



Bank of the West a remporté un Prix de l'Innovation 2009 pour le projet Future Bank Initiative.

Et pour nous en parler nous sommes aujourd'hui avec Janet Simpson. Janet Simpson, vous êtes Vice Président Senior pour Bank of the West ainsi que Program Manager pour Future Bank Initiative. Pourriez-vous nous présenter en quelques mots Bank of the West ?

Tout à fait, Bank of the West est une banque qui est basée à San Francisco, aux États-Unis. Elle pèse 60 milliards de dollars, et fait partie du groupe BNP Paribas. Nos clients bénéficient actuellement d'un réseau d'à peu près 700 agences qui sont réparties sur 19 États.

Et en quoi consiste le projet Future Bank Initiative ?

Cette initiative a pour objet de faire vraiment évoluer le modèle opérationnel de la banque de détail. La Future Bank Initiative pose les bases, et cela commence par notre canal le plus important qui est le système des agences. Nous devons moderniser notre technologie, en incluant par exemple une technologie d'imagerie. Nous avons dû analyser le fonctionnement de notre organisation et déterminer les endroits où il était possible de réduire les activités administratives et opérationnelles au niveau des agences, pour permettre à nos employés de passer plus de temps avec leurs clients. Nous souhaitons également faire évoluer nos pratiques commerciales et mettre en place une stratégie de relation clients qui s'inscrive beaucoup plus dans une démarche de contact proactif et permette d'aborder les sujets pertinents avec nos clients. Pour cela, il nous fallait communiquer abondamment et former notre force de vente pour qu'elle agisse dans ce sens sur le terrain.

Quels sont donc les avantages pour les clients et pour Bank of the West ?

Pour les clients, c'est extrêmement positif. Avec la Future Bank initiative, nous avons mis en place un système que nous appelons le Touch Point System. On peut maintenant, à partir d'un seul poste, accéder à l'ensemble des informations concernant un client, et avoir ainsi une vision globale de sa relation avec la banque. En pratique, lorsqu'un client contacte une agence, un bureau ou le centre d'appels, son interlocuteur, quel qu'il soit, a accès à son dossier et peut voir l'ensemble des produits et services qu'il possède chez nous. Et si le client a un problème, l'information est immédiatement visible. Cela a largement contribué à l'amélioration du niveau de satisfaction des clients. D'ailleurs, Bank of the West est à la première place dans l'enquête de satisfaction client menée par JD Power and Associates sur la région Ouest. Nous savons également déterminer quel est le prochain produit qui sera le plus adapté pour être proposé au client. De leur côté, ce que perçoivent les clients, c'est un service plus rapide. Et aussi un meilleur niveau de service, car nous connaissons la situation exacte de nos clients. Pour la banque et pour les employés, c'est un gain de temps considérable, dans la mesure où toutes les informations sont regroupées. Et tout cela a un effet positif sur nos résultats financiers, en augmentant les ventes, la satisfaction et les recettes.

Janet Simpson, merci !