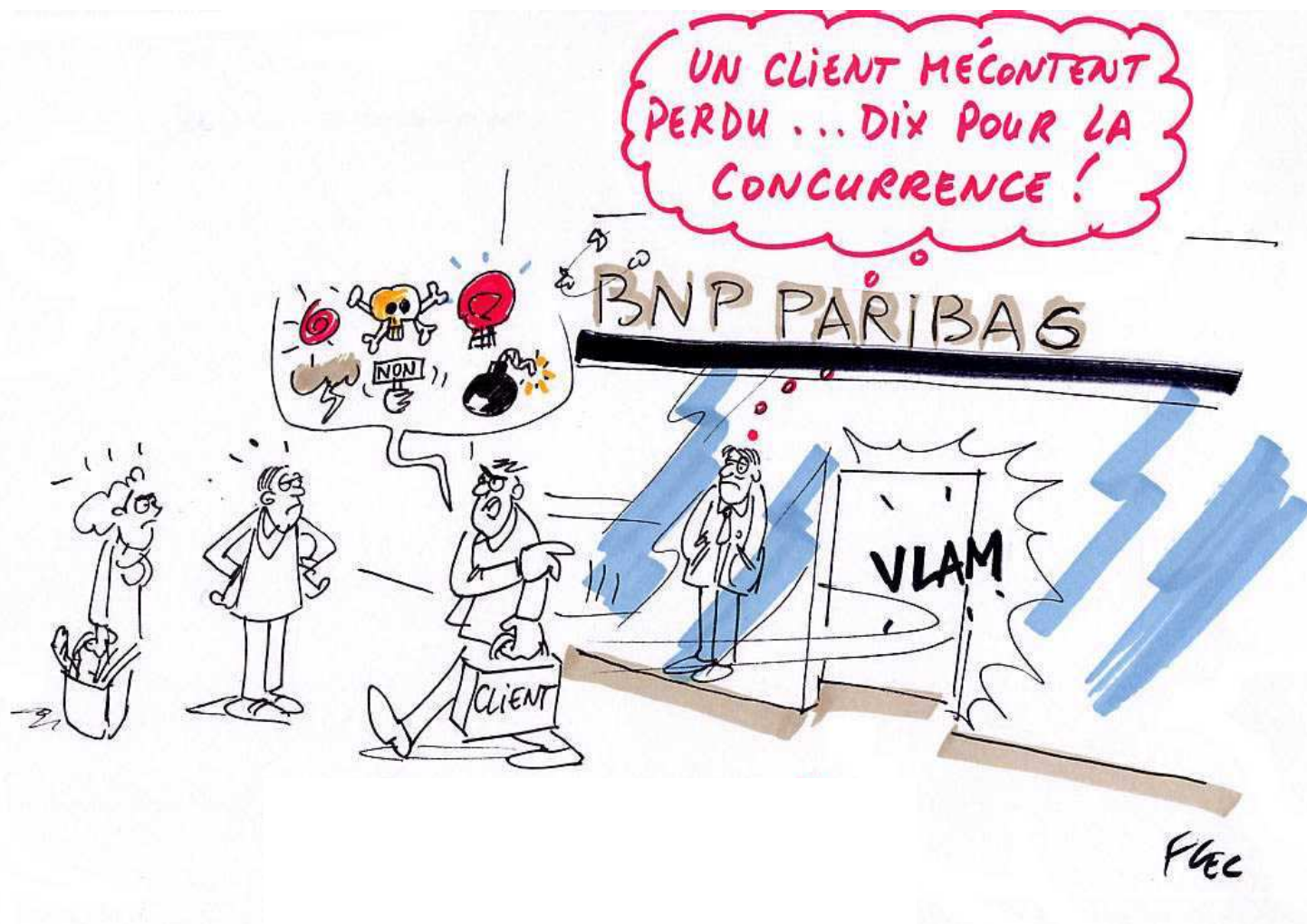


## Le SERC un acteur stratégique chez BNP Paribas



## Le SERC un acteur stratégique chez BNP Paribas

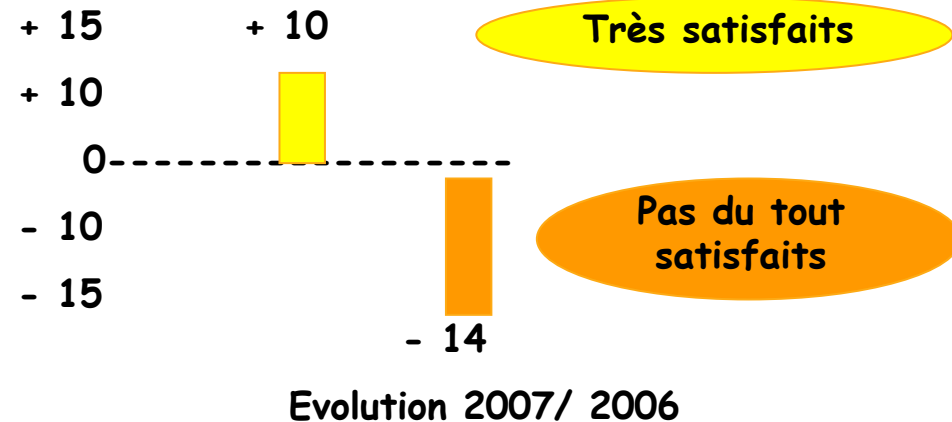
- Les enjeux et la prise de conscience
- La nouvelle organisation
- Les résultats

## Le SERC un acteur stratégique chez BNP Paribas

⊗ Un client satisfait est fidèle et **rentable** !

⊗ Un client satisfait est un client **prescripteur** !

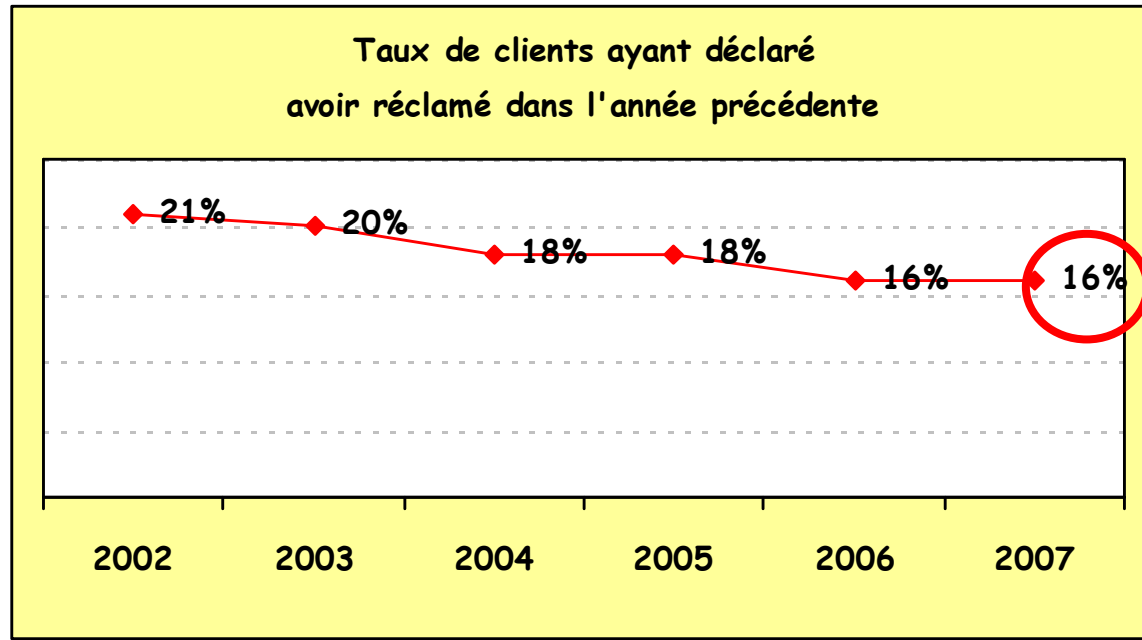
❖ Un lien direct entre satisfaction et évolution de la marge



❖ Un client satisfait en parle à 3 personnes, un mécontent à 10...

❖ Une corrélation forte entre l'indice de satisfaction et le taux de prescription

## Le SERC un acteur stratégique chez BNP Paribas



- Environ 1 million de clients par an sont amenés à réclamer \*
- +/- 36 000 réclamations **seulement** sont enregistrées par an
  - dont 70% sont des réclamations écrites ; 30% orales.
  - 66% des clients qui écrivent sont très indignés, très déçus et présentent un niveau élevé d'indignation (risque important de rupture de la relation).

\* Extrapolation à partir des 16% de clients ayant déclaré avoir réclamé dans l'année écoulée

# Pourquoi une nouvelle ligne métier ?

## La situation de départ ...

- **Plusieurs entités non coordonnées entre elles** traitaient des réclamations : Inspection Générale, centre d'appels, Groupes d'agences...
- **Les circuits tenaient plus compte du niveau hiérarchique du destinataire** de la réclamation que du contenu de celle-ci.
- **Les pratiques de traitement des réclamations étaient différentes** d'un site à l'autre (circuits, manière de rédiger, position commerciale, ...).

# Pourquoi une nouvelle ligne métier ?

## Une prise de conscience

- Le nombre estimé de clients qui quittaient la banque à la suite d'une réclamation traitée de manière non satisfaisante équivalait à la **disparition d'un Groupe d'agences par an**.

## En conséquence

- Il fallait garantir dans tous les groupes du Réseau une **qualité de prise en charge et de réponse** aux demandes des clients mécontents.

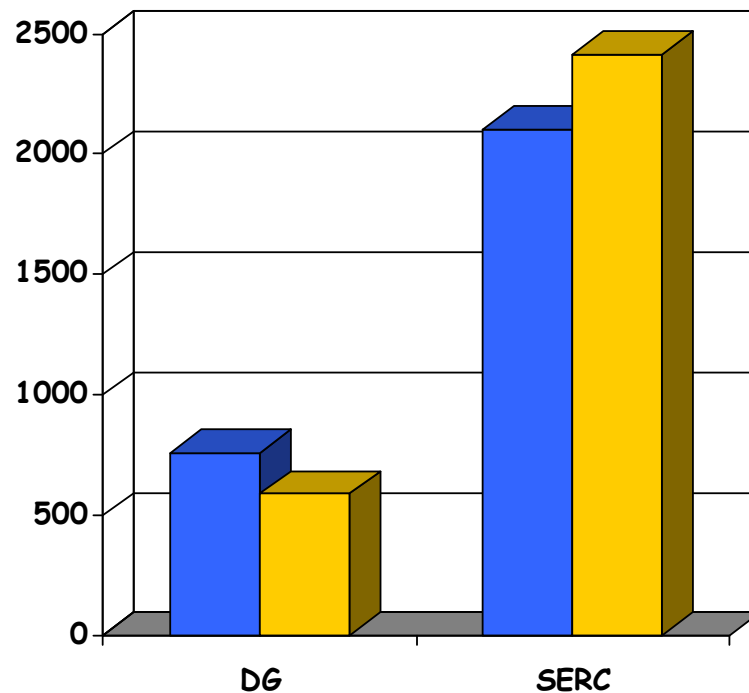
## Le SERC un acteur stratégique chez BNP Paribas

- La première mission a été **d'homogénéiser et de professionnaliser** le traitement des réclamations par la création :
  - d'un outil intégré dans la base clients et la mise en place de processus homogènes,
  - d'un Service Consommateurs dans chaque Groupe d'agences avec un responsable et un suppléant,
  - du Service Expert (SERC) avec un pôle juridique,
  - d'une formation de tous les acteurs de la ligne métier.
  
- La seconde mission a été **d'initier une démarche globale d'amélioration de la satisfaction des clients** par la mise en place du Plan d'Action Satisfaction Clients.

# Le SERC un acteur stratégique chez BNP Paribas

## Les résultats

### ⊗ Réclamations DG et Experts 2006 et 2007



**Réclamations DG: - 23%**

Une meilleure prise en charge locale

**Réclamations Experts: + 15%**

Une augmentation de la complexité



## Une réclamation est porteuse de progrès

à condition qu'elle soit rapidement prise en charge,  
que la politique de l'entreprise soit **cohérente**.

- La plupart du temps, les clients mécontents nous quittent « en silence ».
- Un client qui réclame n'est ni un « râleur » ni un « emmerdeur ». Il nous fait un **CADEAU !**
- Il nous offre une chance :
  - de renouer le dialogue,
  - de regagner sa confiance,
  - de nous améliorer.
- Une réclamation doit être **prise au sérieux**.

