

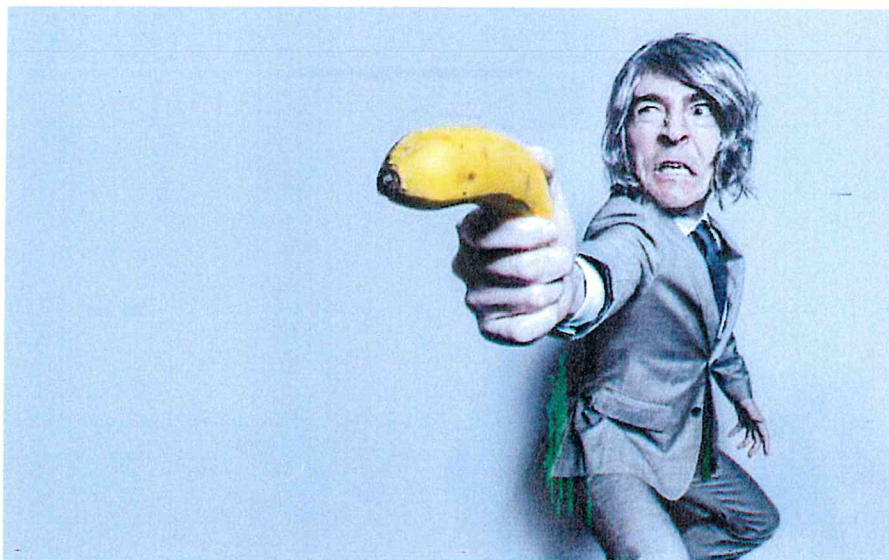
Accueil > Marques > Tarifs et attente, des «irritants» qui ont la peau dure dans les banques

RELATION CLIENT

TARIFS ET ATTENTE, DES «IRRITANTS» QUI ONT LA PEAU DURE DANS LES BANQUES

21/05/2019 - par TP

Dans une étude se basant sur 105 000 avis clients de ces 10 dernières années et l'interview de 27 banques, assurances et mutuelles, Eloquant note une préoccupation accrue pour les tarifs bancaire depuis 2018.



L'attente dans les banques est jugée très négativement (plus de 75 %) par les clients / DR.

Les attentes des clients de banques et d'assurances n'ont pas changé en dix ans, malgré l'arrivée du digital... mais depuis un an, l'opinion est devenue largement négative (60% en 2018 contre 31% en 2017) s'agissant des tarifs des banques –alors qu'il est stable à 50% pour les assurances et mutuelles. C'est le principal enseignement de l'étude menée par Eloquant, éditeur d'outils de relation client. Elle repose sur une double enquête avec d'un côté 105 000 avis clients récoltés via Trustpilot depuis 2009 et de l'autre, une étude qualitative menée en mai 2019 auprès de 11 banques et 16 assurances et mutuelles. D'après Eloquant, le podium des préoccupations reste inchangé depuis dix ans avec pour 25% des sondés les compétences, pour 10 à 12% les tarifs et pour 8 à 10% l'attitude des conseillers.

L'autre enseignement majeur est que globalement, l'opinion envers les secteurs bancaire et assurantiel est bonne à 70%. Elle s'améliore même, de 5 points sur dix ans. S'agissant des 30% d'opinions négatives –vu autrement, c'est tout de même un client sur trois!–, elles portent principalement sur la transaction. Précisons qu'il ne s'agit pas ici de mesurer la qualité de la transaction mais le niveau de satisfaction de la relation client liée à la transaction. Il faut aussi ajouter que la méthode de recueil des avis a un impact : quand elle est spontanée, le tarif passe en premier.

Concernant la réaction de l'institution en cas d'avis négatif, le risque de résiliation apparaît comme une alerte sérieuse dans 12% des cas pour les clients du secteur bancaire alors qu'il est de plus de 18% pour les assurances mutuelles. Dans ce dernier cas, le risque juridique apparaît aussi en alerte pour 7% des cas. Sur les verbatims de l'année dernière, les risques de résiliation augmentent à 14% des cas (banques) et 20% (mutuelles/assurances).

La fluidité est aussi évoquée

Lorsque l'on demande aux professionnels quel est pour eux l'irritant majeur de leurs clients, «l'attente» ressort de très loin en n°1. Or, vue des clients, l'attente est effectivement jugée très négativement (plus de 75 %), mais ce sujet n'est présent que dans 3% des avis. Cependant, le sujet «accessibilité» (facilité d'accéder à l'information attendue: canaux disponibles, fluidité, etc.) est exprimé deux fois plus souvent, avec une opinion négative à plus de 50%. Pour Eloquant «c'est le signe d'une évolution de nouvelles générations de clients voulant des solutions en self-care».

Alors que les néobanques comme Nickel, Revolut, Orange Bank ou N26, en attendant Ma French Bank (La Banque Postale) en juillet, grignotent du terrain sur la promesse de la gratuité ou presque, la tarification s'impose comme le «chantier prioritaire», remarque Eloquant, pour qui «depuis la dernière année, la sensibilité au tarif a fortement augmenté pour le secteur bancaire, il s'agit en plus d'un critère très important en expression spontanée». Avec, en balance, des clients qui «évoquent spontanément de plus en plus facilement le risque de résiliation». L'étude de conclure que l'enjeu est d'avoir un accès à l'information client simplifié, de quoi vanter ses services au passage.