



Les Français et les automates bancaires

Jeudi 4 Mai 2017

Maison de l'Amérique Latine

“opinionway





Les Français et les automates bancaires

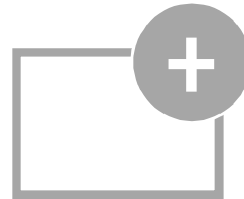
1

**Les distributeurs
automatiques aujourd'hui :
usage et expérience client**



2

**Un potentiel pour
l'intégration de services
additionnels**



3

**Les 25-34 ans : une cible
prioritaire pour
les banques**



Méthodologie



Méthodologie

Etude quantitative réalisée auprès de **1026 individus âgés de 18 à 65 ans, clients d'au moins une banque traditionnelle ou en ligne et utilisateurs de distributeurs automatiques de billets.**

Cet échantillon est issu d'un terrain représentatif de la population française sur les critères de sexe, d'âge, de CSP, de région, et de taille d'agglomération



Mode d'interrogation

L'échantillon a été interrogé par Internet sous système CAWI (Computer Assisted Web Interview).



Durée du questionnaire

15 minutes



Dates de terrain

Du 3 au 8 mars 2017

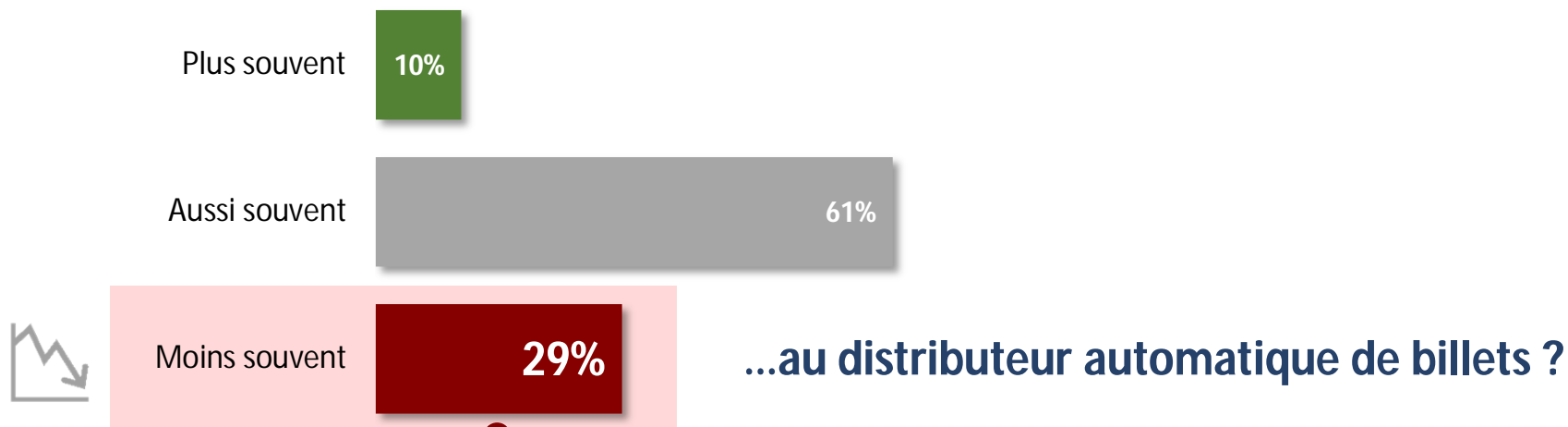
01



**Les distributeurs automatiques
aujourd'hui : usage et
expérience client**

“ Une tendance à la désaffection des automates essentiellement liée à une utilisation accrue de la carte bancaire

Au cours des 5 dernières années, diriez-vous que vous allez...



Je paie plus souvent par carte bancaire



78%

J'utilise moins d'espèces



50%

Base individus s'y rendant moins souvent : 306



Mais un haut niveau de confiance exprimé à l'égard des distributeurs, qui s'appuie sur une expérience d'utilisation très satisfaisante



des usagers indiquent leur confiance à l'égard d'au moins un type de distributeur automatique de billets
(qu'il se trouve à l'intérieur ou en façade d'une agence, hors d'une agence, ...)



des usagers se montrent satisfaits de leur expérience d'utilisation des distributeurs automatiques de billets





Néanmoins une petite part d'utilisateurs indique craindre pour sa sécurité et celle de ses moyens de retrait



Base totale : 1026

des utilisateurs indiquent leur méfiance quel que soit le type de distributeur automatique de billets



Base Non confiants :
46*



Par manque de sécurité

43%	J'ai peur que mon code bancaire soit dérobé
41%	J'ai peur que ma carte soit clonée
40%	J'ai peur d'être agressé(e) pendant ou après un retrait



Par peur que la transaction en cours soit bloquée et qu'ils ne sachent pas comment obtenir de l'aide



N'ont pas non plus confiance dans les autres supports comme le conseiller en agence

* Attention base faible : résultats à interpréter avec prudence



Des usagers qui orientent leur choix de DAB en fonction de la sécurité, mais aussi de l'offre disponible en plus du retrait de billets

Choisir son distributeur de billets aujourd'hui, c'est avant tout...

[ST Important]

Une fiabilité de l'appareil
(Simplicité d'usage, pas de panne)

92%



Un environnement rassurant

89%



Une offre étendue
(Choix des coupures, consultation du solde,...)

87%



Une proximité avec l'endroit où l'on se trouve

81%



86% Je sais que son utilisation est simple, efficace
84% Il n'est jamais en panne

82% Il permet de choisir les coupures de billets que je souhaite
52% Il propose d'autres services en plus du retrait de billets

Base totale : 1026

Et à date, un usage du distributeur automatique encore fortement centré sur les services bancaires traditionnels

Opérations les plus effectuées

Le retrait de billets

92%



Le dépôt de chèques

45%



La consultation du compte bancaire

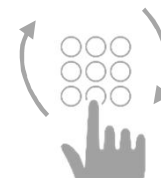
39%



Opérations les moins effectuées

Le changement de code de carte bancaire

4%



L'achat de recharges de téléphone mobile

4%



Le déblocage de mon code de carte bancaire

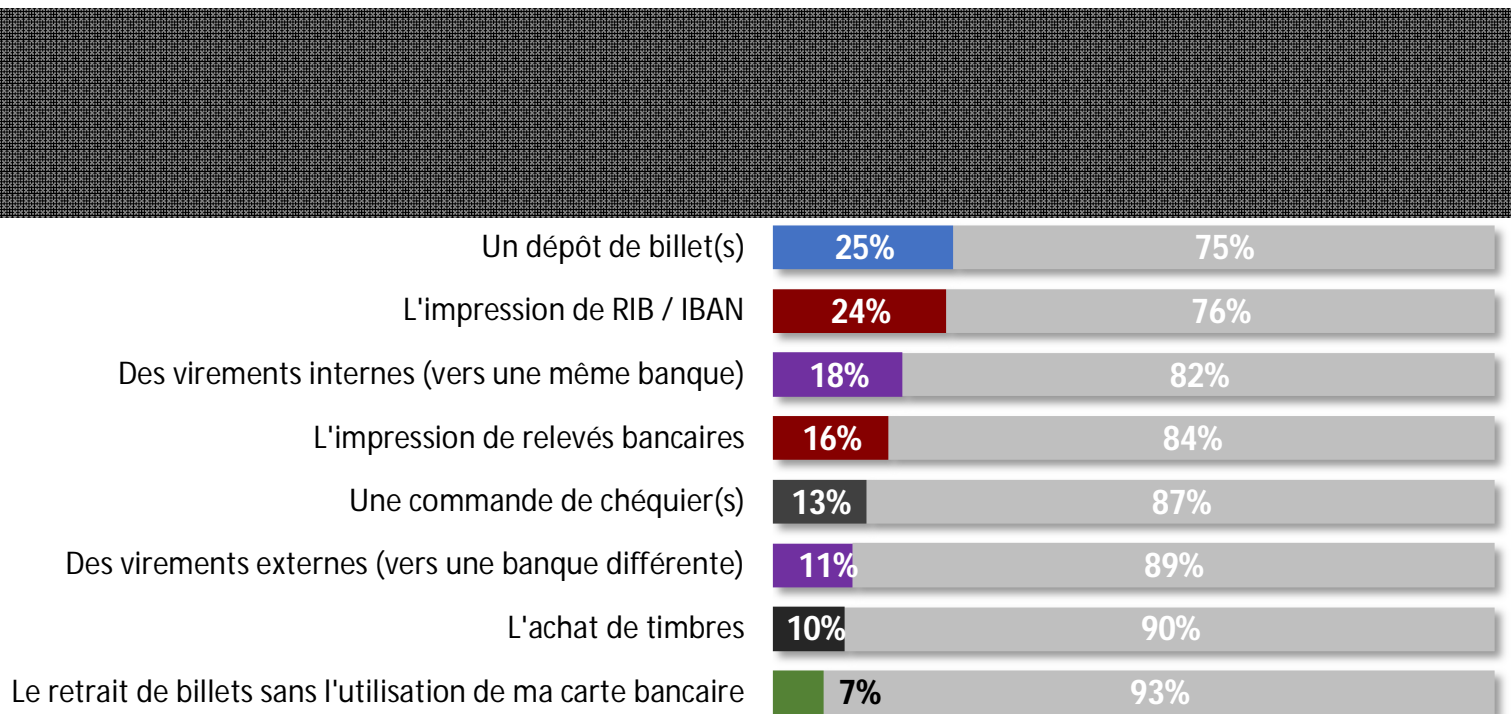
3%



Base totale : 1026



Quelles opérations ont été réalisées sur des distributeurs automatiques de billets au cours des 12 derniers mois ?



Catégories

ST Dépôt	52%
ST Opérations liées à la gestion de son(s) compte(s) bancaire(s)	45%
ST Virements	21%
ST Achats divers	12%
ST Opérations liées au code de sa carte bancaire	5%

Oui Non

“ Une expérience du distributeur vue aujourd’hui comme rapide et simple, mais également perçue comme ennuyeuse et démodée

Une expérience d’utilisation du DAB spontanément décrite comme...

[Question ouverte]



Qui se confirme en assisté

[ST D'accord]



94% Simple

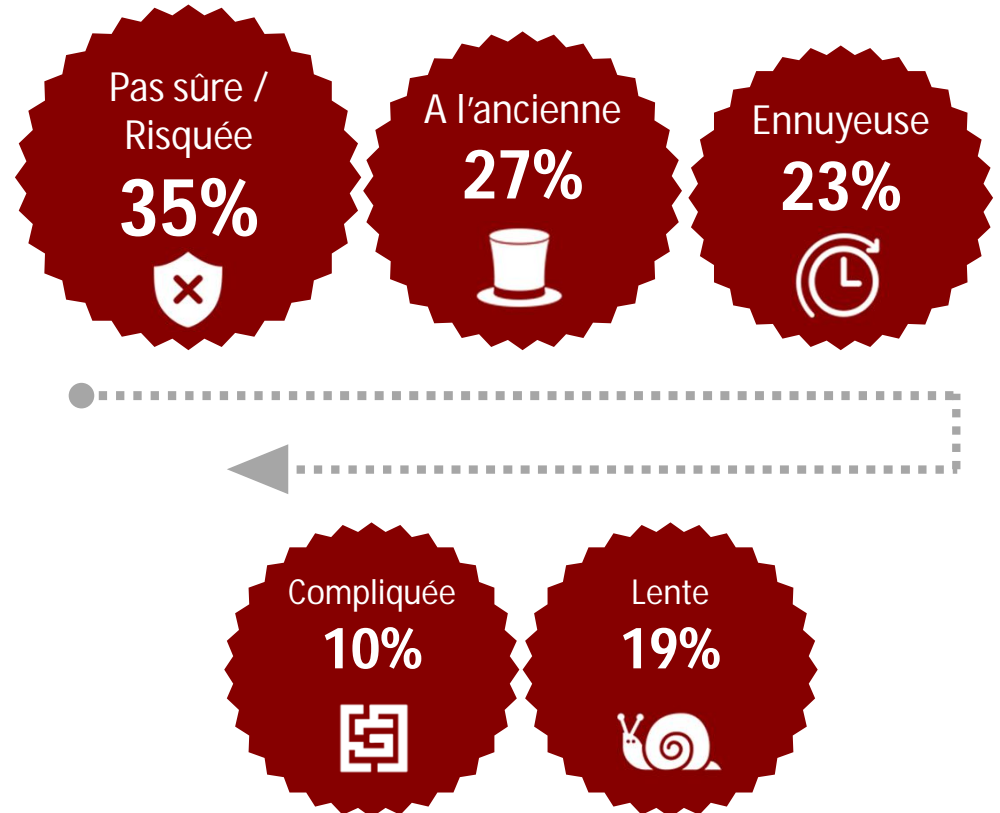


93% Rapide / Efficace



Mais qui est également perçue comme...

[ST D'accord]



Base totale : 1026

02



**Un potentiel pour l'intégration
de services additionnels**

a



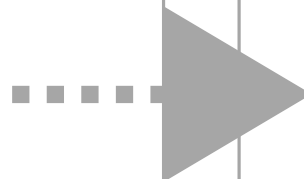
**Une partie des usagers ouverts
à l'intégration de services
complémentaires**



En projectif, près d'1/4 des usagers émet le souhait d'avoir accès à davantage de services, et un niveau d'intérêt fortement accru lorsqu'on leur présente de nouveaux services



des individus aimeraient à l'avenir accéder à davantage de services via les distributeurs automatiques de billets



des individus sont finalement intéressés par au moins un nouveau service



Plus précisément, les nouveaux services plébiscités doivent avoir une fonction bancaire avant tout, avec une ouverture possible sur des services extra-bancaires

94%

indiquent leur intérêt pour **des opérations de dépôt ou de retrait de monnaie fiduciaire**



*Le retrait et le dépôt de billets et de pièces, de devises étrangères
L'encaissement de chèques : dépôt du chèque et retrait en espèces*

...

61%

sont intéressés par au moins **un service extra-bancaire**



*La réservation et l'impression de billets de spectacles, d'événements sportifs
Le retrait d'allocations (familiales, chômage...)
Le don à une association ou à un organisme caritatif
L'achat de jeux d'argent
Faire des offres sur des ventes aux enchères*

...

56%

sont séduits par le **retrait sans carte bancaire**



*A partir d'un code à usage unique reçu par mail ou SMS
A partir d'un smartphone (via la technologie sans contact ou via un QR code)*

53%

indiquent être intéressés par la possibilité **de prendre contact avec leur conseiller bancaire**



*Prendre un rendez-vous avec son conseiller bancaire
Pouvoir faire une vidéoconférence avec son conseiller bancaire*

50%

manifestent leur attrait pour le **paiement de factures ou de mensualités de crédit**



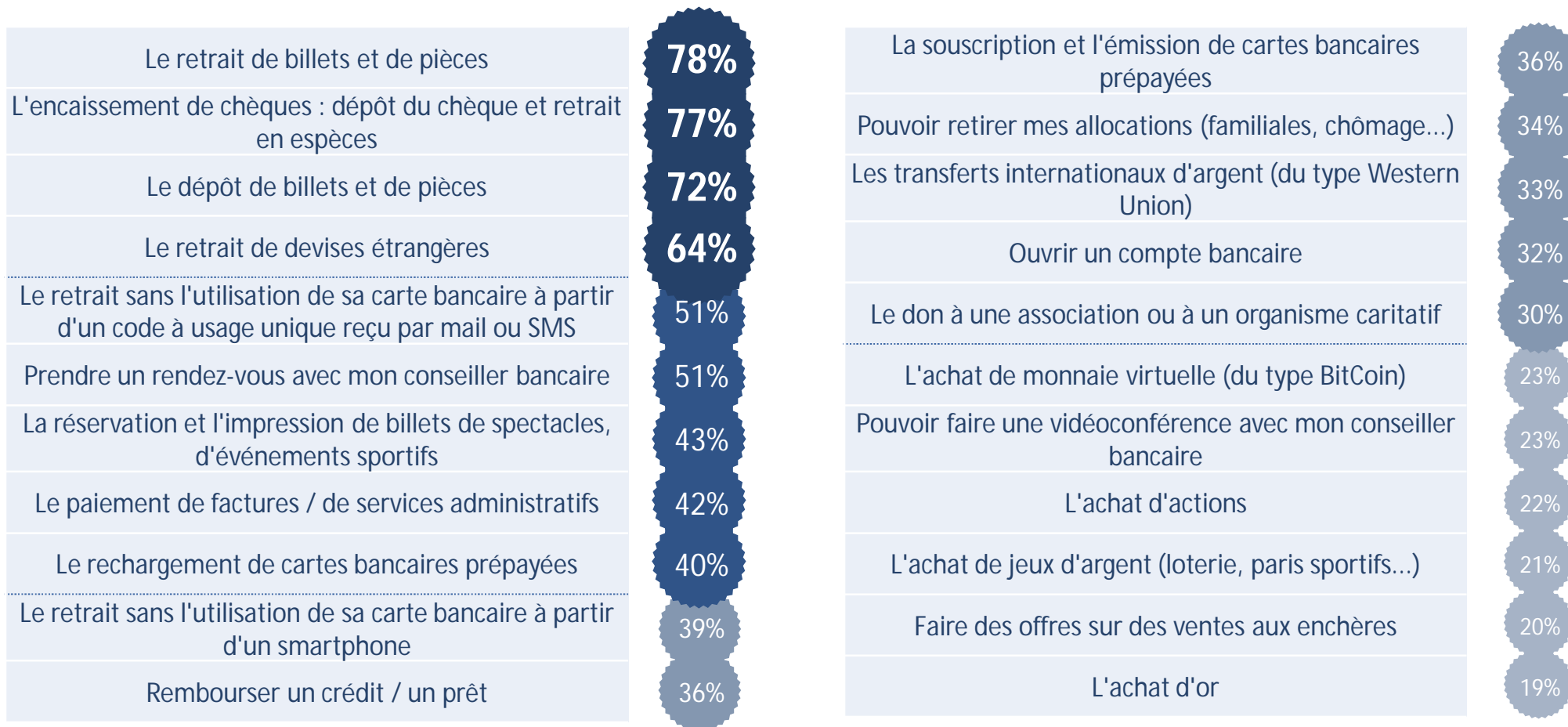
*Le paiement de factures / de services administratifs
Rembourser un crédit / un prêt*

Base totale : 1026



Quels sont les nouveaux services qui intéressent le plus ?

[ST Intéressé(e)]

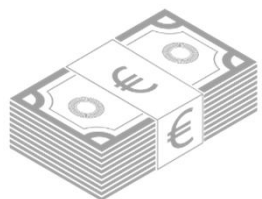


Base totale : 1026

“ Les usagers intéressés par au moins un des services seraient même prêts à payer pour en bénéficier

14%

des individus intéressés par au moins un service se déclarent **prêts à payer un coût supplémentaire pour y accéder**



50%

d'entre eux payeraient **moins de 2€**

b



**Des nouveautés pour enrichir
l'expérience sur le DAB qui
peuvent séduire**



En substitution de la carte bancaire, un certain niveau d'attractivité pour le mot de passe à usage unique pour accéder aux services du DAB et aussi la biométrie

65%

sont intéressés par au moins un mode d'accès différent au DAB

Avec un mot de passe à usage unique reçu via SMS ou email

48%



Avec un dispositif de contrôle biométrique (voix, empreintes digitales, iris...)

42%



Avec vos identifiants et codes d'accès que vous utilisez sur le site internet / l'application mobile de votre banque

32%



Avec votre smartphone en le passant sur une borne sans contact ou en scannant un QR code

27%



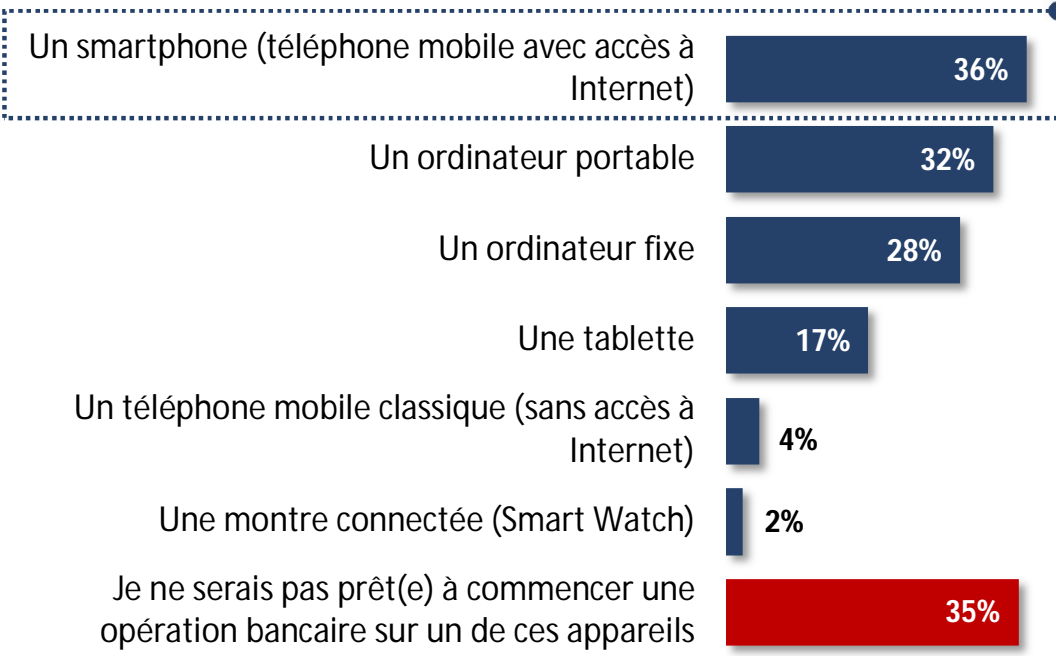
Base totale : 1026



Démarrer une opération bancaire pour la finaliser sur un DAB : 2/3 des interrogés témoignent de leur motivation avec une nette préférence pour le smartphone

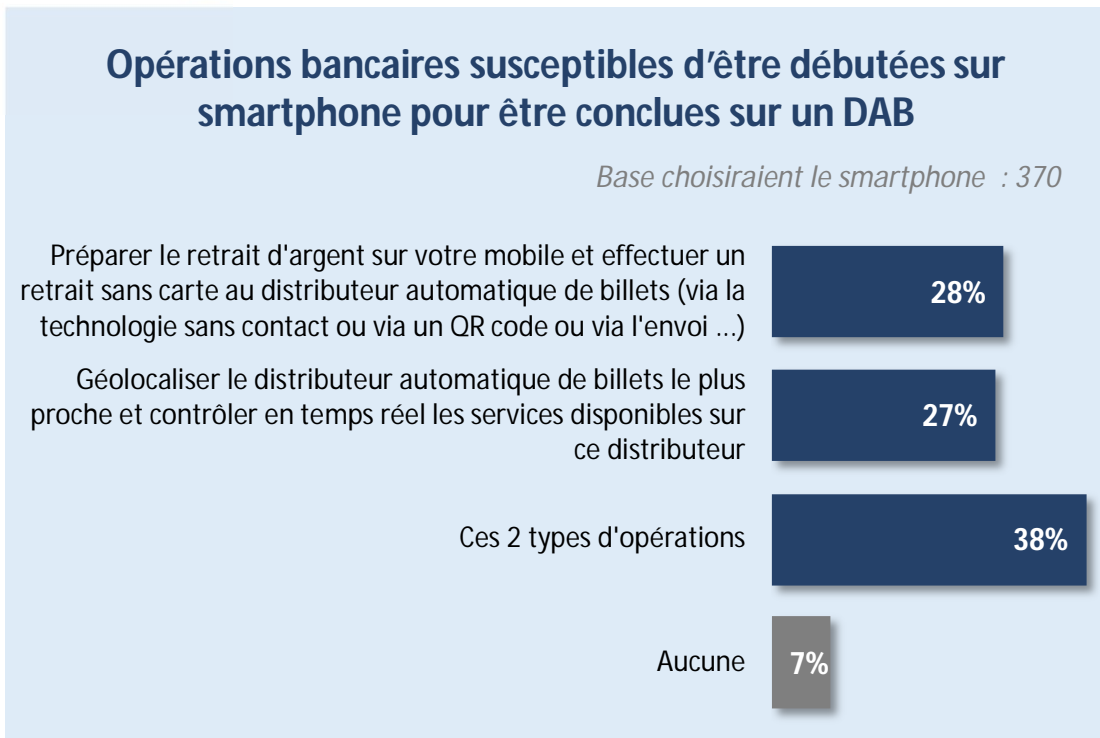
65%

se déclarent prêts à commencer une opération bancaire sur un device pour la conclure sur un DAB



Nombre moyen d'appareils cités : 1,8

Base totale : 1026



En termes de personnalisation, 1 usager sur 2 est intéressé par la présentation de ses opérations favorites sur l'écran du DAB

[ST Intéressé(e)]

61% sont intéressés par au moins un service personnalisé sur un DAB appartenant à leur banque

La présentation de ma transaction favorite sur le premier écran (par ex. on vous propose systématiquement votre retrait habituel de 50€ avec reçu)

50%



Des offres personnalisées lors de l'opération (par ex. la souscription à de nouveaux services correspondant à votre profil)

37%



La personnalisation de l'écran du distributeur (couleurs, présentation, taille de police, contrastes...)

36%



Un message personnalisé lors de l'opération (par ex. un message d'accueil avec votre prénom vous souhaitant joyeux anniversaire le jour de votre anniversaire)

34%

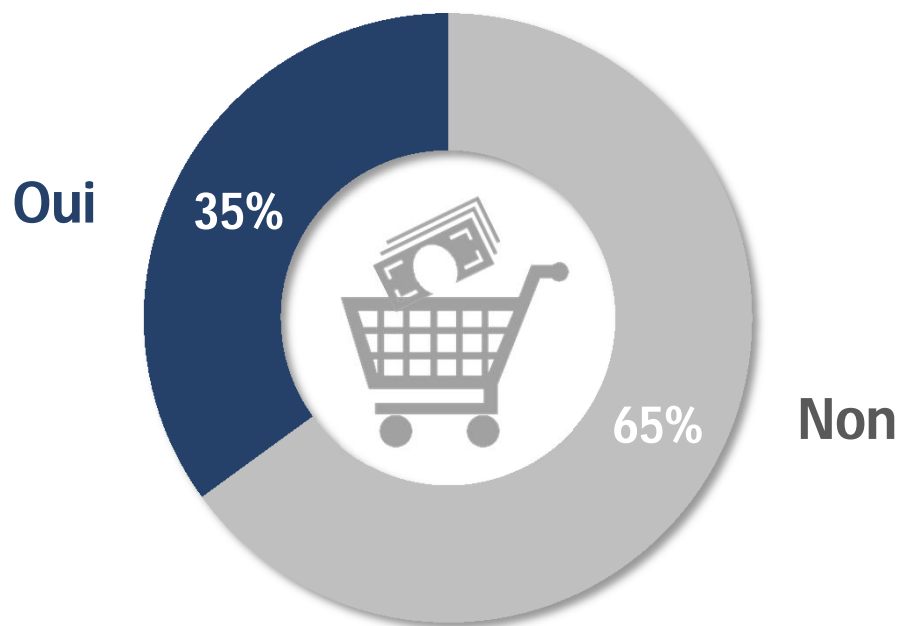


Base totale : 1026



Un intérêt non négligeable pour le retrait d'argent chez un commerçant ou en grande surface

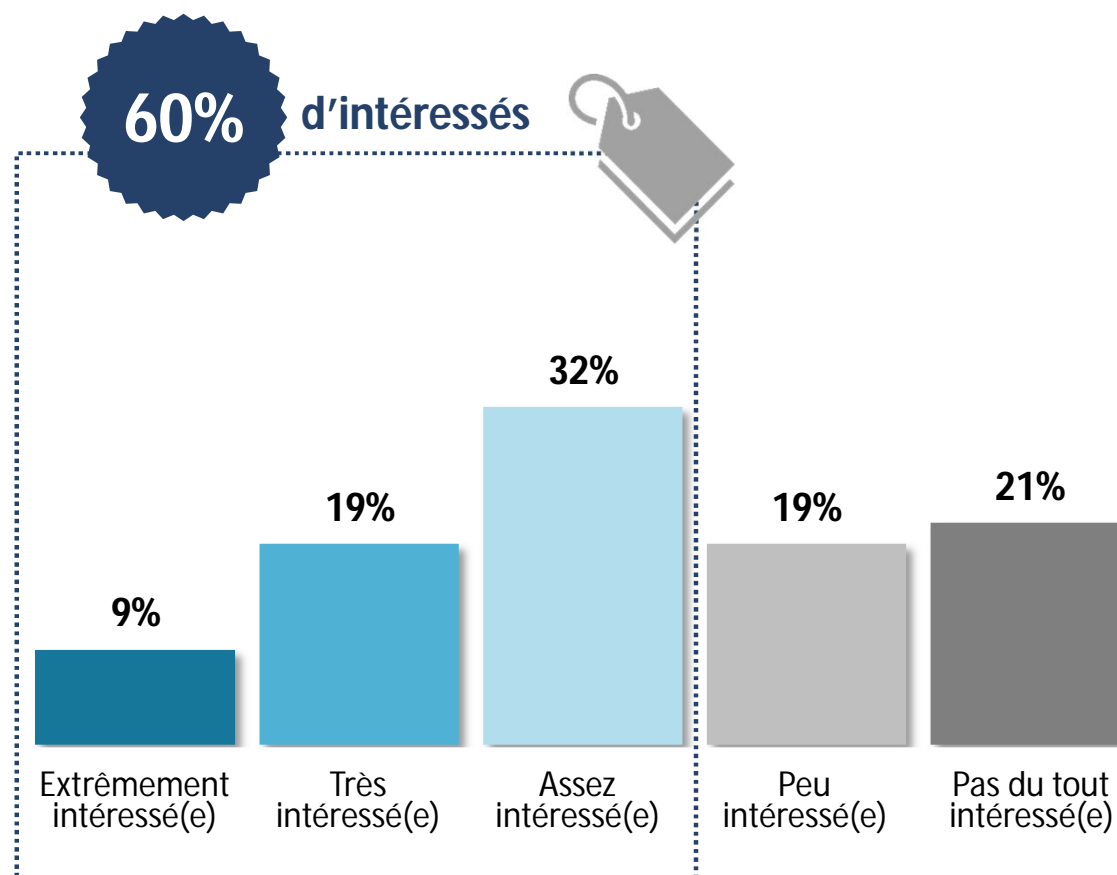
Intérêt pour le retrait d'argent directement à la caisse d'un commerçant ou dans la grande distribution



Base totale : 1026

Un niveau d'intérêt correct pour l'intégration d'offres commerciales sur le reçu

Intérêt pour la réception de reçus d'opérations bancaires (papiers ou numériques), enrichis d'offres promotionnelles et de coupons de réduction à utiliser chez les commerçants



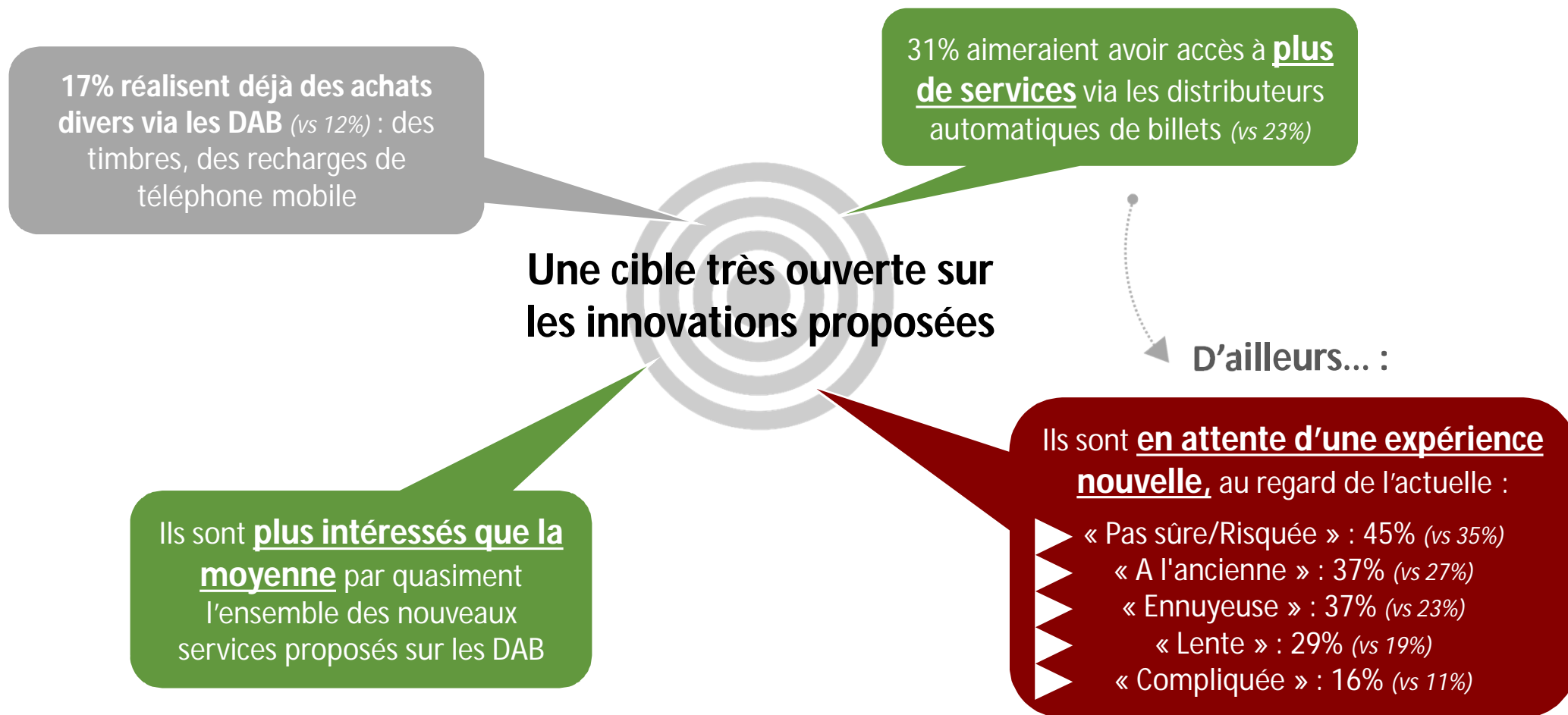
Base totale : 1026

03



**Les 25-34 ans : une cible
prioritaire pour les banques**

“ Les 25-34 ans, la cible de communication idoine pour les banques





En conclusion

“opinionway

“ Ce qu’il faut retenir

1

Les distributeurs automatiques aujourd’hui : usage et expérience client



Des usagers confiants à l’égard des distributeurs

Une expérience satisfaisante

Mais un usage qui reste centré sur les fonctionnalités bancaires classiques

2

Un potentiel pour l’intégration de services additionnels



Une majorité d’usagers intéressée par au moins un des nouveaux services proposés

Un intérêt marqué pour les opérations de dépôt/retrait de billets et de pièces

Et une ouverture aux services extra-bancaires

3

Les 25-34 ans : une cible prioritaire pour les banques



Des jeunes désireux d’améliorer leur expérience client

Une tendance un peu plus forte à effectuer des opérations extra-bancaires via les DAB actuellement

Et un souhait prononcé d’accéder à davantage de services sur les DAB et un fort intérêt pour les nouveaux services

“ Des messages à adapter (1/2)

A destination des banques, qui ont besoin d'avancer des arguments solides auprès du public pour les convaincre de développer ces nouveaux services

1

Mettre en avant les bénéfices clés, en montrant qu'il est possible d'améliorer un usage déjà très satisfaisant

La sécurisation des retraits : via la dématérialisation et un usage de la carte bancaire qui deviendrait facultatif

La centralisation des points de contacts habituels : retrait de liquidités mais aussi paiement de factures, achats de billets de spectacles...

Le gain de temps

La praticité pour l'international : retrait de devises étrangères, transferts d'argent...

2

Prendre la parole auprès des 25-34 ans

Une cible très sensible à cette problématique et potentiellement prescriptrice

“ Des messages à adapter (2/2)

A destination des usagers de DAB, qui sont ancrés dans leurs habitudes et auprès de qui il faudra déclencher l'utilisation de nouveaux services, tout en étant rassurés dans la pratique de ces nouveaux usages

1

Garantir la sécurité

Des opérations sécurisées qui se font dans un cadre garantissant la confidentialité des données...

2

Garantir la fiabilité

Anticipation des problèmes techniques susceptibles d'être rencontrés, réactivité du SAV, bonne gestion des pannes...

3

Garantir la simplicité, l'efficacité, et la rapidité

Via la mise en avant des opérations favorites, assurer une bonne ergonomie et la fluidité de navigation sur l'écran...

MERCI DE VOTRE ATTENTION



“opinionway

15 place de la République 75003 Paris

*« Permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur,
pour mieux décider aujourd'hui, agir demain et imaginer après-demain. »*