



RAPPORT D'ÉTUDE

SATISFACTION CLIENT ET ÉVALUATION DE LA QUALITÉ DE SERVICE À LA

COMMERCIAL BANK-CAMEROUN











SOMMAIRE

1. RAPPEL DES OBJECTIFS

- 2. MÉTHODOLOGIE
 - · Données de l'étude
 - · Indicateurs de mesure

- 3. PRÉSENTATION DES RÉSULTATS
 - · Image & perception
 - · Notoriété des produits/Services
 - · Evaluation de l'expérience au sein de CBC (CSAT, NPS)
 - · Satisfaction vis-à-vis des produits & services de CBC

4. ENSEIGNEMENTS ET RECOMMANDATIONS

A. RAPPEL DE LA FINALITÉ ET DES OBJECTIFS



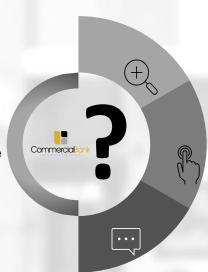






OBJECTIF GÉNÉRAL

Évaluer, comparativement aux concurrents cibles, le dispositif de satisfaction client, la qualité perçue des produits et services des clients de la Banque à différents niveaux de leurs interactions avec la banque



OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

1. IMAGE ET PERCEPTION

- Évaluer la notoriété et l'image de marque de la CBC auprès de ses clients
- Évaluer le positionnement de la banque dans l'esprit de ses clients

2. NOTORIETE DES PRODUITS/SERVICES DE LA CBC

 Évaluer la notoriété en terme de top of mind, notoriété spontanée et la notoriété assistée

3. EVALUATION DE L'EXPÉRIENCE AU SEIN DE LA CBC

- Évaluer la satisfaction générale, et celle relative aux services au sein de la CBC
- Évaluer la satisfaction par produit/service
- Mesurer la satisfaction relativement au service d'accueil de la banque
- Mesurer la satisfaction relativement aux délais de traitement des requêtes et réclamations
- Relever les points d'insatisfaction des clients



APPROCHE METHODOLOGIQUE

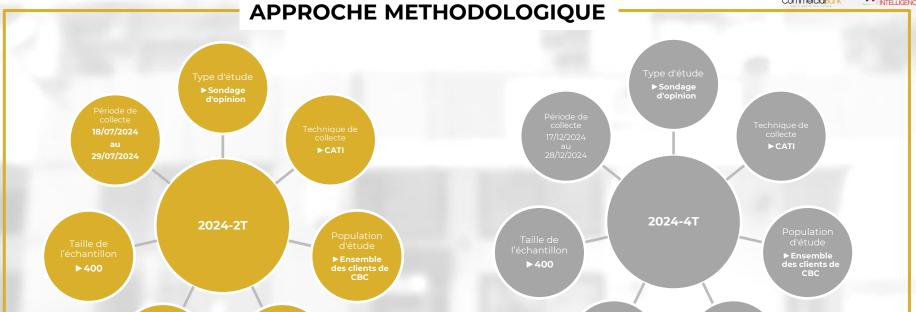


►Échantillonn age aléatoire

clientèle

▶Ville





age aléatoire

stratifié

▶Ville

APPROCHE METHODOLOGIQUE





Niveau de revenu						
<50K [50K - 100K] [100K - 200K] [200K - 300K] [300K - 500K] 500K						
2024-2T	1%	15%	25%	33%	16%	10%
2024-4T	2%	16%	27%	31%	15%	9%

Profil					
2024-2T 2024-4T					
Entreprises	28%	26%			
Particuliers	72%	74%			

Villes				
	2024-2T	2024-4T		
Garoua	3%	2%		
Bafoussam	5%	4%		
Dschang	3%	4%		
Yaoundé	21%	27%		
Douala	54%	46%		
Kekem	3%	3%		
Kousseri	1%	1%		
Kribi	9%	9%		
Maroua	3%	4%		

	Genre					
		2024-2T	2024-4T			
Ħ	Femme	33%	35%			
Ť	Homme	67%	65%			

400
Personnes interrogées

400
Personnes interrogées

Segment-Entreprises				
	2024			
	-2T	4T		
Administration Publique Centrale	1%	0,8%		
Administration Publique Locale	2%	2%		
Administrations Privées	8%	6%		
Organismes Publics	3%	3%		
Entreprises Publiques	7%	7%		
Entreprises Privées	67%	54%		
Professions libérales	12%	14%		
Sociétés d'Assurance et de Capital	0,3%	0,3%		
Entreprises individuelles	3%	3,2%		
Associations	7%	9%		
Autres (Successions, Organismes	0.7%	. =		
religieux)	0,7 70	0,70%		

Segment-Particuliers		
	2024- 2T	2024- 4T
CBC apparentés	0,3%	2%
Agents publics	13,5%	14%
Jeunes indépendants	21,3%	22%
Retraités	3%	4%
Salariés privés	61,9%	58%

INDICATEURS DE MESURE





A. NOTORIETE IMAGE ET PERCEPTION

- >>> A.1. Image de marque
- >>> A.2. Attributs de perception

B. NOTORIETE DES PRODUITS/SERVICES DE CBC(2022)

- >>> B.1. Top of mind
- >>> B.2. Notoriété Spontanée
- >>> B.3. Notoriété assistée

C. EVALUATION DE L'EXPÉRIENCE AU SEIN DE CBC

- >>> C.1. CSAT / NPS
- C.2. Taux d'utilisation des produits/Services de Commercial Bank-Cameroun
- >>> C.3. Taux de satisfaction pour chaque service utilisé

D. ENSEIGNEMENTS ET RECOMMANDATIONS

- D.1. Points d'insatisfaction des clients

 Commercial Bank-Cameroun
- D.2. Améliorations à apporter pour favoriser l'expérience des clients de CBC

GRILLE DE LECTURE DES INDICATEURS





Indicateur	Valeur	Interprétation
Image de Marque (Confiance, sentiment, unicité innovation)	1à 5	Plus la valeur est élévée plus la marque est forte
Notoriété	0 à 100%	Plus le score est important, plus le client connait le produit/Service
CSAT	0 à 100%	Plus le score est important, plus le client est satisfait
NPS	-100 à 100	Score négatifs: la marque a plus de détracteurs que de promoteurs Score positifs: la marque a plus de promoteurs que de détracteurs
Taux d'utilisation	0 à 100%	Plus le score est important, plus le produit / service est utilisé
CES	1à 5	Plus le score est petit moins le client fourni d'effort
Satisfaction sur les différents aspects du service	1à 5	Plus la valeur est élévée, plus le client est satisfait (1 pas du tout satisfait, 5 très satisfait)

GRILLE DE LECTURE DES INDICATEURS





INDICATEUR	VALEUR	INTERPRÉTATION
Notoriété Top Of Mind	O à 100%	Plus la valeur est élevée, plus le produit/la marque/ le terme cité(e) en première évocation (sans assistance ou support du questionnaire) des répondants est connu(e) ou alors gardé à l'esprit
Notoriété Spontanée	O à 100%	Plus la valeur est élevée, plus les produits/les marques/ le termes cité(e)s spontanément (d'eux-même) par les répondants est connu(e)s. Le répondant cite plusieurs produits à l'exception du premier cité
Notoriété Assistée	0 à 100%	Plus la valeur est élevée, plus les produits/les marques/ le termes cité(e)s suivant une liste à identifier par les répondants est connu(e)s. Le répondant cite plusieurs produits à l'exception des premier cités en première évocation et ceux cités spontanément

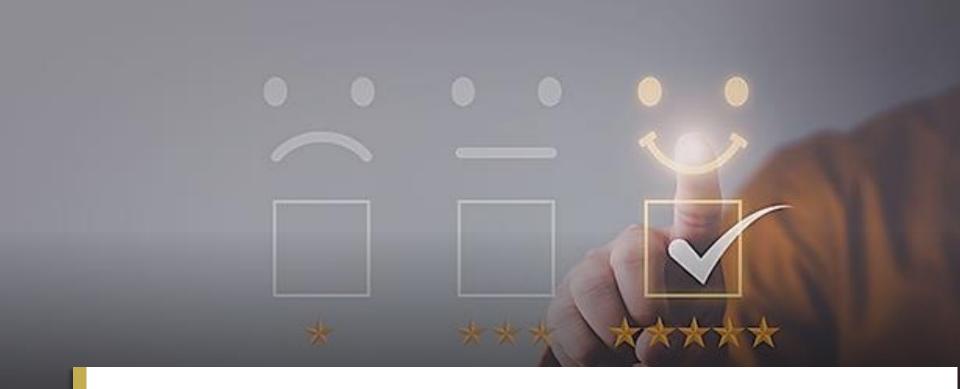


IMAGE & PERCEPTION

NOTRE COMPRÉHENSION DE L'IMAGE DE MARQUE





- 1. L'image d'une marque est la représentation perçue par une personne d'une marque/entreprise ou d'un produit/service
- Elle consiste en un ensemble d'émotions développées par le consommateur vis – à – vis de la marque suite aux expériences vécus avec la marque par un contact avec ses produits/services, par exposition aux communications de la marque et des rumeurs sur la marque ...
- O Notre modèle d'évaluation de l'image se décline en 2 indicateurs :
- >> Pertinence d'une marque : capacité de la marque à créer de l'attachement suite au sentiment (Degré d'amour) perçu et confiance accordée à la marque
- >> Différence d'une marque : capacité de la marque à se démarquer dans son environnement de par son unicité et son innovation.
- 2. La perception de marque représente l'ensemble des caractéristiques spontanément attribuées à cette marque. Ces caractéristiques permettent de distinguer une marque de ses concurrents et, par conséquent, de donner une bonne raison aux consommateurs d'acheter une marque plutôt qu'une autre.

Pour une image de marque forte, ces adjectifs doivent générer des sentiments positifs.

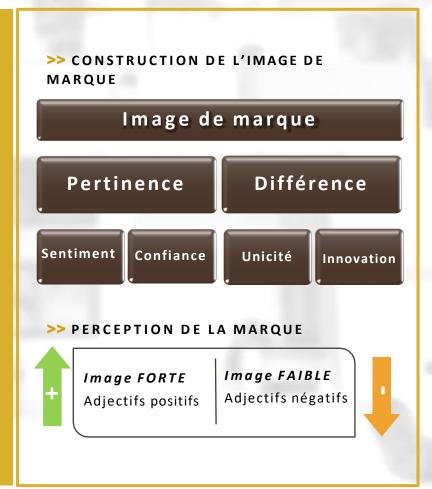
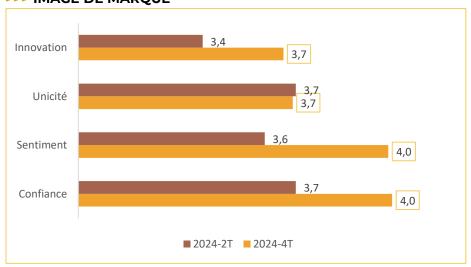


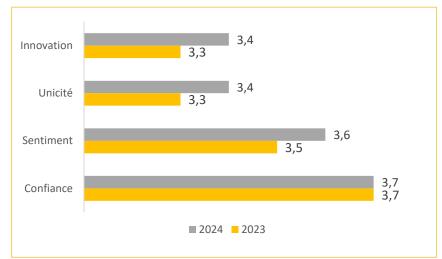
IMAGE ET PERCEPTION DE LA COMMERCIAL BANK- CAMEROUN PAR SES CLIENTS











Pertinence de la marque : CBC enregistre un score de 4/5 sur la confiance ; En hausse par rapport à 2024-2T et 2023. Le sentiment à l'endroit de la CBC progresse à un score de 4/5 en 2024-4T. Ainsi, la pertinence de la marque CBC est en hausse de 0,25 point en 2024-4T (3,85 contre 3,6 en 2024-2T et 3,6 en 2023).

Différence de la marque : L'unicité de la CBC **progresse** en 2024 de 0,3 point de même que l'innovation. Ainsi, la différence de la marque CBC est en **hausse** de 0,3 point en 2024-4T.

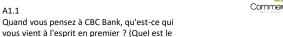
La Commercial Bank-Cameroun depuis 2021, jouit d'une très bonne image auprès de ses clients, laquelle ne cesse de s'améliorer après la détérioration observée en 2023.

A. IMAGE & PERCEPTION

2023



un mot?



premier attribut/Particularité de la marque en



>>> PERCEPTION DE COMMERCIAL BANK-CAMEROUN

2024-2T

2024-41



ILLES clients perçoivent globalement la banque de manière positive, en mettant en avant des valeurs telles que la "bonne qualité" (26), la "fiabilité" (6), la "sécurité" (4), et la "satisfaction" (8), renforçant une image de confiance et de professionnalisme. Des termes comme "meilleur" (4), "confiance" (9), et "excellence" (3) confirment cette appréciation, tandis que des mots tels que "innovante" (3), "accompagnement" (2), et "compétente" (2) reflètent une perception de modernité et de proactivité. Cependant, des points d'amélioration subsistent, avec des critiques sur des processus "compliqués" (4), des ressentis de "déception" (2), d'"abandon" (3), et de "manque" (1), ainsi que des retours négatifs tels que "refuse" (3) et "désagrément" (1).

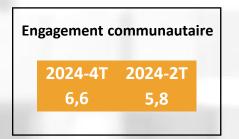
A. IMAGE & PERCEPTION

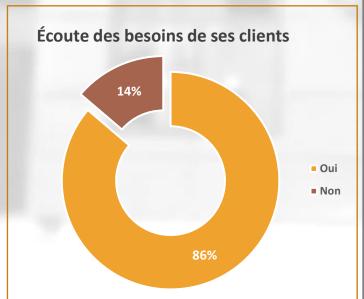




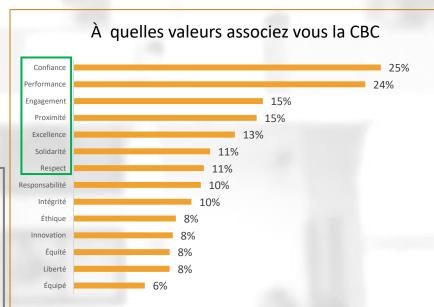
Responsabilité sociale et environnementale (RSE)

2024-4T 2024-2T
6,4 5,8





Alors la grande majorité des clients estiment que la banque est à l'écoute de leurs besoins, la responsabilité sociale et environnement ale (RSE) ainsi que l'engagement communautair e de la banque sont passablement fortement appréciés





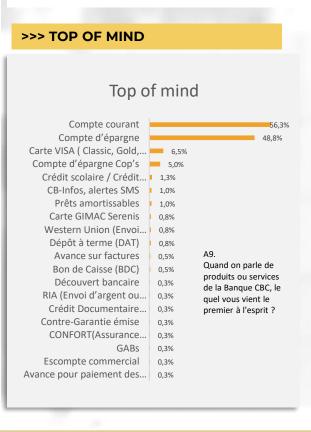


NOTORIETE DES PRODUITS E SERVICES

B. NOTORIETE DES PRODUITS ET SERVICES DE LA COMMERCIAL BANK- CAMEROUN











Le compte courant (56,3%) suivi du compte épargne (48,8%) sont les premiers produit auxquels les clients de Commercial Bank- Cameroun pensent quand on parle de produits et services de la banque. Les GABs en assistée se hissent à la deuxième position.



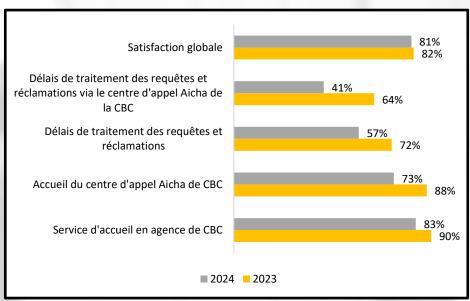
ÉVALUATION DE L'EXPÉRIENCE AU SEIN DE CBC

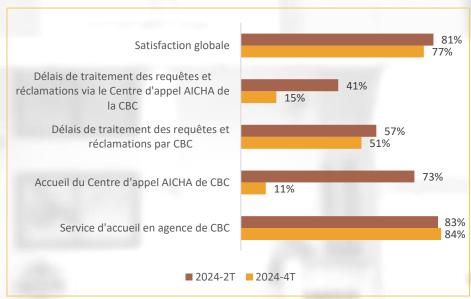
CSAT, NPS





>>> SCORES DE SATISFACTION - CSAT



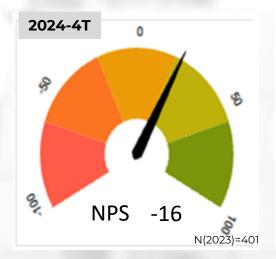


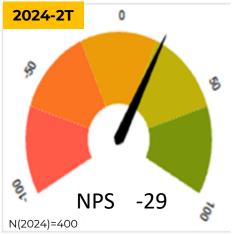
CSAT : Globalement, en 2024, **la satisfaction globale bien que positive est en baisse de 4 points** (7 clients sur 10 sont globalement satisfaits des produits et services). On observe en outre la une satisfaction légère en ce qui concerne les délais de traitement des requêtes en agence comparé à 2024-2T. Cette baisse est plus marquée pour le Centre d'appel Aicha





>>> SCORE DE RECOMMANDATION - NPS





200	2021	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Detractors (0-6)	19%	17%	39%	45%	38%
Passives (7-8)	39%	38%	41%	39%	41%
Promoters (9-10)	42%	45%	20%	16%	22%

C83. Sur la base de votre expérience globale avec les services de la banque, quelle est la probabilité que vous recommandiez CBC à vos amis et à votre famille ?



NPS: Tout comme en 2023, la CBC perd en recommandation de ses produits et services par ses clients. L'expérience des clients ne les poussent pas suffisamment à être des promoteurs de la banque. Comparativement au 2022, l'on note que la proportion des promoteurs reste faible mais en hausse par rapport à 2024-4T. Le rallongement de la durée de traitement des requêtes et réclamations, et dans une certaine mesure l'accès/l'utilisation des services/produits, la compétitivité des tarifs bancaires CBC, la qualité du service client peuvent en être les principales raisons.





Évaluation de la compétitivité des tarifs bancaires CBC 2024-4T 2024-2T 58% 40% C85. Comment évaluez-vous la compétitivité (pas trop cher) de nos tarifs bancaires sur une éche le de 1 à 10 ? Évaluation de la qualité du service client

Satisfaction:

[01 - 04] ans

2024-4T 2024-2T 64% 57%

[10 - 20] ans

20 ans et plus

C86.

Inférieure à 01 an

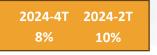
Comment évaluez-vous la qualité de notre service client sur une échelle de 1 à 10 ?

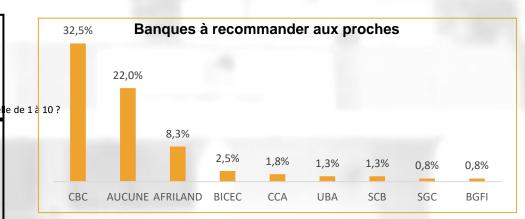
[04 - 07] ans

Distribution des tranches d'âges d'ancienneté de la clientèle 38% 26% 8% 15% 2%

Participation aux programmes de fidélité ou promotion

[07 - 10] ans





2 clients sur 10 disent ne pas avoir de banques à recommander contre 32% qui recommanderait la CBC.

Par ailleurs, près de 10% d'entre eux disent avoir eux l'idée de changer de banque au cours des 12 derniers mois



2024-4T 2024-2T 10% 16%





Motifs d'idée de changement de banque

motile a race as changement as bang	
Agios et frais élevés	8
Débits inexplicables	5
Insatisfaction/Inefficacité Comportement et compétence des	4
chargés clientèle	4
Lenteur du service	4
Non octroi de crédit	4
Délais acquisition de la carte	3
Prise en charge des clients	3
Proximité agences/GABS	2
Discrimination des clients (VIP Vs autres)	2
Manque de sérieux	2
Difficultés rencontrées accès ou	4
utilisation de service	1
Fonctionnalité Speedoh	1
Perte d'emploi	1

Révision des agios et frais	19
Octroi, facilitation de crédit et financement	11
Communication et clarté sur les spécificités des produits	8
Augmentation des GABS et réseau d'agences	6
Traitement des requêtes et réclamations	6
Réduction du taux d'intérêt débiteur	6
Service SPEEDOH	4
Banque en ligne & Digital	4
Innovation	4
Écoute clientèle	3
Qualité de service	3
Décentralisation des services	3
Rapidité du service	2
Gestion et accueil	2
Personnel compétent et professionnel	2
Carte bancaire	1

Bonne expérience chez un concurrent





Principaux points forts de la CBC



Accueil (106), Rapidité (35) Respect (32) Fiabilité (36) Confiance (30) Service cleint (38) Confort (7) Sécurité (16), Écoute (19) Efficacité (6) Responsabilité (8) Disponibilité (4) Proximité (18) Parfait(9)

Aspects des services à améliorer à la CBC

Clarté dans la gestion des comptes	11
Crédits	10
Frais et coûts des services	5
Rapidité de service	4
Nombre de GABS et réseau	3
Banque en ligne	3
Délais de traitements des requêtes	3
Mise à disposition des cartes	3
Respect client	3
SMS Banking	3
Écoute client	3
Mobile payment	2
Service client	2
Aicha Chat Bot	2
Accueil	1
Tous les services	1
Prise en charge client	1

SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE COMMERCIAL BANK-CAMEROUN

Taux d'utilisation, Taux de satisfaction, Customer Effort Score des produits/ services de Commercial Bank-Cameroun

- Compte d'épargne
- Compte d'épargne projet
- Compte courant
- Carte bancaire
- Crédits (scolaire, immobilier...)
- Banque assurance
- Operations internationales
- Aicha chat Bot (Centre d'appel)

- Banque à distance/cb online
- GABs
- Découverts
- Dépôt à terme
- Mobile payment (SPEEDOH)
- Carte VISA Business
- Alerte SMS/CB-Infos

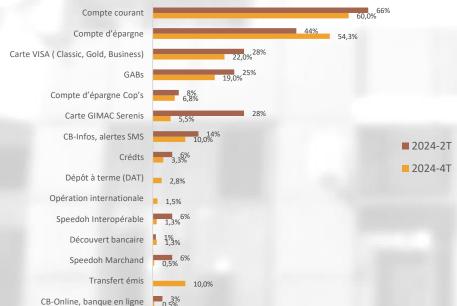


2024



2024 AT

>>> TAUX D'UTILISATION DES PRODUITS/ SERVICES DE CBC



>>> CUSTOMER EFFORT SCORE

	2021	2022	2023	2024	2024-41	
Compte d'épargne	2,0	1,1	1,5	2,3	1,8	-0,5
Compte courant	1,8	1,0	1,6	2,3	1,9	-0,6
Cartes bancaires	1,9	1,2	1,7	2,9	1,9	-1
GABS	2,1	2,1	1,8	3,1	3,1	const
Carte VISA Business		1,5	1,7	2,9	1,9	-1
Crédits	2,1	1,8	3,1	2,9	4,4	+1,5
Mobile Payement (SPEEDOH)		1,9	3,6	3,3	2,9	-0,4
Banque Assurance	2,0	1,8	3,5	2,8	3,5	+0,7
Operations Internationales		1,7	1,7	2,2	1,5	-0,7
Phone banking (aicha) 8080	2,7	1,7	2,2	2,6	1,9	-0,7
Cash Déposit		1,0	1,5	/	/	
Découverts	1,5	1,6	1,8	3,3	4,8	+1,5
Dépôt à terme	1,5	1,0	2,0	2,8	1,1	-1,7
Compte projet		1,6	/	2,3	2,0	-0,3
Alerte SMS/CB-Infos		1,5	1,5	1,5	1,7	+0,2
Banque à distance/CB online	/	/	2,2	3,3	3,4	+0,1

2021

2022

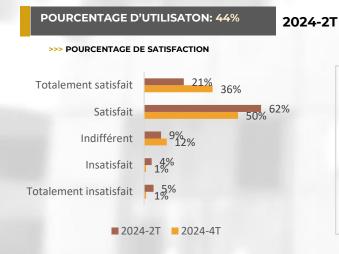
- Le Compte courant (60%), le compte d'épargne (54%), la carte bancaire VISA (2é%) et les GABS (19%) sont les produits et services de Commercial Bank-Cameroun les plus utilisés par les clients interrogés. Ainsi, les produits de masse sont constitués de : Compte courant, Carte bancaire, Compte d'épargne, GABs.
- En outre, les clients ont jugé l'accès aux produits/services moins difficile qu'au 2ème trimestre 2024. Les produits/services dans l'ensemble ont un Customer Effort Score relativement moins élevé que pour la période 2024 - 2T. A ce titre, les découverts, la banque à distance restent moins faciles d'accès/utilisation.





SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// COMPTE D'ÉPARGNE







>>> CUSTOMER EFFORT SCORE - Ouverture de compte



>>> SATISFACTION LIÉE AUX ASPECTS DU SERVICE

Année	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Capacité de répondre mes besoins	4.1	3.7	3.8	3,8
Procédure d'ouverture de compte	4.2	3.7	3.6	3,9
Délais d'ouverture de compte	4.3	3.8	3.6	3,9
Coût du service	3.6			
Fiabilité perçue	4.1			
Transactions possibles avec les comptes	3.7	3.4	3.5	3,7
Taux d'intérêt	3.1	3.2	3.2	3,6
Solde minimum en compte	3.7	3.7	3.4	3,7

2024-4T

54% des clients interrogés déclarent avoir déjà souscrit au compte d'épargne de CBC.

- Pourcentage d'utilisation: Le taux d'utilisation du compte épargne est en hausse d'environ 10% en 2024-4T comparé à 2024-2T.
- Satisfaction liée à l'utilisation de ce service: 86% des clients ayant souscrit au compte d'épargne de Commercial Bank - Cameroun affirment être globalement satisfaits en 2024-4T; soit 3%. Cependant, 9% restent insatisfaits.
- Satisfaction liée aux différents aspects du service: globalement en 2024, la satisfaction est en dessus de la moyenne, et est en légère hausse. Les clients de Commercial Bank-Cameroun sont satisfaits des différents aspects mais un peu moins pour le taux d'intérêt.
- Customer Effort Score: évalué à 1.1 en 2022, il se situe à 1.8 en 2024-4T. Cet indicateur révèle que les clients ont fourni un peu moins d'effort en 2024-4T pour l'ouverture de leur compte d'épargne.





SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// COMPTE D'ÉPARGNE

POURCENTAGE D'UTILISATON: 44%

2024-2T

POURCENTAGE D'UTILISATON: 54%

2024-4T

>>> POINTS D'INSATISFACTION

	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Faible taux d'intérêt	38	9	7	2
Délai / Procédures longues	11	7	2	4
Prélèvements mensuels excessifs	5	0		1
Manque de communication	7	0	1	
Solde minimum en compte élevé	11	1	2	1
Sous information à l'ouverture / sur la gestion du compte	3	0		
Délai d'ouverture long	2	0		
Difficultés d'utilisation	2	0		1
Manque de guichet/longue file d'attente	2	0		
Opérations limitées	5	0		
Peu d'agences	2	0		
Prélèvement non justifié	2	0	2	2
Carnet d'épargne non recu	1	0		
Clarté dans le calcul des intérêts	1	0		
Obligation d'aller en agence pour avoir le solde	1	0		
Pas d'attestation physique depuis l'ouverture du compte	1	0		
Pas de carte bancaire	2	0		1
Pas de chèque	1	0		
Période de reversement d'intérêt longue	1	0		

- Points d'insatisfactions: les principaux points d'insatisfactions liés au compte d'épargne de Commercial Bank-Cameroun sont :
 - Les délais et procédures jugés long
 - Les prélèvements non justifiés
 - o les taux d'intérêts estimés faibles

On note ainsi que le nombre de clients se plaignant est en baisse en valeur absolue.

Fiabilité perçue

Transactions possibles avec le compte

Clarté de la facturation sur le compte

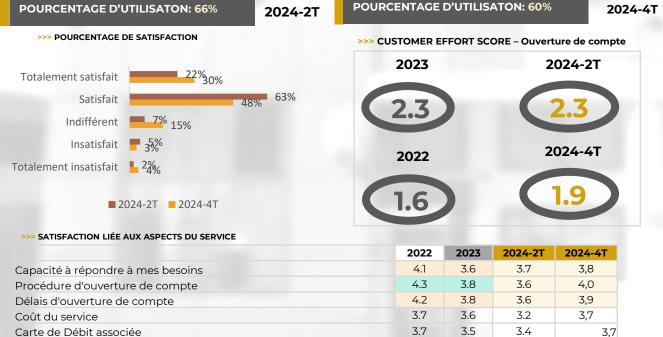
Possible de transfert dans mon compte Wallet

Agios ou frais de tenue du compte





SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// COMPTE COURANT



3.7

3.4

3.3

3.4

3.6

4.0

3.7

3.1

3.3

3.4

3.6

3.5

3.1

3.5

3.4

3.9

3,8

3,7

3.8

3.7

60% des clients interrogés déclarent avoir déjà souscrit au compte courant de Commercial Bank-Cameroun en 2024, soit -6 % qu'en 2024-2T.

- Satisfaction liée à l'utilisation de ce service: 78% des clients ayant souscrit au compte courant de Commercial Bank-Cameroun affirment être globalement satisfaits (en hausse de 8%). Le taux des clients totalement satisfaits est cependant en hausse.
- Satisfaction liée aux différents aspects du service: le compte courant de CBC est perçu fiable par ses clients, qui sont également satisfaits de la procédure et des délais d'ouverture de compte. Cette satisfaction est en hausse par rapport à 2024-2T.
- Customer Effort Score: évalué à 2.3 en 2023, il est de 1.9 en 2024-4T. Cet indicateur révèle que les clients fournissent globalement peu d'effort pour l'ouverture de leur compte courant





SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// COMPTE COURANT

POURCENTAGE D'UTILISATON: 66%

2024-2T

POURCENTAGE D'UTILISATON: 60%

2024-4T

>>> POINTS D'INSATISFACTION

>>> POINTS D'INSATISFACTION				
	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Agios élevés	22	14	19	5
Coût élevés des services connexes-Carte, SMS, Speedoh	3	0	1	4
Manque de clarté sur la facturation	14	38	3	5
Octroi de crédit difficile / impossible	3	1		2
Procédure longue	10	7	2	1
Lenteur dans l'attribution de la carte de bancaire	7	0	1	5
Difficulté de transactions avec d'autres comptes	5	0		
Cherté des frais de tenue de compte	8	18		
Projet de suppression des carnets	1			
Indisponibilité des guichets automatiques/instables	1			
Lenteur dans le traitement des dossiers	2		1	
Manque d'informations sur les nouvelles offres				
Montant excessif débité lors des opérations			1	
Pas d'innovation				
Très mauvaise gestion des reclamations et besoins		0	1	1

Points d'insatisfactions : les trois principaux points d'insatisfaction liés au compte courant de Commercial Bank-Cameroun en 2024 sont :

- o le coût élevé des agios (5).
- o la manque de clarté sur la facturation (5),
- Lenteur dans l'attribution de la carte de bancaire (5)
- Coût élevés des services connexes-Carte, SMS, Speedoh
 (4)

On note aussi que le nombre de clients se plaignant est en baisse en valeur absolue.

46





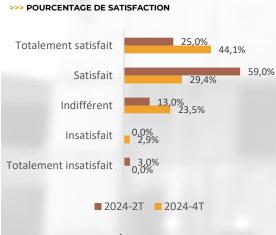
SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// COMPTE PROJET

POURCENTAGE D'UTILISATON: 8%

2024-2T

POURCENTAGE D'UTILISATON: 7%

2024-4T





>>> SATISFACTION LIÉE AUX ASPECTS DU SERVICE

	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Flexibilité	3.0	3.6	3.8	3,8
Délais de maturité	3.7	3.3	3.6	3,7
Taux d'intérêt	3.5	3.1	3.1	3,8
Procédures de mise en place	3.4	3.2	3.4	3,8

7% des clients interrogés déclarent avoir déjà souscrit à un Compte projet CBC.

- Satisfaction liée à l'utilisation de ce service:
- **74%** des clients ayant souscrit à un compte projet affirment être globalement satisfaits ; un score en baisse de 10% par rapport à 2024-2T.
- Satisfaction liée aux différents aspects du service: les clients trouvent ce produit bien flexible et doté d'un bon délai de maturité. Il en est de même pour ce qui est du taux d'intérêt et des procédures de mise en place
- Customer Effort Score: : évalué à 2, en baisse de 0,3 par rapport à 2024-2T, cet indicateur révèle que du point de vue du client, il est désormais un peu plus facile souscrire à un compte d'épargne projet chez CBC comparativement à la période précédente.

11



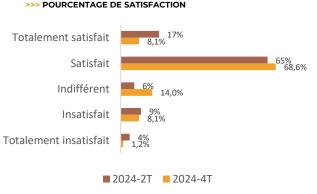


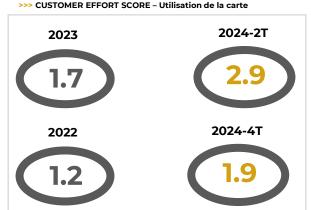
SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// CARTE BANCAIRE

POURCENTAGE D'UTILISATON: 28%

2024-2T

POURCENTAGE D'UTILISATON: 22%





>>> SATISFACTION LIÉE AUX ASPECTS DU SERVICE

	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Capacité à répondre à mes besoins	4.0	3.8	3.7	3,9
Délai d'acquisition de la carte	3.5	3.4	3.0	3,2
Plafond de retrait	3.9	3.6	3.3	3,7
Disponibilité du service	3.9	3.5	3.3	3,2
Fiabilité et sécurité perçue	4.1	3.6	3.3	3,8
Réseau de GAB	3.5	3.2	3.1	3,1
Coûts de retraits appliqués à l'étranger	3.7	3.6	3.2	3,5
Coûts des services	3.7	3.3	3.1	3,4
Réseau d'acceptation	3.9	3.4	3.3	3,2
Avantages liés à son utilisation	4.0	3.6	3.3	3,6

2024-4T

22% des clients interrogés déclarent avoir déjà souscrit pour la carte Bancaire de CBC en 2024-4T; soit une baisse de 6 % par rapport à 2024-2T.

- ➤ Satisfaction liée à l'utilisation de ce service: 77% des clients ayant souscrit aux cartes bancaires de CBC affirment être globalement.
- ▶ Satisfaction liée aux différents aspects du service: les clients estiment que la carte bancaire de la CBC est fiable, répond à leurs besoins et tirent un avantage de leurs utilisations. Cette satisfaction est hausse par rapport à 2024-2T. Le réseau de GAB, le délai d'acquisition des cartes et les coûts de services sont un peu moins satisfaisants
- Customer Effort Score: évalué à 1.7 en 2023, cet indicateur qui est de 1.9 en 2024 révèle que les cartes bancaires de CBC sont un peu plus simple d'utilisation qu'en 2024-2T pour ses clients





SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// CARTE BANCAIRE

POURCENTAGE D'UTILISATON: 28%

2024-2T

POURCENTAGE D'UTILISATON: 22%

2024-4T

>>> POINTS D'INSATISFACTION

	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Procédure / délai d'obtention très long	30	5	4	1
Peu de GABs surtout en banlieue	4	3	3	
GABs régulièrement hors services/ Défectueux	18	2	4	2
Révision des plafonds des cartes		1		
Problèmes de connexion réguliers	5			
Plafond de retrait trop bas	5	1		2
Frais d'utilisation trop élevés	4	5	4	2
Carte défectueuse depuis sa délivrance	2			
Difficulté d'utilisation	7	1	1	
Erreur de débit au GAB	3			
Lenteur dans le traitement des requêtes	1			
Incapacité d'effectuer des achats en ligne	1	1		
Carte bloquée à l'étranger	1			
A été contraint de son utilisation				
	•	•	-	•

Points d'insatisfactions:

- Plafond de retrait non satisfaisant (2)
- les frais d'utilisation jugés élevés(2)
- Les GABS hors service(2)

Les clients déplorent également la couverture géographique en GABs. Il convient de noter que ces points d'insatisfaction sont en légère baisse en valeur absolue.



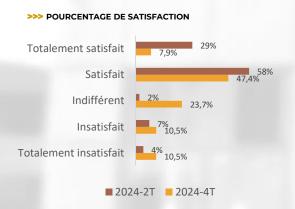


SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ////// ALERTE SMS/CB-INFOS



POURCENTAGE D'UTILISATON: 10%

2024-4T





>>> SATISFACTION LIÉE AUX ASPECTS DU SERVICE

	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Capacité à répondre à mes besoins	3.7	3.7	3.8	2,3
Fonctionnalités proposées	3.5	3.7	3.7	2,4
Coût de service	3.2	3.5	3.4	2,1
Facilité d'utilisation	3.7	3.8	3.7	3,3
Disponibilité du service	3.6	3.7	3.4	2,2
Fiabilité et sécurité perçue	3.7	3.9	3.7	2,7

Utilisée par 10% des clients interrogés, le service Alerte SMS/CB-Infos demeure facile d'utilisation

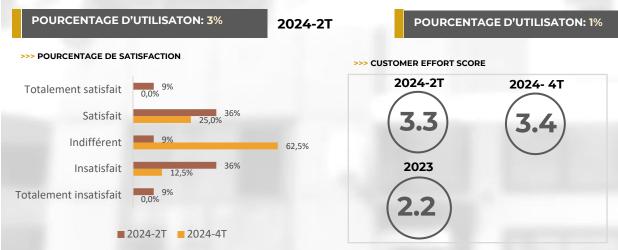
- Satisfaction liée à l'utilisation de ce produit: 87% des clients des clients ayant souscrit aux Alertes SMS/CB-Infos de CBC affirment être globalement satisfaits, soit en hausse de 16%
- Satisfaction liée aux différents aspects du service: la fiabilité et sécurité, la facilité d'utilisation sont les principaux aspects de satisfaction
- Points d'insatisfactions: les notifications partielles et limitées aux comptes et le coût élevé du service
- Customer Effort Score: évalué à 1,5, ce score en dessous de la moyenne traduit que les clients fournissent peu d'effort dans son utilisation

6





SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// BANQUE À DISTANCE/CB ONLINE



>>> SATISFACTION LIÉE AUX ASPECTS DU SERVICE

	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Capacité à répondre à mes besoins	3.4	3.9	3.0	2,7
Facilité de souscription	2.7	3.6	3.3	3,0
Délai de souscription	2.8	3.6	3.3	2,7
Disponibilité du service	3.0	3.6	3.0	2,7
Coûts du service	2.6	3.7	3.0	2,7
Fonctionalités proposées	3.1	4.3	3.1	3,0
Facilité d'utilisation	3.4	3.9	3.0	3,0
Ergonomie de l'interface	3.3	3.7	3.0	2,7
Fiabilité et sécurité perçue	3.8	4.0	2.8	3,0

2024-4T

Utilisée par seulement 1% des clients interrogés, cette solution n'est pas adoptée par la majorité des clients de CBC. L'on note une baisse de 2%

- Satisfaction liée à l'utilisation de ce service: 45% des clients utilisant le service de Banque à distance de CBC affirmaient être totalement satisfaits au 2024-2T. Cette proportion est de 25% en nette baisse en 2024-4T
- Satisfaction liée aux différents aspects du service: les fonctionnalités proposées, la fiabilité/sécurité sont reconnues par ces derniers comme satisfaisants. Il en est de même de la facilité d'utilisation et la capacité de répondre aux besoins des clients.
- Customer Effort Score: évalué à 2.2 en 2023, ce score est de 3.3 en 2024-2T et de 3.4 en 2024-4T, ce qui démontre que l'effort consenti est un peu plus prononcé.

W)





SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// DÉPÔT À TERME

2024-2T

POURCENTAGE D'UTILISATON: 1%

Remboursements anticipés

Durée

Montant



3.8

3.8

3.5

3.8

3.8

3.5

3.8

3.8

3.5

4,5

4,5

4,3

2024-4T

POURCENTAGE D'UTILISATON: 3%

- 3% des clients interrogés déclarent avoir déjà souscrit à un dépôt à terme de CBC.
 - Satisfaction liée à l'utilisation de ce service: 80% des clients ayant souscrit à un dépôt à terme affirment être globalement satisfaits contre 50% par rapport à 2024-2T.
- Satisfaction liée aux différents aspects du service: les taux de rémunération, les remboursements anticipés et la durée sont mieux appréciés par les clients
- Customer Effort Score: évalué à 2.8 en 2024-2T, en hausse de 0,8 par rapport à 2023, cet indicateur se situant à 1.1 en 2024-4T révèle que du point de vue du client, il est moyennement plus aisé de souscrire à un dépôt à terme chez CBC.





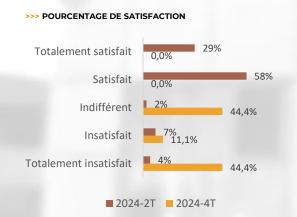
SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// DÉCOUVERTS

POURCENTAGE D'UTILISATON: 1%

2024-2T

POURCENTAGE D'UTILISATON: 1%

2024-4T





>>> SATISFACTION LIÉE AUX ASPECTS DU SERVICE

	2022	2023	2024	2024-4T	
Capacité à répondre à mes besoins	4.2	4.2	3.4	2,0	
Coûts des services	3.7	3.8	3.0	2,4	
Délai de traitement du dossier	3.6	3.5	3.6	2,5	
Taux d'intérêt	3.4	3.3	2.2	3,0	
Montant max	3.7	3.8	3.2	3,0	
Garanties bancaires demandées	3.4	4.5	3.2	3,0	
Conditions de paiement	3.8	4.0	3.4	3,0	

1% (tout comme en 2024-2T et en 2023) des clients interrogés déclarent avoir déjà obtenu un découvert.

- Satisfaction liée à l'utilisation de ce service: Alors qu'en 2023, la quasi totalité des clients ayant obtenu un découvert affirmaient être satisfaits, juste le quart des clients sont satisfaits des découverts en 2024 (forte baisse) tandis que en 2024-4T on note une grande part d'indifférent. Cette satisfaction connait une forte tendance à la baisse
- Satisfaction liée aux différents aspects du service: comparé à 2023, les clients sont moins satisfaits des garanties bancaires, de la capacité des découverts à répondre à leur besoin, ainsi que des conditions de paiement. Ils se satisfont bien moins du taux d'intérêt malgré la légère hausse
- Customer Effort Score: évalué à 1.8 en 2023, cet indicateur qui est passé à 3.3 révèle que du point de vue du client qu'il est juste un peu moins aisé d'obtenir un découvert

comparé à 2023.





SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ////// OPERATIONS INTERNATIONALES

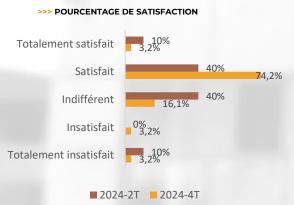
>>> CUSTOMER EFFORT SCORE



2024-2T

POURCENTAGE D'UTILISATON: 2%

2024-4T





>>> SATISFACTION LIÉE AUX ASPECTS DU SERVICE

	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Capacité à répondre à mes besoins	4.0	4.0	3.8	3,8
Disponibilité du service	3.8	3.8	3.4	3,6
Rapidité du service	3.7	3.7	3.6	2,9
Coûts du service	3.4	3.3	2.9	3,4
Réseau d'agence	3.4	3.6	3.3	3,1
Fiabilité et sécurité perçue	3.9	3.4	3.6	3,8
Procédures / Pièces à fournir	3.3	3.0	3.4	3,5
Corridors de transferts	3.5	3.0	3.4	3,5
Taux de change	3.2	3.2	3.3	3,8
Compétence du personnel	3.9	4.0	3.4	3,3

Seulement 2% des clients interrogés affirment avoir déjà effectué une opération internationale chez CBC au 2024-4T

- Satisfaction liée à l'utilisation de ce service: 75% des clients ayant effectué une opération internationale chez CBC déclarent être satisfaits, comparativement au 50% pour la période précédente.
- ▶ Satisfaction liée aux différents aspects du service: les opérations internationales sont perçues comme ayant la capacité de répondre aux besoins. La compétence du personnel est tout aussi bien appréciée. La rapidité du service est l'aspect satisfaisant le moins ceux-ci.
- Customer Effort Score: évalué à 1.7 en 2023, cet indicateur qui est de 2.2 en 2024-2T et de 1.5 « n 2024-4T révèle que les clients ont fourni un peu moins d'efforts pour effectuer une opération internationale par rapport aux deux périodes précédentes



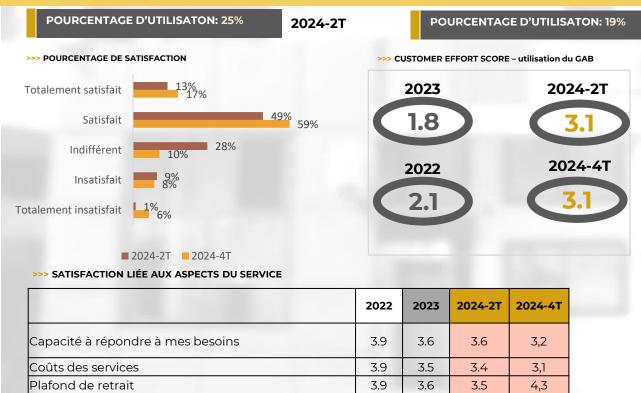


SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// GABs

Disponibilité des GABs

Fiabilité et sécurité perçue

Nombre de GABs



3.7

3.6

4.0

3.2

3.2

3.7

3.1

3.1

3.5

3.0

4.1

4.0

2024-4T

19% des clients interrogés déclarent utiliser un GAB de Commercial Bank-Cameroun au 4^{ème} trimestre 2024.

- Satisfaction liée aux différents aspects du service: 76% des clients interrogées et utilisant des GABs sont globalement satisfaits. Ils se satisfont du nombre de GABs, le plafond de retrait et la fiabilité et la sécurité.
- Customer Effort Score: évalué à 1.8 en 2023, ce score qui est de 3.1 identique à la période précédente confirme que les GABs sont moins simples d'utilisation et les clients fournissent des efforts pour s'en servir, comparé à 2023.





SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// CREDITS



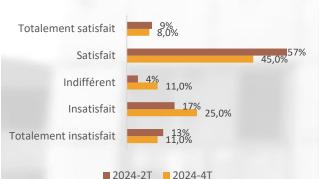
2024-2T

POURCENTAGE D'UTILISATON: 3%

2024-4T

satisfaisantes.

>>> POURCENTAGE DE SATISFACTION







Seulement 3 % des clients interrogés en 2024 pour se 4ème trimestre déclarent avoir déjà souscrit à un Crédit de Commercial Bank-Cameroun, en baisse de 3%.

➤ Satisfaction liée à l'utilisation de ce service: 53% des clients ayant souscrit à un crédit déclarent être globalement satisfaits en 2024-4T contre 66% en 2024-2T; soit une baisse de 13%.

>>> SATISFACTION LIÉE AUX ASPECTS DU SERVICE

	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Capacité à répondre à mes besoins	3,8	3.0	2.6	1.9
Conditions d'éligibilité	3,4	2.6	2.9	2.3
Coûts du service	3,3	2.8	2.2	2.3
Délai de traitement du dossier	3,0	2.3	2.3	3.0
Taux d'intérêt pratiqué	2,9	2.9	2.0	3.0
Montant maximum accordé	3,3	2.8	2.3	2.9
Garanties bancaires demandées	3,1	2.7	2.4	2.6
Mode de paiement	3,3	3.0	2.4	3.4
Échéance de remboursement	3,6	3.0	2.5	3.0

comparé à 2023, les clients attestent moins de la capacité du crédit de CBC à répondre à leurs besoins.
Les conditions d'éligibilité sont jugées moins

Satisfaction liée aux différents aspects du service:

Customer Effort Score: évalué à 3.1 en 2023, ce score est passé à 2.9 en 2024-2T et de 4.4 pour cette période; ce qui démontre que l'obtention du crédit devient un peu moins accessible pour les clients l'ayant sollicité, comparé à 2024-2T.





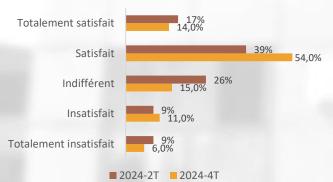
SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// MOBILE PAYMENT SPEEDOH





POURCENTAGE D'UTILISATON: 6%

2024-4T





>>> SATISFACTION LIÉE AUX ASPECTS DU SERVICE

	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Sécurité	3.3	3.3	3.3	3.5
Procédures de souscription	3.0	3.0	3.0	3.4
Fiabilité	3.0	3.0	3.0	3.1
Facilité d'usage	2.4	2.4	2.4	2.3
Coûts de service	3.0	3.0	3.0	3.2

Utilisé par seulement 6% des clients interrogés, en baisse de 1%

- Satisfaction liée à l'utilisation de ce produit:

 Seulement (56% des clients ayant souscrit au mobile paiement SPEEDOH affirmaient être satisfaits en 2024-2T. Pour ce 4ème trimestre, ce score est passé à 68% (+12%); un niveau de satisfaction moyen
- Satisfaction liée aux différents aspects du service: perçu comme fiable et sécurisé par les clients, la facilité d'usage maintient une note basse.
- Customer Effort Score: évalué à 3,3 en 2024-2T, ce score est passé à 1.9 (toujours au dessus de la moyenne) traduisant que les clients fournissent moins d'effort dans l'utilisation du SPEEDOH actuellement.





SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// BANQUE ASSURANCE

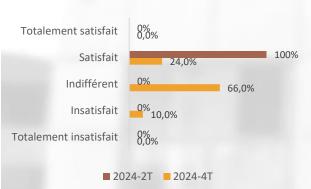
POURCENTAGE D'UTILISATON: 1%

2024-2T

POURCENTAGE D'UTILISATON: 1%

2024-4T

>>> POURCENTAGE DE SATISFACTION





>>> SATISFACTION LIÉE AUX ASPECTS DU SERVICE

SATISFACTION LIEE AUX ASPECTS DU SERVICE				
	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Capacité à répondre à mes besoins	3.3	3.0	4.0	3.6
Coûts du services	2.9	2.5	3.2	3.3
Disponibilité des produits/services	3.1	3.5	3.3	3.0
Fiabilité et sécurité perçue	3.2	3.0	3.8	3.9
Procédures	3.1	3.5	2.7	2.3
Taux de cotisation	3.0	3.0	2.7	2.9
Taux courverture	3.0	2.5	3.2	3.0

1% des clients interrogés déclarent avoir déjà souscrit à l'offre de banque assurance de CBC une proportion constante depuis 2023.

- Satisfaction liée à l'utilisation de ce service : la la satisfaction pour ce service est au rouge, la quasitotalité des client satisfait sont indifférent. On net 24% de satisfaction pour la période soit une baisse de 76%
- Satisfaction liée aux différents aspects du service: l'offre de banque assurance de CBC répond aux besoins et est perçu comme fiable par ses clients. Par contre, les procédures et le taux de cotisation sont les aspects les moins satisfaisants du point de vue des clients
- Customer Effort Score: le niveau d'effort consenti pour le service de banque assurance et de nouveau en hausse. On revèle un score pour cette période estimé à 3.5 contre 2.8 le 2ème trimestre 2024



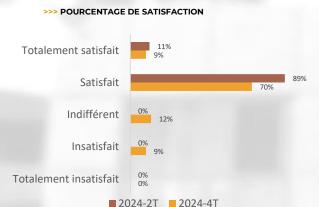


SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS & SERVICES DE CBC ///// AICHA CHAT BOT



POURCENTAGE D'UTILISATON: 3%

2024-4T





>>> SATISFACTION LIÉE AUX ASPECTS DU SERVICE

	2022	2023	2024-2T	2024-4T
Capacité à répondre à mes besoins	3.6	2.7	3.9	3.8
Fonctionalités proposées	3.5	3.3	3.8	2.9
Coûts du service	3.7	2.8	4.0	3.5
Facilité d'utilisation	3.8	3.3	4.0	4.1
Disponibilité du service	3.4	3.2	4.0	4.2
Fiabilité et sécurité perçue	3.8	2.7	4.0	3.9

Utilisé par seulement 3% des clients interrogés, l'offre de phone banking de Commercial Bank-Cameroun

- Satisfaction liée à l'utilisation de ce service: 79% des clients utilisant le service Aicha Chat Bot de CBC affirment être satisfaits en 2024-4T, ce qui correspond à une forte baisse de la satisfaction comparé à 2024-2T.
- Satisfaction liée aux différents aspects du service: bien que perçu comme disponible et facile d'utilisation, les besoins des clients ne sont toujours pas satisfaits notamment par les fonctionnalités proposées.
- Customer Effort Score: évalué à 2.2 en 2023 et 2.6 en 2024-4T, ce scrore ce hisse à 2.8 pour le 4ème trimestre, ce qui démontre que l'effort consenti bien que moyen ne cesse de croitre.

11







D. ENSEIGNEMENTS ET RECOMMANDATIONS 1/6

1. Image de marque

Depuis 2021, la Commercial Bank-Cameroun bénéficie d'une **image très positive** auprès de ses clients, une image qui s'est continuellement améliorée après la dégradation observée en 2023. En effet, **la pertinence de la marque CBC a progressé de 0,25 point en 2024-4T**, passant de 3,6 en 2024-2T et en 2023 à 3,85, tandis que **la différenciation de la marque CBC a également enregistré une hausse de 0,3 point**.

2. Perception

De part des valeurs telles que **la fiabilité et l'accueil**, la Commercial Bank-Cameroun bénéficie d'une **perception positive**. Cette perception favorable persiste en 2024 (2e et 4e trimestre), à l'instar de l'année précédente. Les éléments principaux contribuant à cette image sont la "**bonne qualité**" (26), la "**fiabilité**" (6), la "**sécurité**" (4) et la "**satisfaction**" (8), qui sont régulièrement cités par les clients et témoignent de la solidité de la réputation de la banque.

3. Satisfaction et recommandation

La satisfaction globale des clients demeure bonne, bien qu'elle enregistre une légère baisse de 4 points, passant de 81 % en 2024-2T à 77 % en 2024-4T, soit une diminution de 4% (et de 10% par rapport à 2022). Cette diminution s'explique principalement par des retours moins favorables concernant l'accueil, ainsi que les délais de traitement des requêtes et réclamations, que ce soit en agence ou via le Centre d'appels Aicha.

Globalement, il y a une baisse de la capacité des clients à recommander les produits/services de la banque en 2024. Il y a dans le portefeuille client de la banque encore moins de promoteurs que de détracteurs comparés à 2022 malgré la légère augmentation de ces derniers. Le rallongement de la durée de traitement des requêtes et réclamations, la légère détérioration de la confiance, et dans une certaine mesure l'accès/l'utilisation des services/produits, la compétitivité des tarifs bancaires CBC, la qualité du service client peuvent en être les principales raisons.





D. ENSEIGNEMENTS ET RECOMMANDATIONS 2/6

- Le Compte courant (60%), le compte d'épargne (54%), la carte bancaire (22%), les GABS (19%) sont les produits et services de Commercial Bank-Cameroun les plus utilisés par les clients interrogés en 2024. Ainsi, les produits de masse sont constitués par cet ensemble.
- Les produits/services ayant connu en 2024 une hausse de la satisfaction des clients sont : Compte courant, Compte épargne, Compte projet,, GABs, Dépots à terme(DAT), Opération internationale, Mobile payement SPEEDOH.
- Les produits/services ayant connu en 2024 une **baisse de la satisfaction des clients** sont : Découverts,, Banque à distance, Banque assurance, Alert Sms/CB infos
- Dans la majorité des cas, la satisfaction pour ce qui est des différents aspects liés à l'utilisation des produits et services a augmenté comparativement à 2024-4T.

Près d'un quart des clients interrogés (22%) disent ne pas avoir de banques à recommander contre 32% qui recommanderait la CBC.

Par ailleurs, près de 10% d'entre eux disent avoir eux l'idée de changer de banque au cours des 12 derniers mois





D. ENSEIGNEMENTS ET RECOMMANDATIONS 3/6

- Pour améliorer l'expérience client, il est essentiel de simplifier les procédures internes, notamment en allégeant certaines étapes administratives, afin de réduire les délais de traitement des dossiers. La digitalisation accrue, comme la possibilité de faire des pré-demandes en ligne ou via une application mobile, pourrait palier les difficultés tel que l'obtention des cartes bancaires, souvent perçue comme complexe. Par ailleurs, l'automatisation de certaines tâches en agence, telles que l'impression et l'activation immédiate des cartes, contribuerait à accélérer le processus. Enfin, des efforts continus dans la communication sur les étapes et documents requis, combinés à des mesures de simplification, garantiront une expérience client plus fluide et satisfaisante.
- Les clients ont perçu les produits et services comme étant davantage accessibles par rapport au deuxième trimestre 2024. En moyenne, le Customer Effort Score des produits et services s'avère inférieur à celui enregistré au deuxième trimestre 2024. Cependant, il convient de noter que les services d'Alerts SMS/CB Online, Crédits, Découverts et Banque à distance demeurent ceux jugés les moins accessibles ou faciles d'utilisation.
- La question relative au **taux d'intérêt** demeure un sujet récurrent. Toutefois, cette thématique peut être influencée par divers facteurs d'appréciation. Il serait opportun d'envisager **une étude de benchmark afin d'évaluer le positionnement tarifaire des produits phares par rapport à ceux de la concurrence. Cette suggestion reste pertinente, d'autant plus que la perception associée au taux d'intérêt n'a guère évolué de manière significative.**

D. ENSEIGNEMENTS ET RECOMMANDATIONS 3/6





Service	Observations	À améliorer (Si possible en fonction des objectifs stratégiques de la banque)
Compte d'épargne	Perçu fiable par les clients, et répond aux besoins de ses clients, facile d'accès	Il serait pertinent d'envisager un benchmark des produits et services concurrents pour évaluer plus précisément les taux d'intérêts. Par ailleurs, il convient d'améliorer les délais de traitement des dossiers, notamment pour l'ouverture de compte, d'optimiser les prélèvements mensuels jugés critiques et de renforcer la communication autour des services proposés.
Compte Courant	Perçu fiable par les clients, et répond aux besoins de ses clients, facile d'accès	Être clair sur les modalités de facturation. Alléger au mieux les procédures. Il serait envisagé de réaliser un benchmark des agios par rapport à la concurrence pour déterminer son positionnement. En effet, ceux-ci sont jugés élevés de même que les coûts de services associés au compte et les frais de tenue de compte
Carte Bancaire	Les clients estiment que la carte de CBC est fiable et répond à leurs besoins	Poursuivre la simplification de la procédure et la réduction du délai de délivrance des cartes. Elargir le réseau de GABs principalement en banlieue et s'assurer de leur disponibilité et propreté.
GABs	Perçus comme fiables et sécurisés par les clients qui attestent de la capacité à répondre à leurs besoins.	Poursuivre le déploiement infrastructurel et digital notamment du réseau de GABs, afin de minimiser les problèmes de connexion et assurer un fonctionnement optimal des GABs
Crédits	L effort consenti pour l'octroi est considérable et les taux sont peu satisfaisant	Benchmark sur les taux d'intérêt et les conditions d'éligibilité, alléger les garanties demandées. Raccourcir les délais de traitement de dossiers, Benchmark pour mieux qualifier et repositionner le produit





D. ENSEIGNEMENTS ET RECOMMANDATIONS 5/6

Service	Observations	À améliorer(si possible en fonction des objectifs stratégiques de la banque)
Banque assurance	L 'effort consenti pour l'obtention est considérable	Envisager un Benchmark sur le taux de cotisations pour mieux repositionner le produit, s'assurer de fournir les informations complètes et détaillées sur le service avant la souscription et simplifier les procédures
Opérations internationales	Perçu comme ayant une bonne capacité à répondre aux besoins des clients et la disponibilité du service	Benchmark des procédures jugés excessives, du taux de change
Aicha Chat Bot 8080	Facile d'utilisation	Assurer la disponibilité « permanente » du numéro vert 8080 et veiller à rendre davantage compétents les agents répondants pour la résolution rapide des requêtes et réclamations
Banque à Distance/CB ONLINE	Perçu facile à souscrire	Résoudre les problèmes de connexion rendant l'utilisation parfois difficile
Découverts	L effort consenti pour l'octroi est considérable et les taux sont peu satisfaisant	Benchmark sur les taux d'intérêt et les conditions d'éligibilité
Dépôt à terme	Les remboursements anticipés sont jugés très satisfaisants	///
Compte projet	Produit apprécié pour sa flexibilité, d'accès facile	Continuer à ménager de bons délais de remboursement assortis de taux d'intérêt attractifs, tout en veillant à raccourcir les procédures y relatives





D. ENSEIGNEMENTS ET RECOMMANDATIONS 5/6

Service	Observations	À améliorer (Si possible en fonction des objectifs stratégiques de la banque)
Cartes Visa Business	Permet de répondre aux besoins des clients, de par la fiabilité et la sécurité, la disponibilité du service et les avantages liés à leur utilisation	Envisager la possibilité de réaliser un Benchmark des plafonds associés aux cartes, ainsi que certaines restrictions de service associées
Alerte SMS/ Infos-CB	Les coûts du service sont assez critiqués	Envisager des possibilités d'allègement du coût de service, d'assurer la régularité des notifications et d'extension des notifications à l'ensemble des services auxquels les clients ont souscrit
Mobile Payment SPEEDOH	Perçue comme un service sécurisé	Poursuivre les efforts visant la résolution des problèmes de connexion et d'utilisation

Contactez-nous



Yaoundé - Elig-essono, Immeuble SCB, face entrée gare voyageur Douala - Face Hotel le NDE



Mediaintelligence.fr



info@mediaintelligence.fr

(+237) 697 18 33 99 / (+237) 677 43 10 13





