

Compass management consulting analyse la productivité des agences bancaires

Saint-Cloud, le 06 janvier 2009 – Compass Management Consulting, le leader mondial du conseil basé sur des techniques d'analyse comparative, livre une étude sur la productivité des agences bancaires américaines.

La crise oblige les banques américaines, comme leurs consœurs européennes, à se pencher sur la productivité de leurs agences. Or, à partir d'une étude comparative conduite auprès de 32 établissements, le cabinet Compass Management Consulting constate qu'un quart d'entre eux commencent à se distinguer nettement des autres, grâce à une optimisation de 30% du temps des collaborateurs, pour des niveaux de services et de satisfaction des clients comparables et même supérieurs, particulièrement en termes de réduction des temps d'attente.

Pour ces établissements, cela représente d'ores et déjà une économie annuelle allant de 60 à 80 millions de dollars, en fonction de la taille de leurs réseaux d'agences.

Un indicateur particulièrement pertinent concerne le temps affecté par les personnels de guichet au rapport direct avec la clientèle. Le bon rapport se situe généralement entre 65% (en deçà, les tâches administratives occupent trop les personnels d'agence) et 75%. « *Or notre étude fait apparaître, selon les réseaux, des taux allant de 45% à 83%* », souligne Arabella Volkers, Directrice Banque de Compass Management Consulting Amérique du Nord.

L'étude révèle que les établissements les plus productifs ont particulièrement su travailler sur trois axes d'amélioration de leurs performances:

1) **La possibilité de traiter en self service les opérations de base** (retraits et dépôts, chèques). Partout dans le monde, les banques attendaient que la généralisation des GAB fasse diminuer les opérations de guichet, lesquelles sont demeurées pourtant relativement stables en nombre (moins 6% par an dans le meilleur des cas en Amérique du Nord) sauf pour les seuls retraits d'argent et l'édition de relevés. Aux USA, certaines banques parviennent néanmoins à traiter désormais en libre service sur une nouvelle génération d'*Automated Deposit Terminals* de 70% à 80% de leurs transactions de guichet. Or le coût de ces dernières est cinq fois plus élevé...

2) **Les innovations technologiques importantes** : les outils d'assistance aux guichets. Reconnaissance immédiate des clients par lecture de leur carte de crédit ou de paiement (15 secondes de gagnées en moyenne ! Ce type d'outil s'étant, à la différence du précédent, généralisé au Canada mais non aux USA) lecture optique

des chèques remis, *Teller Assistance Unit* (20 secondes de gagnées et 10% d'économie sur les coûts de traitement du cash management).

3) Enfin, la productivité en agence se gagne par une **meilleure intégration des tâches des personnels d'agence** : accès direct aux outils de CRM, simplification en conséquence des formulaires devant être remplis avant transmission au back office, amélioration des processus de traitement des demandes les plus simples et souvent les plus récurrentes (demandes de relevés, changements de données d'identification).

Si d'importants écarts de productivité commencent à apparaître entre les réseaux d'agences bancaires, cela tient essentiellement à la manière dont certains établissements se sont résolument engagés dans la révision et l'automatisation des services qu'ils proposent à leurs clients.

« Pourtant, en Europe notamment, beaucoup de banques demeurent hésitantes face à une telle automatisation essentiellement parce qu'elles craignent que leurs clients le vivent mal et soient désorientés face à l'usage des nouveaux outils », note Guillaume Alméras, Directeur Banque au Bureau Compass Management Consulting de Paris. « Notre étude montre cependant qu'une plus grande automatisation correspond à la recherche d'un meilleur niveau de satisfaction des clients ; tout d'abord en termes de temps d'attente. Il ne s'agit pas de chasser les clients des agences mais de rendre les personnels de guichet mieux à même de les servir. Ces personnels demeurent le point de contact privilégié sur lequel il faut concentrer la satisfaction de la clientèle ».

A propos de Compass Management Consulting

Créée en 1979, Compass Management Consulting est aujourd'hui leader mondial du conseil en optimisation de la performance des entreprises basé sur la mesure des performances et le benchmarking ou analyse comparative. Compass MC a mis au point une méthodologie originale, Factbase. S'appuyant sur des modèles fonctionnels structurés pour positionner l'entreprise par rapport à un groupe de référence, elle lui indique les gisements de progrès pour s'améliorer. Une fois ces gisements identifiés, Compass MC établit les scénarios et plans d'action pour atteindre les objectifs visés et les pilote jusqu'à l'obtention effective des gains attendus.

Les offres Compass MC sont dédiées aux domaines banque, assurance, IT et centres de contacts. Les études Compass MC visent à optimiser les processus, aligner l'informatique aux besoins métier, valoriser le Système d'Information, et améliorer les performances de toutes les fonctions IT – help desk, Etudes, infrastructure, postes de travail, réseaux...

Compass MC conçoit et réalise des tableaux de bord pour les Directions Générales et les DSI auxquelles elle est capable de proposer des indicateurs pertinents et, le cas échéant leur valeur marché. Présent dans 15 pays, ce groupe international intervient dans 37 pays et dispose de plus de 450 clients actifs. Son siège social est basé à Guildford (Angleterre), celui de Compass MC Europe à Saint-Cloud (92).