



Communiqué de presse

La Banque Populaire lauréate du prix « Élu Service Client de l'Année 2010 » catégorie Banque, pour la seconde année consécutive

Paris, le 23 octobre 2009

La Banque Populaire est une nouvelle fois lauréate du palmarès «Élu Service Client de l'Année 2010 », catégorie banque. Ce prix est décerné à la suite d'une enquête menée entre mai et juillet 2009 par BVA et Viséo Conseil.

Le prix « Élu Service Client de l'Année » vise à récompenser ou sanctionner les entreprises sur la qualité de la relation à leurs clients. Cette élection se base sur plusieurs critères parmi lesquels ont été notamment testés les délais de réponses, la qualité de l'accueil et la personnalisation des contacts. L'enquête est réalisée à partir de contacts de type « clients mystères », suivant une méthodologie éprouvée par BVA, répartis essentiellement entre appels téléphoniques et courriers électroniques.

Comme pour l'ensemble des entreprises participantes, la Banque Populaire a donc fait l'objet de tests pendant huit semaines entre mai et juillet 2009. Avec une note moyenne globale de 14,36 sur 20, la Banque Populaire se place au-dessus de la moyenne générale des notes obtenues toutes catégories confondues (14,33) et remporte la première place du secteur (note moyenne de 13,69). Elle a progressé sur sa note globale par rapport à l'année dernière où elle avait remporté le prix avec une note générale de 13,5.

Le canal téléphone : une accessibilité à 94 %

Selon l'édition 2010 de l'enquête Viséo Conseil, la Banque Populaire obtient un score de 16,59 pour le canal téléphone. Ce score place la banque à un niveau supérieur de 5 % à celui des entreprises du secteur et de 5 % par rapport à la note globale du canal téléphone (tout secteur d'entreprises confondu).

La Banque populaire se distingue par une excellente disponibilité avec 100 % des appels décrochés avant cinq sonneries. La possibilité de parler à un conseiller ou une télé-conseiller a été possible dans 98 % des cas, et ce, en moins d'une minute après ce choix. Le relationnel au cours de la conversation téléphonique est très bien perçu ainsi que la qualité de la réponse fournie. Par rapport à 2009, la note du canal téléphone augmente de près de 8 %, notamment en raison de la disponibilité du service et de la qualité de la réponse.

Le canal Internet : 97 % des e-mails traités le sont dans les 2 jours

La note globale de la Banque Populaire accordée par l'étude menée par Viséo Conseil sur le canal Internet est de 12,21.

La Banque Populaire obtient un score de 11,45 pour les contacts Internet sollicités, ce qui place l'entreprise 8 % au dessus des notes du secteur, et légèrement en deçà de la moyenne de tous les secteurs testés. Ce score est le fruit d'un taux très élevé de réponses obtenues par les e-mails dans un délai de deux jours (97 % des cas). Par rapport à 2009, cette note reste quasiment stable, en baisse de 2 % seulement.

Concernant le libre-service Internet, testé pour la première fois cette année, la Banque Populaire obtient le très bon score de 18,91, supérieur de plus de 17 % à la moyenne du secteur et de plus de 10 % à la



moyenne générale. Une très bonne accessibilité et qualité de rédaction qui expliquent cette excellente performance.

La Banque Populaire se félicite de ce prix qui vient couronner le travail quotidien conduit par son réseau commercial pour construire une relation durable avec ses clients, qu'ils soient particuliers, professionnels ou entreprises. Et c'est aussi parce qu'elle est consciente que la relation avec ses clients est un enjeu majeur, que la Banque Populaire investit régulièrement et massivement dans la formation de ses conseillers et ses managers depuis des années.

En remportant pour la deuxième fois consécutive le prix « Élu Service Client de l'Année » décerné par Viséo Conseil, la Banque Populaire apporte ainsi la preuve qu'elle place la qualité de ses services bancaires au cœur de ses préoccupations. Ce résultat s'inscrit également dans la droite ligne d'un double objectif que la banque s'est toujours fixé : la bonne connaissance et l'anticipation des besoins de ses clients.

A propos de la Banque Populaire :

Le réseau des Banques Populaires est constitué de 18 Banques Populaires régionales, de la CASDEN Banque Populaire et du Crédit Coopératif. Autonomes, ces banques exercent tous les métiers de la bancassurance dans une relation de proximité avec leurs clientèles. La Banque Populaire, avec 9 400 000 clients (dont 3 460 000 sociétaires) et 3 391 agences, fait partie du 2^e groupe bancaire en France : le Groupe BPCE.

Contacts presse BPCE – Banque Populaire

Christine Françoise : 33 (0)1 58 40 46 57

Marc Cogrel : 33 (0)1 58 40 47 81

presse@bpce.fr - www.bpce.fr