



Programme relationnel d'entrée en relation - Particulier

- **Kit à l'attention des Conseillers**
Accompagner vos clients dans leur 1^{ère} année,
c'est aussi ça leur être utile.



**CAISSE
D'ÉPARGNE**

Vous être utile.

Dédié à vos clients particuliers (grand public), ce programme relationnel est conçu pour les accompagner tout au long de leur première année, en tant que clients de la Caisse d'Epargne (quel que soit le motif : crédit immobilier, bancarisation, assurance...), et les guider dans chacun des moments clés.

Ce programme relationnel est un soutien pour vous permettre d'être dans une posture de conseil et d'accompagnement de vos clients.

> Au travers de temps de communication rythmés, nous capitalisons sur 4 objectifs clés de la relation et de l'expérience client :

- Équiper
- Activer
- Favoriser l'autonomie de vos clients pour vous concentrer sur votre rôle de conseil
- Satisfaire

?

Le saviez-vous ?

La 1^{ère} année est cruciale pour l'équipement de vos clients.

Nous constatons qu'après 12 mois de relation avec la Caisse d'Epargne :

- Un client entré par le crédit immobilier est équipé parmi 3,2 univers.
- Pour les autres motifs d'entrée, l'équipement est en moyenne de 1,2 univers.

Source étude BPCE mars 2021.

**Vous êtes
l'élément central
de la réussite de
ce programme.**



01

Ce programme
d'entrée en
relation est à
l'image de vos
clients : unique !



Pour vos clients

- > **Créer** un lien de proximité **et de confiance** avec, vous, leur conseiller personnel et la Caisse d'Epargne.
- > **Profiter** d'un accompagnement dédié sur nos outils de banque à distance et les opérations réalisables en autonomie (selfcare).
- > **Bénéficier** de conseils et solutions personnalisés banque & assurance, selon leurs attentes et leurs besoins (ciblage).
- > **Développer** un lien de confiance pour qu'ils fassent de la Caisse d'Epargne leur banque principale et qu'ils la recommandent.



Pour vous, conseiller

- > **Valoriser** ce moment clé d'entrée en relation car l'ancrage de la relation se joue durant les premiers mois. La relation instaurée permet de faciliter la mobilité bancaire pour que vos clients fassent de la Caisse d'Epargne, leur banque principale.
- > **Instaurer** une relation de proximité et de confiance avec votre client pour vous permettre de découvrir ses besoins, ses projets. Vous apportez votre valeur avec des conseils adaptés et personnalisés.
- > **Profiter** de points de rencontres réguliers avec vos clients pour avoir une démarche globale et les accompagner en vous appuyant sur nos offres et solutions (banque & assurance) adaptées à leurs moments de vie.
- > **Participer à notre développement commercial** : le programme facilite et soutient l'atteinte de vos objectifs commerciaux, en vous offrant des occasions de rebond commercial.



Pour la Caisse d'Epargne

- > **Être le banquier utile** à tous les Français en proximité sur tous les territoires.
- > **Revendiquer** une stratégie centrée sur la relation avec des conseillers incarnant le lien de confiance. S'affirmer comme la banque de la famille, des moments de vie et du pouvoir d'achat des ménages.
- > **Développer** notre PNB par client en intégrant la dimension Green.
- > **Systématiser** la captation de flux et revenus de nos clients, notamment pour devenir la banque principale de nos clients au travers de la maîtrise de la mobilité bancaire.

> Ce programme accueille et accompagne vos nouveaux clients.

Votre rôle est essentiel ! **En tant que conseiller, vous êtes au cœur de ce dispositif.**

Conseiller de vos clients, n'hésitez pas à échanger et à les questionner sur leurs besoins au quotidien, projets en cours ou à venir, la composition de leur foyer... Plus vous en saurez, plus vous serez apte à leur apporter un conseil personnalisé et des solutions adaptées.

> Ainsi, vous contribuez à faire de la Caisse d'Epargne leur banque principale :

- Banque : gestion du quotidien, financement (habitat, travaux, voiture, études), préparation de la retraite, solutions d'épargne ou de défiscalisation...
- Assurance : couverture et protection financières des biens et des personnes

Valorisez votre disponibilité, votre expertise et les conseils que vous pouvez apporter à votre client au quotidien.



> Tout savoir sur l'Opt-in

Avec l'accord de votre client, collectez son adresse email ainsi que son Opt-in, dès la première prise de contact. Sans ces éléments, votre client ne pourra pas entrer dans le programme relationnel et notre prise de parole sera limitée aux communications réglementaires.

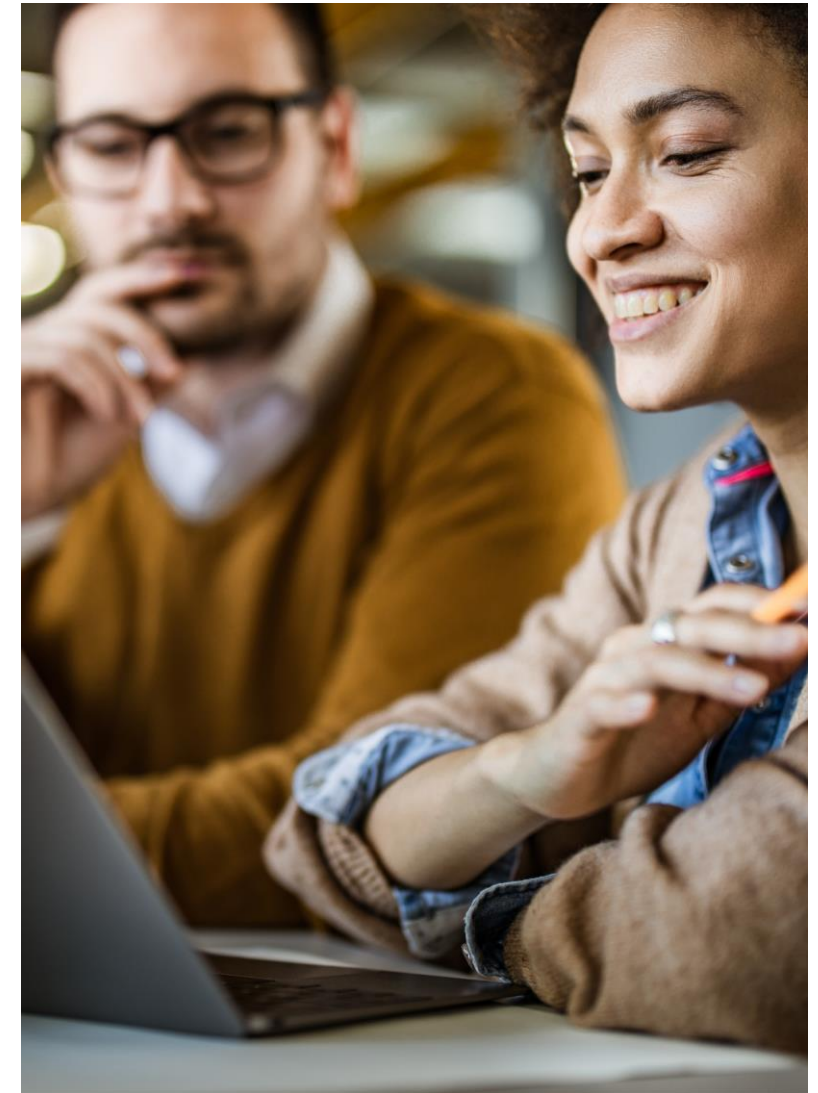
Qu'est-ce que l'Opt-in ?

- Il s'agit du consentement du client pour recevoir des sollicitations commerciales par voie électronique (e-mail, SMS, MMS) de la part de la Caisse d'Epargne.
- Votre client restera en contact avec nous plus facilement et recevra des offres adaptées à ses besoins.

Comment récolter le consentement Opt-in de votre client ?

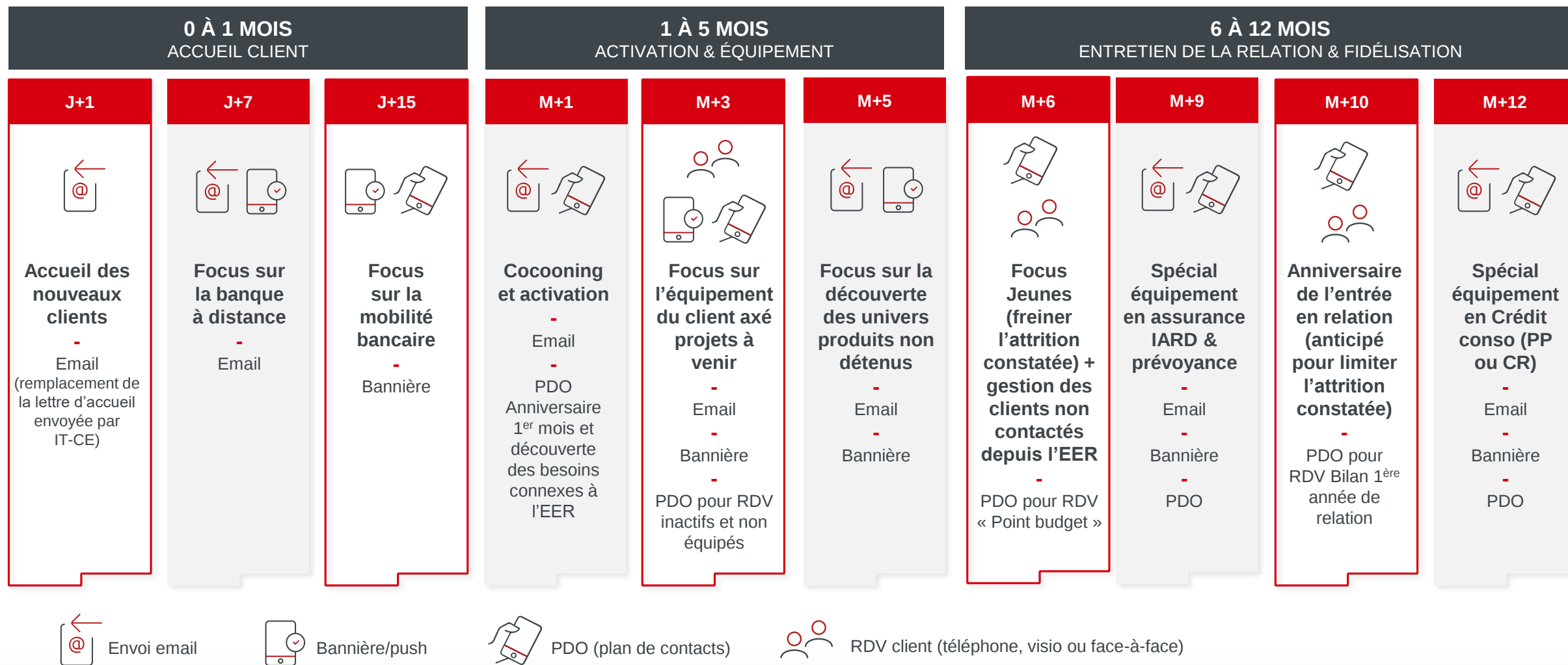
Vous devez récolter ce consentement lorsque vous renseignez les données de contact de votre client (email, numéro de téléphone portable).

Ensuite, le client pourra à tout moment se rendre sur son espace personnel (depuis son application mobile ou le site web) sur la rubrique « Mon profil » puis « Communications commerciales » pour accepter ou refuser d'être contacté par e-mail et par SMS.



10 PRISES DE PAROLE PENDANT 1 AN

> Un contact par email pour les clients dont nous avons recueilli le consentement Opt-in.





02

Focus détaillé
sur les étapes du
programme
relationnel



2 emails,
1 pour
chaque
cible

Un email de bienvenue est envoyé à vos clients rappelant les valeurs de la Caisse d'Epargne et toutes les informations utiles pour communiquer avec vous et gérer ses comptes à distance.

Email ou courrier envoyés :

Ciblage : tout client venant d'entrer en relation

- Version 1 : clients abonnés à la banque à distance
- Version 2 : clients non abonnés à la banque à distance



Nous incitons vos clients à activer ou utiliser leurs services de banque à distance afin qu'ils puissent gérer, en toute autonomie, leurs opérations du quotidien.



Envoi courrier pour vos clients dont nous ne détenons pas l'adresse email



EN RÉSUMÉ : Coordonnées conseiller / Identifiant banque à distance / Opérations disponibles en selfcare

2 emails,
1 pour
chaque
cible



Envoi d'un email présentant nos services de banque à distance pour promouvoir la gestion autonome des opérations bancaires du quotidien (selfcare).

Email envoyé :

Ciblage : tout client venant d'entrer en relation

- **Version 1 :** clients abonnés à la banque à distance
- **Version 2 :** clients non abonnés à la banque à distance



Nous rappelons à vos clients l'utilité de Sécur'Pass pour sécuriser leurs opérations et les rendre plus rapides et plus simples. Ayez-vous aussi le réflexe d'équiper vos clients !

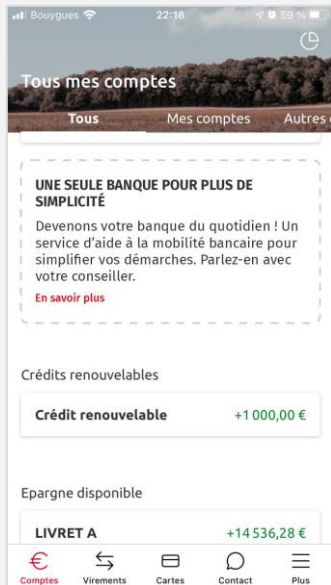
EN RÉSUMÉ : Banque à distance / Selfcare / Sécur'Pass



Bannière



Native Ad
Appli
mobile



Activation d'une bannière pour inviter vos clients à choisir la Caisse d'Epargne comme banque principale. Nous valorisons le service d'aide à la mobilité bancaire pour une gestion facilitée de leur quotidien.

Bannière affichée :

Ciblage : tout client venant d'entrer en relation et n'ayant pas encore signé de mandat de mobilité bancaire



Un client avec un mandat dont les flux sont domiciliés à la Caisse d'Epargne devient très rapidement (6 mois) un client Bancarisé Principal. Il est équipé. Son PNB annuel augmente en moyenne de 200€ et sa fidélité est en moyenne de 20 ans.

Proposez systématiquement Domilis à vos clients.



EN RÉSUMÉ : Mobilité bancaire / Domilis / Banque du quotidien

> Tout se joue maintenant !

Votre client nous a rejoint il y a un mois. Appelez-le pour vous assurer que tout se passe bien et cerner ses besoins et projets complémentaires.

Email envoyé :

Ciblage : tout client venant d'entrer en relation

> **Présentation de notre offre :** pour répondre aux besoins au quotidien et futurs projets de vos clients.

> **Inciter à prendre rendez-vous.**

Pensez à questionner vos clients, dès maintenant, sur ses projets et son épargne, sans oublier ceux de ses enfants. Et bien entendu, rappelez-lui que vous êtes présent au quotidien pour l'accompagner.



Plan de contact :

À vous de rentrer en action !

Libellé GERC: EER M+1 Equipement

En préambule : « Bonjour [Madame, Monsieur NOM], je tenais à m'assurer que tout se passait bien depuis notre dernier échange. Avez-vous des questions ? Notamment sur l'accès à vos comptes à distance ? »

Puis, différencier le discours selon le motif d'entrée en relation

Entrée par un crédit immo :

« Que diriez-vous de regrouper toutes vos opérations sur un seul compte ?

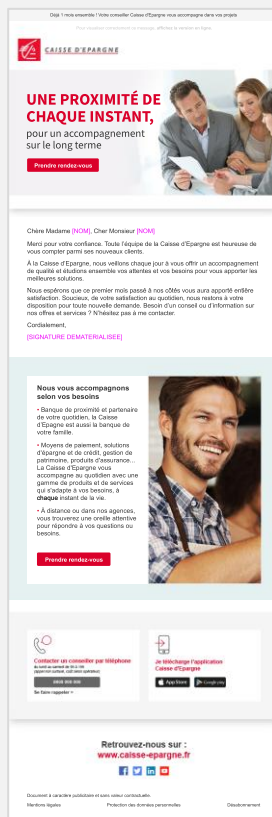
Sachez que nous avons un service d'aide à la mobilité bancaire, qui est gratuit. Nous nous occupons de tout, pour faciliter votre gestion du quotidien. »

Entrée par la bancarisation :

« Avez-vous un besoin supplémentaire de trésorerie ou de produit de prévoyance pour vous protéger financièrement, vous et votre famille au quotidien ? Savez-vous que nous pouvons trouver une solution adaptée à vos besoins ? De plus, nous proposons également une offre en Assurances, parlons-en ! »

Entrée dédiée aux jeunes

« Avez-vous pu prendre connaissance de notre dernier email envoyé ? Savez-vous que nous pouvons vous accompagner au quotidien ? Selon votre situation, vos besoins, vos projets..., nous pouvons échanger sur votre souhait notamment en terme de crédit et/ou assurance. »



Email



Bannière



EN RÉSUMÉ : Banque du quotidien / Moyens de paiement / Epargne / Crédit / ...



Plan de contact !

À vous de rentrer en action !

Libellés GERC : EER M+3 - Projets

L'équipement de vos clients se fait durant les premiers mois de la relation. Ces cibles du plan de contact (plus restreintes que les cibles de l'email) permettent de contacter vos clients qui ne sont pas encore actifs ou équipés.

Suite à vos échanges précédents, vous avez pu identifier le profil de votre client et ses premiers besoins. C'est à vous d'agir pour le conseiller et lui proposer la solution adéquate.

Proposez-lui d'échanger au cours d'un rendez-vous !

- « Lors de notre dernier échange, vous m'avez précisé vouloir agrandir votre logement. Si vous le souhaitez, je peux vous accompagner dans votre démarche, faisons une simulation de prêt. »
- « Il me semble que la dernière fois, vous m'avez dit que votre fille attendait les résultats d'admission dans son école de commerce. Alors ça a marché ? Nous avons un prêt étudiant qui pourrait l'aider à aborder cette future dépense. »
- « Vous m'aviez dit avoir changé de véhicule récemment, qu'attendez-vous de votre assurance auto ? Je vous propose de réaliser une simulation. »

Déjà 3 mois que votre client vous a rejoint. Vous visualisez maintenant son comportement bancaire et c'est le moment de lui proposer un rendez-vous pour dialoguer sur ses besoins et ses projets.

Email envoyé :

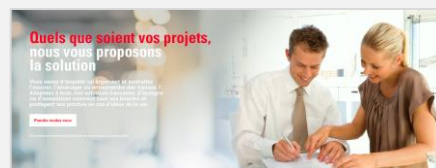
Ciblage : 4 profils venant d'entrer en relation

- Clients inactifs sans compte de dépôt et/ou mandat de mobilité
Offres mises en avant : Mobilité - Formules - IARD
- Clients actifs avec crédit immobilier
Offres mises en avant : Crédit conso (trésorerie) - IARD - Prévoyance - Epargne
- Clients actifs sans crédit immobilier
Offres mises en avant : Crédit immo - Crédit conso (trésorerie) - IARD - Prévoyance - Epargne
- Clients jeunes 18/28 ans
Offres mises en avant : Formules jeunes - Crédit conso (jeunes) - Crédit Immo - IARD (jeunes) - Epargne

Le programme relationnel est un véritable appui pour faciliter et soutenir l'atteinte de vos objectifs commerciaux en vous aidant à équiper, activer et satisfaire vos clients. En analysant l'équipement de votre client, vous pouvez rebondir sur des besoins complémentaires liés à son entrée en relation et ouvrir la discussion sur ses projets à venir.



4 emails,
1 pour
chaque
cible

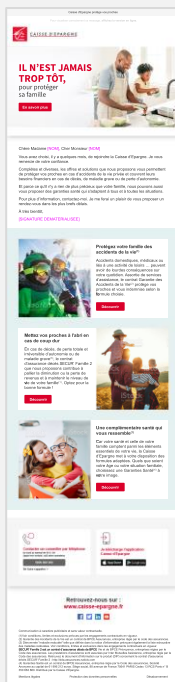


4 bannières,
1 pour
chaque cible

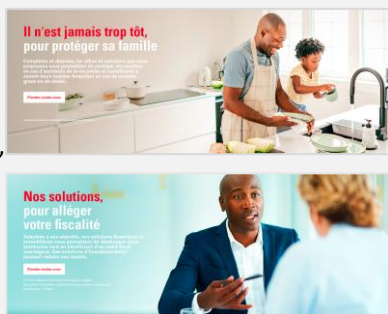
EN RÉSUMÉ : Equipement / Activation / Projets / Solutions



6 emails,
1 pour
chaque
univers



6 bannières,
1 pour
chaque
univers



Ce temps de parole a pour objectif de faire découvrir à vos clients un univers de produits qu'ils ne détiennent pas encore.

Au travers de situation ou de cas d'usage, nous lui présentons comment la Caisse d'Épargne peut l'accompagner dans son quotidien.

Email envoyé :

Ciblage : tout client venant d'entrer en relation avec un ciblage permettant de présenter un univers d'équipement qu'il n'a pas encore exploré

Votre client ne recevra qu'un seul email selon son ciblage.

Si ce dernier a déjà souscrit à un produit du 1^{er} univers (bancarisation) alors il recevra l'email du 2nd univers (crédit), et ainsi de suite...

- Bancarisation
- ↓
- Crédit
- ↓
- Épargne
- ↓
- Épargne focus défiscalisation
- ↓
- Assurances
- ↓
- Prévoyance



Aujourd'hui, naturellement, 50% de nos clients deviennent bancarisés principaux (BP). Avec le programme relationnel et votre accompagnement des clients, nous estimons que 80% de vos clients seront bancarisés principaux (BP) et équipés.

EN RÉSUMÉ : Gamme complète / Découverte / Activation univers / Projets / Solutions



> N'oublions personne !

il est primordial de contacter vos clients avec qui vous n'avez pas encore eu de contacts depuis leur entrée en relation. Contactez les pour identifier leurs besoins et leurs projets.

Ciblage : Clients jeunes et clients non contactés pendant les 6 premiers mois

Le 6^{ème} mois est un moment important de la relation car l'on constate les premiers signes d'attrition sur cette clientèle jeunes, en fort attente d'accompagnement. Il est donc important d'être présent et à l'écoute pour les fidéliser.



Plan de contact :

À vous de rentrer en action !

Libellé GERC : EER M+6 Fidélisation

Comme vous l'aurez compris, il est primordial ne pas perdre les clients que vous n'avez pas réussi à joindre.

Etablissez un contact avec eux dès maintenant et proposez un RDV à ces cibles.

Jeunes – point budget :

« Et si nous réalisions un point sur votre situation actuelle et budgétaire ?

Quels sont vos besoins et vos projets à court terme ?

Comment puis-je vous accompagner ? »

Clients non contactés pendant les 6 premiers mois :

« Cela fait déjà 6 mois que nous vous comptons parmi nos clients, faisons un point sur votre situation actuelle et vos projets en cours ou à venir. Comment puis-je vous accompagner ? »

EN RÉSUMÉ : Être présent / Ecouter / Fidéliser



Plan de contact :

À vous de rentrer en action !

Libellé GERC : EER M+9 Assurances

C'est le moment d'insister sur nos produits d'Assurances et Prévoyance pour que votre client puisse se prémunir des aléas de la vie. Montrez-lui que nous pouvons devenir son assureur du quotidien.

Appelez-le pour découvrir ses besoins et lui proposer la solution adaptée.

Assurance

« Si votre véhicule tombait en panne en bas de chez vous. Souhaiteriez-vous que votre assureur vous vienne en aide ? Nous vous garantissons le dépannage même devant votre porte ! Si votre bloc rétroviseur était cassé. Comment souhaiteriez-vous être indemnisé ? Nous assurons vos rétroviseurs extérieurs (le bloc et le miroir), sans application de plafond, ni franchise⁽¹⁾ ! »

Prévoyance

« Un accident en faisant votre jogging, par exemple une mauvaise chute ? Vous ne bénéficiez d'aucune couverture. Le contrat Garantie des Accidents de la Vie (GAV) est la solution pour vous protéger vous et votre famille face aux conséquences d'un accident de la vie quotidienne. »

⁽¹⁾ Voir limites, conditions et exclusions prévues dans les engagements contractuels en vigueur.

À 9 mois, vous valorisez votre rôle en tant qu'expert en assurance et prévoyance.

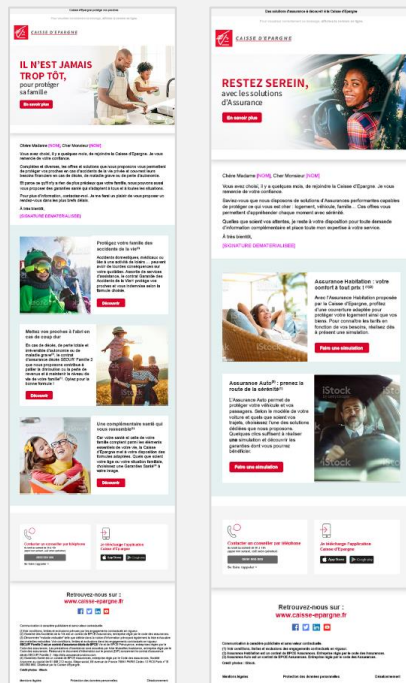
Email envoyé :

Ciblage :

- **Prioritaire** : Clients non détenteurs de produits d'Assurances Auto & Habitation. Protection du logement, des biens et véhicules
- **Secondaire** : Clients non détenteurs de produits de Prévoyance. Pour se prémunir des aléas de la vie et protéger financièrement sa famille

Le client ne recevra qu'un des deux emails.

Souvenez-vous que des remises existent pour récompenser le multi-équipement Assurances de vos clients : 5% de remise pour les clients qui souscrivent 2 contrats Habitation / Auto / GAV ou plus.



2 emails,
1 pour
chaque
cible



2 bannières,
1 pour
chaque cible



EN RÉSUMÉ : Découverte / Conseil / Solutions / Activation univers

> Appelez votre client pour prendre de ses nouvelles et faire le point sur ces 10 mois passés ensemble.

Faites l'état des lieux de ce que vous avez parcouru ensemble et comment vous pourrez bâtir le futur.

Ciblage : tout client venant d'entrer en relation

Il est important de traiter ce premier anniversaire d'entrée en relation en anticipé. Une attrition (déséquipement ou départ) est constatée dès le 10^{ème} mois, vous devez vous montrer présent et à l'écoute pour maintenir la fidélité de vos clients.



Plan de contact :

À vous de rentrer en action !

Maintenez le lien avec votre client. Montrez-vous présent et à l'écoute de ses besoins et sa satisfaction à l'égard de la Caisse d'Epargne.

Appelez-le pour lui proposer un rendez-vous et faire le bilan !

« Et si nous parlions de vos projets futurs ? Je vous ai déjà accompagné sur votre projet [XXX], avez-vous pensé à la suite ?

Cela fait déjà 10 mois que nous vous comptons parmi nos clients, j'aimerais pouvoir continuer à vous conseiller.

Etes-vous satisfait de l'accompagnement que nous vous apportons ?
Seriez-vous en mesure de nous recommander ? »

Libellé OC : EER M+X - yyyyyy

EN RÉSUMÉ : Rendez-vous / Fidéliser



Plan de contact :

À vous de rentrer en action !

Libellé GERC : EER M+12 Crédit

Sur ce dernier temps, questionnez votre client sur ses projets personnels en cours ou à venir : aménagement d'un logement, achat ou panne d'un véhicule, études des enfants, dépenses imprévues...

C'est le moment d'identifier ses besoins pour lui proposer la solution la plus adaptée⁽¹⁾.

Crédit consommation :

« Lors de notre dernier échange il m'a semblé que votre fils passait des concours pour rentrer en école de commerce. Son projet est-il abouti ? Sachez que je peux vous proposer le prêt étudiant, vous aurez la possibilité de débloquer les fonds en plusieurs fois. »

Crédit renouvelable IZICarte :

« Dépenses du quotidien, achats exceptionnels ou imprévus, pensez au crédit renouvelable qui est associé à la carte bancaire IZICarte. Vous avez les fonds tout de suite⁽²⁾ et vous pouvez gérer en toute autonomie votre argent. Et si vous ne l'utilisez pas, cela ne vous coûte rien. »

⁽¹⁾ Préciser à votre client qu'un crédit l'engage et qu'il devra le rembourser.

⁽²⁾ Suite à acceptation du dossier par la Caisse d'Epargne.

À 12 mois, nous rappelons à vos clients que la Caisse d'Epargne est présente pour couvrir leurs besoins de financement en vue d'un projet personnel.

Email envoyé :

Ciblage : tout client venant d'entrer en relation

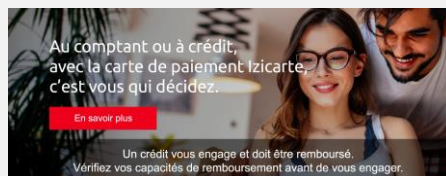
- **Prioritaire** : Clients non détenteurs de crédit consommation
- **Secondaire** : Clients non détenteurs de crédit renouvelable IZICarte

Le client ne recevra qu'un des deux emails.

Poursuivre la relation avec un crédit permet de pérenniser la relation avec votre client pour les prochains mois.
Toute la gamme des prêts personnels est à votre disposition pour répondre aux différents besoins de votre client (trésorerie, travaux, auto, location auto longue durée, études...).
Pensez également au Prêt Projet afin de mettre à disposition de vos clients une enveloppe pour la réalisation de leurs projets à venir (sans objet, déblocable jusqu'à 5 fois sur 6 mois maximum).



2 emails,
1 pour
chaque
cible



2 bannières,
1 pour
chaque cible

EN RÉSUMÉ : Découverte / Conseil / Solutions / Activation univers



**CAISSE
D'ÉPARGNE**

Vous être utile.

BPCE – Société Anonyme à directoire et conseil de surveillance au capital de 180 478 270 euros. Siège social : 50, avenue Pierre Mendès France – 75201 Paris Cedex 13 RCS Paris N° 493 455 042 – BPCE, intermédiaire en assurance inscrit à l'ORIAS sous le n° 08 045 100 (www.orias.fr).

Assurance Auto, Assurance Habitation et Garanties des Accidents de la Vie sont des contrats de BPCE ASSURANCES, Société Anonyme au capital de 61 996 212 €, immatriculé au Registre du Commerce et des Société de Paris n° B 350 663 860, entreprise régie par le Code des assurances ayant son siège social au 88 avenue de France- 75641 Paris Cedex 13, et distribué par les Caisses d'Épargne.