

- le chargé de clientèle particuliers se spécialise sur des types de produits ou services donnés pour adopter un rôle d'expert,
- le chargé de clientèle particuliers adopte un rôle de « super-généraliste », il dispose d'un portefeuille client affecté. Il est focalisé sur la relation client et doit traiter l'ensemble de ses demandes.

Développement de nouvelles activités

- Orientation de la posture de vente des conseillers vers une approche centrée client,
- Développement d'une relation de confiance avec le client,
- Davantage de proactivité dans les activités commerciales,
- Développement du rôle d'expertise,
- Maîtrise des aspects règlementaires et de conformité.

Les méthodes d'accompagnement du chargé de clientèle particuliers dans ces changements

- Amélioration du contenu des formations : l'accompagnement de la transformation du métier du chargé de clientèle particuliers passe par la mise en place d'un parcours de formation adapté aux nouveaux enjeux du numérique. Les formations doivent veiller à accompagner le changement d'état d'esprit vis-à-vis du numérique et à réduire les freins d'usage.
- Transformation des méthodes d'apprentissage : le développement du numérique a permis la multiplication des techniques et méthodes de formation, favorisant la mise en place de parcours personnalisés et adaptés aux besoins et contraintes des collaborateurs. Les banques doivent tirer parti de ces outils afin d'être en mesure de former et d'accompagner au mieux les chargés de clientèle particuliers. Ces solutions permettent également des réductions de coûts importantes, puisqu'elles permettent de réaliser les formations à distance.

Évolution du rôle managérial

La transformation numérique a considérablement modifié les attentes des clients, le monde de la banque et par conséquent les métiers en agences bancaires. Parmi les métiers impactés par le numérique, celui du chargé de clientèle n'est pas le seul concerné par de profonds changements : les métiers des managers en agence (managers intermédiaires et directeurs) doivent également être repensés. Ces derniers doivent s'adapter aux nouvelles attentes des conseillers envers leur hiérarchie, avec laquelle les rapports évoluent. Par ailleurs, les métiers de managers se complexifient dans la mesure où ils doivent encadrer deux types de

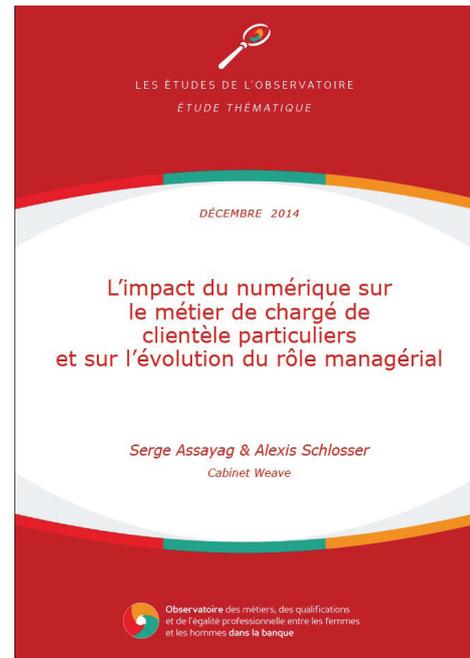
conseillers clientèle ayant des besoins différents :

- les conseillers qui ont encore à intégrer les outils numériques dans leurs pratiques à l'aide d'un soutien managérial relevant de la formation et du coaching,
- les conseillers de la génération Y, dont la maîtrise naturelle des outils numériques et les nouvelles attentes constituent un challenge pour les managers des agences.

Pour le manager, le principal enjeu consiste donc à passer d'un management basé sur la performance commerciale à un management intégrant les nouveaux fonctionnements liés au numérique et aux nouvelles formes d'interactions.

Les principaux défis du manager sont de gérer les écarts générationnels en termes d'attentes et d'usage du numérique, de faciliter l'accès des collaborateurs à l'information et de s'adapter à une organisation plus collaborative et immédiate.

Une des clés pour y parvenir est d'adopter un rôle de coach et d'instaurer une dynamique communautaire au sein de l'équipe et de la banque. En revanche, innover dans les pratiques managériales représente un véritable challenge car cela implique un changement culturel de la part des managers.



Pour en savoir plus, retrouvez l'étude sur notre site internet : www.observatoire-metiers-banque.fr