

Aurexia



Aurexia
Institute

Effacité commerciale en banque privée

Nos 12 convictions

Décembre 2023

12 convictions pour améliorer l'efficacité commerciale en banque privée



1. Renforcer la conquête client



2. Revoir / ajuster les KPI de pilotage et leur déclinaison dans le modèle de rémunération



3. Optimiser la composition du portefeuille clients en termes de rentabilité



4. Identifier et répondre aux signaux faibles / moments forts



5. Revoir / ajuster les parcours clients en fonction des nouvelles attentes clients



6. Etablir / ajuster les personae, afin d'adapter au mieux les parcours clients



7. Optimiser les processus métiers, afin de libérer du temps commercial aux banquiers



8. Améliorer les interfaces digitales clients



9. Renforcer et adapter la formation



10. Améliorer, voire rationaliser, les outils front au service d'un banquier « augmenté »



11. Développer / renforcer les synergies internes



12. Mettre en place / renforcer la veille des pratiques commerciales de la concurrence





1. Renforcer la conquête client

La **conquête client** constitue une priorité. Pour ce faire, plusieurs leviers doivent être envisagés :

- Structurer des partenariats avec des entreprises adressant de la clientèle aisée (notaires, galeristes, concessionnaires premiums...), voire des CGP dans une logique gagnant-gagnant (ex: apport d'offres dédiées, de formation vs. apport de clients)
- Renforcer / ajuster l'animation commerciale (ex : plan de redynamisation des banquiers privés)
- Développer / accentuer sa présence auprès de prospects à potentiel (femmes entrepreneurs, ordre des notaires...)
- Promouvoir le parrainage via des incitations adaptées au client parrain (ex : places pour un match de Ligue des Champions)



2. Revoir / ajuster les KPI de pilotage et leur déclinaison dans le modèle de rémunération

La stratégie commerciale se décline sous forme d'indicateurs de pilotage pour mesurer l'atteinte des objectifs établis. Il est impératif que le modèle de rémunération des banquiers privés soit en adéquation avec les KPI établis. Et afin de donner de la visibilité et de maintenir une bonne dynamique au sein des forces commerciales, il est pertinent de leur fournir des reportings / tableaux de bord personnalisés à valeur ajoutée. Ces derniers doivent inclure : 1. Une vision sur la rentabilité en y incluant les dérogations tarifaires, tant du point de vue client qu'offre / service; 2. Une vision sur les recommandations réalisées et leurs taux de transformation; 3. Une vision sur le niveau de satisfaction client (analyse sentimentale des mails, réclamations...)



3. Optimiser la composition du portefeuille clients en termes de rentabilité

Accroître la composition du portefeuille clients en termes de rentabilité nécessite une gestion attentive des clients :

- Dont la rentabilité est en dessous des standards pour leur segment : 1. identification ; 2. analyse de la situation / du potentiel ; 3. décision : maintien (avec par exemple demande de rapatriement de ses fonds placés dans des banques / CGP concurrents), transfert dans le segment inférieur / en banque patrimoniale / de détail, augmentation de ses frais...
- Présentant un potentiel de rentabilité plus élevé pour leur segment: 1. identification, 2. analyse, 3. décision : maintien, upgrade de segment, ciblage précis avec des actions ad hoc (ex : demande de rapatriement d'avoirs pour upgrade)



4. Identifier et répondre aux signaux faibles / moments forts

Faire preuve de proactivité pour accompagner les clients lors des moments clés (succession, donation, crédit complexe, montée au capital d'une entreprise...) est essentiel. Pour ce faire et au-delà d'optimiser les processus (en mettant par exemple des MO spécialisés), la mise en place de parcours dédiés est essentielle via notamment des partenariats avec des acteurs externes tels que des notaires, des avocats, des sociétés spécialisées dans l'architecture d'intérieur, etc.

Par ailleurs, identifier les signaux faibles (ex: analyse sentimentale des mails) est tout aussi clé en particulier ceux ayant trait à de l'insatisfaction et /ou des velléités de départ afin de mettre en place les actions adaptées, telles que des actions de rétention.



Focus sur notre conviction #10. Améliorer, voire rationaliser, les outils front (incluant les ChatBot Front) au service d'un banquier augmenté

Exemples d'amélioration / rationalisation d'outils front

	Exemples de solutions	Fonctionnalités
 <p>CRM dédiés aux banques privées et proposant des fonctionnalités enrichies</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entrée en relation ▪ Aide à la vente ▪ La prospection ▪ La revue / remédiation du KYC ▪ Marketing ▪ Pilotage de la qualité ▪ Pilotage et reporting ▪ Préparation des entretiens ▪ Relation client et multicanalité ▪ Vision client 360 ▪ Vision patrimoniale
 <p>IA Générative au service des banquiers</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Morgan Stanley a lancé courant septembre un chatbot développé par OpenAI, l'entreprise de ChatGPT. ▪ Cet assistant virtuel est chargé d'appuyer le travail de ses quelque 16.000 conseillers financiers, qui pourront notamment l'utiliser pour trouver en un rien de temps des données dans la base de recherche de la banque. De quoi leur éviter de passer au crible des milliers de fichiers. ▪ « C'est comme si notre directeur de la stratégie était assis à côté de vous lorsque vous êtes au téléphone avec un client », déclarait en mars dernier Jeff McMillan, l'un des responsables au sein de la division de gestion de patrimoine du groupe, auprès du média CNBC. 	

Nos convictions pour se renforcer

Restant au **centre de la relation client**, le banquier privé doit « **être augmenté** » via des d'outils performants et modernes.

Cela peut se traduire par l'**ajustement du poste de travail « banquier privée »** s'appuyant par exemple sur :

- 1 Une **refonte du CRM** afin d'avoir une vision 360° de ses clients (incluant aussi l'agrégation des avoirs détenus dans d'autres établissements), une aide à la préparation des RDV, une plus forte personnalisation des services, un meilleur suivi des interactions...
- 2 **Une revue des outils d'Advisory**
- 3 Un ajustement des **outils de gestion documentaire centralisée et sécurisée**
- 4 L'ajustement des **solutions de communication sécurisée « banquier - client »**

Et, à l'instar de Morgan Stanley, une réflexion est à initier concernant **les chatbot IA générative** pour assister les banquiers.

Contactez-nous

Nous pouvons accompagner vos équipes à renforcer votre efficacité commerciale :

- **Des réflexions amont** (éclairage de marché, état des lieux, cible macroscopique) visant à structurer votre approche
- **L'établissement d'une cible opérationnelle détaillée**, dans une logique de co-construction, **et de sa feuille de route**, suite à une analyse détaillée des écarts et des efforts à réaliser, une priorisation des travaux à mener
- **L'accompagnement métier dans la mise en œuvre** (ex : optimisation / refonte des processus métiers, revue des parcours clients, RFP, refonte du poste du travail du banquier, conduite du changement ...) **et le pilotage de votre programme**



David VILLARD

Senior Partner
+33 (0)6 75 53 19 47
david.villard@aurexia.com



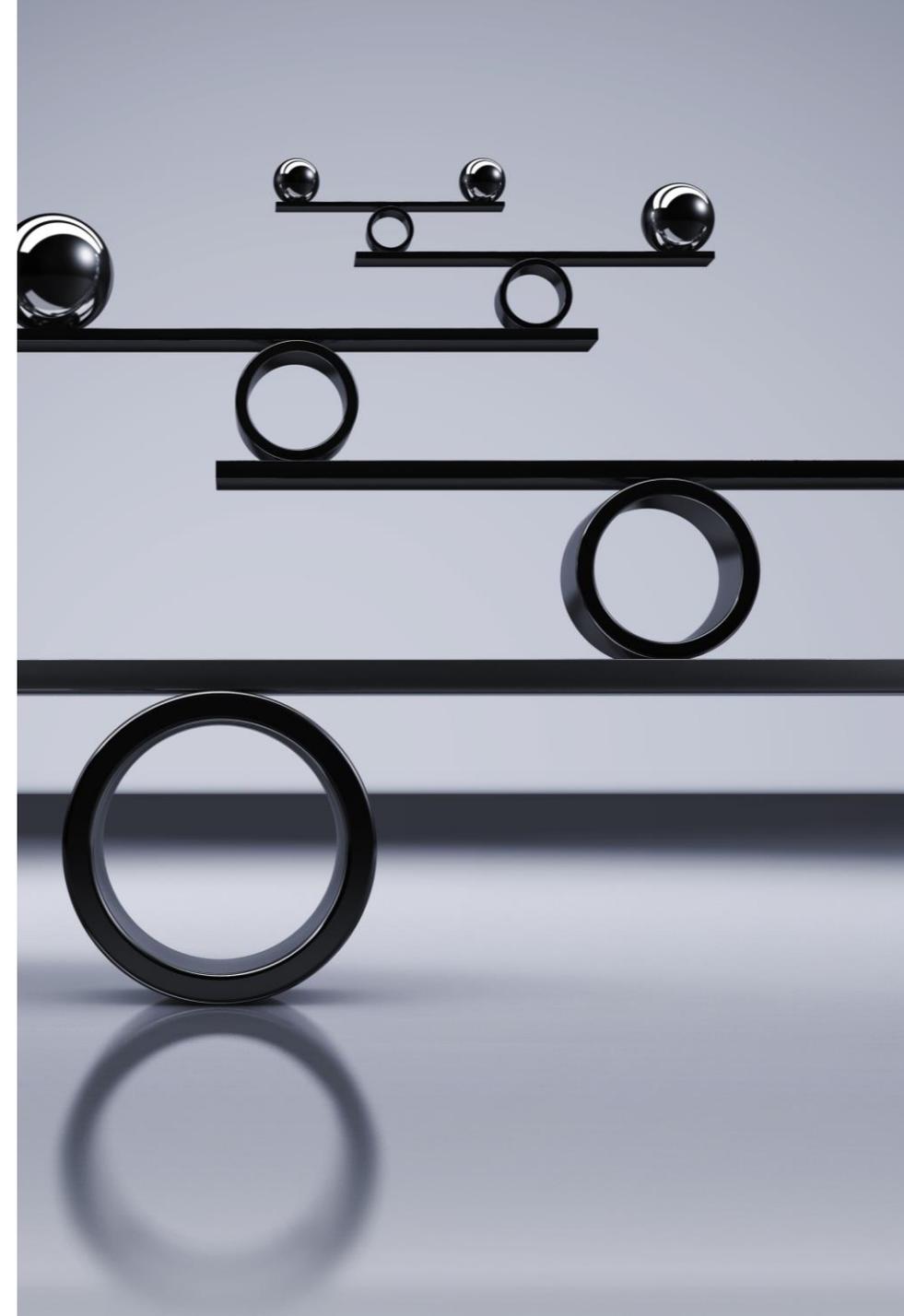
Colombe N'ZORE

Partner
+33 (0)6 28 27 71 76
colombe.nzore@aurexia.com



Etienne JAOUEN

Directeur
+33 (0)6 47 67 98 25
etienne.jaouen@aurexia.com





Aurexia

Bringing value, together