

LA VENTE DE TELEPHONIE MOBILE EN AGENCE BANCAIRE

Le Contexte de la téléphonie mobile en France :

Il faut savoir qu'aujourd'hui 9 Français sur 10 détiennent un téléphone mobile. Au cours des dix dernières années le marché est passé de 9 à 57 millions de lignes actives.

Le marché est détenu à hauteur de 95 % par les 3 opérateurs historiques (SFR, BOUYGUES TELECOM ET ORANGE).

Les enjeux économiques pour les Banques :

Dans la mesure où le téléphone mobile deviendra banque mobile, il en découle de véritables enjeux pour les banques qu'elles devront intégrer dans leur stratégie économique. Les établissements bancaires souhaitent :

- Compléter la gamme des services proposés par la Banque en développant une voie nouvelle.
- Devenir fournisseur pour disposer d'un avantage concurrentiel.
- Conquérir de Nouveaux Clients.
- Conserver les flux et en capter des nouveaux en fidélisant la clientèle.

Le professionnalisme des banques est donc centré sur les besoins et attentes des Clients

Le professionnalisme des banques se traduit par les points suivants :

- Une offre exclusive de forfaits répondant aux besoins de toute la famille
- Une formation spécifique de tous les conseillers financiers
- Le positionnement d'un spécialiste dans chaque agence
- Un accompagnement dans la durée depuis la réception du téléphone jusqu'au traitement du service après vente
- Le conseiller financier est le premier maillon d'un service après vente performant
- Le conseiller financier devient l'interlocuteur unique pour tous les services bancaires et téléphoniques
- Il existe une vraie relation de confiance entre le conseiller et son client

Les Directions des banques sont convaincues que demain le téléphone mobile va devenir le support incontournable pour traiter les opérations bancaires : il sera un moyen de paiement grâce au paiement sans contact. Il permettra également de réaliser les opérations de banque comme le déblocage de crédit à la consommation ou des opérations de virement. Ces directions sont persuadées qu'elles ne peuvent rester absentes de ce nouveau canal.

Les nouvelles commissions générées pourraient être captées par les opérateurs de téléphonie. L'enjeu premier pour les banques est donc un enjeu de défense de leur "chiffres d'affaires" : Le PNB (produit net bancaire). En second lieu, il constitue un levier de croissance. Cependant le téléphone mobile détache petit à petit les clients de leur agence. Les banques de proximité vont donc elles disparaître petit à petit ?