



Comment la perception de la justice des prix influence-t-elle sur la relation client-banque ?

Opinions et représentations des politiques tarifaires dans le secteur bancaire



L'OBSoC^o

“ La transparence des politiques tarifaires est un puissant levier de la valeur perçue des services financiers. ”

**OBSERVATOIRE DU RAPPORT AU PRIX
DES SERVICES FINANCIERS**

octobre 2014

L'Observatoire du rapport au prix des services financiers

Opinions et représentations des politiques tarifaires dans le secteur bancaire

Comment la perception de la justice des prix influe-t-elle sur la relation client-banque ?

« La qualité prime sur le prix : 74% des Français se montrent de plus en plus attentifs à la qualité des services bancaires alors qu'ils ne sont que 66% à déclarer porter une attention croissante au prix. »

« 3 Français sur 4 n'associent pas les écarts de prix entre les banques à un niveau de qualité différent. »

Alors que règne une forte défiance à l'égard des institutions financières, comment les Français jugent-ils les prix des services bancaires ? Sur quels critères fondent-ils ce jugement ? Comment appréhendent-ils les mécanismes qui sous-tendent la formation des prix ? Quel est le potentiel des banques en ligne par rapport aux banques physiques ? Les banques mutualistes et coopératives parviennent-elles à tirer leur épingle du jeu ?

Autant de questions auxquelles « L'Observatoire du rapport au prix des services financiers » vous apportera de réponses.

Grâce à une réflexion approfondie sur le rapport que les Français entretiennent aux prix des services financiers, l'Ob-SoCo vous propose une approche innovante pour accompagner vos politiques tarifaires.

- Une étude qualitative exploratoire
- Une enquête quantitative auprès de 2000 consommateurs (terrain réalisé par Opinion-Way)
- Une analyse socio-économique de 40 pages et un rapport détaillé de 130 slides

Vous avez la possibilité de croiser l'ensemble des résultats de l'étude en distinguant clients et non-clients de votre marque (selon disponibilité)

UNE MÉTHODOLOGIE INSPIRÉE DE L'ÉCONOMIE COMPORTEMENTALE

Afin de mesurer la manière dont les attributs de l'offre peuvent influencer sur la perception des prix des consommateurs (et ainsi orienter leurs choix), nous avons confronté les individus interrogés à plusieurs questions à scénario. Pour ne pas biaiser les réponses, l'échantillon global a été divisé en plusieurs sous-échantillons, chacun d'entre eux étant soumis à une variante des différents scénarios testés. Cette méthode expérimentale, très répandue dans le domaine de l'économie comportementale, permet d'identifier de manière fiable comment la variation d'un élément bien précis peut influencer les représentations collectives et les comportements qui en résultent.

EN SAVOIR +

Le terrain de l'enquête quantitative a été réalisée par Opinion-Way du 10 au 21 juillet 2014 auprès d'un échantillon de 2006 personnes, représentatif de la population française de 18 à 75 ans.

COMMANDEZ L'ÉTUDE COMPLÈTE

Les résultats détaillés de l'enquête et les analyses qui les accompagnent sont présentés dans le rapport « L'Observatoire du rapport au prix des services financiers, comment la perception de la justice des prix influe-t-elle sur la relation client-banque ? » Octobre 2014. Sous la direction de Philippe Moati.

Egalement disponible : « L'Observatoire du rapport au prix pour les produits de grande consommation, comment la perception de la justice des prix guide-t-elle le choix des consommateurs ? », octobre 2014

Renseignements auprès de Nathalie Damery. Tel. 09 81 04 57 85 - 06 71 55 23 63 - n.damery@lobsoco.com
www.lobsoco.com

L'Observatoire du rapport au prix des services financiers

Opinions et représentations des politiques tarifaires dans le secteur bancaire

SOMMAIRE

Introduction : pourquoi la question des prix devient-elle inévitable ?

Des services financiers au cœur des mutations sociétales

- La prévalence de la relation client dans les stratégies bancaires
- Une crise de confiance qui soulève la question de la transparence tarifaire
- La gratuité contamine l'univers bancaire sous l'impulsion des banques en ligne
- La notion de prix juste dans l'esprit des consommateurs
- Des tarifs bancaires jugés injustes
- Une déception à l'égard de la qualité des produits bancaires
- Un effet de cycle de vie sur la posture critique à l'égard des banques

Les conditions de la formation du sentiment d'injustice des prix

- Le désordre de l'arbitraire
- Un imaginaire de l'avidité
- Un statut social ambigu : entre institution et espace marchand

Quelles formes de résistance de la part des consommateurs ?

- Un recours limité aux comparateurs d'offres bancaires
- Un engouement plutôt modéré pour les banques en ligne
- Une vision ambivalente de la relation bancaire

Recommandations pour une stratégie de différenciation

- Vers une stratégie de justification de la politique tarifaire
- Justifier la qualité de service pour emporter l'adhésion des consommateurs
- Cultiver des leviers symboliques de différenciation

Comment la perception de la justice des prix influe-t-elle sur la relation client-banque ?

Opinions et représentations des politiques tarifaires dans le secteur bancaire

publication - octobre 2014

BON DE COMMANDE

Le Rapport seul : 2 500 € HT (3 000 € TTC)

- Conférence de présentation des résultats : + 1 500 € HT (1 800,00 € TTC)
- Edition des tris croisés sur les clients et non-clients de votre marque ou enseigne* :
+ 1 500 € HT (1 800,00 € TTC)

Toute autre demande (animation de *workshop*, accompagnement personnalisé...) sur devis.

Société _____

Adresse _____

Ville _____

M. Mme _____

Prénom _____ Nom _____

Fonction _____ Service _____

Tel. _____ Fax _____ Mail _____

Siret _____

Merci de libeller votre chèque à l'ordre de L'OBSOCO SAS, 32 rue de Picpus, 75012 Paris

Pour tout renseignement merci de contacter Nathalie Damery
Tél. 09 81 04 57 85 – n.damery@lobsoco.com

*en fonction des données disponibles dans la base