



Viser l'excellence de l'expérience sur les grands moments de vie du client

#TRANSFORMATION #COMMUNICATION #LABELLISATION #ROI

Les enjeux ?

Donner aux agences de la visibilité sur la qualité de service objectivement délivrée

Avoir la vision client lors d'interactions de durée très variables : opération courante ou demande de renseignements type épargne ou financement

Evaluer l'appropriation des discours et gestes métiers suite aux lancements de nouveaux produits/services

Animer la thématique de l'expérience client via l'attribution annuelle d'un label qualité

La solution BVA ?

Un dispositif de Mystery Shopping pour engager les équipes

Mesure par des Visites Mystères et pilotage de la CX à tous les niveaux (national, régional, local)

Avec des enquêteurs crédibles dans des profils de particuliers à forts revenus et hauts patrimoines pour permettre aux équipes de mieux identifier les clients cible de l'enseigne et travailler le discours qui leur est adressé

Evaluation annuelle du label qualité, fondé sur 3 visites mystère par agence et par an : 2 sur des thématiques « Fil Rouge » et 1 sur une thématique d'actualité, dite « tactique »



Jérôme FOLTIER
Jerome.foltier@bva-group.com





Viser l'excellence de l'expérience sur les grands moments de vie du client

#TRANSFORMATION #COMMUNICATION #LABELLISATION #ROI

Les résultats obtenus ?

Prise de recul des agences et identification des axes d'amélioration prioritaires

Des rendez-vous réguliers autour de la qualité de service, qui participent de la dynamique d'excellence expérientielle de l'entreprise pour

- Accompagner la transformation de l'entreprise et maximiser son potentiel de différenciation dans un secteur très réglementé
- Favoriser la conquête de nouveaux clients à fort potentiel → un dispositif à fort ROI

