

ENTREPRISE

Marques-Sites
CRM-Marketing
e-PME
Publicité
e-Commerce
Tourisme
Intranet-Extranet
Acteurs

LE NET

Les internautes et leur banque : 1. La génération multicanal

Premier volet de l'enquête en ligne consacrée aux services bancaires. Quand il s'agit de communiquer avec sa banque, tous les moyens sont bons pour les internautes. Enfin presque. (Jeudi 3 juillet 2003)

Envoyez cet article

Imprimez cet article



Le Journal du Net, site édité par Benchmark Group, a réalisé une enquête en ligne en mai 2003 afin de mieux connaître le jugement que portent les internautes sur leur banque. 1 187 internautes, dont 95 % sont utilisateurs d'un service de home banking sur Internet, ont répondu à cette enquête. En voici, comme promis, les principaux résultats. Aujourd'hui, premier volet : l'appréciation des internautes sur les différents outils de communication mis à leur disposition par leur banque.

ACTUALITE

Télécoms-FAI
Mobile
Le Net
Finance

Bref France
Bref International
Actu économique
Actu high-tech

Florence Aubenas

CAC 40 **+0.44%**

CAC **+0.25%**
IT20

Nasdaq **+0.23%**

Dow **+0.05%**
Jones

JDN Finance

UNE ENQUETE EN 3 VOLETS

1. Les outils de communication
2. Les services de home banking
3. Les services de téléphonie mobile

Est-ce le début d'une nouvelle histoire d'amour ? L'appréciation des internautes sur la qualité de l'accueil en agence ou par téléphone de leur banque est globalement bon. 58 % des personnes interrogées déclarent être très satisfaites de l'accueil qu'ils ont en agence et 20 % sont même "très satisfaites".

Côté téléphone, même satisfecit. 51 % déclarent être satisfaits et 21 % très satisfaits. Malgré tout, en combinant les réponses des personnes ayant déclaré être insatisfaites, soit de l'accueil en agence, soit de l'accueil au téléphone, soit des deux, le taux des "mécontents" atteint les 38 %. Une marge d'amélioration subsiste donc.

SOLUTIONS

Systèmes-Réseaux
Sécurité
DSI
Emploi-RH
Développeurs

MANAGEMENT

Gestion RH
Création entreprise
Emploi cadre
Fiches pratiques

TOUS NOS ARTICLES

Dossiers
Interviews
Fiches conseils
Chats

Mai 2005
Avril 2005
Mars 2005
Et avant

L'appréciation de l'accueil dans les canaux classiques

En agence	
Satisfaits	58 %
Très satisfaits	20 %
Pas satisfaits	22 %
Au téléphone	
Satisfaits	51 %
Très satisfaits	21 %
Pas satisfaits	28 %

Les nouveaux outils de contact proposés par les banques sont également bien accueillis. 54 % des personnes interrogées estiment que la mise à disposition d'un numéro de téléphone permettant d'être mis en relation avec un télé-conseiller tard le soir est une bonne chose. Un intérêt partagé surtout par les plus jeunes : 62 % des moins de 25 ans sont sensibles à ce type de service,

RUBRIQUES

Nouveaux sites
New business
Nominations
Noms de domaine

Chiffres-clés
Enquêtes en ligne
Classements
Tribunes
Juridique

Sondages

Livres blancs



- Copains d'avant
- **Cartes de vœux**
- Journal des Femmes
- Actualités
- Fonds d'écran
- Galerie photos
- Vos livres
- Internet Pratique
- Photo numérique
- Recettes de cuisine

Tous les dossiers

ANNUAIRES

Sociétés
Prestataires
Carnet
Hotspots Wi-Fi
Agences médias
Lobbys
Fonds

Logiciels pro
Formations
Encyclopédie

VOTRE HIGH-TECH

Eligibilité ADSL
Test connexion
Guides d'achat
Comparateur Prix
Télécharger
Livres

CONTACT

Newsletters
Contacts
Publicité
Mots recherchés
Corrections



contre 40 % pour les plus de 55 ans.

Perception des services téléphoniques accessibles en dehors des heures d'ouverture des agences

Ages	C'est une bonne chose	Je préfère avoir affaire à mon agence
Moins de 25 ans	62 %	38 %
25 - 34 ans	57 %	43 %
35 -44 ans	51 %	49 %
45 -54 ans	49 %	51 %
55 et plus	40 %	60 %

La perception de la rapidité et de la qualité des réponses effectuées par e-mail par les banques apparaît également positive. Globalement, 67 % des internautes qui utilisent cet outil de communication avec leur banque sont satisfaits de la rapidité des réponses et 66 % de leur qualité. On notera malgré tout que 43 % des répondants se déclarent encore insatisfaits sur, au minimum, un des deux points.

L'appréciation des réponses par e-mail

Critères	Très satisfaisante	Satisfaisante	Pas satisfaisante
La rapidité des réponses	22 %	45 %	34 %
La qualité des réponses	19 %	47 %	34 %

Reste que ces nouveaux outils de contact ne conviennent pas à toutes les situations. Plus l'opération est complexe, plus le rôle de l'agence apparaît prépondérant. 85 % des enquêtés privilégient un contact direct avec un conseiller lorsqu'ils cherchent à financer un projet d'achat immobilier. De même, ils sont 73 % à faire ce choix pour obtenir un crédit à la consommation et 71 % pour l'obtention d'un conseil pour un placement.

L'arbitrage des outils de contact

Critères	Téléphone	e-mail	Visite en agence
Obtenir un RDV	66 %	24 %	10 %
Suivre l'avancement d'une opération	35 %	48 %	17 %
Obtenir une documentation	13 %	57 %	30 %
Obtenir un conseil en placement	17 %	12 %	71 %
Obtenir un crédit à la consommation	13 %	14 %	73 %
Financer un achat immobilier	7 %	8 %	85 %

En revanche, lorsque le fait de se rendre en agence n'est pas privilégié dans,

- Benchmark.fr
- Séminaires
- Etudes
- Publicité et marketing sur Internet
- Sites corporate
- Intranet
- Services payants sur mobiles

l'e-mail fait jeu égal avec le téléphone. Pour le suivi de l'avancement d'une opération ou l'obtention d'une documentation, le contact par e-mail s'avère même prépondérant avec 48 % et 57 % des suffrages.

UNE ENQUETE EN 3 VOLETS

1. Les outils de communication
2. Les services de home banking
3. Les services de téléphonie mobile

[[Rédaction](#), JDNet]

- Lettres
- Management IT
- Strat. Internet
- Analyse de site

[Retour à l'accueil](#) | [Haut de page](#)

Nouvelles offres d'emploi sur Emploi Center

[Ebookers](#) | [24/7 Real Media](#) | [Ysance](#) | [Benchmark Group](#) | [PHIRST VANILLA](#)

☒ SUR L'INTERNAUTE

- Week-End
- Restaurants
- Ciné : box office
- Concours
- Insolite
- Voyage
- Mon PC
- Automobile
- Météo
- Prénoms
- Horoscope
- Histoire
- Comparer les prix
- Webcam
- Test QI
- Télévision
- Pages blanches
- Pages jaunes

Qui sommes-nous ? [Société](#) | [Contacts](#) | [Publicité](#) | [PA Emploi](#) | [Presse](#) | [Recrutement](#) | [Tous nos sites](#) | [Données personnelles](#)

© Benchmark Group, 4 rue Diderot. 92156 Suresnes Cedex