

« Préférence Client 2016 » Un programme ambitieux pour créer la nouvelle référence bancaire de la relation client en France

Préférence Client 2016 :

- **Un programme ambitieux de transformation de la relation client et du réseau d'agences de BNP Paribas pour créer la nouvelle référence bancaire de la relation client en France.**
- **La conviction de la complémentarité gagnante d'un univers digital performant et d'un réseau physique transformé.**
- **Un plan d'investissement de 210 millions d'euros sur 3 ans* dans 3 domaines clés : les agences, l'humain et le digital.**
- **Un objectif d'améliorer significativement la satisfaction des clients** : + 10% de clients très satisfaits d'ici fin 2016 et + 20% à fin 2019, afin de dépasser le seuil d'1 client sur 2 très satisfaits.**
- **Dix nouveaux engagements de service pour répondre à 4 besoins essentiels des clients.**
- **Un équipement de visioconférence pour les clients disponible dans l'ensemble du réseau à fin 2015 et la totalité des agences adaptées au Concept « Préférence Client » à fin 2019.**

Attentif aux évolutions des modes de consommation, le Groupe BNP Paribas s'est continuellement adapté aux attentes de ses clients en leur permettant, dès les années 2 000, un accès multicanal à leurs comptes. En juin 2013, convaincu de la révolution des usages portée par l'explosion de l'internet mobile, BNP Paribas a lancé Hello bank!, la 1ère banque 100% mobile, pour offrir l'ensemble de ses produits et services aux clients digitaux en quête de rapidité et de simplicité.

Grâce à ces innovations permanentes, 79% des clients de BNP Paribas sont aujourd'hui satisfaits de leur relation avec leur Conseiller** et 42% en sont très satisfaits.

Aujourd'hui, parce que le monde continue de changer et que les clients souhaitent une relation différente à la banque, tout à la fois omni-canal et à leur main, BNP Paribas lance "Préférence Client 2016", un programme ambitieux de transformation de la relation client et du réseau d'agences, autour de 4 piliers : une relation enrichie par + de Service, + d'Expertise, et des agences + transparentes et + connectées.

1/+ de service : Créer la différence grâce à une relation « augmentée » au quotidien, dans la durée.

BNP Paribas annonce 10 nouveaux engagements de service, qui répondent à 4 besoins essentiels des clients particuliers et professionnels et qui seront disponibles d'ici fin 2016 :

◦ Immédiateté des réponses

1. Dès septembre 2014 : Donner un rendez-vous dans les 2 heures avec un conseiller et dans les 48 heures avec un conseiller spécialisé.

2. Dès septembre 2014 : Répondre en 30 secondes sur le chat.

3. A partir du 4ème trimestre 2015 : Marquer un accord immédiat pour tout crédit de trésorerie professionnel jusqu'à 10 000€***.

◦ Prise en charge du besoin et résolution de tout sujet bancaire

4. A partir du 3ème trimestre 2015 : Dépanner immédiatement tous les problèmes de banque au quotidien avec, par exemple, la mise à disposition de 100 à 300€ d'avance dans toutes les agences en cas de perte ou de vol de carte bancaire.

5. Soutenir dans les moments difficiles, avec :

- Dès aujourd'hui, la mise en place de facilités de caisse personnalisées et la possibilité de suspendre des échéances de crédits ;

- Au 4ème trimestre 2016, l'ajustement ponctuel de la tarification d'un bouquet de services de base en fonction de la situation de chaque client.

◦ Simplification et recherche du « sans effort » pour les clients

6. A partir du 2nd semestre 2016 : Faciliter toutes les démarches courantes.

7. A partir du 1er trimestre 2015 : connaître et garder la mémoire de toutes les demandes de chaque client, quel que soit le mode de contact choisi.

8. A partir du 2nd semestre 2015 : tenir informé de l'évolution du traitement des demandes par SMS.

◦ Reconnaissance et personnalisation

9. A partir du 1er semestre 2015 : reconnaître et adapter les contrats aux besoins réels lors d'un bilan annuel

10. A partir du 1er semestre 2017 : proposer des tarifs qui privilégient les clients fidèles.

Pour tenir ces 10 nouveaux engagements, BNP Paribas va développer les compétences et la capacité d'action des 20 000 collaborateurs au service des clients dans son réseau. A cet effet, la Banque lance un important programme de formation et de conduite du changement, soutenu dès l'été 2014 par la création de la « Service Academy », une plate-forme en ligne pour renforcer la culture du service des équipes et échanger les bonnes pratiques. L'adaptation de la nouvelle promesse de service au plus près du terrain se traduira en outre par la mise en place d'un « Projet de Service Agence », à partir de l'Automne 2014 : piloté par le Directeur d'agence et co-construit avec l'ensemble de son équipe, il permettra d'intégrer les initiatives locales pour personnaliser le service de chaque agence.

2/ + d'expertise : offrir le meilleur du savoir-faire de BNP Paribas

BNP Paribas va renforcer le niveau d'expertise mis à disposition de ses clients en créant 700 à 1 000 postes de Conseillers Spécialisés sur 3 ans, et en leur confiant le traitement des opérations et du conseil dans tous les domaines qui requièrent une connaissance plus pointue. Accessibles par différents canaux à la main des clients, ces conseillers spécialisés interviendront en complément du Conseiller de Clientèle, qui reste le pivot de la relation.

3/ + de transparence dans les agences de demain

Le parcours client sera clarifié à l'extérieur comme à l'intérieur des agences, avec 3 nouveaux formats d'agence complémentaires et des agences dédiées à certaines communautés telles que les professions de santé, les avocats ou les étudiants.

Les agences Express, « pour aller vite », où le client est accueilli par un conseiller qui l'accompagne dans la zone automates pour qu'il effectue ses transactions bancaires simples (retraits d'espèces, dépôt de chèques) ou dans la zone express où il aura accès à des tablettes pour la réalisation d'opérations rapides et simples telles qu'un virement en ligne. L'ouverture de comptes pourra également être réalisée.

Les agences Conseil, « pour être accompagné » : en plus des opérations simples du quotidien, les clients pourront avoir un RDV avec un conseiller, avec la possibilité d'un RDV en visio avec un conseiller spécialisé.

Les agences Projets, « pour réaliser ses projets » : en plus des services proposés au sein de l'agence Conseil, les clients pourront avoir un RDV en face à face avec un conseiller spécialisé pour mener à bien leurs projets nécessitant plus d'expertises.

A partir du second semestre 2014, 11 agences au format immobilier de Préférence Client seront déployées à Lille, Orléans, Tours, Toulouse, Neuilly et Paris Opéra. L'intégralité du réseau de BNP Paribas sera transformé d'ici 2019.

4/ Des agences + connectées, pour offrir aux clients le meilleur des nouvelles technologies

Fin 2014, 1 000 agences seront équipées de visio-conférence, et fin 2015, toutes les agences Conseil et Projets le seront également. Par ailleurs, l'affichage deviendra digital à l'extérieur et à l'intérieur de toutes les agences pour relayer des informations adaptées au contexte des clients et aux actualités locales et le wifi sera disponible.

Avec un investissement de 210 millions d'€ sur 3 ans dans le réseau, l'humain et le digital, BNP Paribas réaffirme le rôle central en matière de relation bancaire de ses agences, de ses conseillers et de la technologie.

En France, le pôle Banque de Détail compte plus de 30 000 collaborateurs au service de près de 7 millions de clients particuliers, 580 000 clients professionnels et très petites entreprises (TPE), 32 000 entreprises (PME, entreprises de taille intermédiaire (ETI), grandes entreprises) et 75 000 associations. Il est leader sur le marché des Entreprises et de la Banque Privée. Organisé autour de lignes de clientèles spécialisées pour apporter le meilleur accompagnement, il offre une large gamme de produits et services, de la tenue de compte courant jusqu'aux montages les plus experts en matière de financement des entreprises ou de gestion de patrimoine. Les équipes de la Banque de Détail sont fortement engagées au service de l'économie et de toutes les clientèles qu'elles accueillent au sein de plus de 2 000 agences et dans les 300 pôles d'expertises : Banque Privée, Maisons des Entrepreneurs, Pôles innovation et Centres d'Affaires Entreprises. La Banque de Détail assure également une large présence sur les réseaux sociaux via notamment Facebook, Twitter et Foursquare. Investissant en permanence dans l'innovation et la qualité de service, BNP Paribas a lancé en mai 2013 la première banque digitale nativement conçue pour utilisation sur mobiles : Hello Bank!. Cette nouvelle offre de relation clients est venue compléter le dispositif de Banque en ligne (Centres de contacts, Internet, Mobile, Net Agence, Net Crédit et Net Epargne) et les 7 000 automates mis à disposition de ses clients particuliers et professionnels.

Contact(s) presse: