

LE SERVICE PERSONNALISÉ - UNE RESSOURCE PLEINE DE SENS

La banque privée de demain se devra de conserver un haut degré de qualité de service personnalisé, disposer d'une offre innovante et d'outils performants adaptés aux évolutions technologiques. Si l'accélération de la révolution digitale se poursuit, l'humain et la confiance restent au centre de cette activité d'excellence.





Auteur

📅 30.03.2023

Camille VIAL

Société

Digital

Nouvelles Technologies

Trois enjeux stratégiques majeurs aiguillent la place financière suisse d'aujourd'hui: le rôle clé joué dans l'accompagnement de la transition vers un système financier durable, l'importance du maintien d'un cadre politique et législatif stable, et l'intégration en bonne intelligence de la révolution numérique. Si cette dernière thématique s'est accélérée lors de la crise liée au Coronavirus – notamment au niveau de l'équipement des collaborateurs pour le télétravail –, il s'agissait déjà d'une tendance de fond orientée vers la clientèle NextGen et l'adaptation agile aux nouvelles classes d'actifs telles que le Private Equity ou les actifs numériques. Cependant, malgré ces avancées technologiques, l'humain se doit de rester au cœur de ce modèle « phygital » (tant 'physique', que 'digital'), qui allie excellence de la prestation de services, suivi personnalisé et possibilité d'accès à distance.

Technologie évolutive et 'change management'

Pour accompagner une adaptation rapide à certains nouveaux développements technologiques et répondre ainsi aux attentes d'une partie de la clientèle, la mise en place d'un écosystème digital « évolutif » apparaît de plus en plus nécessaire ; cela correspond souvent à un projet de transformation significatif. Trouver la bonne solution qui soit en adéquation avec l'ADN et les valeurs d'une banque privée est un réel défi car il s'agit d'intégrer la technologie d'accès et de communication à distance avec le client, avec le maintien d'un haut degré de relationnel.

Il s'agit de répondre à plusieurs besoins en même temps : permettre aux clients un accès à distance – dont des interactions transactionnelles –, intégrer plus rapidement l'accès à des nouvelles classes d'actifs ou faciliter les processus afin que les collaborateurs puissent se consacrer encore davantage à nos clients.

Ce type de projet comporte ainsi un volet « change management » important pour s'assurer que l'utilisation des nouveaux modes de communication - par exemple via une application entre le client et son banquier - restent en adéquation avec le style relationnel et personnalisé déjà établi. La formation continue des collaborateurs doit également intégrer ces aspects.



Au service de l'humain, pas à sa place

L'industrie financière étant basée sur des prestations de service et la confiance, la qualité des relations humaines reste clé. Les banques suisses en particulier bénéficient d'une cote de confiance très élevée au sein de leur clientèle. Le suivi personnalisé joue un rôle primordial. En période de crise notamment, de nombreux clients souhaitent un dialogue encore plus régulier.

La longévité d'une banque privée comme Mirabaud repose sur la recherche permanente d'équilibre entre tradition et modernité. Il est indéniable que la digitalisation du monde va en s'accéléralant et que dans l'industrie financière, comme dans la plupart des autres, l'ensemble de la chaîne de création de valeur s'en voit transformée. Le monde de la technologie est tout à fait indissociable de notre société actuelle. Néanmoins, si ces technologies indispensables sont de plus en plus sophistiquées, elles doivent rester au service de l'humain.

La confiance, le sens et les valeurs

La confiance mentionnée plus haut – en lien avec la stabilité – et le service d'excellence, sont des piliers majeurs de l'activité bancaire privée et l'évolution rapide de la société ne fait que renforcer l'importance de ces critères différentiels.

Pour une banque traditionnelle telle que Mirabaud, gérée aujourd'hui par la 7ème génération des familles fondatrices, la structuration d'une digitalisation ultra-sécurisée et personnalisée est une décision absolument stratégique. Il est clé de rester authentique et de ne faire aucun compromis sur ce qui notre ADN : le service de qualité sur mesure, la taille humaine de l'entreprise, la solidité du bilan sans activité de négoce pour compte propre.

La confiance se base sur l'authenticité, la transparence et la fiabilité. Il s'agit ainsi de maintenir une vision à long-terme et éthique de cet équilibre entre l'humain et le digital. L'agilité, la capacité d'adaptation aux besoins évolutifs des clients et la qualité du service client sont à la base du *business model* et apportent par ailleurs une forte motivation professionnelle et du 'sens' à ce que nous faisons au quotidien.

La banque de demain cristallisera ce haut degré de qualité de service personnalisé avec une offre innovante et des outils adaptés aux évolutions technologiques. La relation de confiance et l'excellence du service personnalisé restent et resteront au cœur du private banking.