

La 1^{ère} étude multimédia
sur le secteur
avec une synthèse vidéo
pour stimuler votre réflexion



La banque et l'assurance face aux clients *mass affluent*

Focalisation client, digitalisation et innovation au service d'une proposition de valeur renouvelée

Les acteurs de la banque et de l'assurance doivent apporter des réponses au regard de l'insatisfaction exprimée par les clients aisés. Ce constat soulève plusieurs questions : quelle proposition de valeur adresser à cette cible de clientèle coincée entre le *mass market* et les services de gestion privée ? Quels moyens déployer pour intensifier la relation et rapatrier des avoirs ? Quelles synergies faire jouer pour améliorer les taux d'équipement... ? **Precepta vous propose dans cette étude une analyse exclusive des leviers d'optimisation des modèles économiques.**

Le plus souvent abordée dans une logique *mass market*, la problématique de la digitalisation a ignoré les spécificités d'une cible de clientèle plus haut de gamme. Pourtant, les nouveaux usages, nés de la montée en puissance d'internet et des nouveaux modèles 100% numériques créent des exigences et attentes nouvelles. **Cette étude décrypte les opportunités offertes par le numérique au bénéfice des clients aisés et interroge sur la place des réseaux physiques et le rôle des conseillers.**

Le mouvement FinTech achève de bousculer les modèles traditionnels. De toute évidence l'avenir de ces derniers se jouera sur le terrain de l'innovation. Un constat acté au regard des stratégies d'alliances qui se dessinent avec de nouveaux entrants dont les solutions apportent des réponses pertinentes aux besoins des clients *mass affluent*. Ce volontarisme des banques et des assureurs ne doit pas occulter les enjeux et les risques de capture de valeur, dans le contexte actuel de complexification des écosystèmes. **Precepta vous propose dans cette étude les grandes clés de compréhension de ces problématiques.**

Coordonnée par Sabine Gräfe, cette étude de référence sur la banque et l'assurance face aux clients *mass affluent* a nécessité plusieurs mois d'analyse et d'enquête et a mobilisé toutes les compétences et l'expertise de **Precepta**.

Cette étude stratégique, est composée de 4 grandes parties :

- Une nouvelle **synthèse exécutive** destinée à stimuler la réflexion des décideurs. Elle est concise et percutante, et vous présente de manière très structurée les grandes options stratégiques face aux transformations de l'environnement.
- Une présentation vidéo, le « **video report** », innovation exclusive de **Precepta** découpée en séquences courtes, présente en 20 minutes les conclusions opérationnelles de l'étude. Cette innovation exclusive de **Precepta** vous permet de prendre aisément connaissance des principales conclusions de l'étude sous une forme didactique et vivante. Elle facilite également le partage de connaissances et la stimulation de la réflexion collective en réunion.
- Le **rapport d'analyse stratégique** vous sensibilise aux enjeux et aux problématiques clés. Il vous présente les facteurs clés de transformation, décrypte les stratégies des opérateurs et cherche à déterminer les modèles économiques performants.
- Le **rapport intelligence data** vous fournit des informations chiffrées structurées sur le sujet étudié.

Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'informations concernant cette étude dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette après l'avoir complété.

Sabine Gräfe
Directrice d'études
Precepta



Pour éclairer le changement et les stratégies innovantes, Precepta décrypte les inflexions de la concurrence et des business models sectoriels. Dans un monde en plein bouleversement technologique et dans une compétition mondialisée, notre vocation est de stimuler votre réflexion stratégique. Les études sont réalisées avec une ouverture d'esprit totale et la volonté de clarifier les enjeux des entreprises. Des centaines d'entretiens sont réalisés chaque année par nos experts auprès de dirigeants et de décideurs. Precepta, filiale du groupe Xerfi, a accumulé plus de 25 ans d'expérience dans l'analyse des entreprises et de la compétition sectorielle.

Edition Septembre 2015

La banque et l'assurance face aux clients *mass affluent*

Focalisation client, digitalisation et innovation au service d'une proposition de valeur renouvelée

A/ LA SYNTHÈSE EXECUTIVE : NEW

Precepta met à votre disposition toute sa réflexion stratégique dans **une nouvelle synthèse exécutive**. Plus concise, structurée et percutante, cette synthèse a été conçue de manière à stimuler votre réflexion stratégique, tout en optimisant votre temps de lecture.

Vous y trouverez les grandes conclusions de l'étude, dont voici un aperçu exclusif :

Les stratégies de conquête et de fidélisation de la clientèle *mass affluent* exigent la valorisation des actifs essentiels

Face à l'enjeu que représente la clientèle *mass affluent*, les acteurs traditionnels doivent poser les bases d'un renouveau. Toute réflexion sur l'élaboration de modèles économiques pertinents doit ainsi prendre pour point de départ cet actif essentiel que représente le client et dépasser les approches produits. Des business models qui par ailleurs ne peuvent plus faire l'impasse sur l'importance des stratégies de marque au regard des attributs que ces dernières portent.

Le numérique est source d'opportunités pour les acteurs traditionnels et leurs clients *mass affluent*

Le numérique ouvre un champ des possibles considérable en termes de création de valeur à destination des clients aisés. Gestion autonomisée, outils personnalisés, nouvelles formes de proximité..., les leviers d'action ne manquent pas pour digitaliser l'accompagnement et le conseil, hier encore apanage du face-à-face. Un face-à-face qui, de fait doit être profondément renouvelé sauf à risquer de voir son utilité prise à défaut. Alors que les agences, elles, doivent s'insérer dans un parcours physique-digital unifié, un parcours qui doit miser sur l'enrichissement mutuel au profit d'une amélioration de l'expérience client.

L'émergence des écosystèmes numériques appelle des stratégies d'innovation opiniâtres

Banques et assureurs s'ouvrent de plus en plus à l'open-innovation. Les initiatives ne manquent pas, mais il s'agit d'aller plus loin et de mener de nouvelles stratégies cohérentes et ambitieuses d'alliances au sein d'écosystèmes de l'innovation. Le jeu doit être gagnant-gagnant entre banques et assureurs d'un côté, FinTech de l'autre. Des FinTech qui apportent des solutions innovantes aux clients aisés (outil de gestion des finances personnelles, placement sur les plateformes de *crowdfunding*, *robo-advisor*...).

B / LE VIDEO REPORT : INNOVATION EXCLUSIVE DE PRECEPTA

UNE PRÉSENTATION PÉDAGOGIQUE ET DIDACTIQUE POUR SE REAPPROPRIER L'ÉTUDE

Notre analyse stratégique est complétée par une présentation vidéo, le « video report ». Chapitré en séquences courtes, il présente en 20 minutes les conclusions opérationnelles de l'étude et revient de façon originale et détaillée sur certains concepts clés présentés dans l'étude. Cette innovation exclusive de **Precepta**, qui marie explications orales et schémas explicatifs, vous permet de vous réapproprier l'étude sous une forme pédagogique, vivante et interactive. Elle facilite également le partage de connaissances et la stimulation de la réflexion collective en réunion.

C/ LE RAPPORT D'ANALYSE

1. L'OPTIMISATION DES MODELES ECONOMIQUES

La valorisation des actifs stratégiques essentiels au profit de modèles économiques performants

- **Replacer les clients au centre des modèles d'affaires**

L'impératif de création de valeur, face à une clientèle aisée exigeante et en quête de reconnaissance, impose de replacer le client au centre des organisations et des modèles économiques. Des modèles économiques qui doivent par ailleurs faire jouer les synergies pour dégager des avantages différenciants.

- **Améliorer la connaissance client grâce au Big Data**

Le Big Data ouvre un champ des possibles considérable au service d'une amélioration de la connaissance client, indissociable de l'optimisation des modèles économiques. Les fondamentaux du Big Data et ses impacts pour la banque et l'assurance.

- **Valoriser la marque dans un environnement foisonnant**

Trop longtemps sous-exploitée dans les domaines de la banque et de l'assurance, la marque est pourtant un actif désormais essentiel dans le foisonnement concurrentiel actuel. Les principaux attributs des marques à mobiliser.

2. LE NECESSAIRE REEQUILIBRAGE DU MIX FACE-A-FACE / RELATION DIGITALE

Les opportunités offertes de réinventer l'expérience client sur la base d'un mix face-à-face / relation digitale plus équilibré

- **Inventer l'expérience client digitale**

Férés des nouvelles technologies pour une large majorité d'entre eux, habitués des expériences digitales, les clients aisés plébiscitent les nouveaux usages, les interactions avec leur environnement, souhaitent être libérés de toute contrainte... Les réponses à apporter face à ces comportements et ces attentes.

- **Repositionner les réseaux**

Face au potentiel du renouveau de l'expérience client digitale, le rôle des conseillers doit être repensé, la fonction conseil revalorisée... alors que les agences doivent se réinventer (digitalisation, spécialisation...) et s'insérer dans un parcours omnicanal qui vise l'excellence.

3. LES OPPORTUNITES ET MENACES D'ECOSYSTEMES COMPLEXIFIES

Le décryptage des nouveaux enjeux concurrentiels autour de l'innovation : co-création, coopération, capture de la valeur au sein de nouveaux écosystèmes...

- **Prendre la mesure de la montée en puissance des modèles 100% numériques**

Le phénomène FinTech (et notamment les PFM, plateformes de crowdfunding et robo-advisor adaptés à une clientèle aisés), ses facteurs de développement, les promesses de valeur, les menaces qu'il porte pour les acteurs de la banque et de l'assurance qui adressent une cible de clientèle *mass affluent*...

- **Actionner un maximum de leviers d'innovation**

Innovation par la co-création, par la coopération jusqu'à la coopération, par la création d'écosystèmes dédiés... les acteurs traditionnels de la banque et de l'assurance multiplient les initiatives. Objectif poursuivi : la création de valeur client.

D / LE RAPPORT INTELLIGENCE DATA

Les informations clés sur l'environnement du marché, un panorama synthétique des principaux acteurs actifs auprès des *mass affluent*, une éphéméride des dernières initiatives les concernant

• Les fondamentaux du marché

- Les comportements d'épargne des Français : le taux d'épargne des Français, l'investissement en logements, les flux de placements financiers, les allocations d'actifs financiers, l'appétence pour le risque
- Le patrimoine des Français : la structure du patrimoine, la dynamique rétrospective (patrimoine global net, patrimoine financier, non-financier), les taux de détention d'actifs financiers et non-financiers, la répartition des ménages selon le patrimoine global brut, les taux de détention d'actifs financiers et non-financiers par tranche de patrimoine

• Les forces en présence

- Un panorama des forces en présence : les seuils et segments retenus en gestion de patrimoine selon les principaux intervenants, les parts de marché par grandes familles d'acteurs (en banque privée), les principaux classements en banques privées en France (banques de réseau, banques spécialisées, pôles d'assureurs)...
- Les acteurs de la filière du Big Data

• Les principaux faits marquants

- Le renforcement des activités patrimoniales
- L'évolution des offres et des services (initiatives dédiées à la cible professionnelle, partenariats commerciaux avec les plateformes de *crowdfunding*, nouvelles offres d'assurance-vie)
- Les initiatives dans le domaine du numérique
- Le phénomène des FinTech dans le domaine de la gestion de l'épargne

ACTEURS CONCERNES PAR NOTRE ANALYSE

BANQUE

ALLIANZ BANQUE
AXA BANQUE
BOURSORAMA BANQUE
BANQUE PALATINE
BANQUE POPULAIRE
BANQUE
TRANSATLANTIQUE
BARCLAYS
BNP PARIBAS
BNP PARIBAS BANQUE
PRIVEE
BPCE
CAISSE D'EPARGNE
CIC BANQUE PRIVEE
CREDIT AGRICOLE
CREDIT FONCIER DE
FRANCE
CREDIT MUTUEL ARKEA
CREDIT MUTUEL-CIC
CREDIT MUTUEL NORD
EUROPE
FORTUNEO BANQUE
GROUPAMA
HELLO BANK
HSBC

ING DIRECT

KBL RICHELIEU BANQUE
PRIVEE
LA BANQUE POSTALE
LCL
MONABANQ
NEUFLIZE OBC
SOON
SWISSLIFE BANQUE
PRIVEE
UNION FINANCIERE DE
FRANCE BANQUE
...

ASSURANCE

AG2R LA MONDIALE
AGEAS FRANCE
ALLIANZ
APREP DIFFUSION
AVIVA
AXA
AXA WEALTH
MANAGEMENT
BNP PARIBAS CARDIF
CNP
COVEA

GENERALI

GROUPAMA
MACSF
MAIF
ORADEA
PREDICA
NATIXIS ASSURANCES
SOGECAP
SPIRICA
SWISSLIFE
...

CONSEIL EN GESTION

DE PATRIMOINE
CARMIGNAC GESTION
CYRUS CONSEIL
EXPERT & FINANCE
FIDUCEE GESTION PRIVEE
INFINITIS
PRIMONIAL
VENDYSSEE FINANCE
WITAM
...

GESTION D'ACTIFS

ALLIANZ AM
AMUNI

AVIVA INVESTORS

AXA IM
BNP PARIBAS IP
LA BANQUE POSTALE AM
LA FINANCIERE DE
L'ECHIQUIER
LA FRANCAISE
NATIXIS GLOBAL AM
...

FINTECH

ADVIZE
ANATEC
BANKIN'
COMPTE NICKEL
FINSQUARE
FUNDSHOP
LINXO
PRET D'UNION
WISEED
YOMONI
...



Informations complémentaires :
Sophie Ferreira
01.53.21.81.51
sferreira@xerfi.fr



CES ETUDES POURRAIENT EGALEMENT VOUS INTERESSER

- **La transformation digitale des banques et des assurances** (septembre 2015, ABF37)
- **Les FinTech ou nouveaux entrants dans la banque et la finance** (mars 2015, 5ABF16)
- **Banque et organismes financiers face au Big Data** (juin 2015, 5ABF21)
- **La gestion de patrimoine et de fortune** (juin 2014, 4ABF18)

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT, COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ➊ Renseignez le **code 5ABF35** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ➋ Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire
- ➌ Recevez votre étude dès la finalisation du paiement en format pdf sur votre compte client Xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, conférence, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

**BON DE
COMMANDE**

à retourner à :

PRECEPTA groupe Xerfi 13-15, rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01.53.21.81.51. / Email : commande@xerfi.fr

**ÉTUDE
COMMANDÉE**

Réf : **5ABF35 / PTA / INT**

La banque et l'assurance face aux clients *mass affluent*

Focalisation client, digitalisation et innovation au service d'une proposition de valeur renouvelée

INFORMATIONS CLIENT

Nom : _____
Prénom : _____
Fonction : _____
Société : _____
Adresse : _____

Code Postal : _____
Ville : _____
Adresse e-mail (en lettres capitales) : _____

Téléphone : _____
TVA Intra. : _____
N° SIRET : _____

MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE :

1 version papier

2 400 EUR HT

2 532,00 EUR TTC
(TVA 5,5%)

Avec le vidéo report

1 version papier

1 version PDF

3 000 EUR HT

3 165,00 EUR TTC
(TVA 5,5%)

Avec le vidéo report

MODE DE REGLEMENT CHOISI :

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur www.xerfi.com
- chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
RCS Paris B 523 352 607 APE 6311Z TVA intracommunautaire : FR22523352607

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture
En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 30/09/2016

PRECEPTA :::
GROUPE xerfi