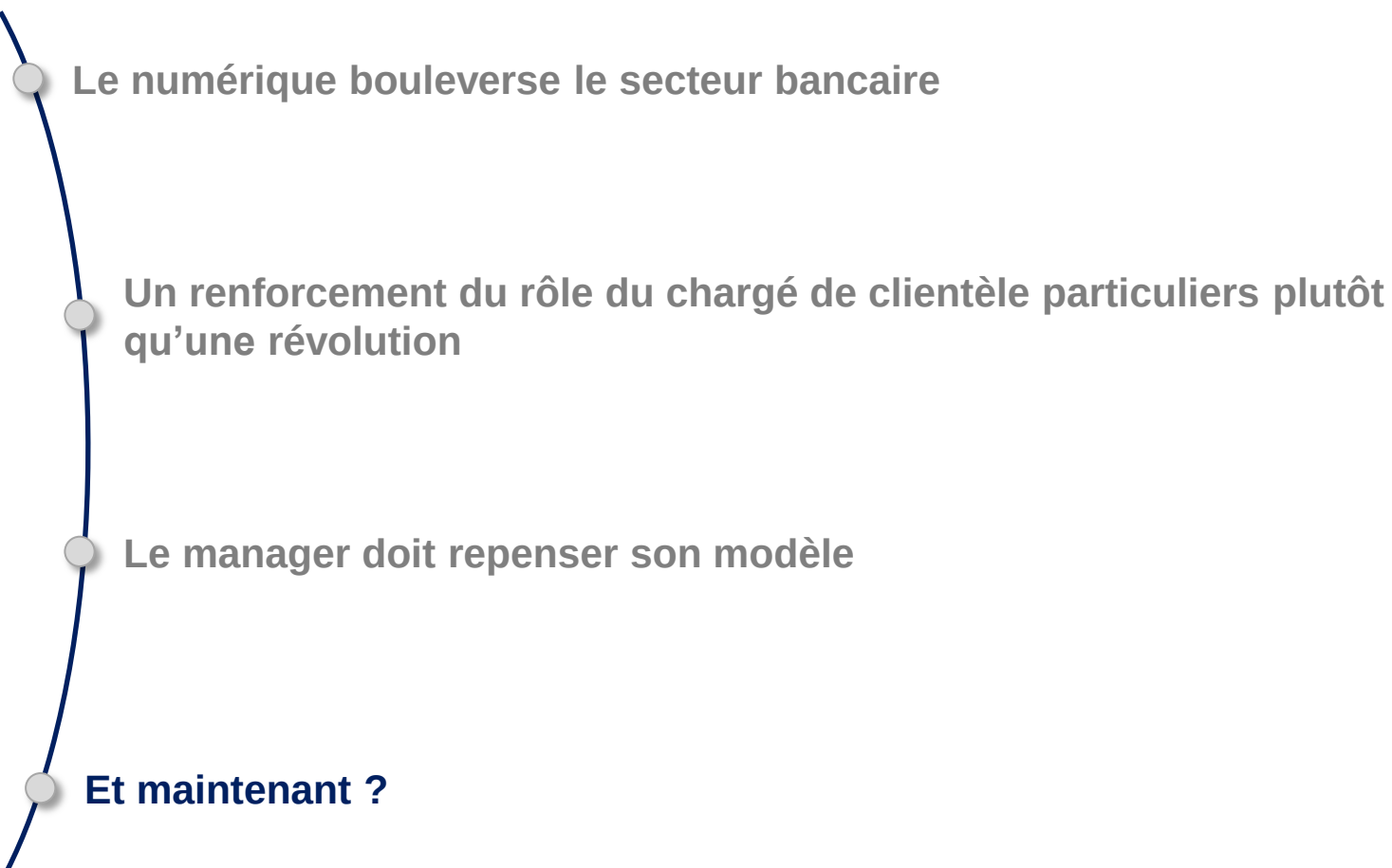
Capacité à
fédérer

Humilité et remise
en question

Renforcement des
capacités managériales
de proximité

Capacité d'écoute
et pédagogie





Usages
Managers Séminaire COMEX
Digitalisation Activités Evaluations
Compétences Communauté
Rencontres Accompagnement
Dynamique Transformation
collaboratifs RH
Outils Exemplarité Crowdsourcing
RSE Évolutions Rôles Omnicanal
Conseillers Digital