

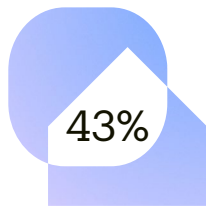
Rebâtir un lien fort et durable avec vos clients

Goodays For Bank : une solution conversationnelle sur-mesure pensée pour les banques. Pour quels objectifs ?

Créer un vrai lien de proximité entre les clients et leurs agences bancaires et accompagner les banques dans leurs défis quotidiens.



Goodays for Bank : renforcer la proximité entre les banques et leurs clients



des français sont multibancarisés



sont clients d'au moins une banque en ligne ou néo banque



des clients sont des switchers potentiels

(Ré)Humaniser l'expérience bancaire : vos conseillers en agence sont les acteurs de la satisfaction client

L'amélioration de l'expérience client est le principal moteur de la transformation organisationnelle (33% - Forester, 2020).

La qualité de l'expérience client au sein d'une banque a un impact direct sur la satisfaction et la fidélité des clients.

Les clients ont besoin d'une relation personnalisée et d'un accompagnement dédié à leurs problématiques financières : seuls vos conseillers en agence sont en mesure d'apporter ce type de suivi. En les équipant et en les engageant dans la gestion de la relation client, le Client est remis au centre des priorités du réseau d'agence, et le lien de proximité et de confiance entre vos conseillers et vos clients est rétabli.

Pour garder ses clients, chaque interaction compte

L'interaction est source de lien et de confiance. Pouvoir permettre au client d'entrer en contact avec sa banque est une base. La vraie source de différenciation et de valeurs se trouve dans la personnalisation : le client doit pouvoir exprimer sa satisfaction et obtenir une réponse personnalisée.

Qui de mieux placé que les équipes en agence bancaire pour répondre à leurs clients? Les conseillers en agence sont en première ligne de l'expérience client, et doivent être les acteurs principaux de l'expérience client : ce sont eux qui génèrent l'intensité relationnelle avec les clients, qui est clé pour empêcher l'attrition. Notre solution conversationnelle leur redonne ainsi les clés pour gérer la relation client de A à Z, c'est engager chaque conseiller dans l'amélioration de l'expérience client.

L'engagement des conseillers : un impact direct sur l'expérience client

3038 agences connectées à leurs clients qui répondent en moins de 25h.

Des équipes en agence engagées pour leurs clients : cela paye ! Et les principales statistiques issues de notre baromètre banque le prouvent : NPS en hausse, note Google en hausse, une grande majorité des clients insatisfaits rappelés...



“Il faut en finir avec l'idée que le digital remplacera l'humain : ce n'est pas l'homme qui doit être augmenté par le digital, mais le digital qui doit être augmenté par la responsabilité humaine.”

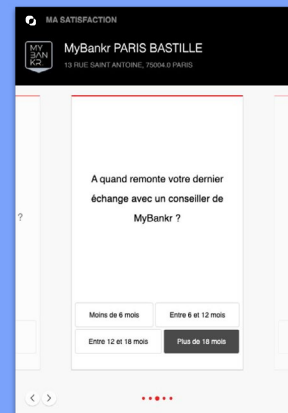
Philippe Brassac, CEO, Crédit Agricole SA

Goodays for Bank : accompagner les banques dans leurs défis quotidiens

Élargissez votre écoute client : mesurez la satisfaction de vos clients vus et non-vus

Écouter ses clients en continu permet d'avoir une vision optimale de la satisfaction client. Cependant, une écoute post visite n'est pas suffisante car 30 à 50 % des clients d'une banque sont considérés comme 'non-vus' - ils ne se déplacent pas en agence. Pourtant, ce sont ces clients 'non-vus' qui sont le plus insatisfaits.

Découvrez comment Goodays for Bank peut vous aider à adresser ces clients 'non-vus' et à rebâtir le lien avec vos agences pour empêcher l'attrition.

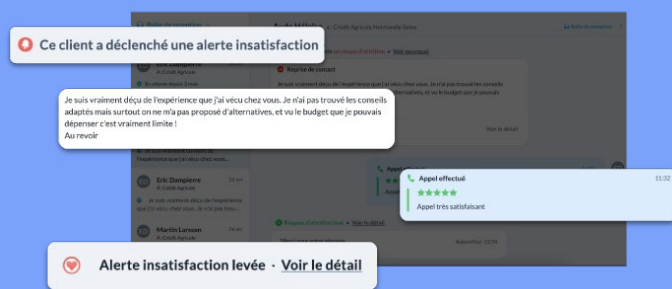


Détectez les risques d'attrition et transformez les détracteurs en clients satisfaits

- Comment limiter l'attrition et rattraper vos clients insatisfaits ?
- Détecter les insatisfactions le plus tôt possible
- Faire rappeler le client par le directeur d'agence pour comprendre les motifs de son insatisfaction et lui apporter des solutions

Renforcer la fidélité du client au sein de l'agence.

Vos conseillers sont les mieux placés pour détecter les insatisfactions et entretenir le lien avec vos clients !

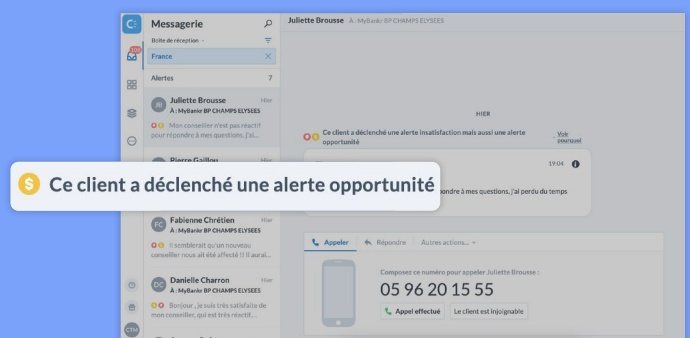


Augmentez l'intensité relationnelle et détectez des projets clés pour vos clients

Comment entretenir le lien avec TOUS vos clients sur le long terme ?

Créer des motifs relationnels (post rendez-vous, achats, naissances...) pour accroître l'intensité relationnelle et détecter des opportunités business.

Financer un bien immobilier, acheter un véhicule, diversifier ses placements ou encore préparer sa retraite : autant de moments forts et de projets clés pour vos clients que vous pourrez détecter et transformer en transactions !



“Ce partenariat est un vrai succès. C’est une vraie solution opérationnelle qui permet vraiment au directeur d’agence, de traiter, de valoriser et donc de mettre en place des actions du quotidien qui permettent d’améliorer la satisfaction de son point de vente. Et d’un autre côté, c’est aussi une solution qui permet de nourrir l’amélioration continue.”



Corinne Dumets, Responsable Voix des clients et Qualité, Crédit Agricole Normandie Seine

“Avant Goodays, les verbatims des clients arrivaient quelques mois après les transactions : c’était beaucoup trop loin de la relation client ! Nous avons trouvé dans la plateforme Goodays la possibilité d’aller capter les avis clients, mais aussi de discuter avec nos clients et de leur répondre immédiatement après les transactions, les opérations en agence, pour pouvoir converser avec eux et leur apporter les réponses à leurs besoins et à leurs demandes.”



Guy Nicolas, Responsable Service Marketing Relationnel Particulier & Ecoute clients - Direction Expérience Client, Crédit Agricole Finistère

3038 agences bancaires sont connectées à la solution conversationnelle de Goodays



Goodays (anciennement Critizr) est la plateforme de gestion des interactions clients leader en Europe. Fondée en 2012, notre mission est de réinventer l'expérience du commerce, pour les enseignes comme pour les clients. Comment ? En favorisant les interactions entre nos clients et leurs clients. Parce que chaque interaction compte...

Goodays est la plateforme de gestion des interactions clients qui optimise l'expérience client au quotidien, à grande échelle. Elle est utilisée dans 25 pays par plus de 150 grandes entreprises européennes telles que Carrefour, New Look, Monoprix, Domino's and Jules.

Nous sommes présents dans plus de 70,000 établissements, et nous donnons le pouvoir aux professionnels des équipes terrain, CX et études d'améliorer l'expérience et la satisfaction client, d'augmenter le NPS, de fidéliser leurs clients et de reconquérir les clients insatisfaits. Nous simplifions votre démarche d'optimisation de l'expérience client, en vous permettant de créer de véritables connexions avec vos clients, tout en vous libérant du temps pour vous concentrer sur les KPIs qui comptent vraiment.