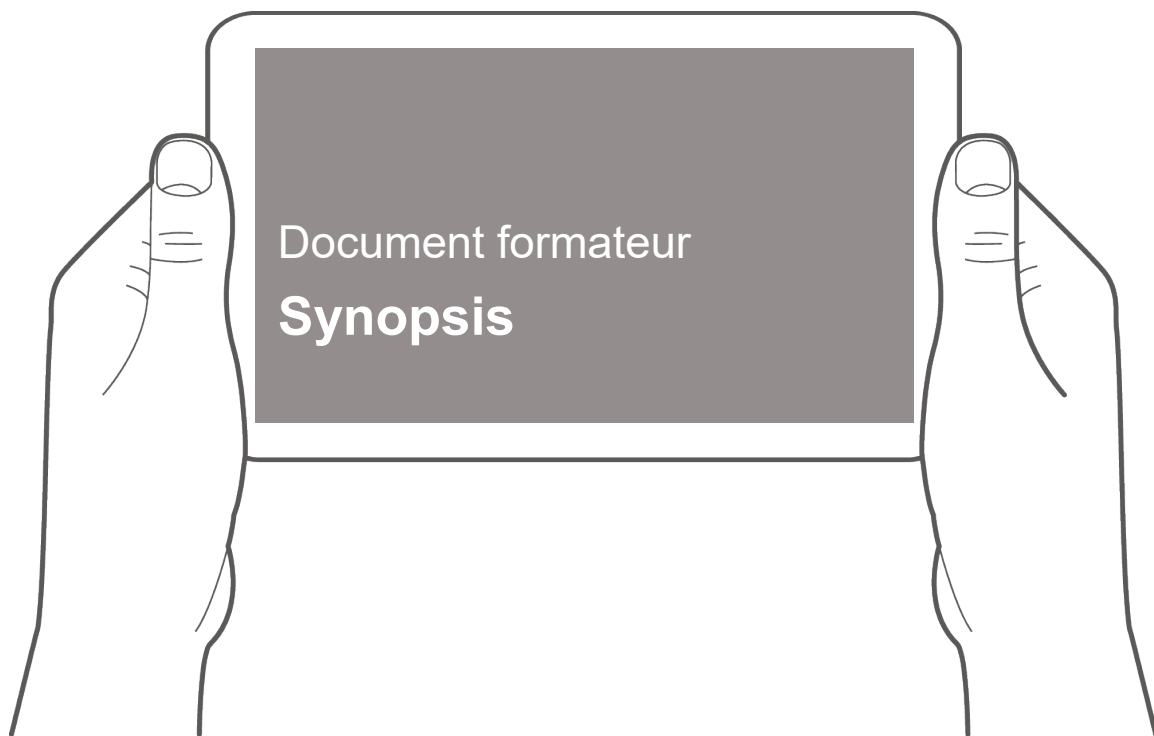


Bloc 3 - Journée 1

LA RELATION CLIENT FACE À L'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL BANCAIRE

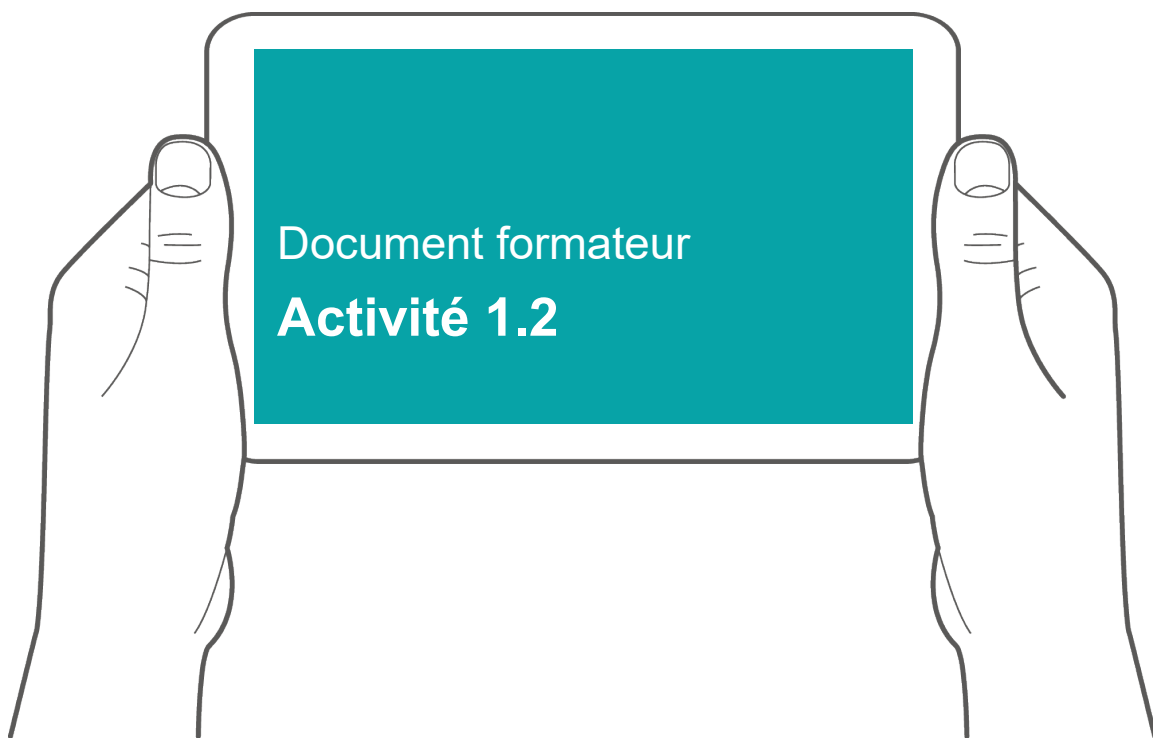
Les valeurs et les enjeux clients comme socle du métier de responsable d'unité bancaire



■ **Tableau récapitulatif des points clés de la journée**

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	ACT.	OBJECTIFS	DÉMARCHE PÉDAGOGIQUE	ÉNONCÉS	#NOTIONS CLÉS
Partir à la découverte de la journée	0.1	Collecter les attendus et présenter le déroulement de la journée	Vous utilisez et mettez en valeur la dynamique d'animation pour présenter le déroulement de la journée et faciliter les échanges	Partons à la découverte de cette journée	
	0.2	Déclencher la dynamique et insuffler l'esprit de la journée	Vous favorisez la dynamique de groupe, créez un climat de confiance propice aux interactions puis vous amenez les apprenants à prendre conscience de leur rôle dans le développement de la qualité et à identifier son caractère subjectif	Écrivez votre mantra en lien avec le développement de la qualité au sein de votre organisation	<ul style="list-style-type: none"> • Définition générale de la qualité • Approche de son caractère à la fois objectif et subjectif • Définition du mantra d'entreprise et de son intérêt par rapport au sens et aux missions
Décoder la transformation de l'écosystème face à la relation client	1.1	Identifier les transformations de l'écosystème gravitant autour de la banque	Vous amenez les apprenants à saisir dans quel contexte de transformation la banque se situe	Identifiez les transformations qui bouleversent notre quotidien personnel et professionnel	<ul style="list-style-type: none"> • Éléments de transformation de l'écosystème bancaire : sociétaux, technologiques, réglementaires, comportementaux... • Les transformations sont de plusieurs natures • Le numérique est une transformation essentielle
	1.2	Repérer les impacts des transformations de l'écosystème dans la relation client / banque	Vous permettez aux apprenants de saisir les impacts des éléments de transformations de l'écosystème bancaire sur la relation client	Déterminez les transformations qui impactent la relation client / banque Puis établissez la nature et le degré de ces impacts	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse PESTEL • Impacts sur la relation client/banque
Décoder les évolutions de la relation client	2.1	Identifier l'ADN de la relation client	Vous amenez les apprenants à prendre conscience de bien cerner les attentes d'un client	Mettez-vous à la place du client !	<ul style="list-style-type: none"> • Les attentes des consommateurs • La relation client, c'est quoi ? • Quels moyens pour comprendre et mieux servir le client • Approche marketing
	2.2	Intégrer les nouveaux usages consommateur	Vous permettez aux apprenants d'analyser les modes de consommation des clients et leurs répercussions sur les interactions client / banque	Dites-nous tout sur les nouveaux usages et modes de consommation ?	<ul style="list-style-type: none"> • Les nouveaux usages et mode de consommation • Ce que cela traduit dans l'utilisation de la banque par ses clients • Ce que cela traduit des développements réalisés par la banque pour répondre à ces nouvelles exigences

Décoder une organisation centrée client	3.1	Amorcer la réflexion centrée client	Vous amenez les apprenants à se placer côté client insatisfait pour prendre conscience de l'utilité d'écouter le client et de ce qui transforme une transaction en expérience.	Vis ma vie de consommateur ! Partagez vos pires moments !	<ul style="list-style-type: none"> • Ce que l'on retient d'un achat ou d'une prestation qui s'est mal passé : les moments et les émotions clés • Ce que cela traduit de l'approche de l'entreprise/client
	3.2	Repérer les principes associés à l'organisation centrée client	Vous permettez aux apprenants d'être sensibilisés aux composantes essentielles d'une organisation tournée vers le client en identifiant ce qui distingue une telle organisation d'une autre (centrée produit)	Jouez à l'avocat du diable Comment faire pour devenir une entreprise qui oublie son client ?	<ul style="list-style-type: none"> • Ce qui montre qu'une entreprise n'est pas dévouée à son client : des objectifs en volume, des organisation en silo...
	3.3	Résumer et expliquer les valeurs et principes stratégiques d'une organisation centrée client	Vous amenez les apprenants à définir les valeurs et les principes clés d'une organisation bancaire centrée client	Établissez les règles d'or d'une banque dont l'organisation est centrée client !	<ul style="list-style-type: none"> • Rester focus client et penser client pour traduire l'approche centrée dans l'organisation • Le client est une fin et un moyen • Pouvoir écouter la voix du client par tous les moyens • L'organisation centrée client, principes clés
Retracer le chemin parcouru de la journée	4.1	Conclure la journée		Que vous inspire cette image en regard de ce qui a été évoqué au cours de cette journée ? En quoi est-elle applicable au secteur de la banque et comment ?	<ul style="list-style-type: none"> • De la transaction à l'expérience



Document formateur

Activité 1.2

■ Analyse PESTEL

Essentiellement élaboré par Gerry Johnson et Kevan Scholes, le modèle d'analyse PESTEL consiste à identifier par un diagnostic externe systématique les opportunités et les menaces présentes dans l'environnement de l'organisation. Il permet dans le cadre bancaire d'observer les transformations de l'écosystème sur la banque puis sur la relation client / banque.

Politique : Décisions gouvernementales, des collectivités locales, politique économique, contexte politique...

Économique : Évolution des marchés, croissance économique, crises économiques, cycles économiques...

Sociétal ou sociologique / socioculturel : Changement des modes de vie, niveau d'instruction, d'éducation et culturel, catégories socio-professionnelles, modes de consommation, bénévolat, structures familiales, conflits sociaux, démographie...

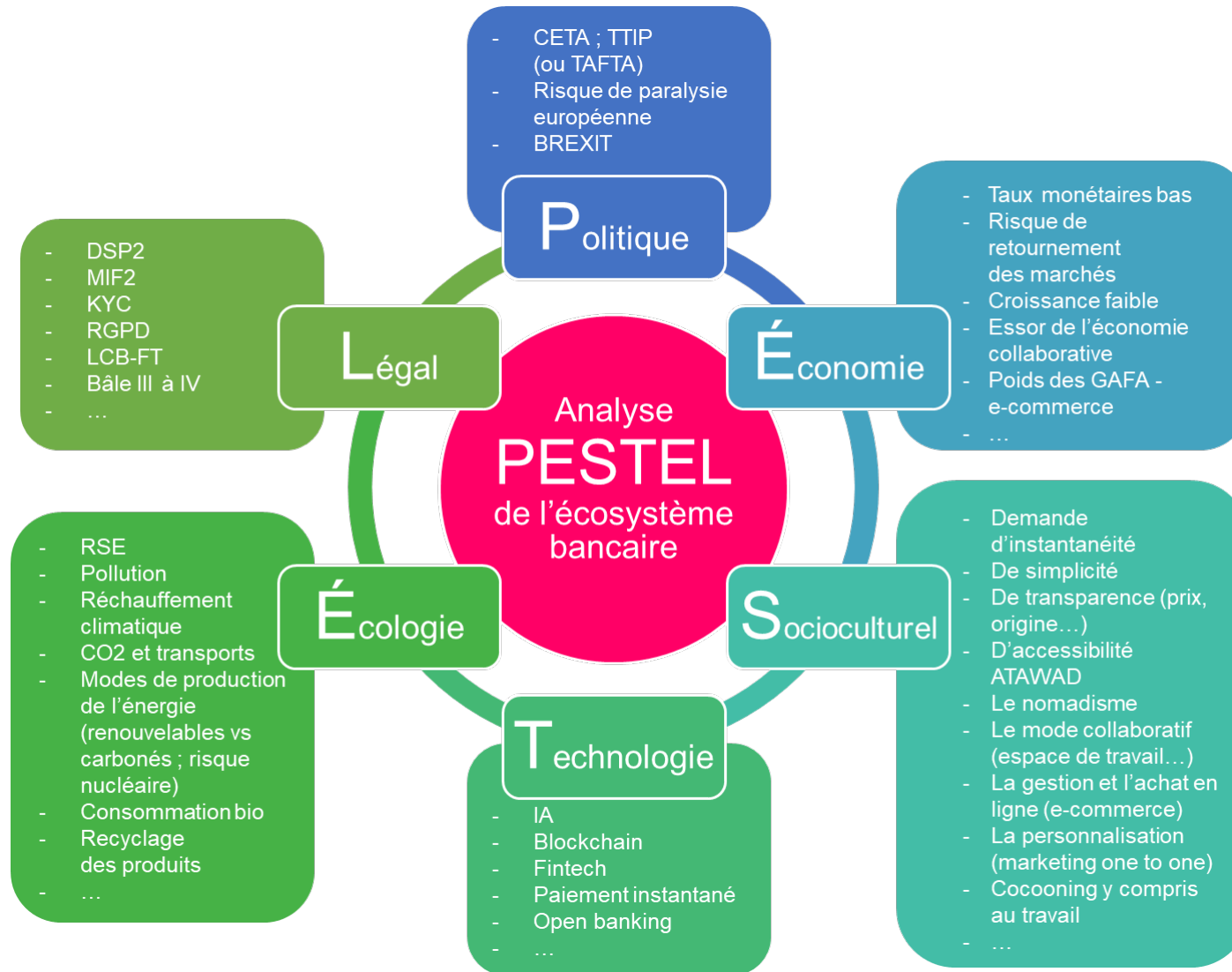
Technologique : Découvertes scientifiques, innovations, modes de production.

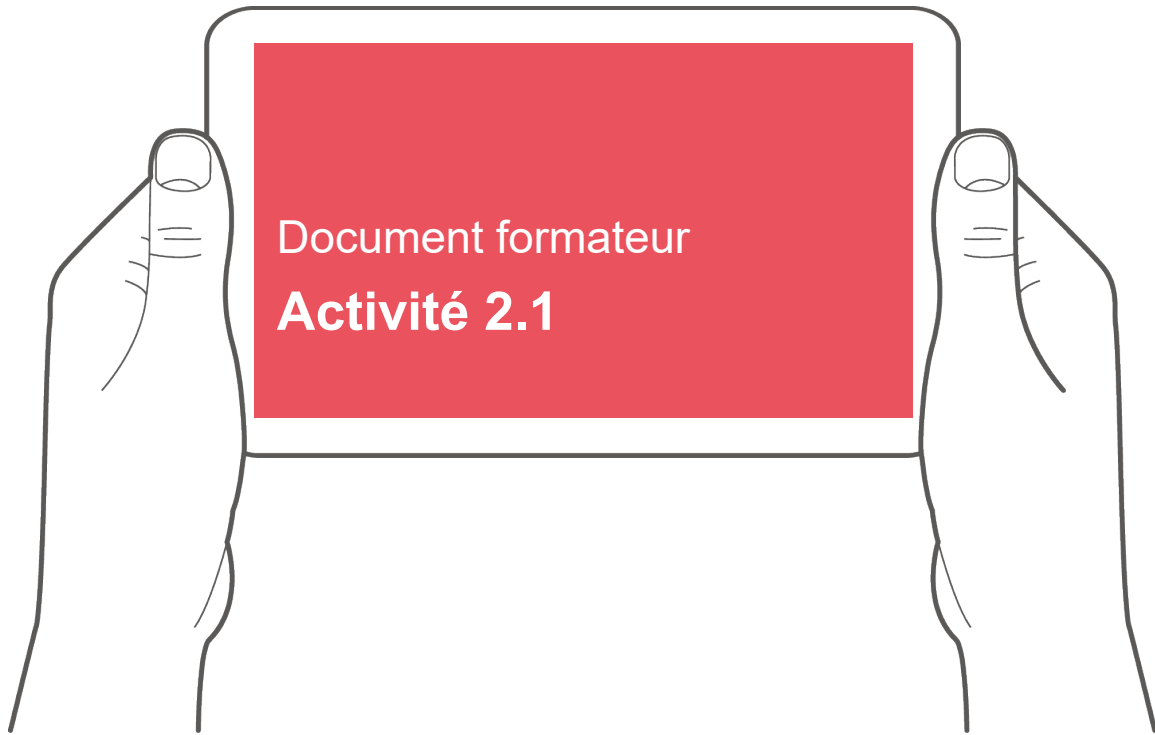
Écologique : Conséquences des mutations et contraintes de l'environnement écologique (changements et conséquences climatiques, pollutions...).

Législation : Réglementations économiques, sociales, normes environnementales, protection du consommateur...

■ Pistes de réflexion : Transformations de l'écosystème / banques

Nota : Éléments et pistes de réflexion complémentaires. En aucun cas, ces éléments ne constituent un corrigé exhaustif, ni ne constituent une approche parfaitement objective. Toute analyse PESTEL comprend une part de subjectivité. C'est par l'argumentation que les éléments cités peuvent enrichir le PESTEL.

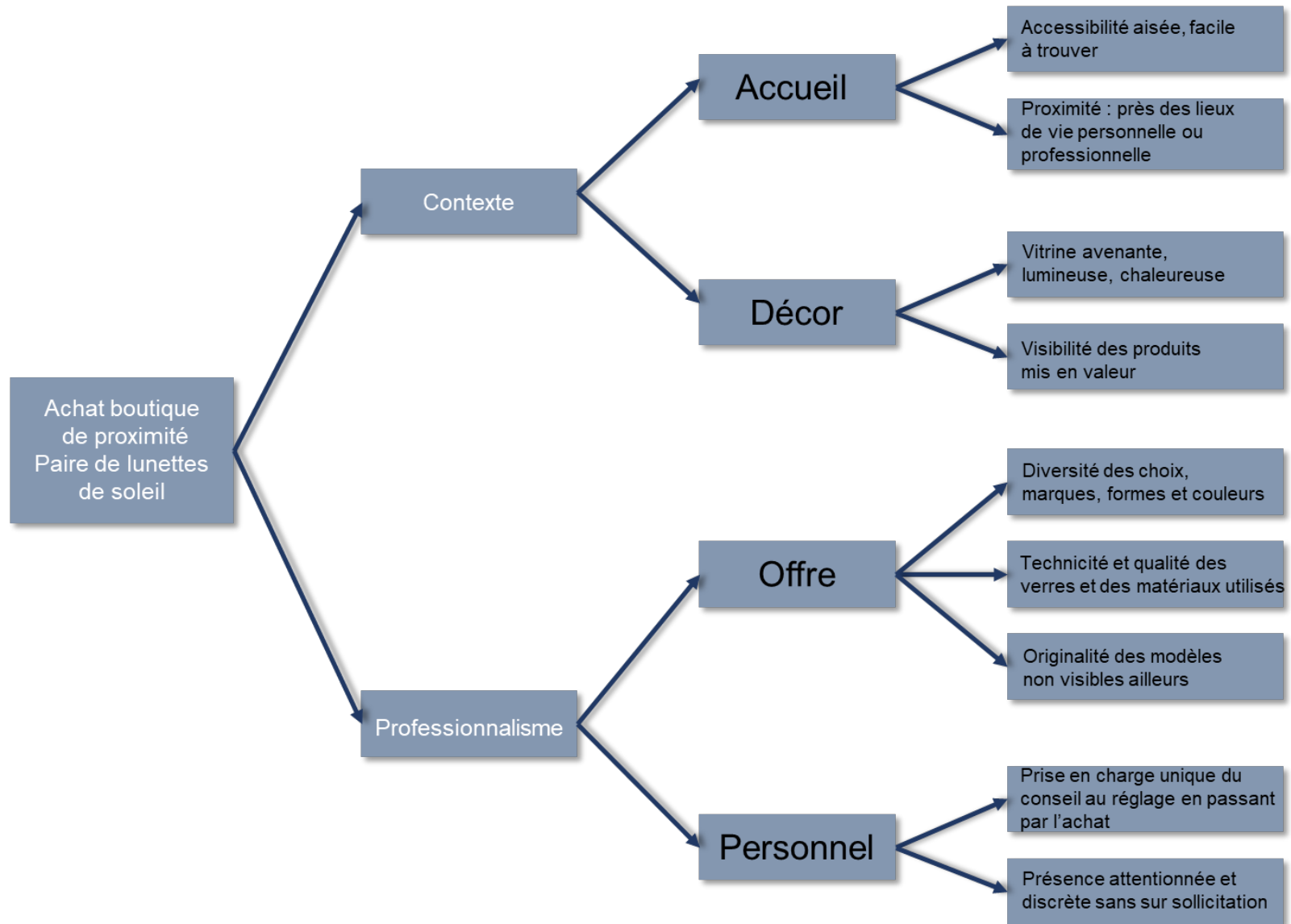


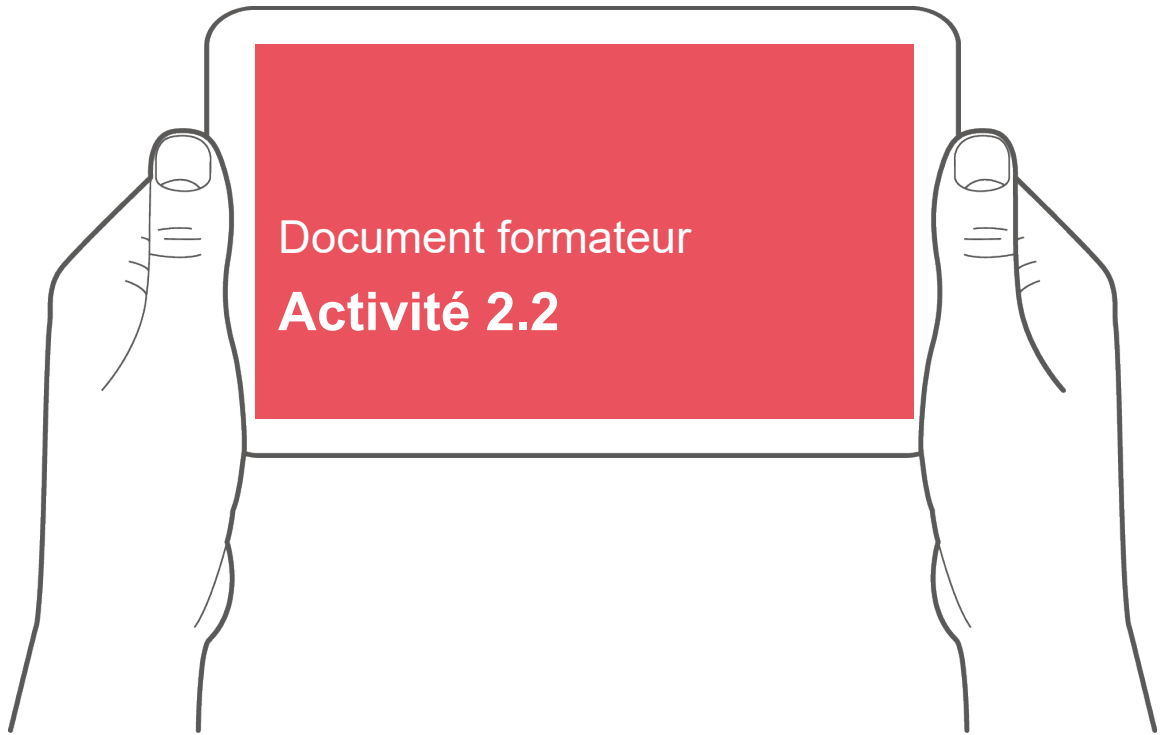


Document formateur

Activité 2.1

■ Pistes de correction : Proposition de diagramme des attentes : achat d'une paire de lunettes de soleil dans un magasin de proximité





Document formateur

Activité 2.2

■ Propositions de pistes de correction possibles

