



ETUDE DE NOTORIETE ET DE PERCEPTION DIGITALE ET COLLECTE DES FEEDBACKS

Rapport comparatif des banques
BATCAM – SGC- First Bank - UBA

Période d'étude: Février – Mars – Avril 2024



MEDIA
INTELLIGENCE



SOMMAIRE

1

Objectifs et Contexte

2

Méthodologie

3

Point sur le SEO

4

**Analyse de la Stratégie Digitale sur les
Médias Sociaux**

5

VOICE OF CUSTOMER

6

**Performances qualitative et
quantitatives du Wallet**

7

RECOMMANDATIONS

OBJECTIFS

Finalité de l'Etude

Analyse de la perception et notoriété et collecte des feedbacks sur différents supports numériques

Globalement

- Evaluation des indicateurs organiques mentionnés par les différents internautes ciblés
- Cartographier l'expérience client par rapport à la marque et ses contours

Spécifiquement

- Identifier les points de satisfaction et d'insatisfaction client de la Banque Atlantique comparativement aux banques UBA; First Bank et SGC
- Mesurer la portée des différents avis organiques par rapport à la marque

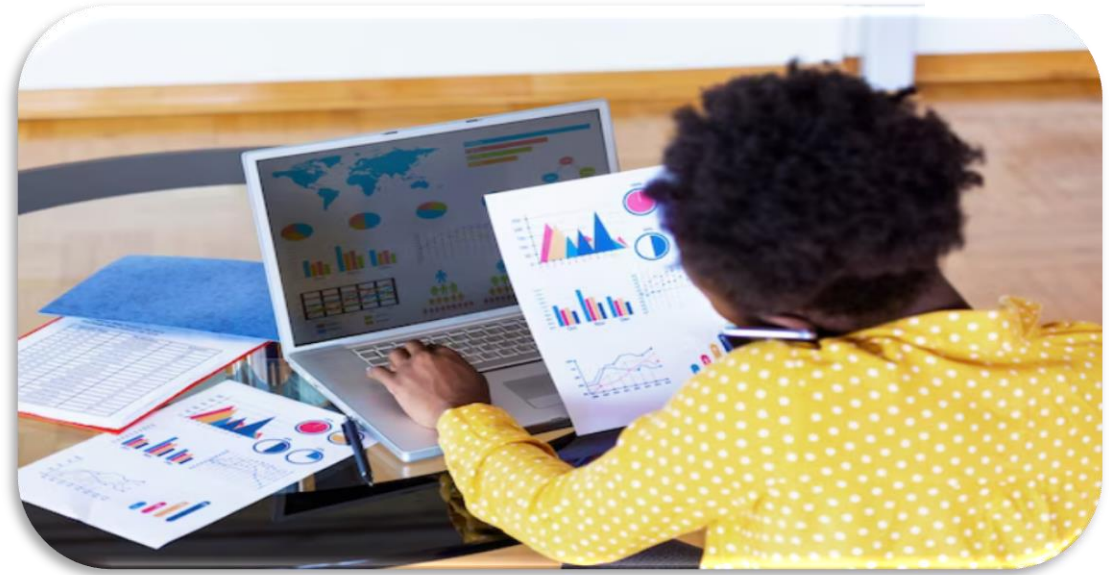


CONTEXTE

Donnant suite à une étude de satisfaction client, L'étude de perception/notoriété digitale vient apporter des arrondis d'angle dans des supports de communication où les clients cibles ont une plus large aisance d'expression de leurs expériences clients, de leurs insatisfactions, de leurs avis et même de leurs recommandations.

Les supports de communication dont il s'agit dans ce cas englobant les médias sociaux d'une part, le Web d'une autre ainsi que les presses en ligne.

Les presses en ligne sont ici analysées en convergence avec les retombées pouvant survenir d'une publication ou d'une mention faite de la marque.



OBJECTIFS

- 1** Evaluer la satisfaction client ainsi que la perception de la qualité des services de la banque par rapport à SGC- First Bank - UBA
- 2** Repérer les principaux points positifs et négatifs abordés par les Clients sur les médias sociaux

MÉTHODOLOGIE

Collecte de données et analyse
(quantitative et qualitative)

Etude de Notoriété et de perception digitale



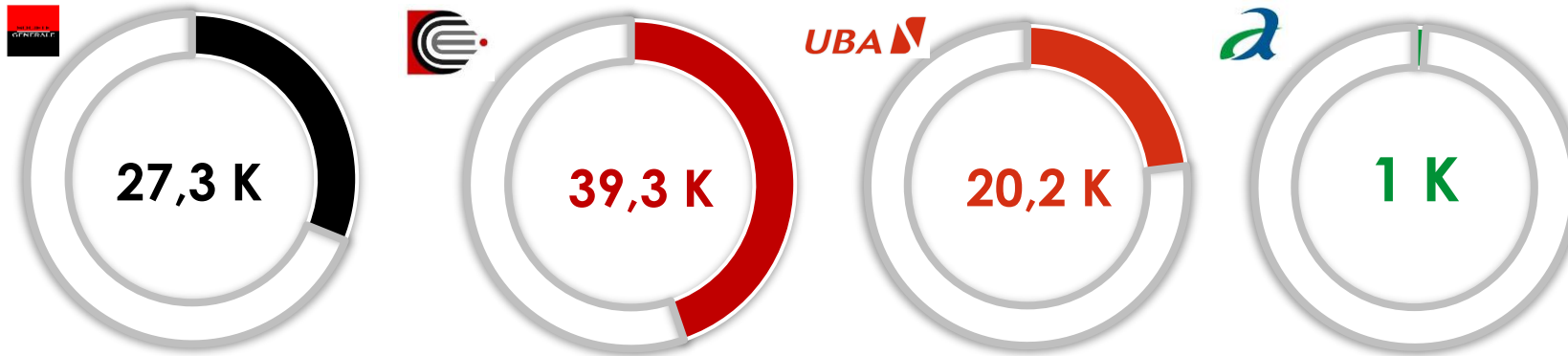
- ✓ **La collecte** des données est faite de façon trimestrielle allant de Février à Avril 2024. L'ensemble des contenus est collecté afin de procéder à l'étiquetage et au traitement des données.
- ✓ **Pour ce qui** est du voice of customer les données sont obtenues et recueillies par social media listening avec un tagging sur tous les avis et commentaires sur l'une des entreprises/marque étudiées dans cette étude

SEM



Points sur le SEO

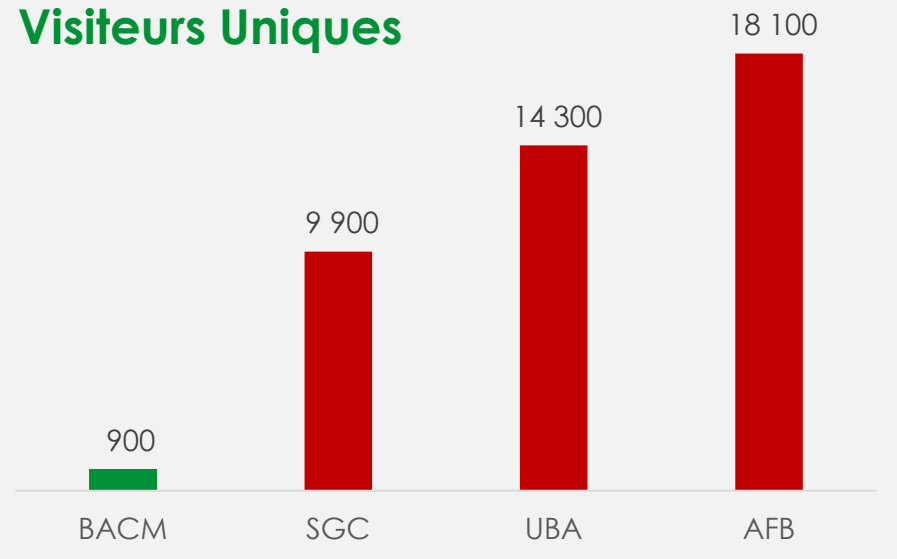
Visites sur le site



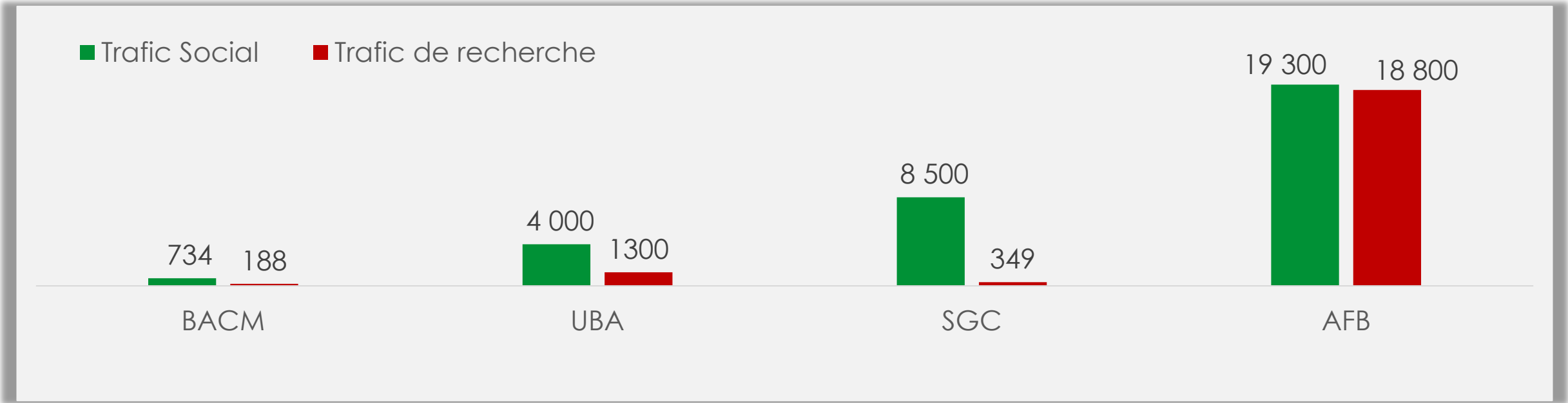
La durée Moyenne des visites par page est égale à :

- **AFB: 08'51''**
- **UBA: 07'02''**
- **SGC: 02'45''**
- **BACM: 00'**

Visiteurs Uniques



- ❖ Le taux de visites et de visiteurs uniques traduit le niveau d'engagement que réussi à produire une page que ce soit pour le domaine source ou les sous-domaines. Pour les banques où le site est non seulement une vitrine mais aussi un moyen de souscription aux services, ce taux associé à la durée moyenne de visite traduit la disponibilité, l'attractivité et la modernité d'un Site.
- ❖ **Dans cette optique, Afriland First Bank et UBA sont les deux vitrines les plus consultées et utilisées du public avec respectivement 18.100 et 14.300 visiteurs uniques.**



- ❖ Le trafic social désigne les visites générées grâce aux réseaux sociaux tandis que le trafic de recherche est fonction d'autres moyens tels que le trafic payant ou trafic direct.
- ❖ Pour les 04 banques du secteur, le trafic social est le plus important avec des retombées plus significatives pour Afriland First Bank qui traduit une stratégie de communication sur les médias sociaux poussées et principalement servant de base aux clients afin que ceux-ci puissent profiter ou souscrire à des fonctionnalités et services de la banque en ligne avec une expérience client personnalisée.

- ❑ **Difficulté à trouver des informations spécifiques** : Malgré la navigation fluide, l'accès à des informations précises, telles que les conditions détaillées des produits et services bancaires, peut s'avérer ardu. Cette difficulté peut frustrer les utilisateurs et nuire à leur expérience globale.
- ❑ **Structure du menu perfectible** : La structure du menu principal pourrait être optimisée pour une meilleure ergonomie. Une organisation plus claire et plus intuitive des catégories et sous-catégories faciliterait la navigation et la recherche d'informations spécifiques.
- ❑ **Manque de personnalisation** : Si le design du site est moderne, l'absence de personnalisation en fonction du profil du visiteur peut limiter son impact. La mise en place de fonctionnalités de personnalisation, comme des recommandations de produits ou des contenus ciblés, permettrait d'améliorer l'engagement et la satisfaction des utilisateurs.
- ❑ **Navigation fluide et intuitive** : Le site web offre une expérience utilisateur agréable grâce à sa structure claire et à sa navigation intuitive. Les informations recherchées sont facilement accessibles, ce qui permet aux visiteurs de se concentrer sur le contenu pertinent.
- ❑ **Arborescence du menu optimisée** : La structure du menu principal est bien organisée, facilitant la découverte des différentes sections du site. Cette ergonomie intuitive contribue à une meilleure expérience utilisateur et à une meilleure conversion.
- ❑ **Personnalisation selon le profil du visiteur** : L'option "particulier" ou "entreprise" dès l'arrivée sur le site permet une personnalisation de l'expérience utilisateur. Cette fonctionnalité permet de diriger les visiteurs vers les informations les plus pertinentes en fonction de leur profil, améliorant ainsi leur engagement et leur satisfaction.

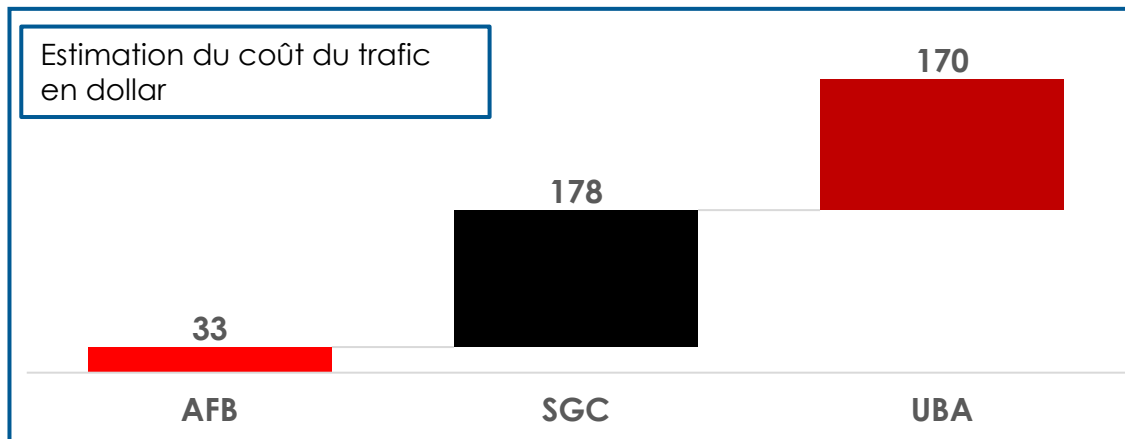


- ❑ **Design moderne et responsive:** Le site web d'Afriland First Bank Cameroun présente un design moderne et attrayant qui s'adapte parfaitement à tous les types d'écrans, y compris les ordinateurs portables, les tablettes et les smartphones. Cela garantit une expérience utilisateur fluide et agréable, peu importe l'appareil utilisé. Aussi le site web est représentatif des cultures camerounaise ce qui permet à la cible de se sentir en lien avec sa culture à travers Afriland.
- ❑ **Navigation claire et intuitive:** La navigation du site web est claire et intuitive, ce qui permet aux utilisateurs de trouver facilement les informations dont ils ont besoin. Les menus sont bien organisés et les catégories sont clairement définies. La fonction de recherche est également efficace et permet de trouver rapidement des informations spécifiques.
- ❑ **Contenu informatif et utile:** Le site web d'Afriland First Bank Cameroun propose un contenu informatif et utile qui répond aux besoins des utilisateurs. Les informations sur les produits et services bancaires sont claires et concises, et les guides et tutoriels sont faciles à suivre. Le site web propose également des actualités et des articles d'intérêt pour les clients de la banque.
- ❑ **Fonctionnalités bancaires en ligne accessibles:** Le site web d'Afriland First Bank Cameroun offre un accès à une large gamme de fonctionnalités bancaires en ligne, ce qui permet aux clients de gérer leurs comptes et d'effectuer des transactions bancaires courantes sans avoir à se rendre en agence. Ces fonctionnalités sont faciles à utiliser et comprennent la consultation des soldes, le virement de fonds, le paiement de factures et la recharge de cartes prépayées.
- ❑ **Présence sur les réseaux sociaux:** Afriland First Bank Cameroun est présente sur les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter et LinkedIn. Cela permet à la banque de communiquer avec ses clients et de leur proposer des informations et des offres spéciales. La présence sur les réseaux sociaux permet également aux clients de poser des questions et de recevoir de l'aide de la banque.



- ❑ **Navigation claire et intuitive:** La navigation du site web est claire et intuitive, ce qui permet aux utilisateurs de trouver facilement les informations qu'ils recherchent.
- ❑ **Contenu informatif et utile:** Le site web d'UBA Cameroun propose un contenu informatif et utile sur les produits et services bancaires de la banque.
- ❑ **Fonctionnalités utiles:** Le site web d'UBA Cameroun propose plusieurs fonctionnalités utiles, telles que la possibilité d'ouvrir un compte en ligne, de consulter son solde et de transférer de l'argent.
- ❑ **Adapté aux mobiles:** Le site web d'UBA Cameroun est adapté aux mobiles, ce qui permet aux utilisateurs d'y accéder facilement depuis leur smartphone ou leur tablette.
- ❑ Le site web d'UBA Cameroun est traduit **en 06 langues** dont le français, l'Anglais, le Mandarain, le portugais, l'Espagnol et Kiswahili ce qui peut limiter son accessibilité aux utilisateurs anglophones.

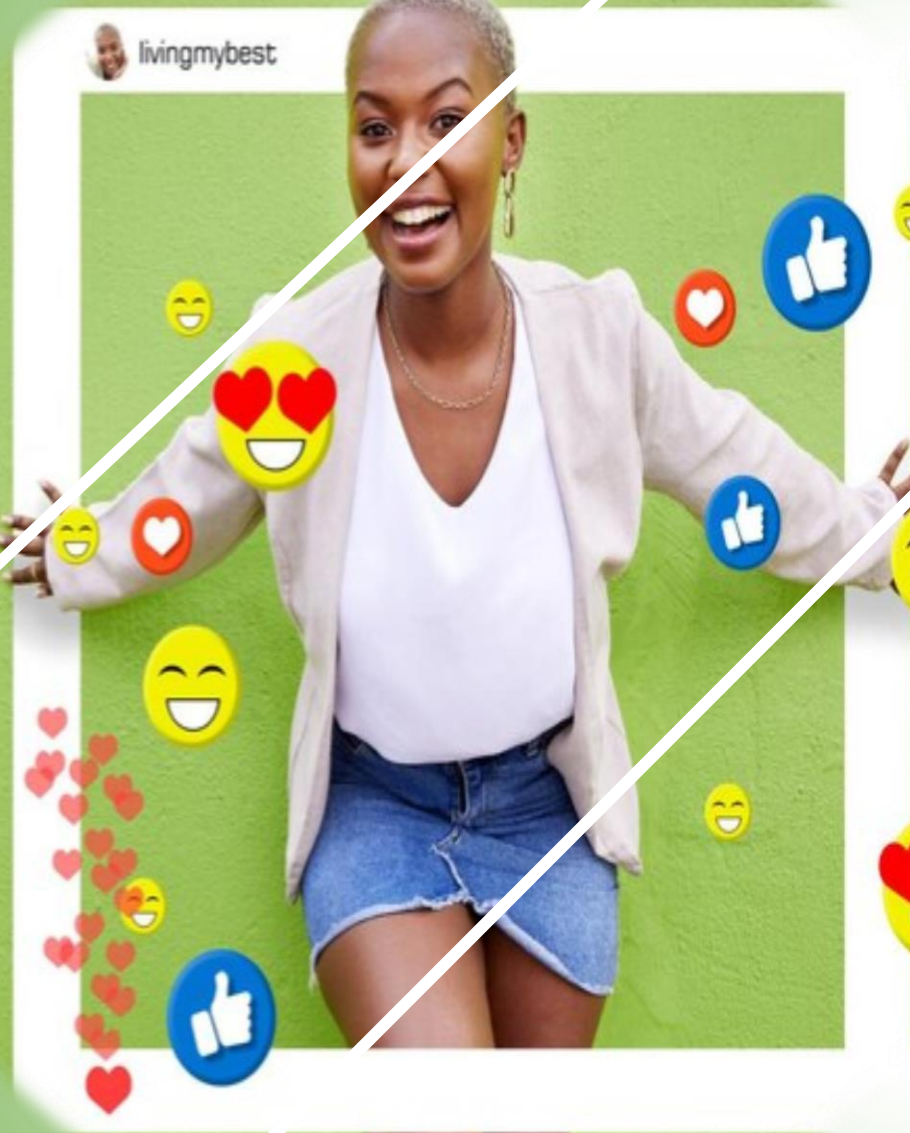
- ❑ Sur les trois mois étudiés, on note un grand trafic du domaine racine Afriland First Bank avec des indicateurs de visites et de durée de visites très importantes dû principalement à une stratégie sur les médias sociaux et une interaction avec les clients sur les différentes plateformes renvoyant fortement au site de la First Bank. Une stratégie autour du site comme un moyen à part entière de résolution de certains problèmes principalement neutre est la clé du succès quantitatif et qualitatif de ce Domaine.
- ❑ De même La First Bank est l'une des seules Banques dont le trafic Recherche est aussi important que le trafic social. Ceci dû à un grand investissement dans le SEA. Mais pas seulement, le coût du trafic de trois des banques étudiées a pu être décrypté avec les estimations et valeurs de croissance suivantes:



Taux de progression Trimestrielle:

- Afriland: - 74,42%
- SGC: +143,84%
- UBA: - 60,92%

- ❑ Les sites Afriland First Bank et UBA sont les deux sites avec interface modernes dont l'ergonomie et la fluidité permettent une meilleure expérience Client. Aussi les deux sites permettent aux utilisateurs une personnalisation de leurs services et une souscription à certains services bancaires bien précis avec une vitesse d'action importante.



STRATEGIE SALE : MEDIA SOCIAUX

Définitions des Types de

Communication

- ❖ **Communication Corporate** : désigne un ensemble des actions de communication visant à mettre en valeur une entreprise ou un groupe. En d'autres termes il s'agit d'un type de communication centrée essentiellement sur l'entreprise ou encore sur le personnel (échantillon représentatif de l'entreprise). Celle-ci a pour but de promouvoir l'entreprise. C'est le cas par exemple des gestionnaires de compte d'une banque. Ceux-ci ont pour rôle de fournir à la clientèle des services précis mais aussi de veiller à la satisfaction globale de ceux-ci à travers la création, le suivi et la gestion de leurs différents comptes bancaires.

Exemple : Ouverture d'une nouvelle agence dans une zone (rurale ou urbaine) – Installation d'un nouveau directeur Régional

- ❖ **Communication Commerciale** : renvoie à un type de communication ayant pour objectif final de vendre des produits et services. Il s'agit entre autre pour une entreprise d'utiliser de voies et moyens dans le but de faire la promotion d'un produit ou d'un service auprès du public ou de sa clientèle, afin que celui-ci puisse prendre connaissance d'un nouveau produit ou des apports supplémentaires liés au produit de base. Ceci dans le but de le vendre ou de favoriser son utilisation par les consommateurs.

Exemple : Panneaux publicitaires ou annonces d'un nouveau produit/service disponible au sein de la banque. (Crédits)

- ❖ **Communication Promotionnelle** : elle désigne toutes les actions d'une entreprise destinées à promouvoir son offre ou son image. Ici, il est principalement question pour une entreprise de mettre sur pieds une stratégie de communication auprès de sa clientèle en vue de l'informer sur des offres ou services existant qui font l'objet d'une réduction.

Exemple : Sms Promotionnels ou de Fidélisation – Promotion sur la carte Bancaire - Message sur la possibilité de bénéficier d'un crédit Scolaire chez Afriland First Bank.

Définitions des Types de Communication

- ❖ Communication Bond : Le Bond est un type de communication qui permet de faire de créer une proximité ponctuelle avec le client sans but commercial.

Exemple : Bonne Fin de Journée avec la Commercial Bank Of Cameroon – Passez une Bonne et Heureuse Année 2024 avec la CBC..

- ❖ Communication Ludique : communication faite à travers une activité ludique, plus précisément le jeu afin d'impliquer une cible dans une communication pour une réelle implication.

Exemples : Jeux Concours – Tombola

- ❖ Communication Crise Event : elle englobe toutes les actions de communication mises en place pour réduire les effets d'un événement pouvant porter préjudice à l'image de l'entreprise ou à ses produits.
- ❖ La communication Crise Event est un procédé par lequel une entreprise dans l'optique de réduire les effets néfastes que pourrait avoir un évènement survenu en ou en dehors de l'entreprise, sur les produits ou sur l'entreprise elle même.

Exemple : Fermeture d'une agence – Sinistre et relocalisation d'une agence

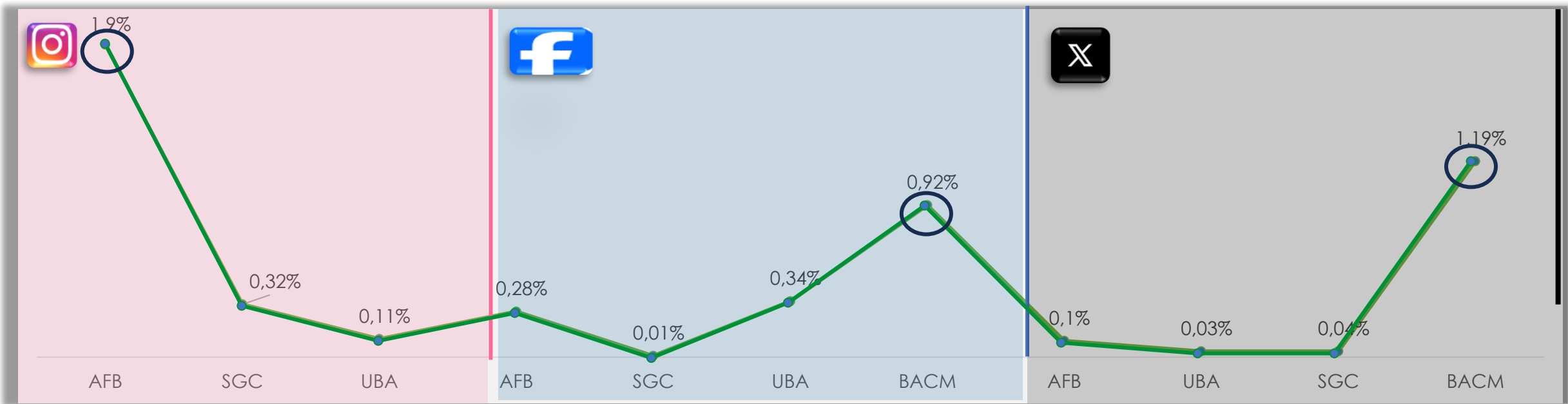
- ❖ Communication Évènementielle : c'est une technique de communication articulée autour d'un événement, classique ou insolite, à destination d'un public cible. La communication événementielle quant à elle constitue plutôt un procédé de communication ou d'information qui vise à promouvoir auprès de la clientèle ou d'un public précis ou ciblé spécifiquement un évènement en particulier.

Exemple : Ouverture d'une nouvelle agence dans une zone (rurale ou urbaine)..

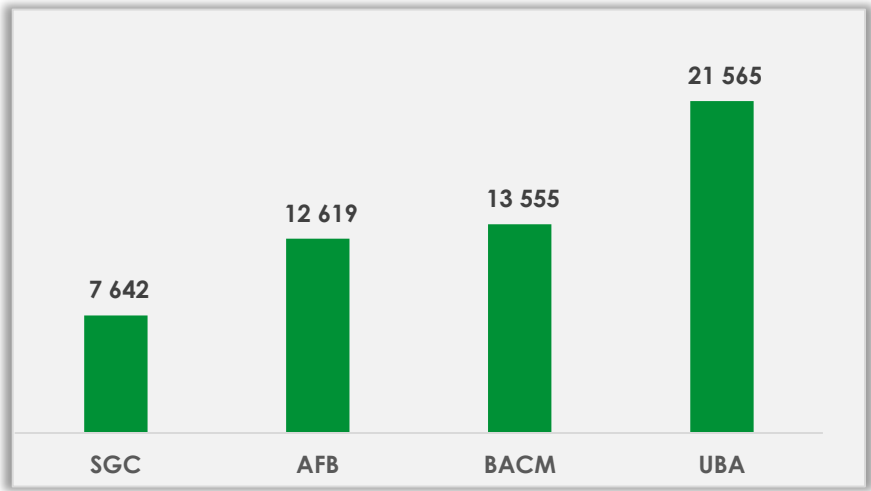
Définitions Indicateurs

- ❖ **Fanbase** : traduit littéralement en français par base de fans, désigne la base totale des personnes qui sont abonnés/suivent la page d'un influenceur, annonceur, ou d'un artiste.
- ❖ **IPP** : (Indice de Performance de la Page) désigne un ensemble de sous-indicateurs permettant d'évaluer la performance globale d'une page en d'autres termes un ensemble d'éléments précis qui permettent d'évaluer l'évolution globale d'une page.
- ❖ **Followers Growth** : traduit de l'anglais par croissance des followers, elle désigne la mesure de l'évolution du nombre de followers ou l'acquisition de nouveaux followers (les nouveaux abonnés à une page d'un réseau social) sur une période donnée.
- ❖ **Engagement** : désigne la propension d'un consommateur, d'un abonné ou d'un fan à réagir aux différentes publications d'un influenceurs ou d'autres abonnés et à interagir avec les publications faites sur sa page.
- ❖ **Réactions Totales** : Elle désigne l'ensemble des réactions (like, commentaires, Partages) générées par des personnes étant abonnées ou pas suite à un post ou une communication faite sur une page d'un réseau social, par un annonceur ou une tierce personne.
- ❖ **Post Per Day** : désigne la moyenne de posts ou publications faites sur une page, un annonceur ou une personne sur un réseau social au courant d'une journée c'est-à-dire pendant 24h.

Engagement Vs Follower Growth



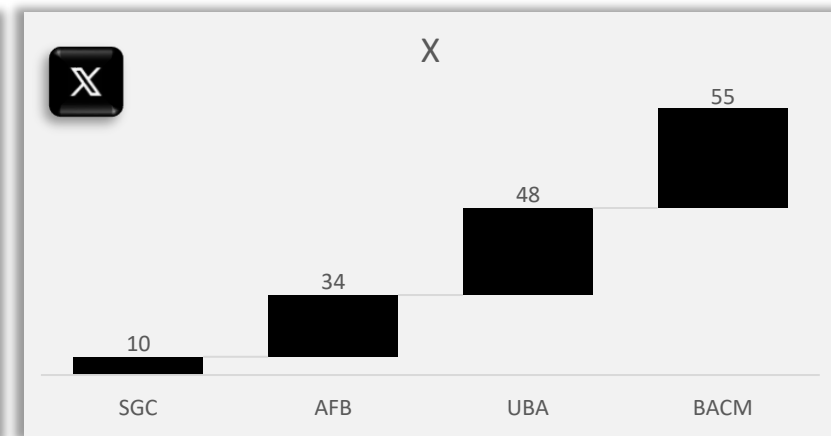
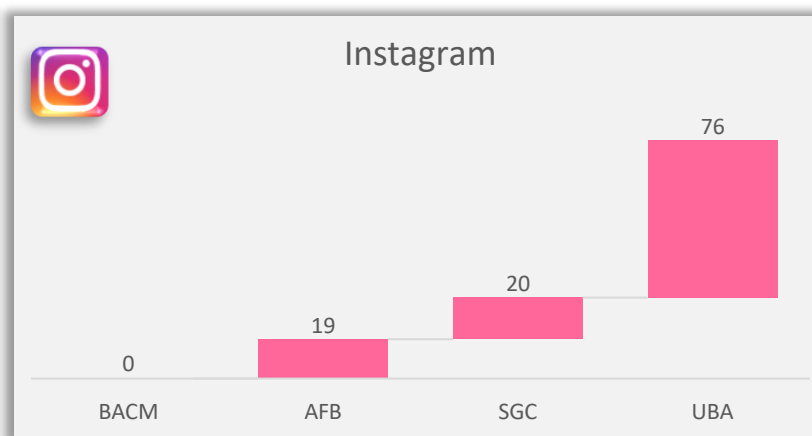
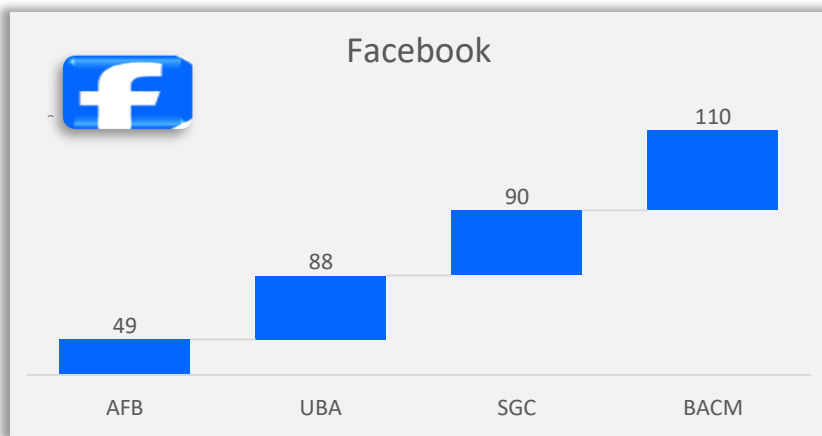
Somme de réactions



- ❖ On remarque tout d'abord l'absence de la Banque Atlantique sur le réseau Instagram où 100% des concurrents étudiés sont présents.
- ❖ La stratégie digitale de la Banque Atlantique en terme de croissance favorise l'engagement de sa fanbase. *On précise que sa fanbase est la plus basse donc on étudiera le nombre de réactions pour une analyse quantitative plus précise.*
- ❖ *Les interactions montrent UBA et BACM comme les banques engageants le plus de réactions. Preuve d'une stratégie conversationnelle mise en place.*

Données Globales Comparatives

Nombre de publication et évaluation de la présence sur le trimestre



- ❖ Quelle est la stratégie de communication la plus imposante en termes de présence et d'occurrences ?
- ❖ Visualisant les données collectées et illustrées par les trois graphiques représentant les trois réseaux étudiés, on remarque durant le trimestre d'étude **une grande implication communicationnelle de la BACM sur Facebook et Twitter (La banque étant absente du réseau Instagram)**. Pour une communication qui se veut à 28% Commerciale, 20% Corporate et 8% Sociale.

Analyse de la Stratégie de Banque Atlantique



Fanbase



14,9K

IPP



46%

Engagement



0,6%

Réactions totales



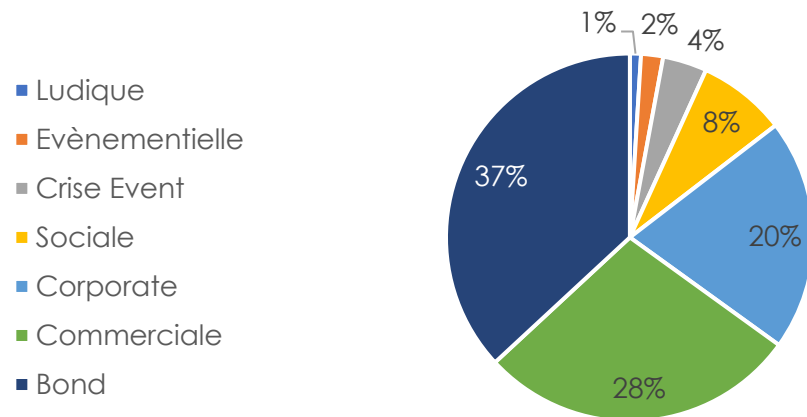
13,5K

Post Per Day

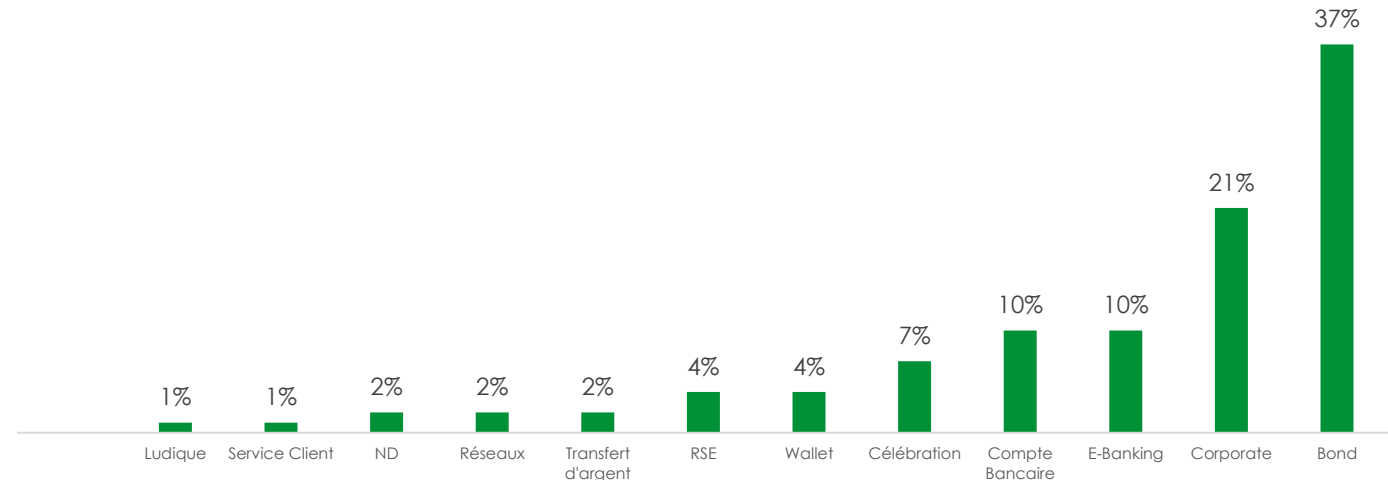


0,6

Types de communication les plus utilisées



Segments les plus promus



- ❖ **Excluant** le bond qui est centré sur le contact client avec des communications non commerciales et le corporate principalement centrée sur l'entreprise en elle-même, les principales communications émises par Banque Atlantique sont: le E-banking, le compte bancaire, les célébrations, le wallet et le RSE. D'où le pourcentage accru de la communication commerciale soit 28%.

Analyse de la Stratégie de UBA



Fanbase

86,3K

IPP



08%

Engagement



0,1%

Réactions totales



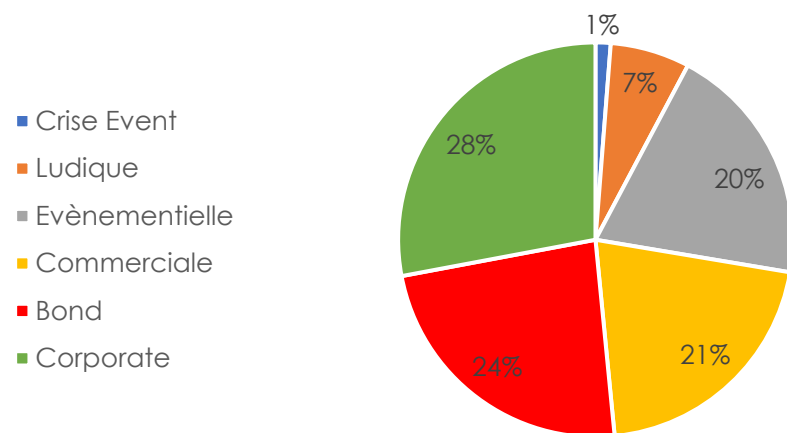
21,5K

Post Per Day

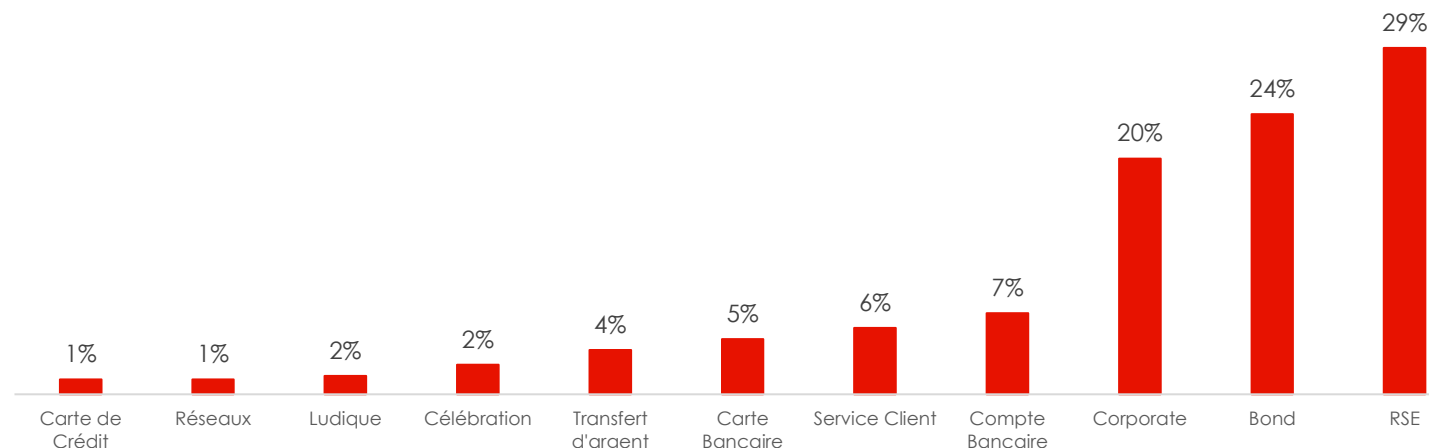


0,8

Types de communication les plus utilisées



Segments les plus promus



❖ **Avec la communication** la plus équilibrée variant entre le corporate (28%), le commercial (21%) et l'évènementiel (20%) UBA est la seule banque dont la principale communication ne tourne pas autour du Bond ou du Corporate mais sur la RSE. C'est donc une stratégie centrée sur l'apport client et son bénéfice citoyen avant toute chose. Toujours dans la même insistance de l'aisance du client, le service client porte sur 6% des segments ayant été le plus promu.

Période d'étude: Février – Mars – Avril 2024

Analyse de la Stratégie de Société Générale Cameroun



Fanbase



1,08M

IPP



02%

Engagement



0,03%

Réactions totales



7,6K

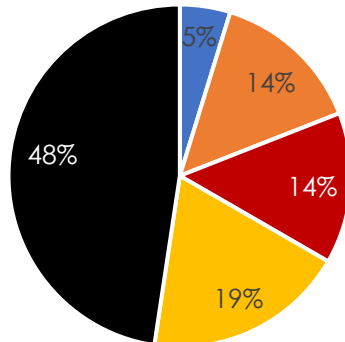
Post Per Day



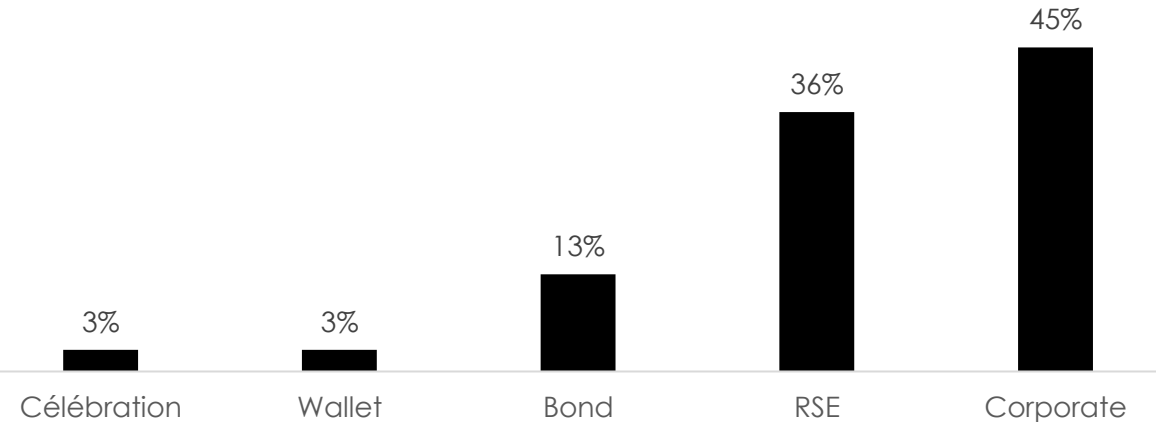
0,4

Types de communication les plus utilisées

■ Ludique
■ Commerciale
■ Corporate
■ Évènementielle
■ Bond



Segments les plus promus



- ❖ La SGC est la banque dont la stratégie digitale est la plus assujettie car très restreint sur le plan commercial et essentiellement centré sur le corporate et le Bond. C'est aussi comparativement la banque avec les indicateurs de performance les moins conséquents
- ❖ Néanmoins on remarque un accent mis sur le Wallet électronique de la banque à 3%



Fanbase



95,2K

IPP



07%

Engagement



0,2%

Réactions totales



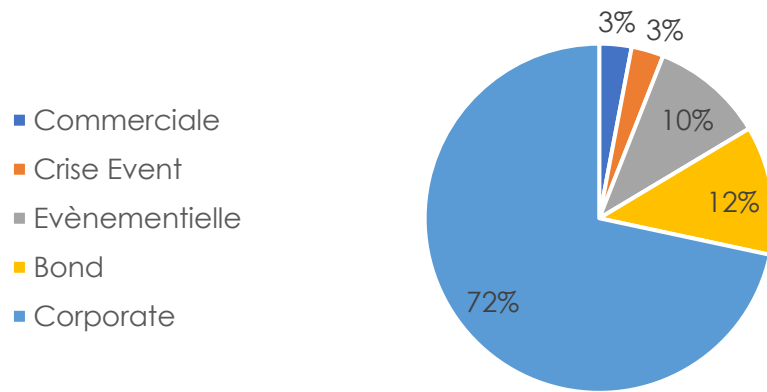
12,6K

Post Per Day

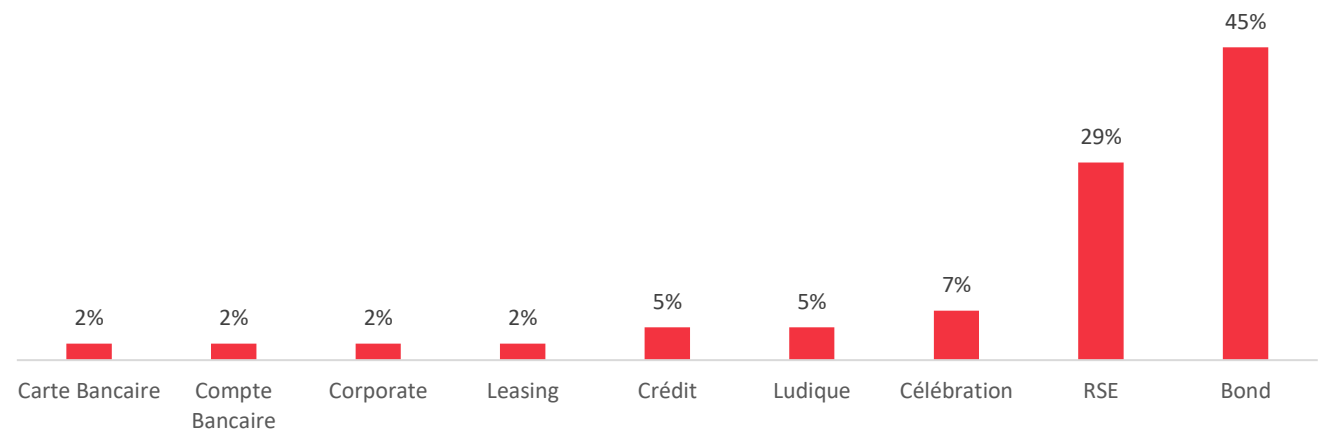


0,4

Types de communication les plus utilisées



Segments les plus promus



- ❖ Afriland First Bank est la banque dont la communication est le plus centrée sur le corporate. Nous verrons en détaillant les enseignements les stratégies construites sur ce pan.
- ❖ La carte bancaire, le compte bancaire, le leasing, le crédit sont entre autre les services principalement promus par la banque durant ce trimestre.

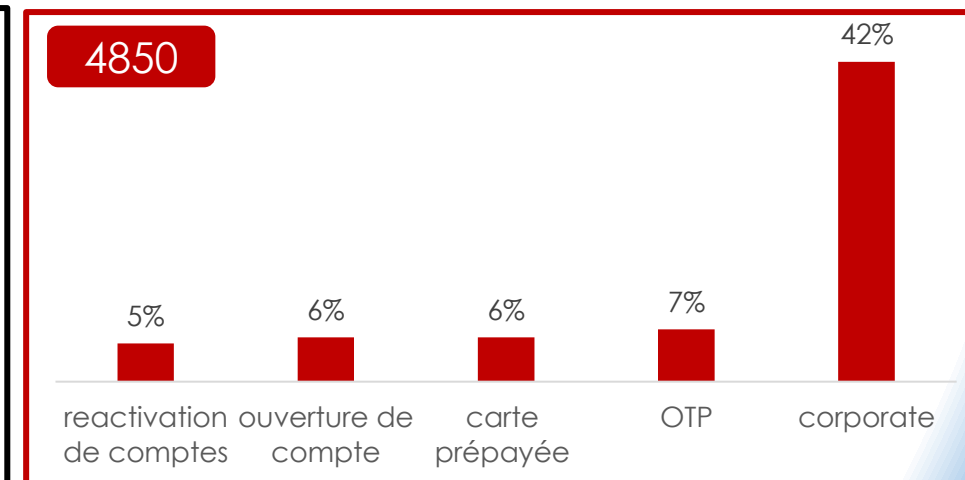
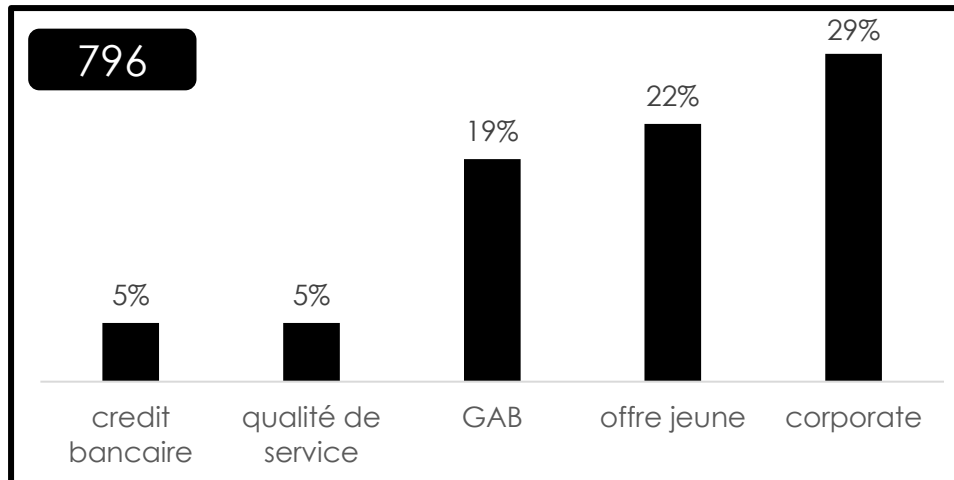
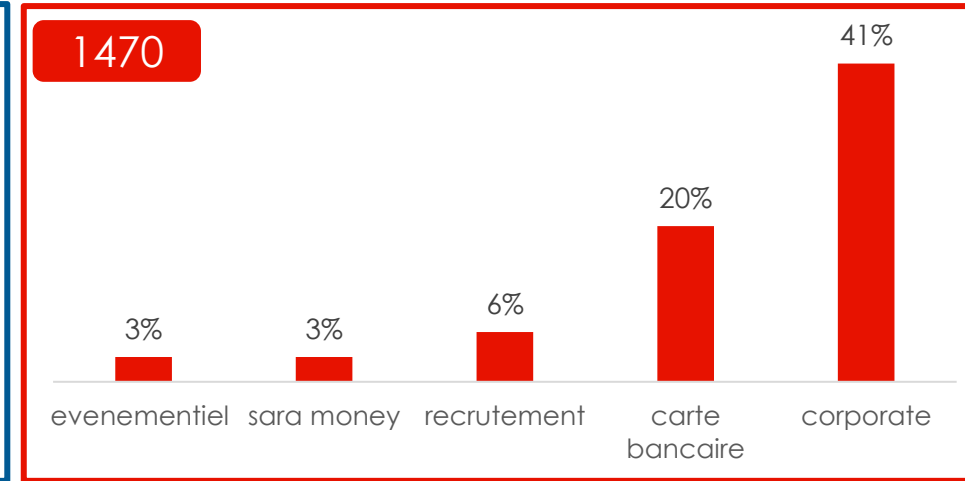
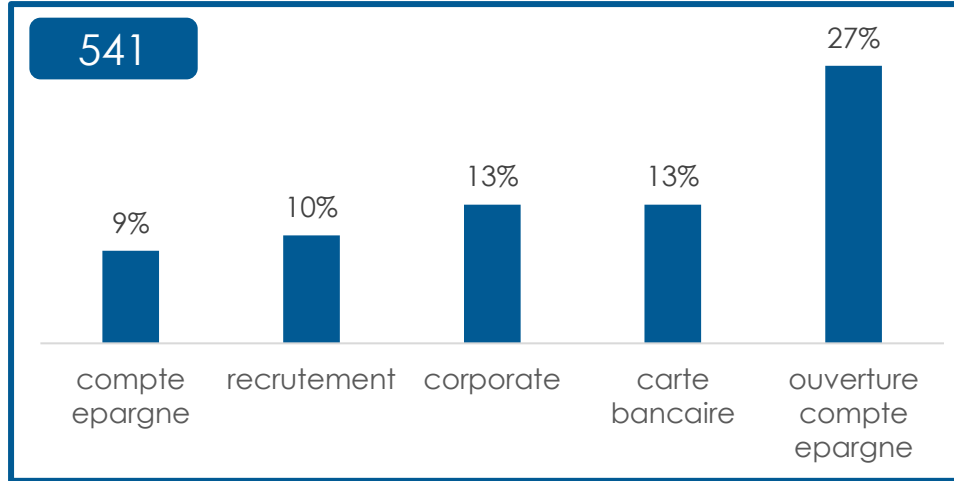
- ❑ Le premier enseignement est celui de la stratégie en évolution de la Banque Atlantique. En effet de Novembre à Février la Banque totalisait près de 55 posts et les trois mois suivants dont ceux que nous étudions, la moyenne de post ou nombre de post de la banque a augmenté de près de 48%. Cette stratégie a conduit la banque à avoir d'excellents insights avec une stratégie conversationnelle plus active.
- ❑ UBA est la banque dont la stratégie est la plus équilibrée oscillant de façon constante entre différents types de communication permettant de mettre en avant différents services de l'entreprise, la marque en elle-même ainsi que les différents investissements de l'entreprise dans le gain client.
- ❑ Avec la mise à jour de son application de SG Connect, la SGC a misé un nombre importants de ses publications sur son wallet électronique.
- ❑ BACM n'est pas sur INSTAGRAM et on compte plus de 50% des banques actives sur ce réseau car c'est d'un canaux les plus adéquats pour cibler un segment jeune plus précis avec des caractéristiques plus centrées et précises changeant des réseaux de masse tels que Facebook ou X.

VOICE OF CUSTOMER

Collecte effectuée sur les médias sociaux
Facebook et Twitter

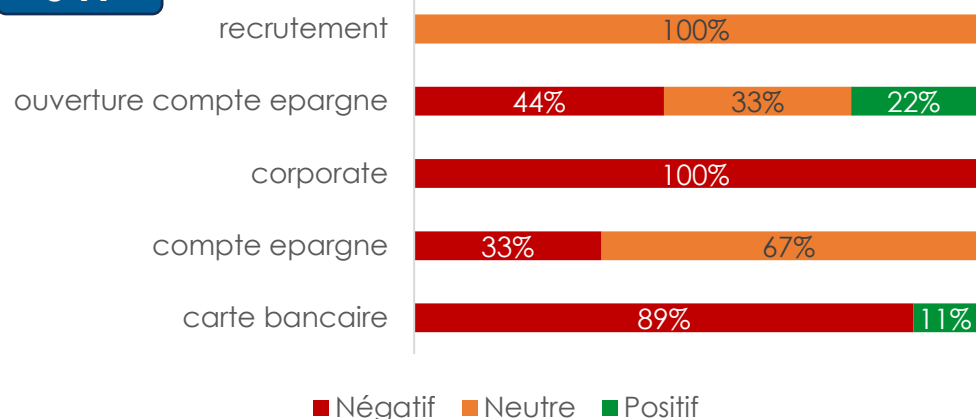
DE QUOI PARLENT LE PLUS LES CONSOMMATEURS?

- ❖ Le Voice Of Customer présente les principaux faits énoncés par les clients/consommateurs vis-à-vis de leurs banques respectives.
- ❖ Il permet notamment de mettre en avant les principaux centres et points d'intérêt des consommateurs sur les services offerts par l'entreprise comme présenté

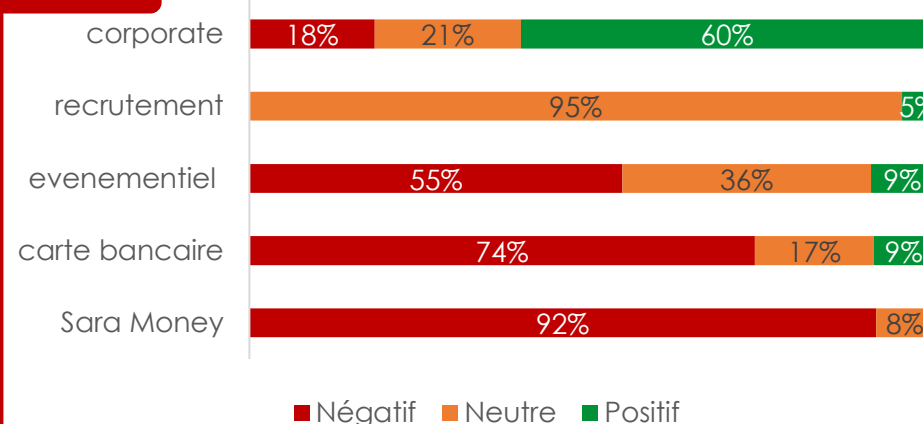


DE QUOI PARLENT LE PLUS LES CONSOMMATEURS?

541

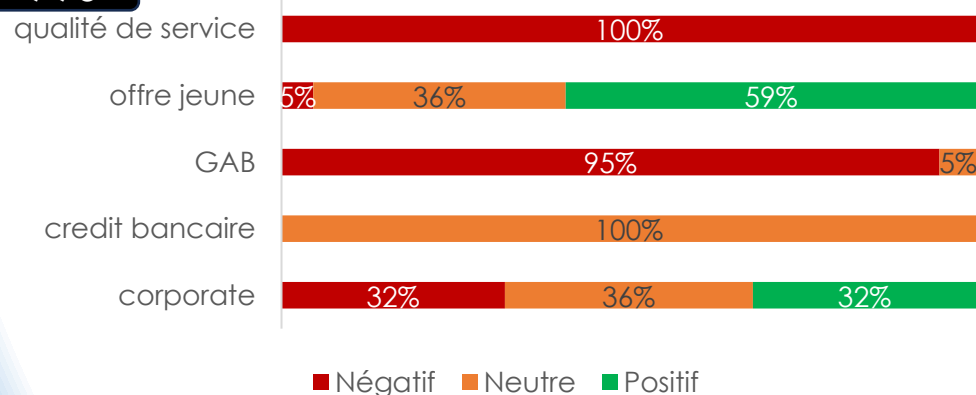


1470

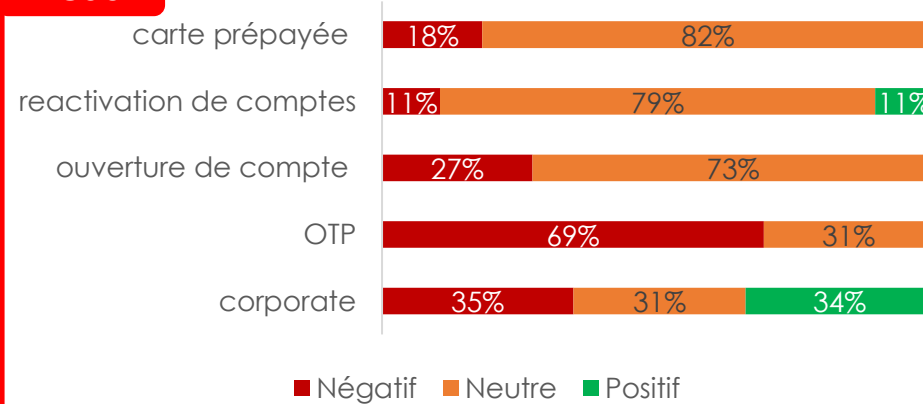


❖ Afriland First Bank est la banque dont la communication est le plus centré sur le corporate. Nous verrons en détaillant les enseignements les stratégies construites sur ce pan.

796

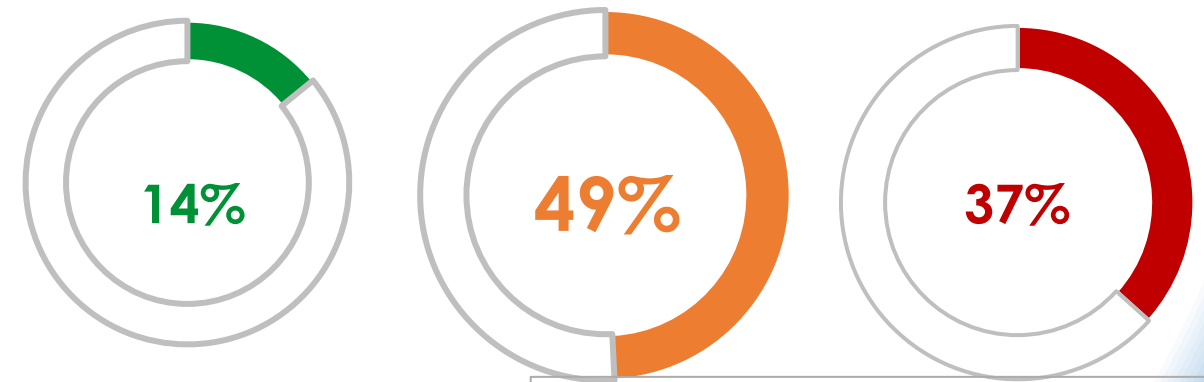
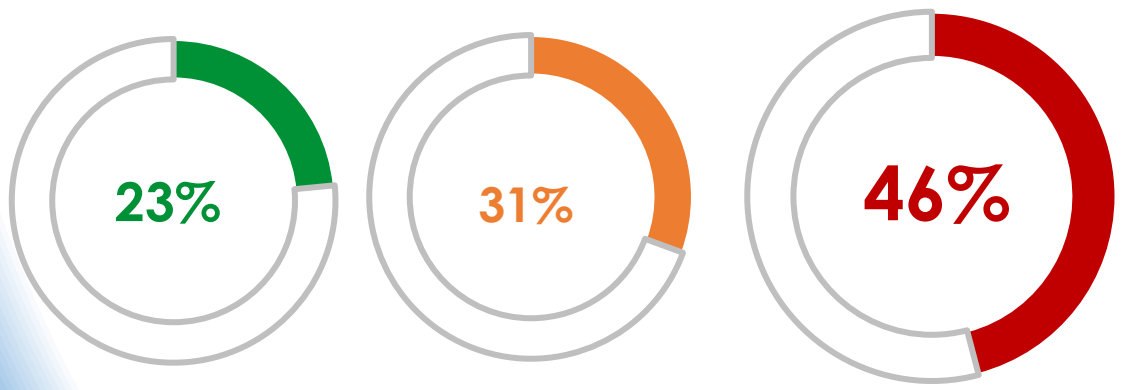
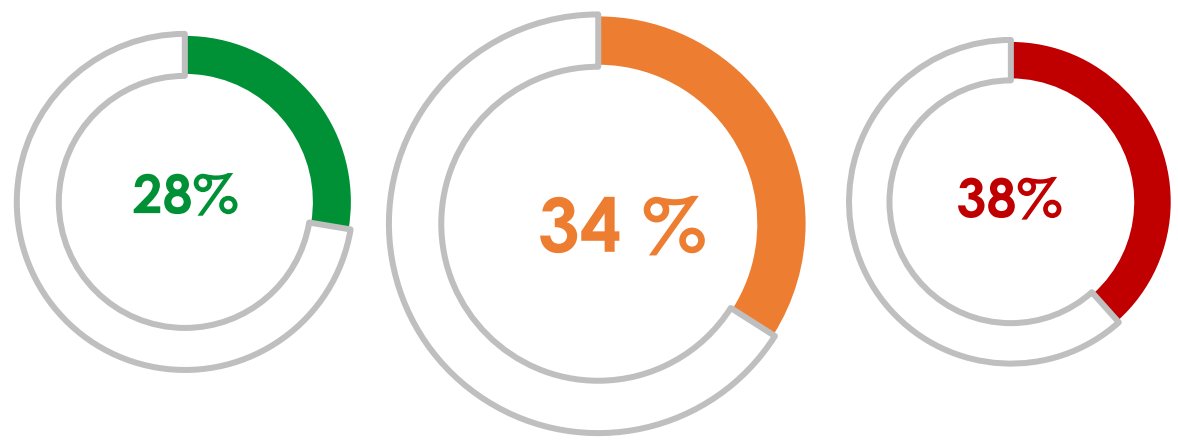
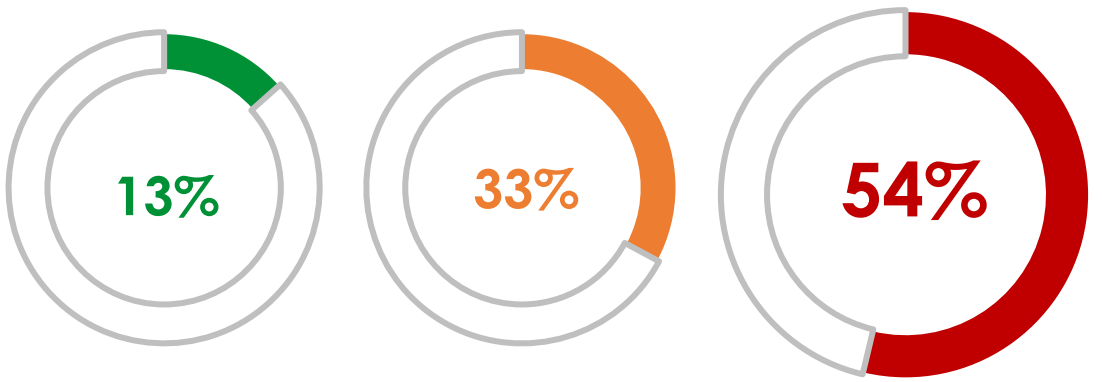


4850



VOICE OF CUSTOMER – NET SENTIMENT

- Positif
- Neutre
- Négatif



Période d'étude: Février – Mars – Avril 2024



Les principaux points ayant un pourcentage de net sentiment négatif supérieur à 30% sont: la carte bancaire; le compte épargne; l'ouverture du compte épargne



Les principaux points ayant un pourcentage de net sentiment négatif supérieur à 30% sont: Sara Money; carte bancaire; évènementiel

Net sentiment positif: Corporate



Le principal point avec un net sentiment supérieur à 30% est l'OTP avec une indisponibilité et une instabilité du service

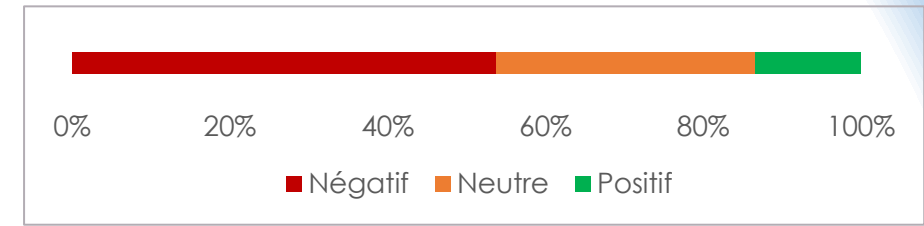
Net sentiment positif: Corporate; Réactivation de compte



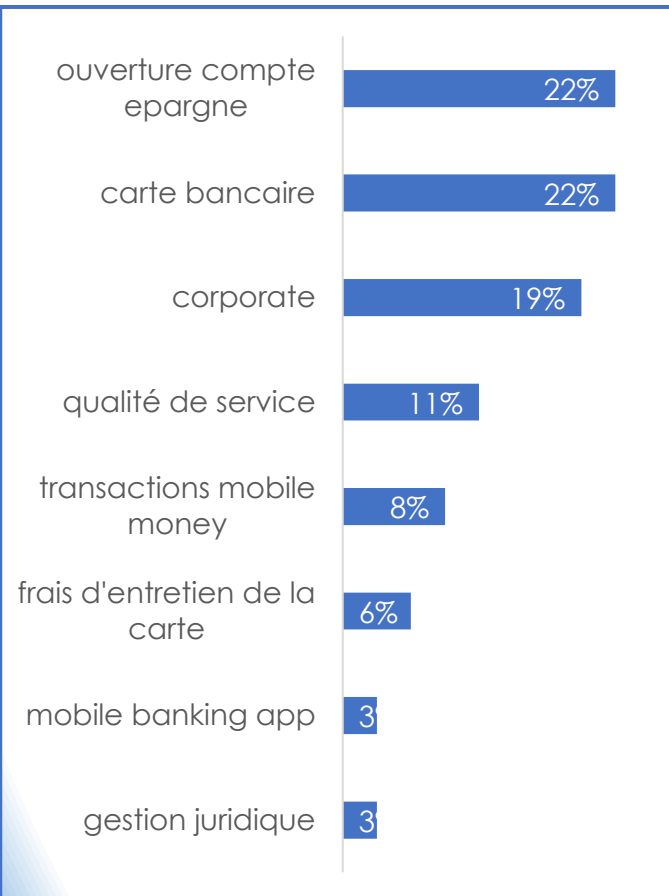
Les principaux points ayant un pourcentage de net sentiment négatif supérieur à 30% sont: les GAB; la qualité de service

Net sentiment positif: Offre Jeune; Corporate

Détails du Voice Of Customer



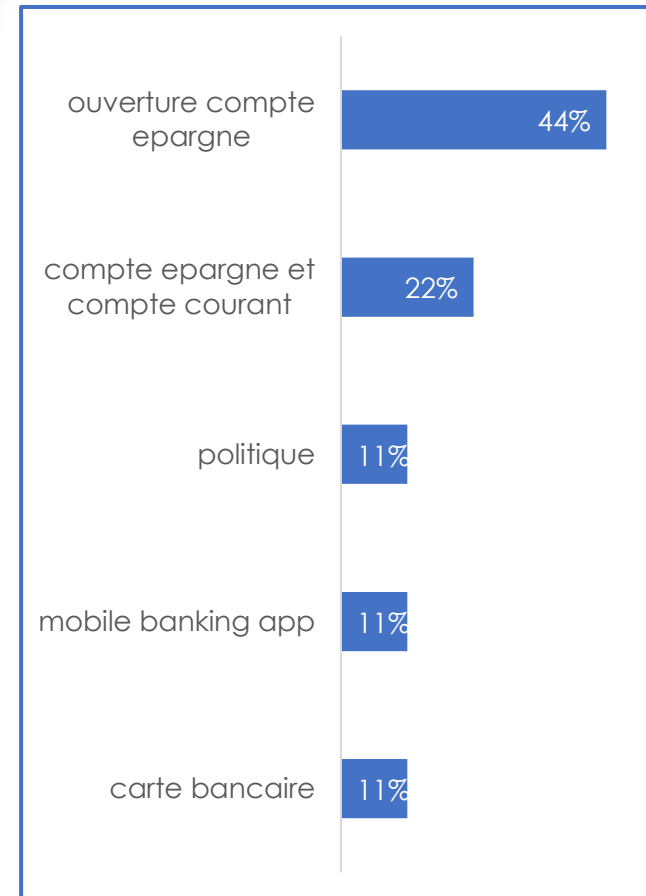
Points Négatifs



Objet de plainte

- ❖ Les conditions d'ouverture d'un compte épargne
- ❖ Invalidité et indisponibilité des cartes bancaires et des transactions mobile money
- ❖ Problème de connexion (**agence de Ndogbong citées à plus de 4 reprises**)

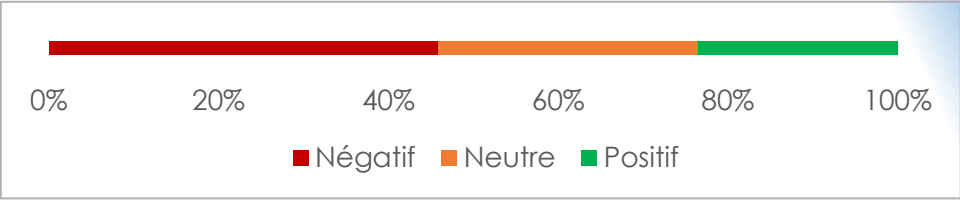
Points positifs



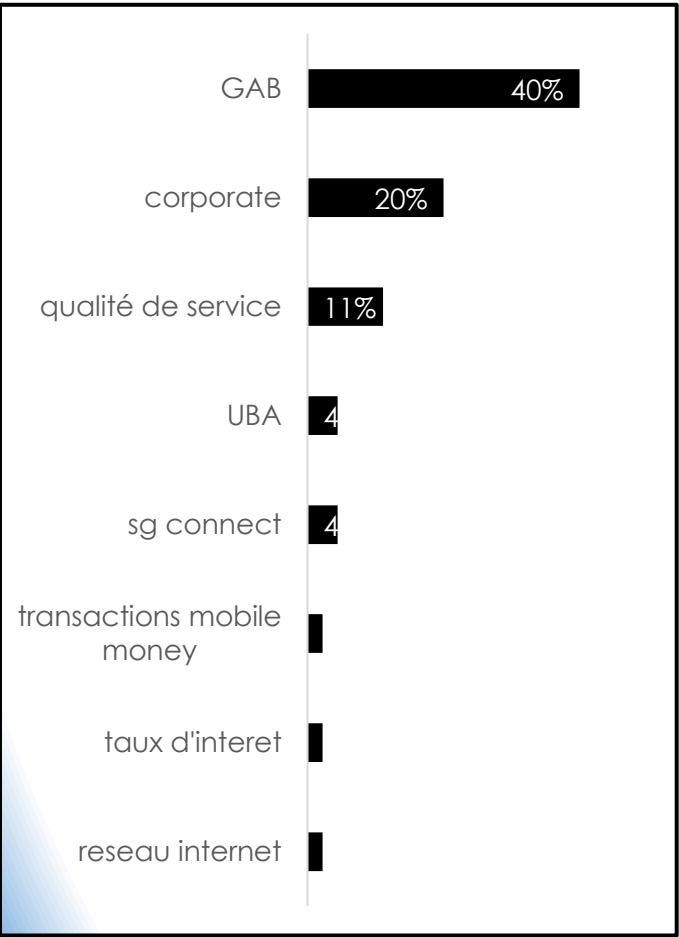
Points forts

- ❖ Encouragement sur l'application mobile
- ❖ Appréciation de la mise à disposition des informations sur le compte épargne

Détails du Voice Of Customer



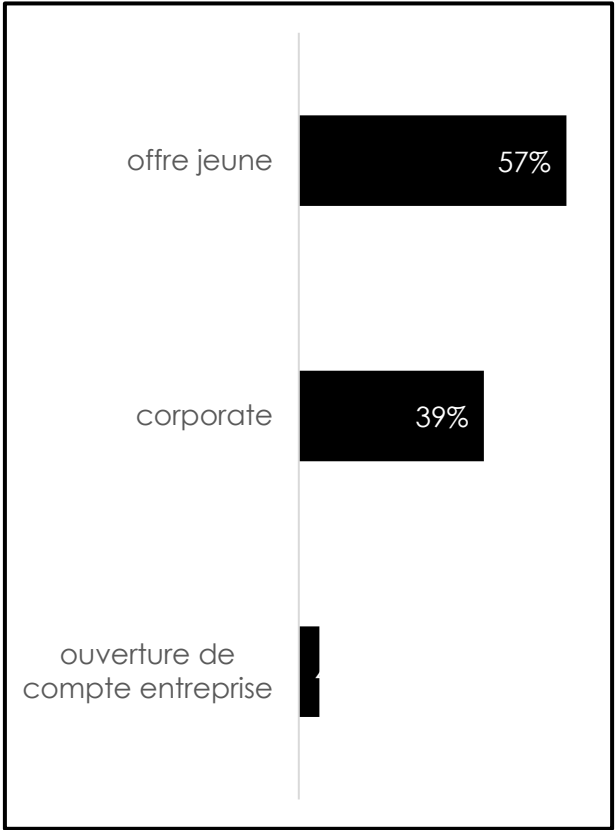
Points Négatifs



Objet de plainte

- ❖ Absence des coupures de 5000 dans les Gabs
- ❖ **Absence de réponse et d'interactions quant aux réclamations des clients**
- ❖ **Débit de compte**

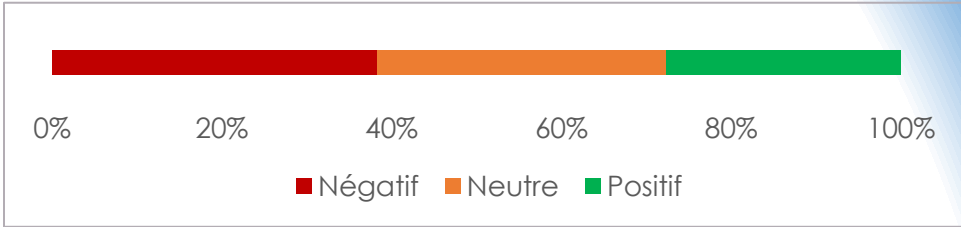
Points positifs



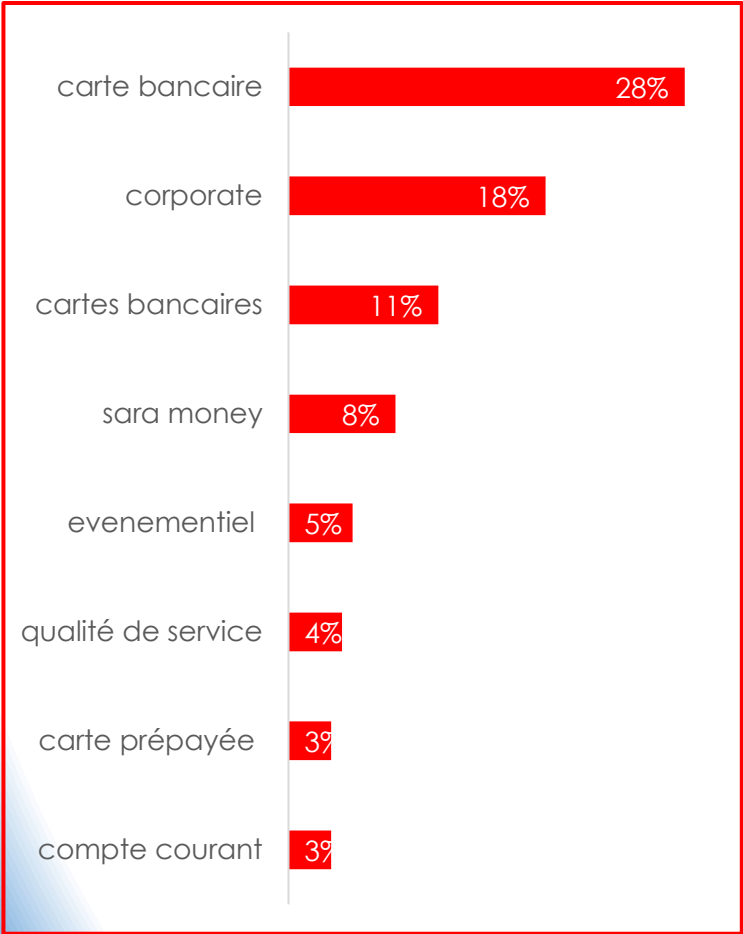
POINTS FORTS

- ❖ Recommandation sur l'offre jeune de la SGC
- ❖ Sécurité

Détails du Voice Of Customer



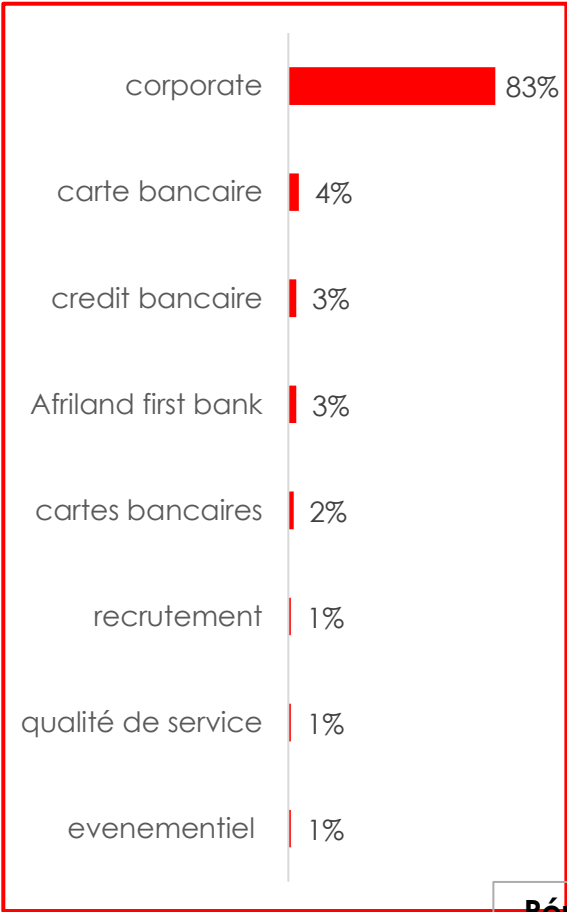
Points Négatifs



Objet de plainte

- ❖ *Indisponibilité des cartes bancaires et délais d'obtention très long*
- ❖ **Echec continu des transactions via Sara Money**
- ❖ **Non assistance des conseillers bancaires et du service client**

Points positifs



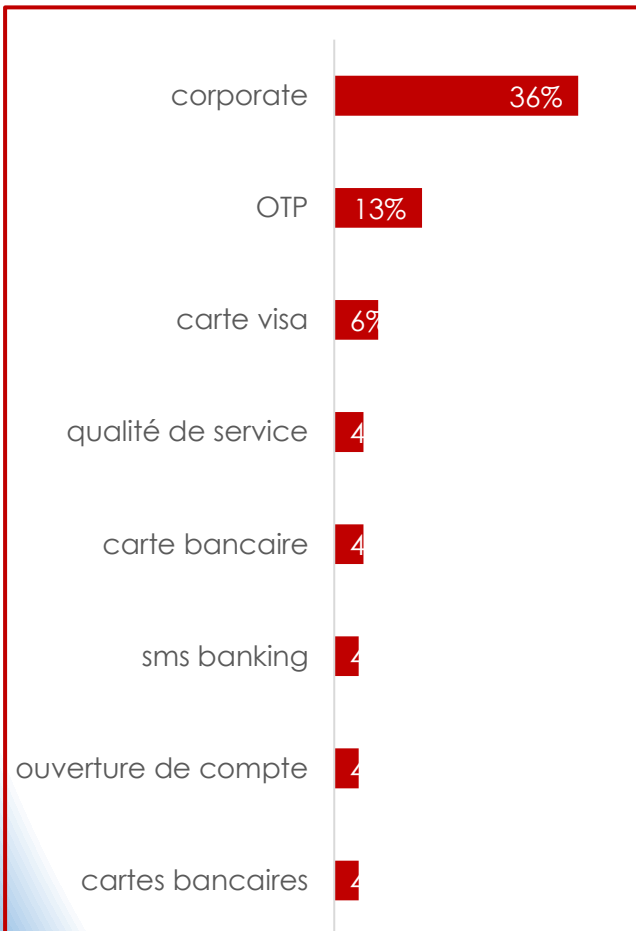
Points forts

- ❖ *Appréciation de l'accueil de la clientèle en agence*
- ❖ *Meilleure banque (plus 10 reprises)*
- ❖ *Innovatrice*
- ❖ *Appréciation du management et du marketing déployé*

Détails du Voice Of Customer



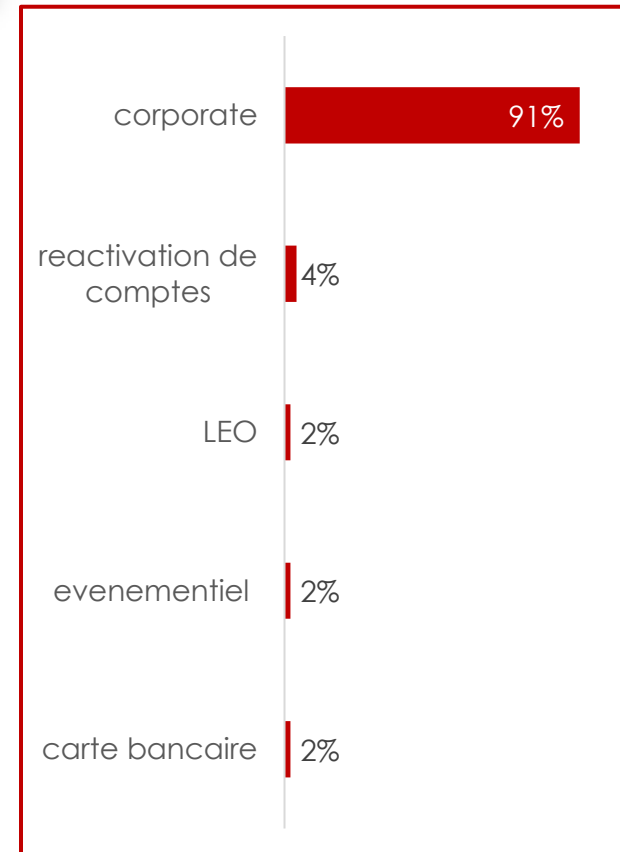
Points Négatifs



Objet de plainte

- ❖ Débit de compte
- ❖ Citation de 3 institutions concurrentes soient : BICEC, Afriland et Neero)
- ❖ Instabilité des OTP
- ❖ Réclamations pas prises en compte
- ❖ **Service de sms non fonctionnel**

Points positifs



Points forts

- ❖ UBA the best et the one cité à plus de 12 occurrences
- ❖ Appréciation du service client de bonamoussadi
- ❖ Appréciation des tombolas lancées par la banque



Quelques exemples de mentions - BACM

Ivan Obam
Fausse banque
8 sem J'aime Répondre

Philomene Meffoka
Super fan
Les plans d'arnaque
8 sem J'aime Répondre

Krine Massag
Serge Nouné Papa tu bois quoi ???
L'accueil est NULLE DE CHEZ NULLE.... En voir plus
10 sem J'aime Répondre

Patrick Kolong
Les bandits
9 sem J'aime Répondre

Victor Phul
Je me demande toujours si on a affaire à une vraie banque !!! Ça ressemble beaucoup à une épicerie !!!
9 sem J'aime Répondre

Cesar Bol
Cette banque n'est vraiment pas à la hauteur de satisfaire ces clients trop c'est trop
9 sem J'aime Répondre

Wagounou Ibrahima
Cesar Bol C'est des arnaqueurs hors pair
7 sem J'aime Répondre

Hervé Engolo Voundi
Cette banque Atlantique manque d'un bon conseil juridique. Je sais de quoi je parle, sur ce je vous souhaite une bonne et excellente journée
9 sem J'aime Répondre 3

Frédéric Fowe
J'ai été déçu par vous
9 sem J'aime Répondre

Yves Mballa
Les commerçants comme nous on est pas concerné c'est ça ?
9 sem J'aime Répondre



Sky Momo
Comment est ce que ça fonctionne carte Gimac ?
Operationalité, coûts,
16 sem J'aime Répondre

Émile Essomba
Le dépôt initial pour un compte courant est de combien svp?
9 sem J'aime Répondre
Afficher 1 réponse

Yvone Tamogou
C'est quoi le taux d'intérêt annuel pour ce produit ?
8 sem J'aime Répondre

Halidou Tougboune
Bonjour votre agence est déjà a ngaoundere ?
9 sem J'aime Répondre
Afficher 1 réponse

Ivanov Samorai El Camerouni
Quel est le minimum en compte sur un compte épargne chez vous ?
9 sem J'aime Répondre



Abossouwa Claude-Marie
Intéressant
9 sem J'aime Répondre

Gedeon Onana
La banque qui rassure
13 sem J'aime Répondre

Goddy Karma
Super fan
This is awesome
13 sem J'aime Répondre

Tanyi Charles
Lovely
13 sem J'aime Répondre

Ârmël Fôrt · Suivre
Bien
9 sem J'aime Répondre

Patrick Christian Kouamen Pabo · Suivre
INTÉRESSANT
BONNE POLITIQUE
9 sem J'aime Répondre

Mon Fiscaliste · Suivre
Bravo à Banque Atlantique Cameroun , la banque citoyenne
9 sem J'aime Répondre

Ârmël Fôrt · Suivre
Bien
9 sem J'aime Répondre

Zoa Simon
Quel est le taux d'intérêt pour un tel compte ?
9 sem J'aime Répondre

Clarisse Itori
Intéressant
8 sem J'aime Répondre



Quelques exemples de mentions – First Bank

Fiona Eulalie
Afriland First Bank Cameroun Ça ne sert à rien de multiplier les agences alors que vous êtes incapable de produire depuis 1an déjà les simples cartes bancaires pour vos clients.

7 sem J'aime Répondre



Oumarou Mamoudou
Mais le service est très lent à Yademé.

6 sem J'aime Répondre



Martin Kolyang Djara
Maroua alors ? On souffre trop de ce côté là. Pour traiter un dossier il faut 1h de temps au gestionnaire

7 sem J'aime Répondre 3



Makwanza Tambel Deh
Avec une seule caisse..tjrs de long rang interminable

7 sem J'aime Répondre 3



Kossenti Bodel
Bonjour! Depuis 2 mois je n'arrive plus à faire les transaction SARA. Le message que je reçois est : "vérifiez vos paramètres et réessayer". De quels paramètres s'agit-il svp?

8 sem J'aime Répondre Modifié 2



GP Roland Mbarga
Contentez vous des opérations au niveau national, à l'international c'est zéro !!

15 sem J'aime Répondre



Alolèta Mko
Du n'importe quoi, j'ai installé cette application pour ne plus me déplacer pour retirer mon salaire, car je suis dans une zone retirée mais hélas, ça ne fonctionne pas... Je suis obligée de dépenser pour me rendre à l'agence.

9 sem J'aime Répondre 2



Souk Souk
Pourquoi dans votre de Kousseri c'est difficile de rechargé sa carte Visa prépayé

15 sem J'aime Répondre



Missionnaire Franklin Joël [Suivre](#)
J'ai un problème avec vous ces que depuis 1ans je veux dire depuis janvier que par de carte bancaire pour quoi

14 sem J'aime Répondre



John Carter
Vraiment cette banque manque gravement du sérieux J'ai déposé les dossiers pour la création d'une carte prépayée dans votre structure ici à akwa depuis juin 2023 ayant déjà payé les frais ... Nous voici en février 2024 je n'ai toujours pas reçu ma car... En voir plus

15 sem J'aime Répondre



Œil Maléfiquë Dü Crépusculë
Combien coûte la création d'un compte ici?

13 sem J'aime Répondre



Leo Doby
Es que quelqu'un peut faire un depot bancaire à internationale même s'il n'a pas de compte Afriland?

14 sem J'aime Répondre



Nhatan Tchuindjang
Bonjour Afriland, je m'appel nhatan et j'aimerais créer un compte bancaire chez vous depuis Yaoundé. Quelles sont les conditions ????? Aurais-je la possibilité de payer les trucs en ligne ????? Ex: payer une licence Microsoft, bref acheter des produits virtuel. Merci

15 sem J'aime Répondre



Joseph Mbebi
Comment ouvrir un compte chez vous

13 sem J'aime Répondre



Dourgui Sebastien
Quelle est la procédure à suivre pour changer de domiciliation bancaire ?

13 sem J'aime Répondre



Kinski Stephan Ems
Vous êtes les meilleurs en banque

13 sem J'aime Répondre



Darren Armel Lambo Ebelle
C'est la classe et la confiance

13 sem J'aime Répondre



Salim Yanick
Merci pour la qualité, meilleure banque au service de tous

13 sem J'aime Répondre



Abigail Divine Ngondo
The best bank.

13 sem J'aime Répondre



Brain Bio
Afriland c'est la qualité en terme de marketing... Vous êtes très top

13 sem J'aime Répondre



Styvlov Dongmo
Le PDG c'est d'abord un monsieur très bon en marketing et un business.bravo afriland first bank

13 sem J'aime Répondre



Claudio La Panthère
Beaucoup de courage pour les services rendus, la perfection n'est pas de ce monde, c'est du domaine des Dieux, juste des petites améliorations, vous êtes les meilleurs.

14 sem J'aime Répondre



De Choc Isi'i
Vous êtes les meilleurs

13 sem J'aime Répondre



Segio Asong
My best Bank

14 sem J'aime Répondre



Kevine Tchamba
Malgré certaines incompréhensions, jusqu'ici vous êtes les meilleurs. Merci de vos services et accueils aimables envers vos clients que nous sommes.

14 sem J'aime Répondre



Quelques exemples de mentions - UBA

Babadji Amir Ben Bakari
OTP, prépayé ne marchent jamais vous êtes Loin de nous très loin même

13 sem J'aime Répondre 8



Roïck Djeufack
UBA Cameroon SA vraiment ça vaut pas la peine vous êtes les plus derniers des derniers en matière de banque même la microfinance MCD est au dessus de vous.

13 sem J'aime Répondre 5



Yakoubou Kodji
Je suis quelqu'un au Cameroun aujourd'hui je ferme UBA. Nos cartes prépayée vous ont fait quoi???

13 sem J'aime Répondre 8



Leslie-carole Ngwe
UBA Cameroon SA Trop de souffrances dans vos agences pour les transactions



Bertrand Tidang Nogho
Ce n'est pas la peine, vous faites attendre les clients à Bonamoussadi sous le soleil, c'est pathétique, au 21 eme siècle ce genre de traitement ne devrait plus exister.

13 sem J'aime Répondre 24



Marilou Tjega
UBA Cameroon SA the best dans l'incompétence noor

13 sem J'aime Répondre



Vigale Fobasso
La banque la plus médiocre

13 sem J'aime Répondre 25



Jacques Rengou
UBA Cameroon SA oowwwouooooohhh Thé best dans zéro ?

13 sem J'aime Répondre



Chi Jerry Roland
Cards are not even available

13 sem J'aime Répondre



Stéphanie Léa
on arrive pas à faire les achats avec vos cartes prépayées. pas d' OTP

13 sem J'aime Répondre



Diamon Kingdom Antârès
Je veux un compte épargne svp. Quelle est la procédure

7 sem J'aime Répondre



Williâm's Sɔny
Comment crée un compte d'épargne chef vous

13 sem J'aime Répondre



Anastasie Deupe
Svp la carte Visa s'obstinent à combien ? Vous êtes situé où à Yaoundé ?

13 sem J'aime Répondre



Jacques Ngondi
Est-il possible de faire de son compte d'épargne compte courant

13 sem J'aime Répondre



Nicolette Babette
Quelles sont les modalités à remplir pour avoir une carte visa svp?

13 sem J'aime Répondre 2



Rolande Marguerite
Moi je suis satisfaite des services depuis 2019. Merci UBA

13 sem J'aime Répondre



Princess Angwafor
Proudly UBA Cameroon. The gate way to financial freedom

13 sem J'aime Répondre



Smilin Angel
A Bank like no other

13 sem J'aime Répondre



Priestly Andoh
Ur customer service at bonamoussadi is superb... kudos

13 sem J'aime Répondre



Fein Vetran Che
The Continent Bank. No 1.

13 sem J'aime Répondre



Justice Tebeck Fontabe
The UBA CMr Backbone Team, the vision is bright, Well done UBA.

13 sem J'aime Répondre



Appolinaire Mvondo
Sincères félicitations à l'équipe qui dirige cette banque de proximité et partenaire idéal pour le développement du Cameroun....Bravo !

13 sem J'aime Répondre 2



Gladys Viban
Great customer services. Way to go UBA

13 sem J'aime Répondre



Mevah Obam Blessings Divine
The best

13 sem J'aime Répondre



Rébecca de Yhwh-sabaoth
Vous êtes pro les gars. Continuez ainsi

13 sem J'aime Répondre 3



Quelques exemples de mentions - SGC

Matu Menkouo
Pire des banques du Cameroun vraiment je suis déçu 🙄

Pierre Dangdebe
Beaucoup de problèmes de réseau dans le Nord. Pourquoi cela ?

Issa Hassan
J'ai posé mon problème depuis sans solution mon gestionnaire m'a activé assurance sérénités sans mon avis j'ai demandé une résiliation de cette assurance qui me coupe 5964 f jusqu'à présent rien

Jacques Ndon
Vôtre taux d'intérêt reste très très élevé, par rapport à beaucoup de banques. Par exemple BANGE BANK

Natashoo Tanga
Votre application sgconnect ne fonctionne pas depuis un mois

Nill Bannin
J'ai entamé la procédure pour quitter votre banque.

Julie Beau Dylane
Quand on se plaint comme ça ils lisent mais ne répondent pas et c'est la même chose les gestionnaires donnent leur numéro quand on appelle ils ne répondent pas

Abdoulaye Fils · [Suivre](#)
Tjr les problème dans cette banque pourquoi les autres banques non pas ce problème

Jo Dufлот
L'agence de pk14 est risqué.

Josué Kouam
Vous ne répondez jamais aux préoccupations de vos clients. Vos gestionnaires ne sont pas sérieux, du moins celui avec qui j'ai traité



Charles Narcisse
Comment ouvrir un compte bancaire

Gislain Geraud
Bonjour besoin d'une assistance.

Pâté Yâpô
Svp comment créé un compte d'épargne dans votre banque ?

Madison Sole
Comment fait pour connaître son solde à distance svp

Amor Pardon
L'intérêt est de combien ?



Laetitia Tongo
Merci a vous

Keith Caleb Hermann
Je suis intéressé

Manucho Arsene
Merci

Thierry Fg
Merci d'avance...

Rene Coty Bohondo
Good job

Romeo Lontsi
Très cool

Michel Élysée Ngankam
Félicitations aux heureux gagnants 🙏❤️❤️❤️❤️

Jacques Ndon
Ça nous rassure sgc

Ramses Brice
Merci ma banque 🏦 meilleure des banques content d'être client chez vous

Jacques Ndon
Merci beaucoup sgc





Franck Fouda
Merci de nous rassurer 🙏





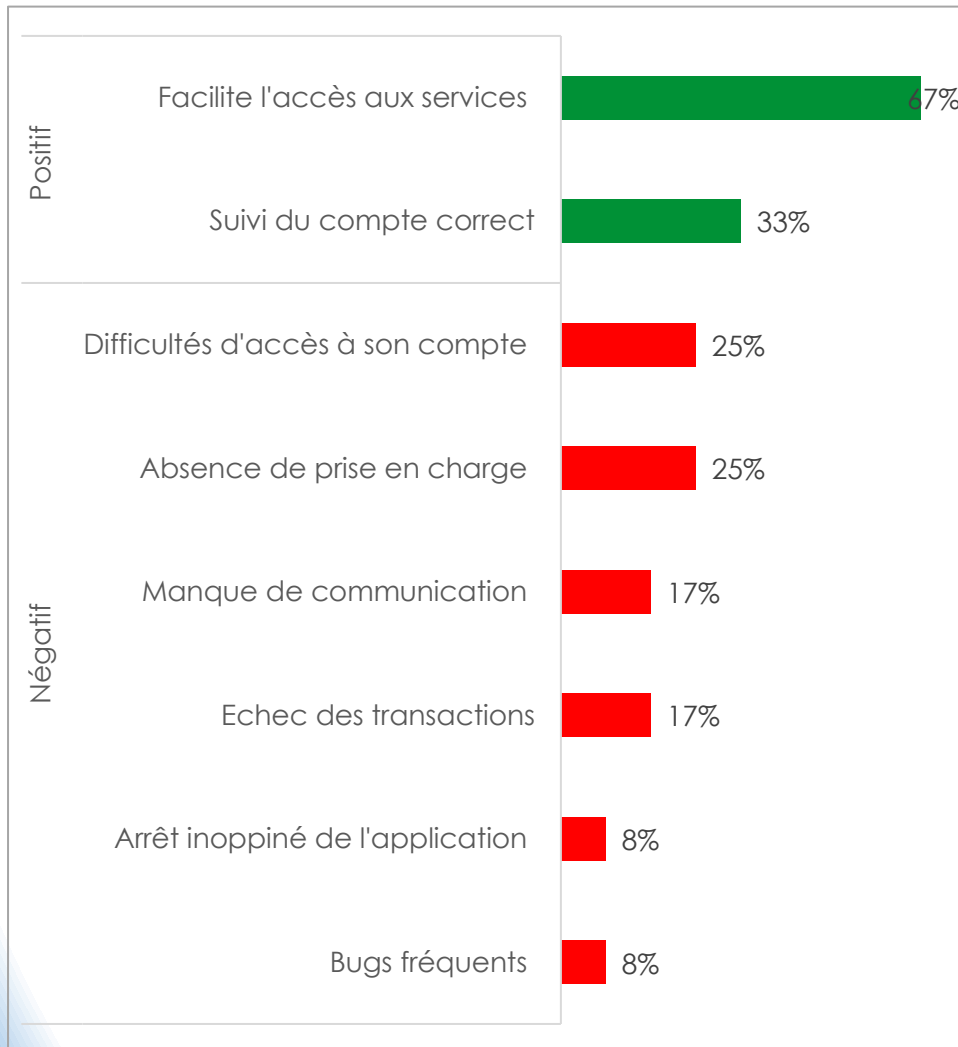
Mobile Banking et Wallet

Evaluation sur les Mobile Banking/WALLET

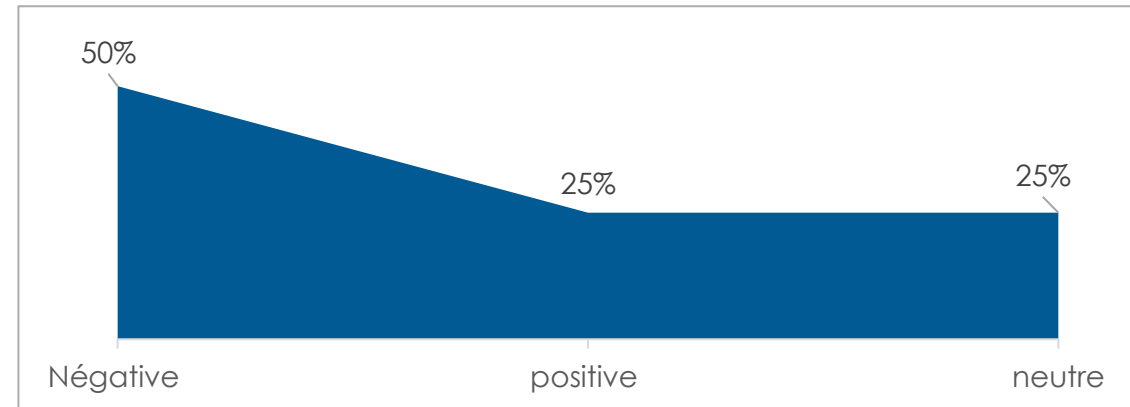
Banques	Wallet	Logo	Note Globale /5 (PlayStore)	Nombre d'avis	Nombre de Téléchargement
Afriland First Bank	Sara Money		2,9	1,09K	Plus de 100K
Banque Atlantique	AFG - Mobile		3,5	125	Plus de 10K
SGC	SG Connect		3,6	7,65K	Plus de 500K
UBA	M2U Money		2,5	222	Plus de 50K



Applications de téléchargements



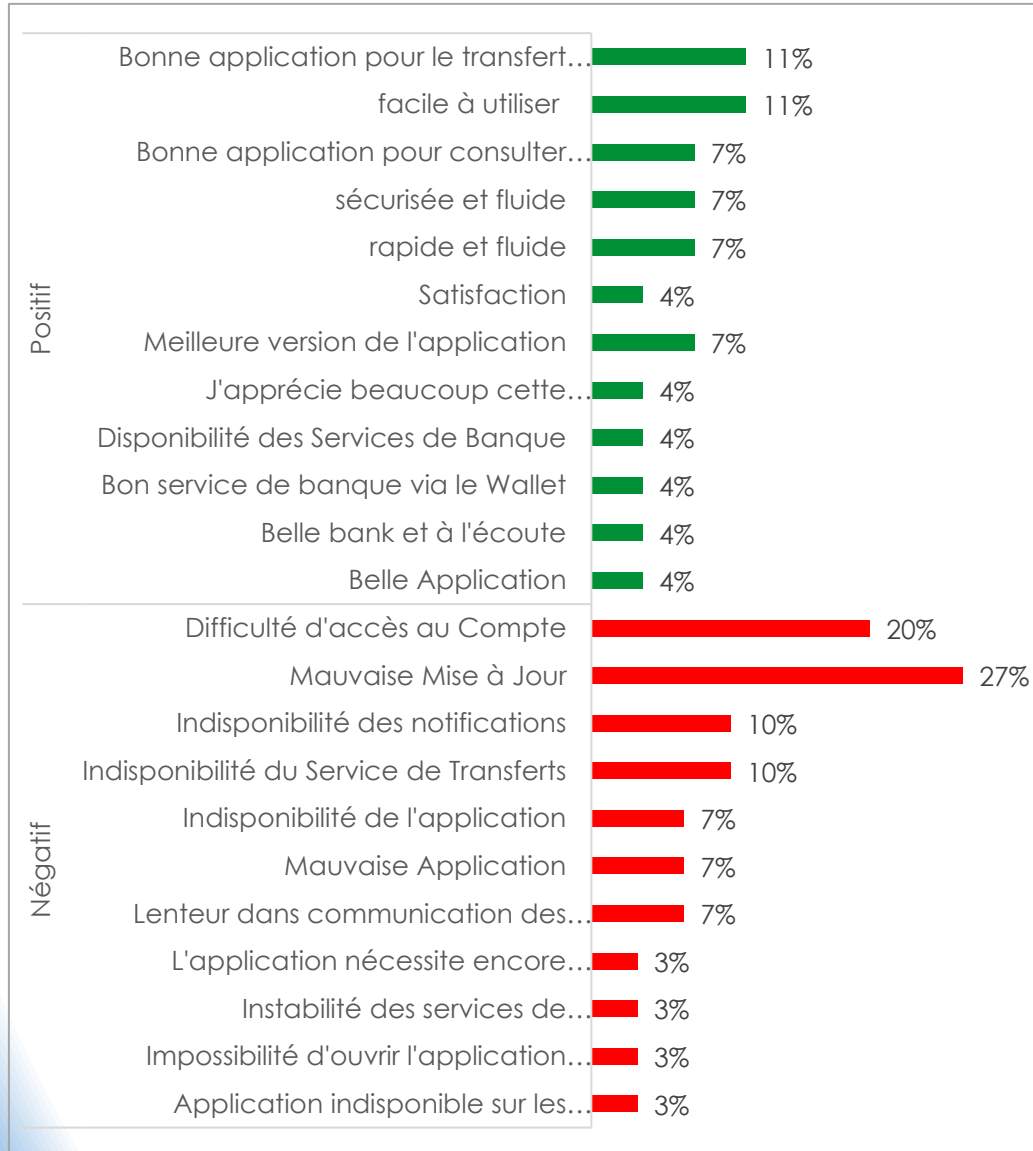
Net Sentiment



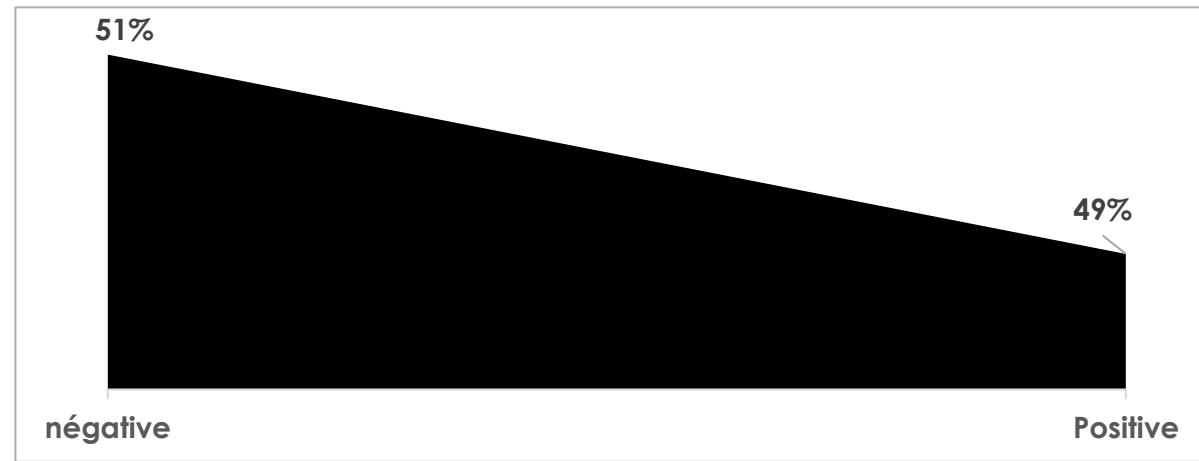
- ❖ Le Net Sentiment a été centré sur l'année 2024
- ❖ Les principaux points de plainte des consommateurs sont les difficultés d'accès au compte, l'absence de prise en charge, le manque de communication et les échecs de transactions.



Applications de téléchargements :

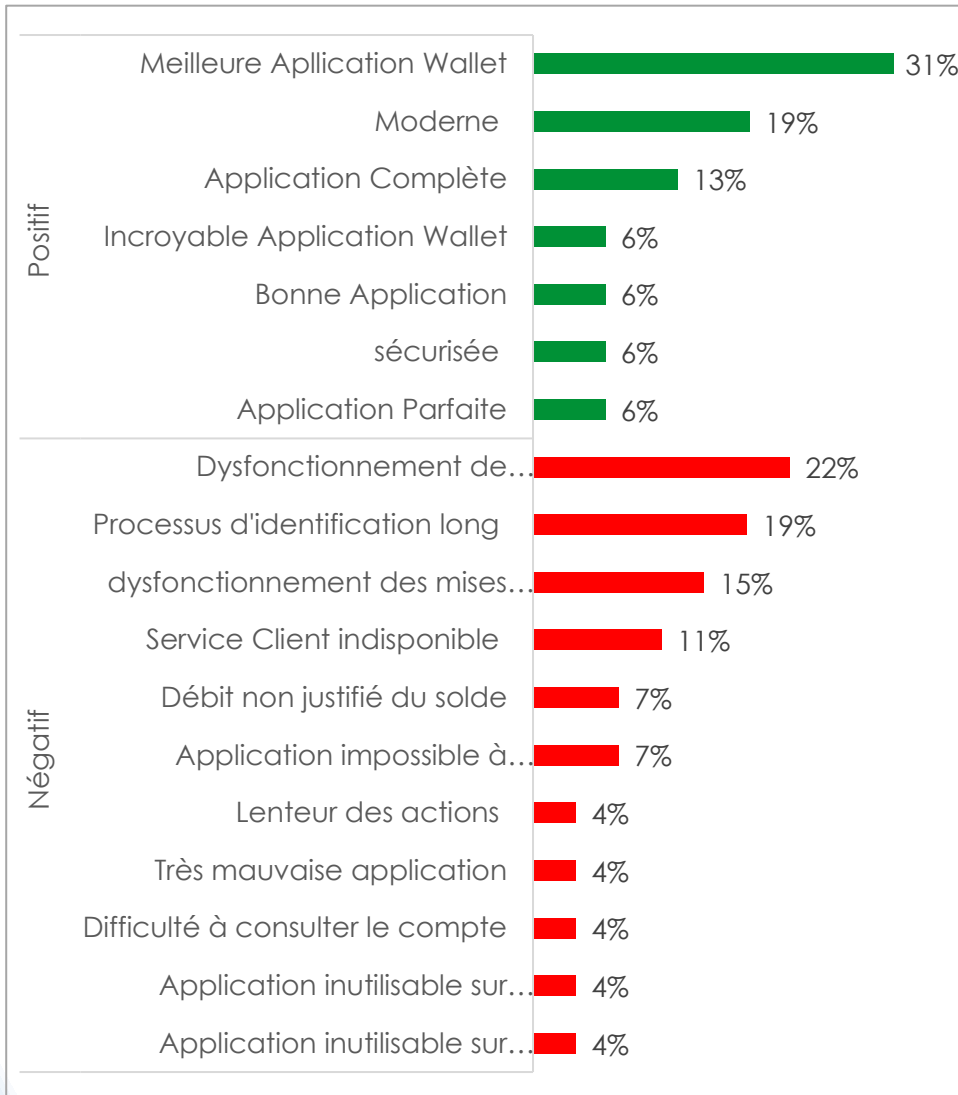


Net Sentiment

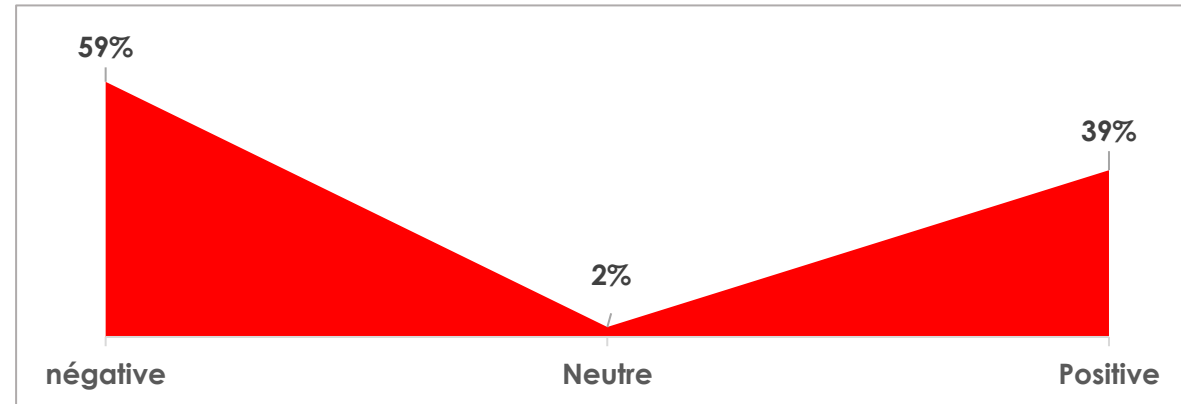


- ❖ Le Net Sentiment a été centré sur l'année 2024
- ❖ Les principaux points de plainte des consommateurs sont la lenteur de l'application; le service de transfert défectueux: les difficultés d'accès au compte
- ❖ Les points d'appréciation sont; la fluidité et la rapidité; appréciation de la nouvelle mise à jour; la disponibilité des services

Applications de téléchargements

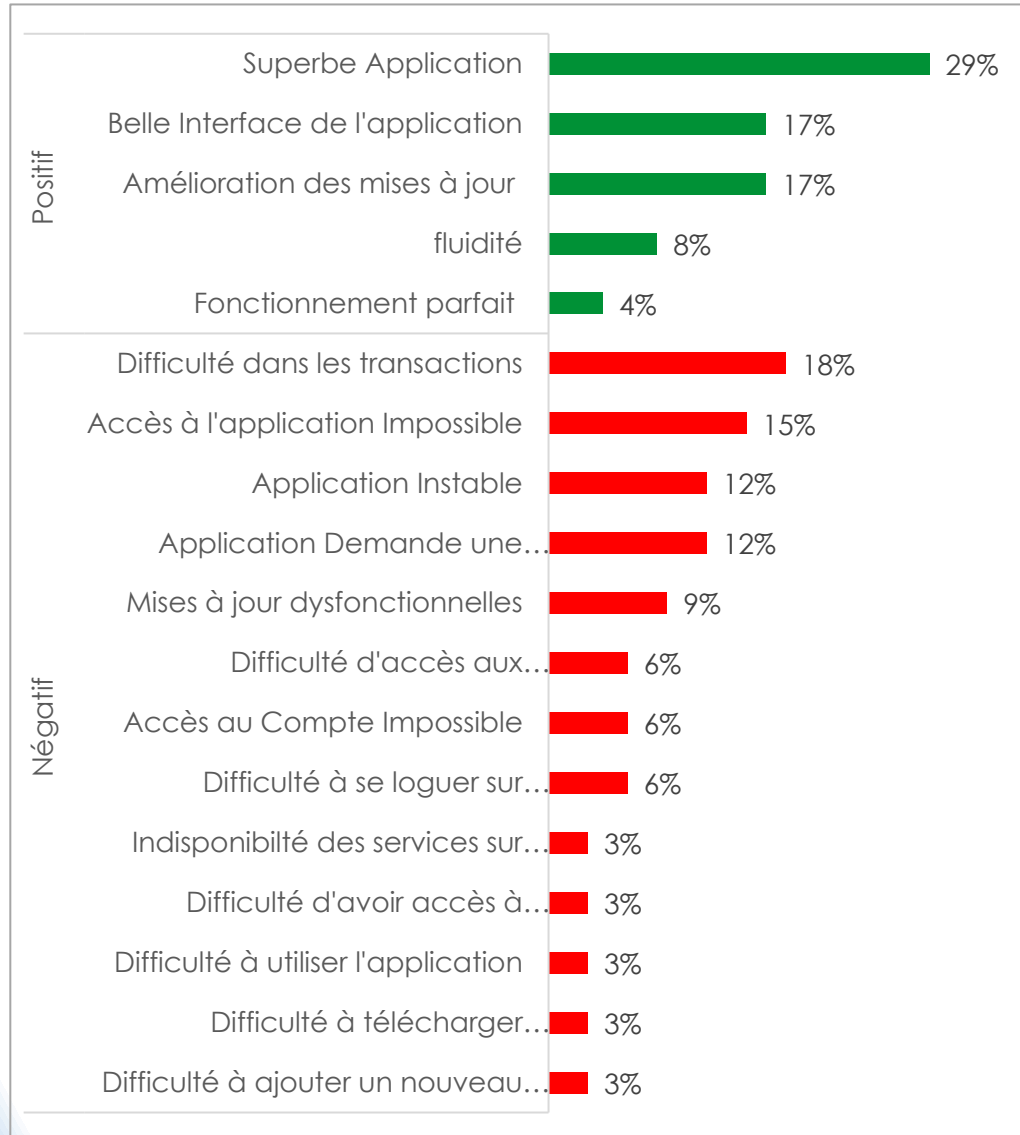


Net Sentiment

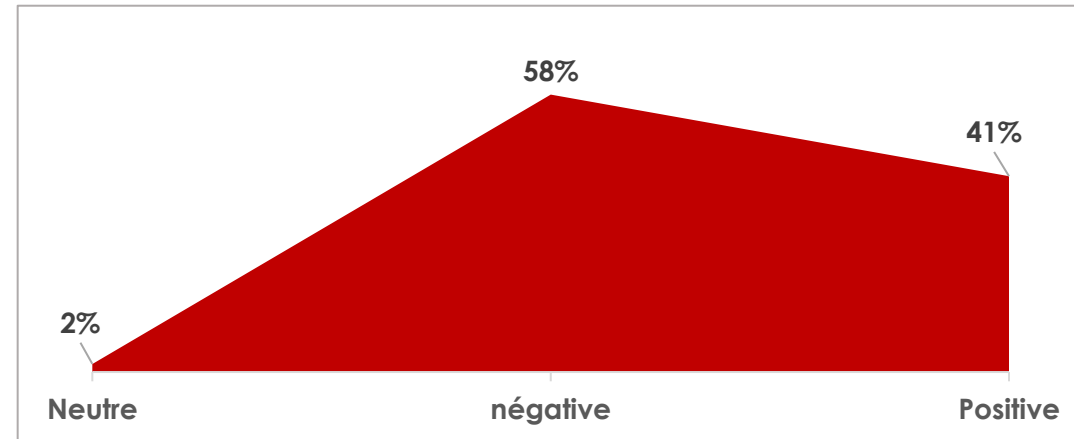


- ❖ Le Net Sentiment a été centré sur l'année 2024
- ❖ Les principaux points de plainte des consommateurs sont le dysfonctionnement de l'application; le processus d'identification long; le dysfonctionnement des mises à jour; le service client indisponible.
- ❖ Les points d'appréciation sont: l'interface moderne de l'application et sa sécurité

Applications de téléchargements



Net Sentiment



- ❖ Le Net Sentiment a été centré sur l'année 2024
- ❖ Les principaux points de plainte des consommateurs sont la difficulté dans les transactions; l'instabilité de l'application; les mises à jour dysfonctionnelles
- ❖ Les points d'appréciation sont: la fluidité; l'amélioration des mises à jour et l'interface.



L'application compte encore peu d'avis et obtient une note globale appréciable globale supérieur à 3.

L'appréciation des retours clients de l'application serait meilleur après un semestre et des feedbacks supplémentaires



La note globale d'évaluation de Sara Money de Décembre 2023 à Janvier 2024 était à 2,2.

La progression de l'application et ses différentes mises à jour ont fait progresser cette note à 2,9 en Avril 2024



La note globale d'évaluation de M2U Money de Décembre 2023 à Janvier 2024 était à 1,9.

La progression de l'application et ses différentes mises à jour ont fait progresser cette note à 2,5 en Avril 2024



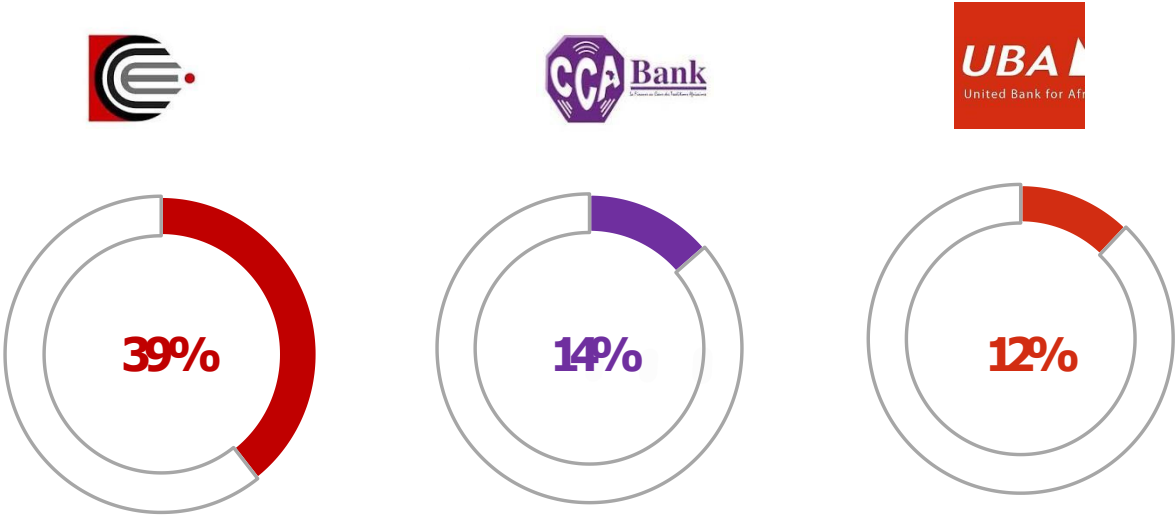
C'est celle ayant le plus grand nombre de téléchargement avec plus de 7000 avis. Pourtant une note supérieur à 3.

Avec quelques allusions des consommateurs au service YUP, l'application est la mieux notée des 4.

info@mediaintelligence.fr

Taux de Recommandation Spontanée

LES BANQUES LES PLUS CITÉES



AUTRES BANQUES

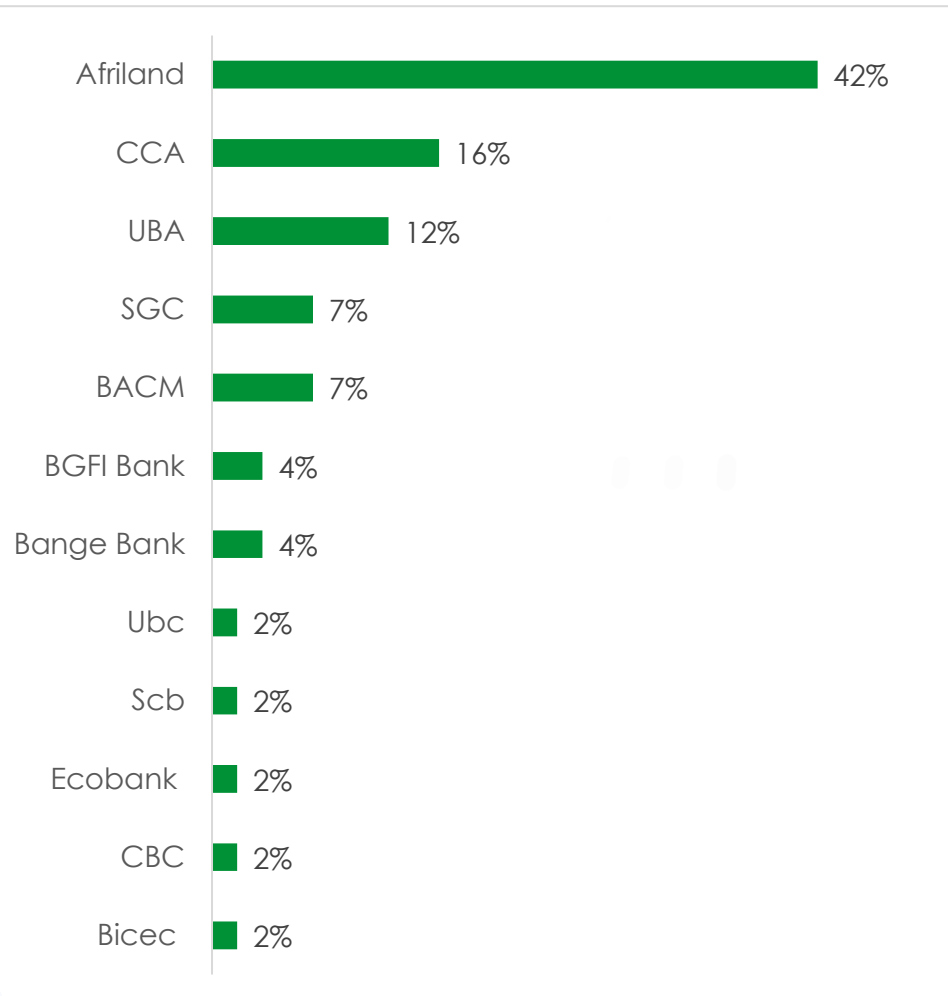
Banque	Taux de citation
BACM	6%
Scb	6%
SGC	6%
Bicec	5%
Bange Bank	3%
BGFI Bank	3%
Ecobank	3%
Ubc	2%
CBC	2%

BACM apparaît comme la 4^e Banque la plus citée derrière Afriland First Bank (39%) , CCA (14%), UBA (12%) et devant Scb et SGC sur ce post ayant obtenu près de 200 avis divers

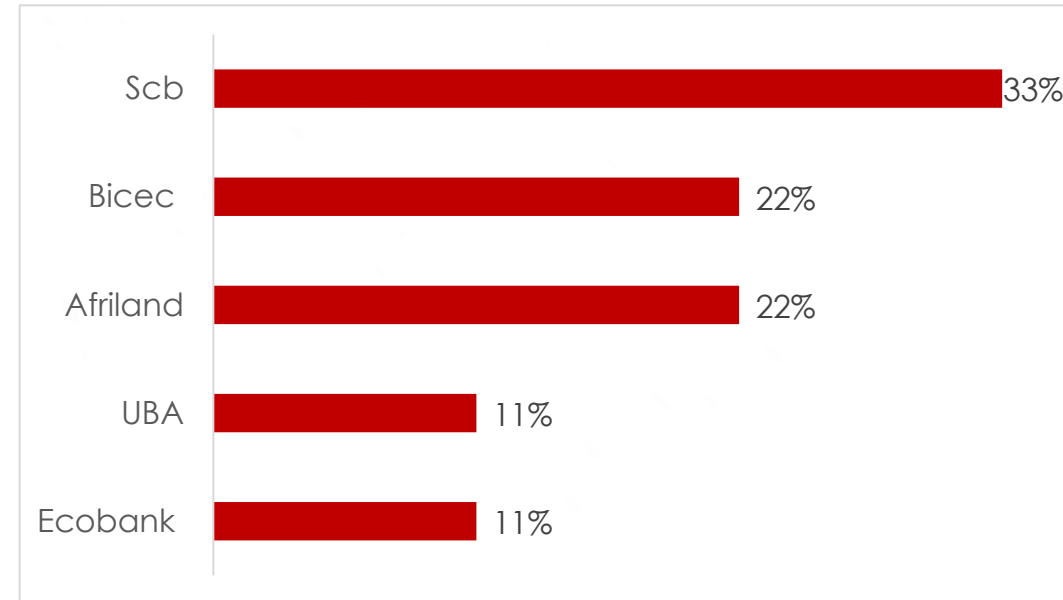
Nous précisons que cette collecte a été effectuée durant le mois de Mai

Taux de Recommandation Spontanée

LES BANQUES LES PLUS RECOMMANDÉES



LES BANQUES CITÉES COMME NON RECOMMANDABLES



Afriland est la banque qui a été la plus recommandée sous un post

CCA, troisième banque est la seule banque du Top 3 ne figurant pas également parmi les banques citées comme non recommandables

La SCB et la Bicec sont citées comme les banques les moins recommandables

Période d'étude: MAI 2024

ENSEIGNEMENTS ET RECOMMANDATIONS

- ✓ Le Site Internet, vitrine de l'entreprise est celui engageant le moins de visiteurs avec un **temps de visite moyen inférieur à 30 secondes** tandis que **les concurrents atteignent la moyenne de 7 à 8 minutes par visite**.
- ✓ La stratégie digitale de la BACM ne redirige pas assez sur le site vitrine avec **un trafic social très bas (soit moins de 1000)**. De plus, les principales pages sociales référencées ne renvoient pas aux différents réseaux sociaux de la banque, ne permettant pas une navigation facile à l'utilisateur sur **les différentes plateformes qui sont présentées mais inexistantes**.
- ✓ L'expérience client révèle les points suivants quant au site de la BACM :
 - **Des images faisant penser à une Intelligence Artificielle**
 - **La non possibilité de procéder à des actions sur le site**
 - **Le nombre de langues limitées à 02**
 - **Des onglets vides tels que pour le point « Ouvrir un compte »**
- ✓ C'est donc une note assez négative quant à l'évaluation du site de la BACM principalement comparativement à ses concurrents avec des **KPIS plus impactantes pour Afriland First Bank et UBA**.

- ✓ La stratégie digitale de la BACM semble être en plein essor car du trimestre précédent à celui étudié, **la fréquence de publication est en augmentation de plus de 40% et la somme des réactions également avec une augmentation de près de 25% avec une croissance du follower growth plaçant l'Indice de Performance de la Page à 46%.**
- ✓ La stratégie actuelle telle qu'appliquée est en marge à un engagement probant des abonnés/clients, Bien que **la banque ait la marge d'abonnés la plus basse et que le taux conversationnel soit aussi très bas principalement en comparaison aux banques concurrentes.**
- ✓ **Pour chacune des banques concurrentes, la communication sur la RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) constitue au moins 25% des publications tandis que ce taux à BACM est à 04%.**
- ✓ **On note un taux de recommandation spontanée sur la plateforme Facebook de 07%.** Une recommandation spontanée émane du fait que la recommandation n'est pas dépendante d'un post/publication de la banque et d'aucun tagging. La BACM enregistre donc un taux de recommandation spontanée de 07% et ne figure pas avec la SGC parmi les banques non recommandées. À l'opposé, bien que Afriland et UBA soient les concurrents les plus recommandés soient respectivement 42% et 12%, elles sont également comptées comme celles les moins recommandables à 22% et 11%.
- ✓ **La BACM absente du réseau INSTAGRAM, où tous les concurrents sont présents**

- ✓ Bien qu'ayant le taux conversationnel le plus bas, **la Banque Atlantique obtient le Net Sentiment Négatif le plus élevé soit 54% et un Net Sentiment positif de seulement 13%. Ce qui pourrait traduire un taux d'insatisfaction très élevé car le Net sentiment est fonction des plaintes, avis, mentions spontanées sur la banque sur les plateformes numériques.**
- ✓ Les principaux points d'insatisfaction recueillis sont:
 - **L'ouverture d'un compte épargne excluant une catégorie sociale**
 - **La mise à disposition des cartes bancaires qualifiées de « extrêmement long »; « interminable », « sans suite »**
 - **La Banque en elle-même de façon globale**
 - **La qualité de service longue et n'aidant pas à la résolution des problèmes et la prise en charge de la clientèle**
 - **Les transactions mobiles en dysfonctionnement**
 - **Les frais d'entretien de la carte estimé trop « coûteux »**
 - **Le dysfonctionnement de l'application de mobile banking**

- ✓ Les applications étant le plus mentionnées par les utilisateurs ont été analysées et sont répertoriées en deux soient en Mobile Banking et en Wallet.
- ✓ **Pour l'application de Mobile banking de la banque, elle n'a pas reçu assez d'avis sur la période étudiée afin de pouvoir être analysée plus efficacement sur les plateformes AppStore et Playstore**
- ✓ **On note tout de même que le Net Sentiment des applications des banques concurrentes bien que principalement négatives sont en évolution sur leurs mises à jour et leurs Net Sentiment, principalement M2U (UBA) et SARA (First Bank)**

Comme recommandations pour cette étude, nous proposons:

- Si l'objectif de la banque est d'accroître la notoriété et la perception de ses vitrines numériques, **Associer dans la stratégie** de communication digitale des liens directs et des publications à objectifs de conversion vers le site internet de l'entreprise et l'application mobile.
- Si l'objectif de la banque est de pouvoir créer voire resserrer un lien affectif avec ses clients, **Insérer des traitements** de service direct sur la page avec un pan sur les carrières et sur la diversité de langue qui permettrait de rendre le site plus attractif et plus personnalisé en terme d'expérience client s=lors des visites de site.
- Si l'objectif de la banque est d'asseoir son branding alors il serait intéressant de **Créer et construire un plan** stratégique de communication autour des réseaux Instagram; Youtube, Tiktok de façon à ce que les information annoncées sur le site soient exactes et puissent guider le client. Car effet sur le site on trouve des liens vers chaque plateforme de réseau mais certaines de ces pages renvoie à une page de site connexe de la Banque car les pages taguées sont inexistantes.
- Si l'objectif de la marque est d'avoir une cartographie constante stratégique de son secteur, alors **Faire une évaluation constante** des besoins les plus exprimés par les clients de la BACM et ainsi orienter les communications de l'entreprise à ces besoins fonction du découpage en tranche d'âge et du ciblage de la banque et **Évaluer les points de satisfaction** client qui ont permis de positionner le net sentiment essentiellement positif et les optimiser encore plus

Thanks !

Do not hesitate to contact us if you have any questions.⁵³



Phone Numbers

(237) 677 43 10 13

(237) 222 23 44 01

Address

Yaoundé ; Elig-Essono pont de la gare

BP.:11115 Yaoundé

Info@mediaintelligence.fr

Web Site

www.mediaintelligence.fr