

## Académie du Service et la Banque populaire : Pour un parcours d'excellence

Dans la région Ile de France, la Banque Populaire Rives de Paris a la volonté de parfaire l'accueil de ses clients dans leurs agences et quelques soient leurs besoins. L'Académie du Service forme l'ensemble des conseillers accueil afin que chaque client se sente reconnu..



### Points clés pour le stagiaire

- Vivre une expérience client
- Comprendre les ressorts de la satisfaction client
- Bâtir un plan d'action personnel

### Enjeux :

«Quand un de nos clients entre dans l'une de nos agences, ce n'est pas seulement un client que nous avons en face de nous, c'est aussi l'un de nos sociétaires, qui est chez lui» : Marie-Béatrice Vernière, Responsable Formation à la Banque Populaire Rives de Paris illustre ainsi à quel point l'accueil est une valeur essentielle.

«C'est l'image de marque de la banque, une vitrine de notre savoir-faire et le socle de toute relation de confiance». La Banque Populaire Rives de Paris s'informe régulièrement pour évaluer la qualité de l'accueil dans ses agences. Les conclusions de l'enquête 2007 ont identifié qu'au guichet, l'accueil était satisfaisant, mais que la perception globale l'était moins alors que cette mission ne cesse de gagner en importance.

Aujourd'hui, le guichet n'est plus un passage obligé, de nombreuses opérations étant accessibles depuis les «murs d'argents». Or, plus le client est appelé à être autonome, plus il souhaite un accompagnement en cas de besoin et moins il est prêt à attendre. «Le client ne doit pas avoir le sentiment d'être anonyme dans son agence. Il doit être reconnu et pris en charge. Le rôle de l'accueil a évolué : il s'agit d'accompagner, d'expliquer et d'orienter» poursuivent Marie-Béatrice Vernière et Béatrice Dupont responsable du projet.

«Pour obtenir des résultats», la volonté de la Direction Générale est de mettre en œuvre des formations pour tous les conseillers. Elle décide de s'adresser à l'Académie du service. «Nous les avons contactés, car c'est la référence en matière d'accueil. Nous les avons retenus pour leur forte capacité à s'imprégner de notre culture d'entreprise et pour leurs méthodes pédagogiques novatrices».

#### Chiffres clés

- Managers d'agences concernés : 201
- Conseillers clientèles formés :
  - . 180 en 2007
  - . 150 en 2008
  - . 30 Assistantes des centres d'affaires et agences patrimoniales

### Mise au point

Tout d'abord, l'Académie du Service dresse son propre état des lieux sur le terrain. Pour disposer d'un matériel pédagogique pertinent, de nouveaux clients mystères, poussent les portes d'agences .

Cinq scénarii simulant les principaux parcours des clients sont ainsi explorés. L'équipe des consultants se rend ensuite en immersion dans plusieurs agences pour échanger avec les conseillers accueil et leurs responsables «sur leur fonction, leur mission, l'organisation des agences» explique Jean-Louis Caballé, Directeur de clientèle à l'Académie du Service.

«Cela nous a permis d'élaborer notre proposition centrée sur l'excellence de l'accueil tout au long du parcours du client». Un pilote de la formation a été testé en juillet 2007. «Aucun ajustement n'a été nécessaire sur le contenu. Ce test nous a permis de positionner cette formation dans le parcours des nouveaux embauchés, 4 à 6 mois après leur arrivée» indique Béatrice Dupont.

Le stage « L'Excellence de l'Accueil » ainsi conçu, permet de perfectionner les attitudes et l'accueil des conseillers.

En septembre-octobre 2007, tous les managers d'agences ont été sensibilisés lors de sessions d'une demi-journée. Au programme : présentation du contenu de la formation et des outils mis au point, rappel de leur rôle de managers pour piloter l'accueil et assurer le suivi des formations en aidant leurs collaborateurs à évoluer.

Les formations ont ensuite été déployées. «Aujourd'hui, tous les conseillers en poste ont suivi ce module. Les sessions à venir concerneront les nouveaux collaborateurs que nous recrutons chaque année» indique Marie-Béatrice Vernière.

### Innovations :

«Dès le début de la formation, les stagiaires ressortent de la salle, vont dans d'autres enseignes et se mettent dans la peau de clients. Puis, parce que c'est toujours facile de critiquer les autres et difficile de se voir soi-même, les films et les enregistrements téléphoniques réalisés mettent les stagiaires en face de notre propre réalité. Ces méthodes, hors de sentiers battus sont particulièrement pertinentes pour une prise de conscience efficace» commente Béatrice Dupont.

La formation est organisée sur deux jours : l'un consacré à l'accueil physique dans l'agence, le second à l'accueil téléphonique. Les deux journées sont construites selon le même schéma : expérimenter soi-même un service, comprendre les fondamentaux de la satisfaction client, les étapes de son parcours, et répondre à leurs attentes.

«Dans son propre plan d'action, chaque stagiaire définit sur quoi il peut agir et expérimente lors de mises en situation grâce à la boussole du service» indique Jérémie Oesch, l'un des quatre développeurs de compétences de l'Académie du Service.

#### Parmi les outils :

La boussole de la relation client permet de se situer entre quatre attitudes et de s'orienter vers la bonne voie : la «Rencontre», une reconnaissance réciproque et qualifiante.

La « lettre à soi même » écrite par le stagiaire avec points de progrès, moyens et délais pour y arriver... Il la reçoit deux mois plus tard.

### Perspectives :

Les évaluations présentent de très hauts niveaux de satisfaction.

«Cette formation est perçue comme très valorisante pour les collaborateurs. Le niveau de tous les formateurs, les moyens mis en œuvre... tout concourt à reconnaître l'importance de leur métier. C'est une étape importante pour eux qui les aide à se repositionner et à évoluer vers l'excellence» conclue Marie-Béatrice Vernière

A partir de septembre 2008, tous les conseillers clientèle particuliers pourront également bénéficier de cette formation.