



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

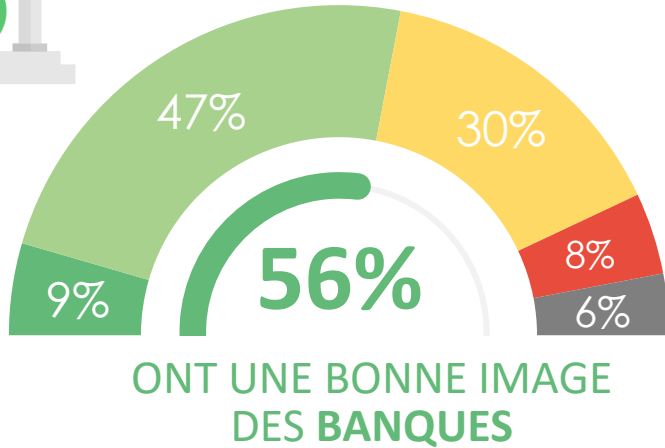


**Une perception d'ensemble
correcte bien que perfectible ...**

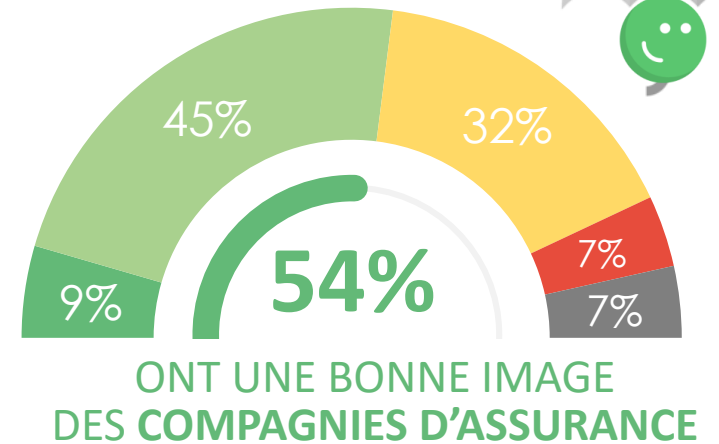


Une image des secteurs bancaires et assuranciers correcte...

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



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



... 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 client 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) ?

Filter : 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+



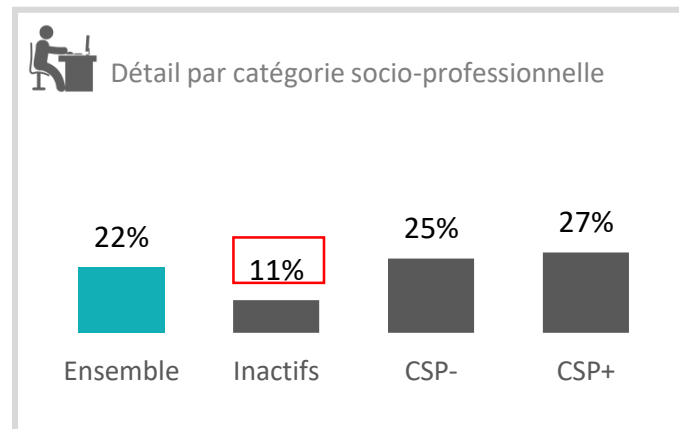
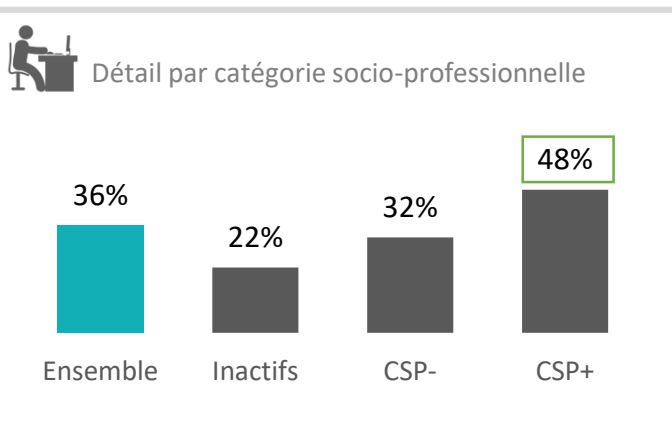
36%

Clients multi-banques



22%

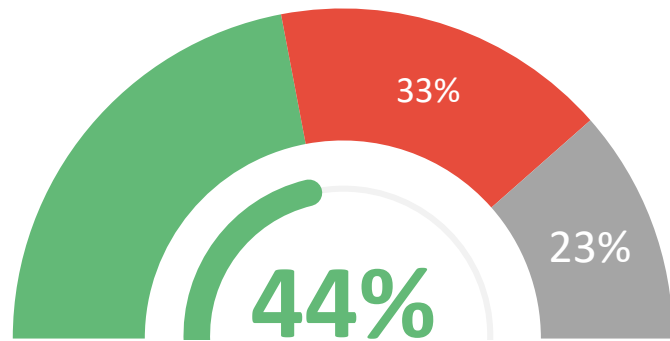
Clients multi-assurances



« 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)

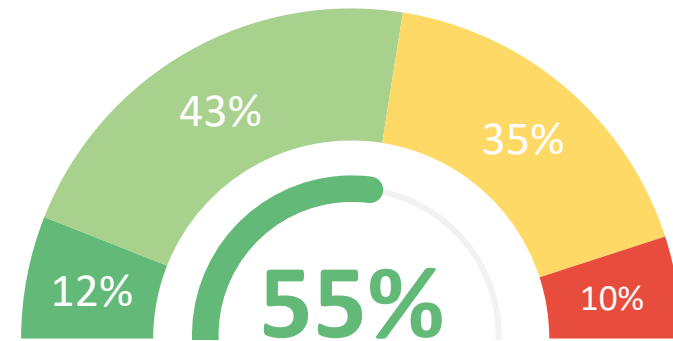


POURRAIENT CHOISIR UNE NOUVELLE BANQUE D'ICI DEUX ANS

- 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
client pour la génération Y ?**

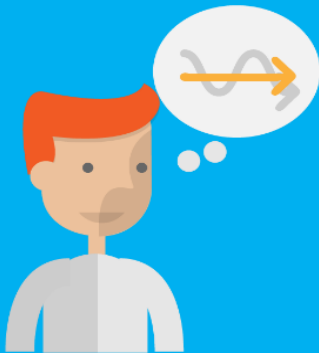


POURQUOI optimiser l'expérience client de la génération Y ?



COMMENT optimiser l'expérience client de la génération Y ?

SIMPLIFICATION



AUTONOMISATION



PERSONNALISATION



Comment optimiser l'expérience client 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



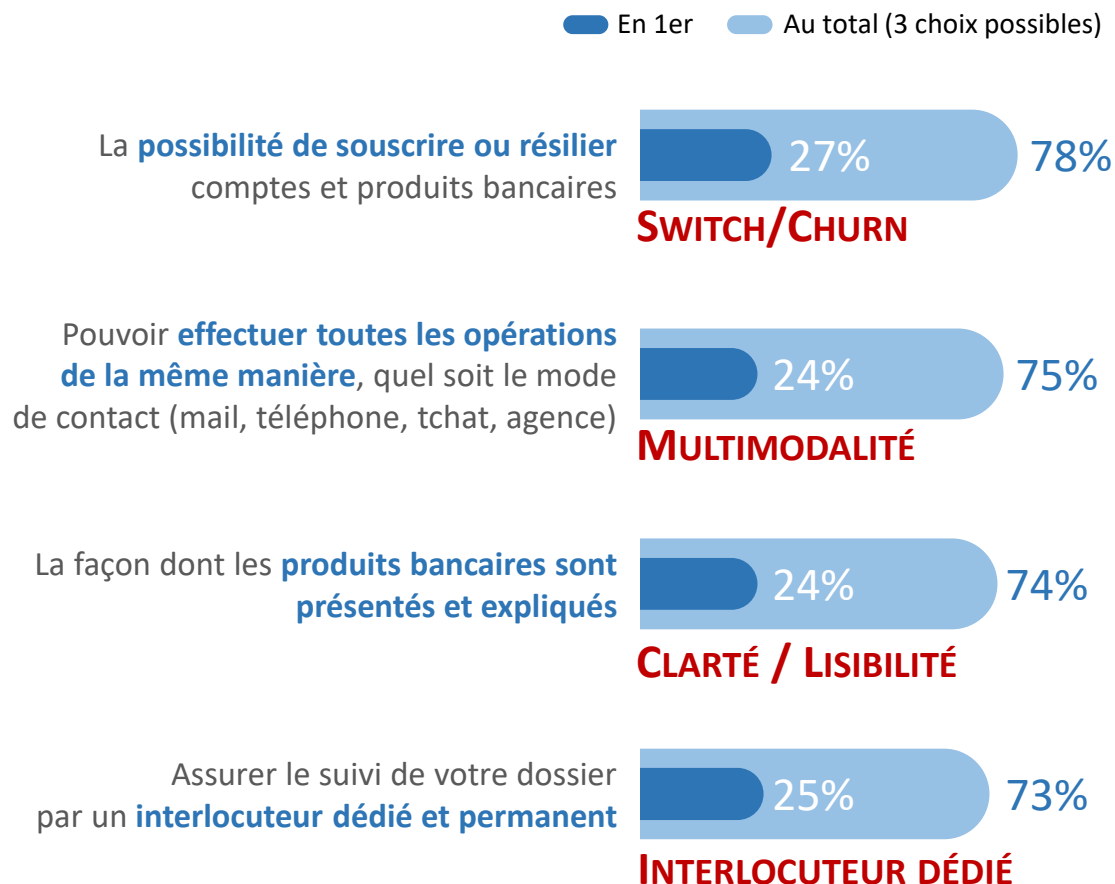
« [La relation idéale] serait simplifiée, fluide, on répondrait plus rapidement. »



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



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

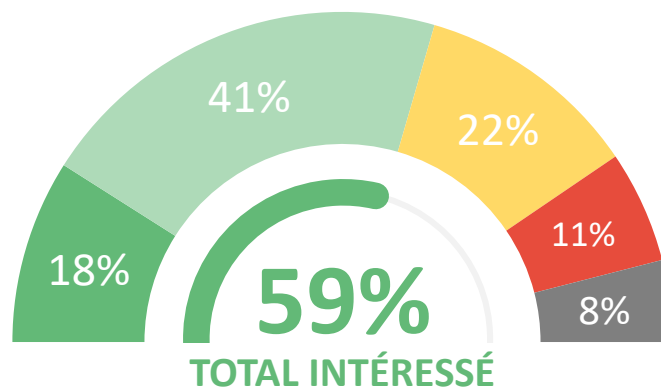




Et un intérêt fort pour la synchronisation



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 client 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



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

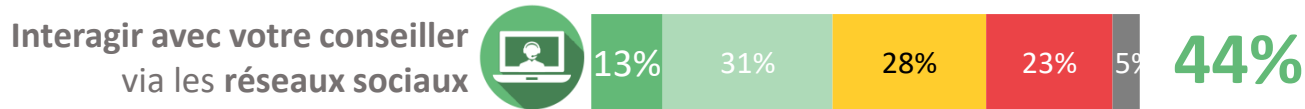
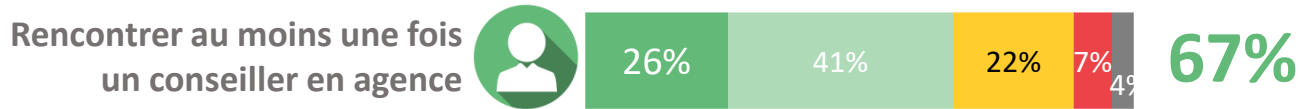


L'autonomie provient du digital pour la génération Y mais surtout de la démultiplication des canaux



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

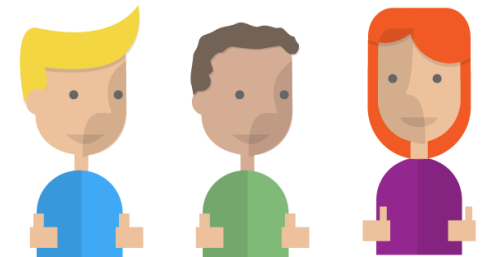
Important



« 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. »



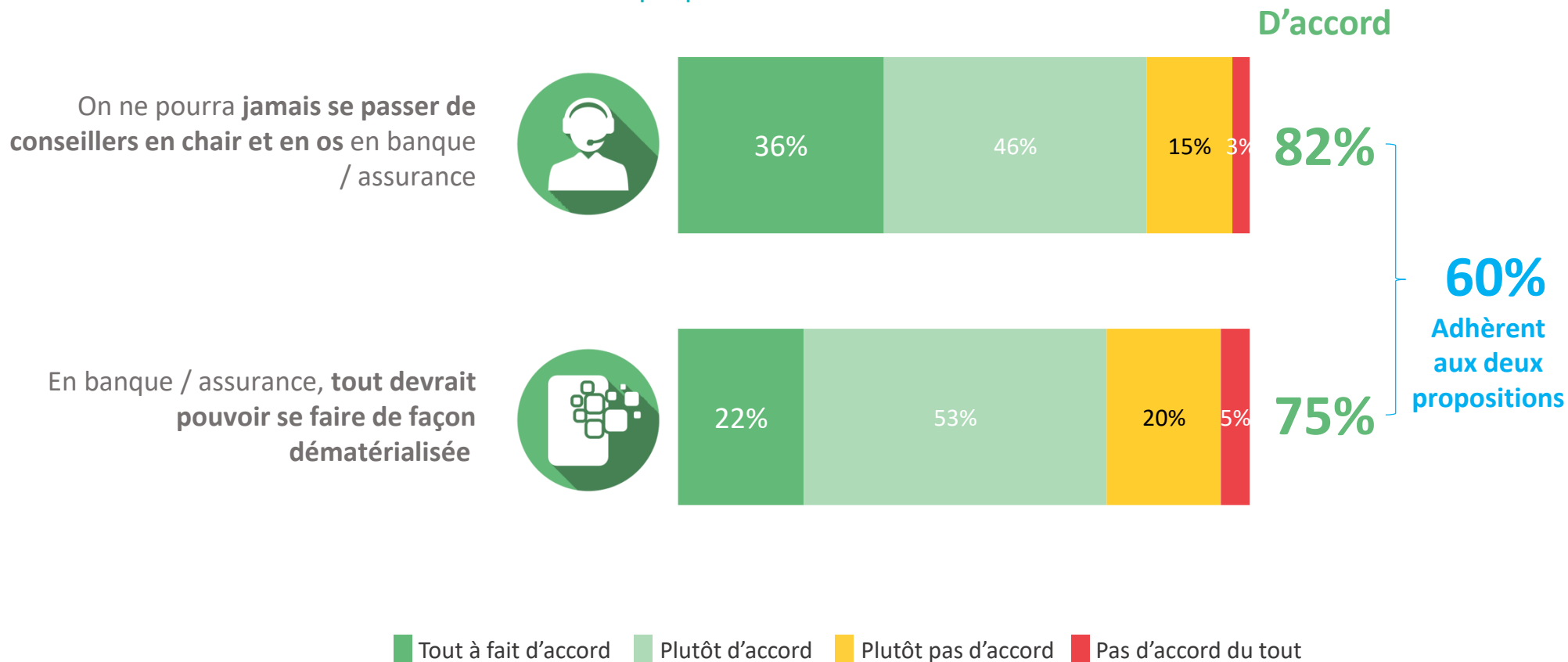
■ Très important ■ Assez important ■ Peu important ■ Pas important du tout ■ Ne sait pas



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 ?

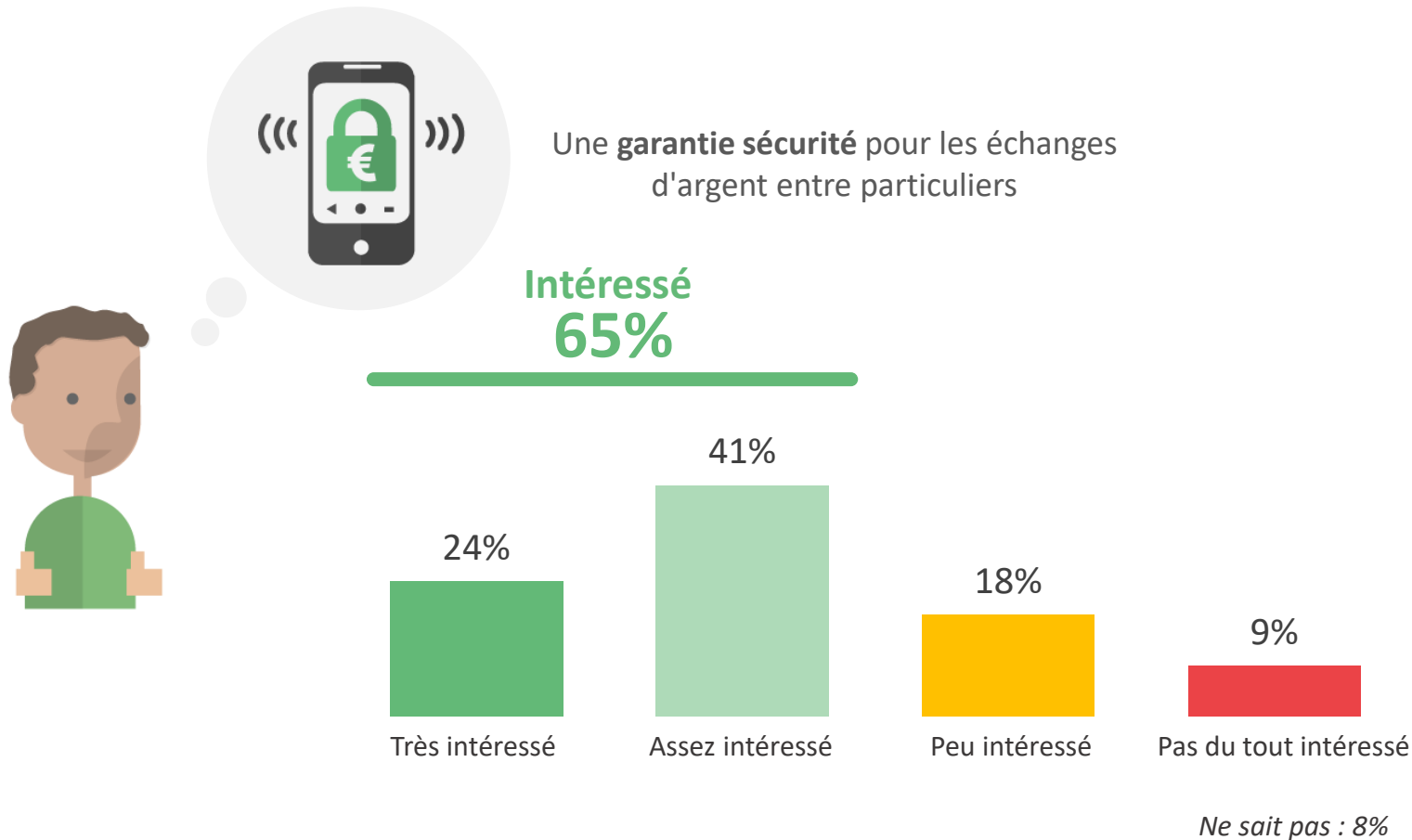




Une autonomie qui peut aussi être favorisée en sécurisant les échanges CtoC



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



Comment optimiser l'expérience client pour la génération Y ?



03



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

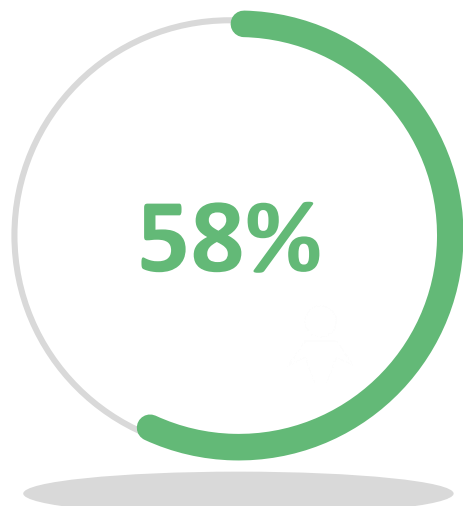


Les banques...



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

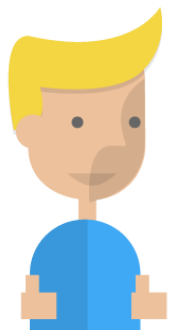
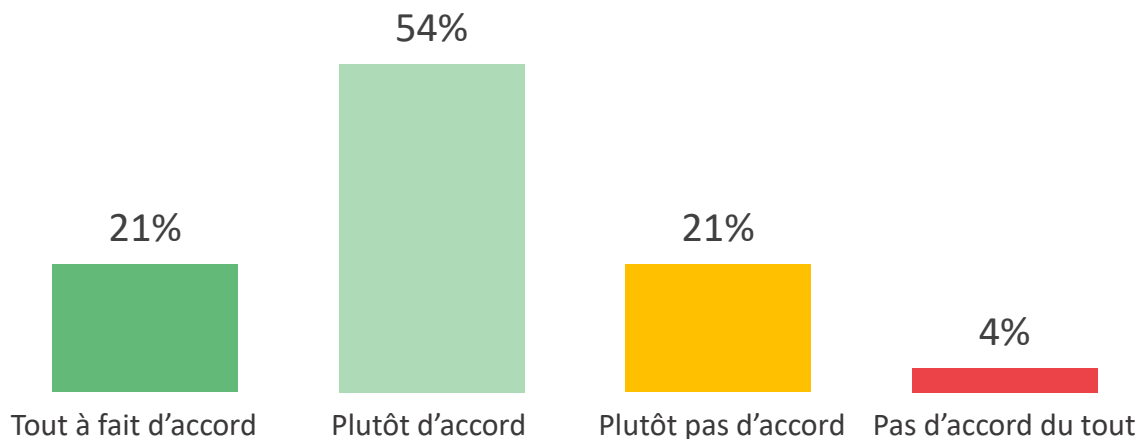


Alors même qu'ils considèrent que la technologie devrait permettre d'anticiper leurs besoins



Avec les technologies (objets connectés par exemple), les banques/assurances devraient **nous connaître suffisamment pour anticiper nos besoins et nous apporter un suivi personnalisé**

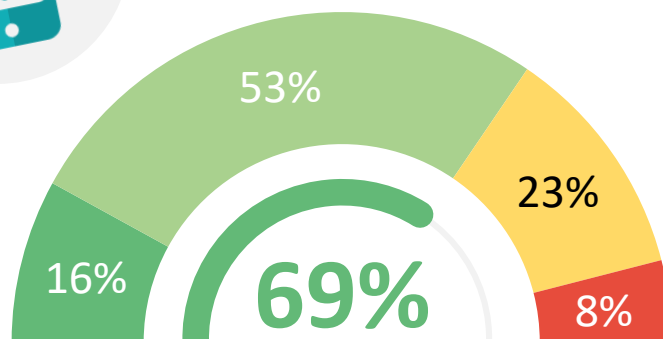
D'accord
75%



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



- Oui, certainement
- Oui, probablement
- Non, probablement pas
- Non, certainement pas



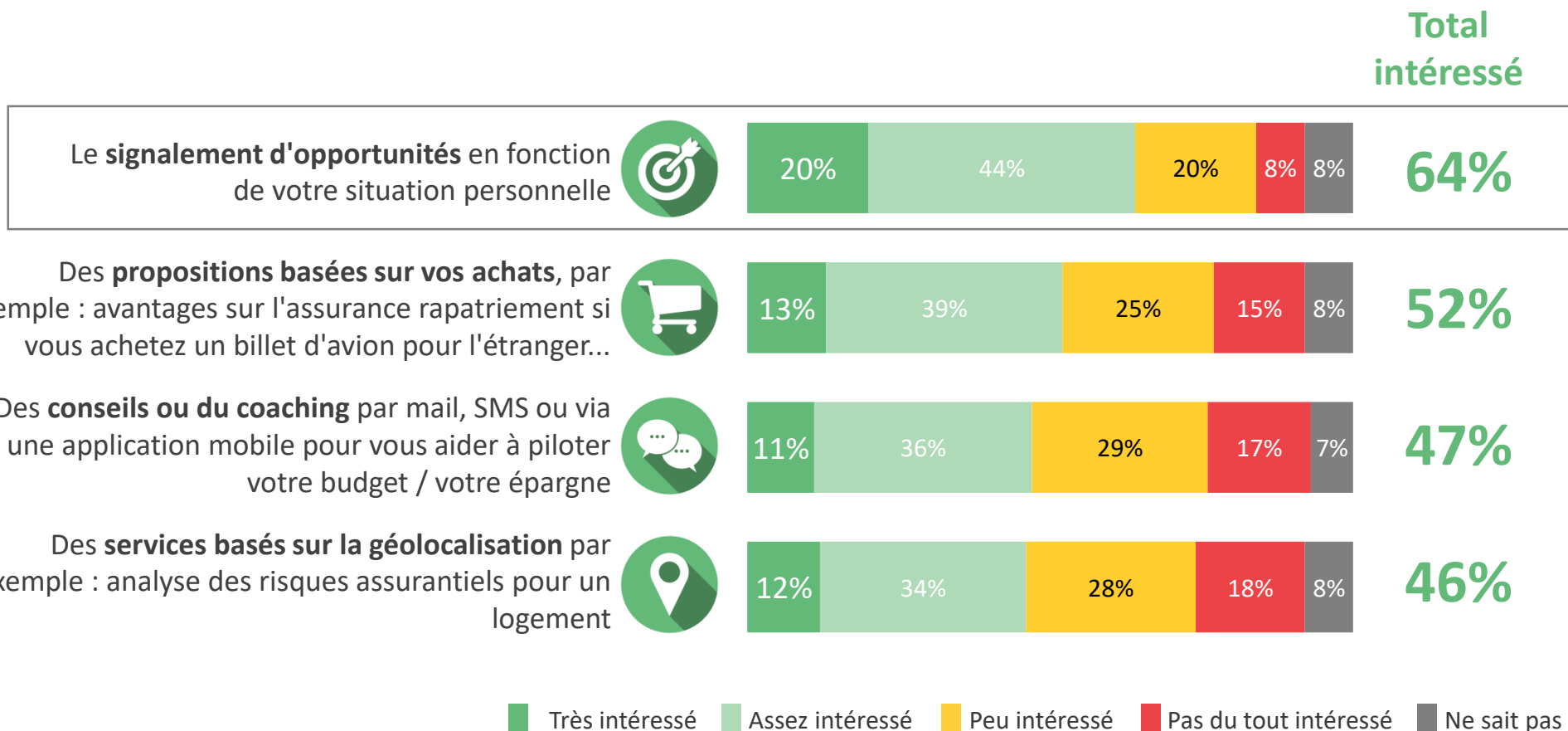
SERAIENT PRÊTS À PARTAGER PLUS D'INFORMATIONS
AVEC LEUR BANQUE/ASSUREUR
POUR BÉNÉFICIER DE SERVICES PERSONNALISÉS



Du moment que cela leur permet de bénéficier de services adaptés/personnalisés



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



Comment optimiser l'expérience
client pour la génération Y ?



En s'inspirant des
« game changers »



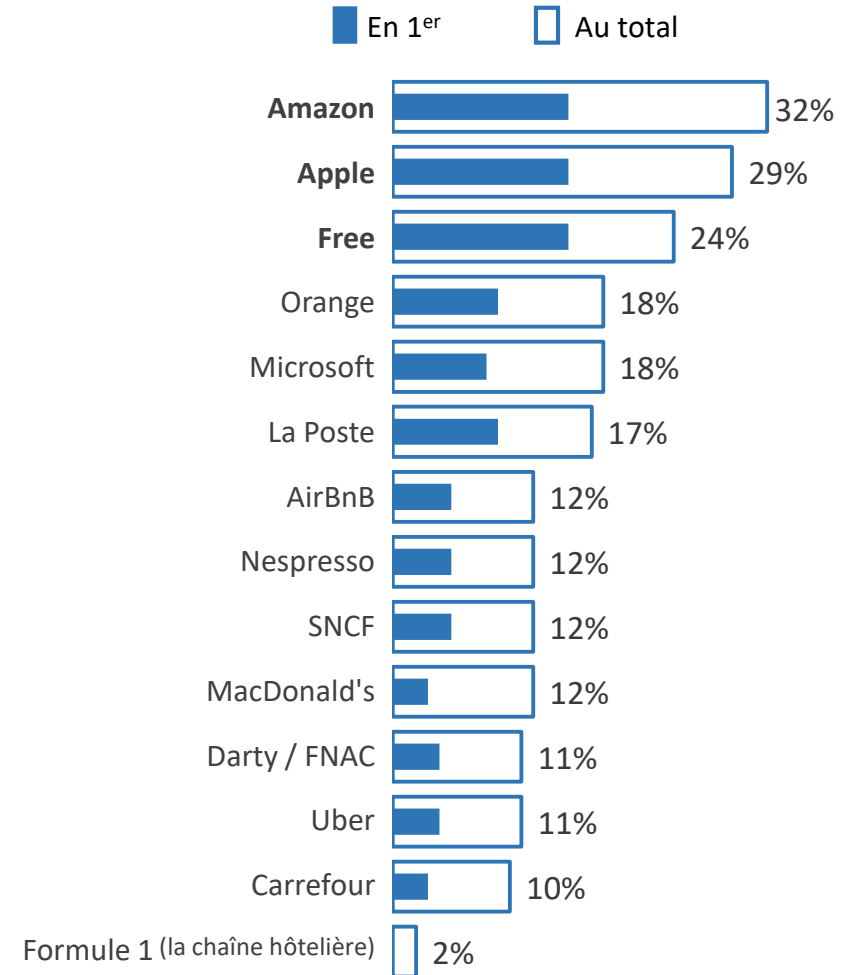
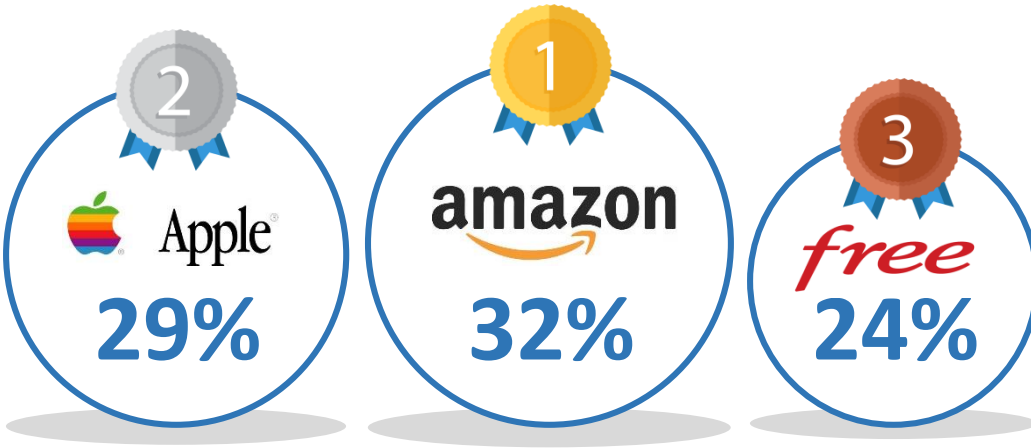
La génération Y suggère de s'inspirer des « game changers » d'hier, devenus leaders sur leurs marchés



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

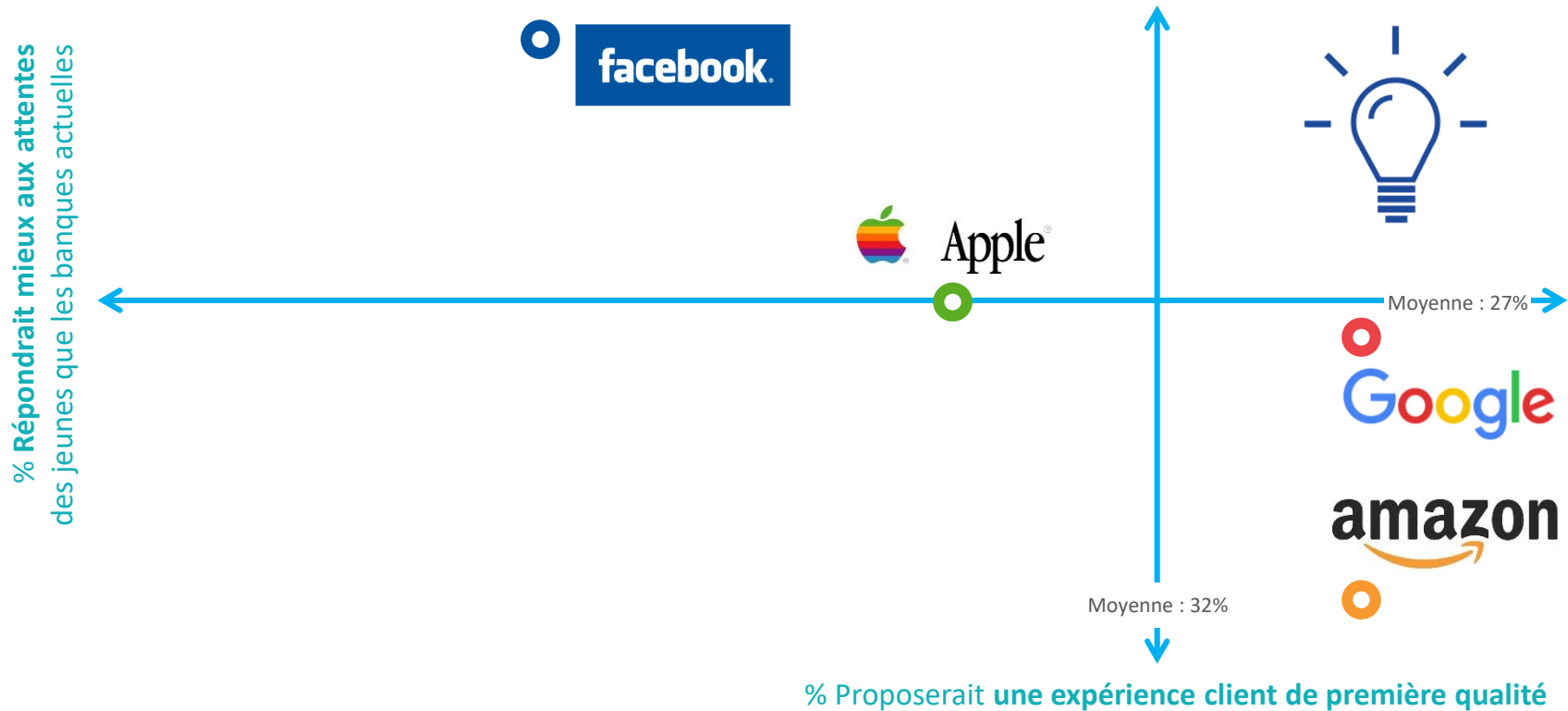




En cherchant à combiner excellence de l'expérience client et pertinence pour les jeunes



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



“ Pour combiner excellence client 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



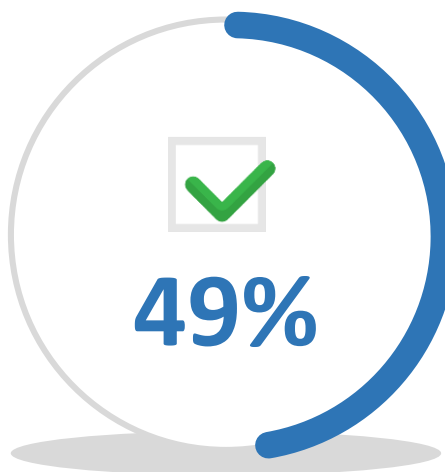
“ Une génération d’autant plus importante à adresser que celle-ci a la voix qui porte



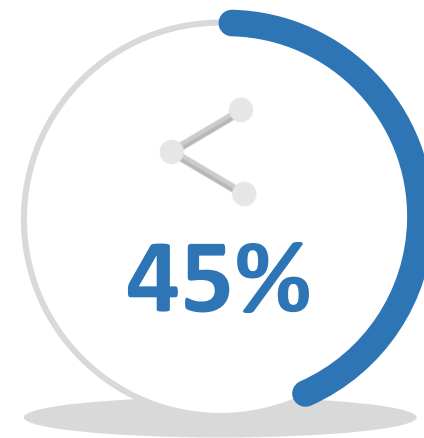
Ont déjà **posté des commentaires** online sur un produit/un service afin de partager leur expérience avec d'autres consommateurs



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. »