TS2 MUC

Crédit Mutuel

LA banque à qui parler

2009-2010

PREMIERE PARTIE
DESCRIPTION DE L'UNITE COMMERCIALE

I. IDENTIFICATION DE L'UNITE COMMERCIALE

Le Crédit Mutuel de Thérouanne *est le bureau relié à l'agence d'Aire sur la Lys. Il fait parti du groupe Crédit Mutuel Nord Europe qui existe depuis plus de 100 ans. Celui-ci est présidé par Philippe Vasseur, ancien ministre de l'agriculture depuis 2000.*

⓾ l'activité de l'entreprise :

1) Banque :

L'activité bancaire se caractérise par la gestion quotidienne des :

– comptes chèques et cartes bancaires
– livrets d'épargne
– prêts et transfert de fonds

2) Assurance :

Engagé dès 1970 dans la distribution de produits d'assurance, le Crédit Mutuel est le premier bancassureur Français : assurance voiture, habitation, complémentarité santé.

⓾ Taille de l'unité commerciale et son chiffre d'affaires

Le Crédit Mutuel Nord Europe compte 298 points de vente et 332 guichets, il faut savoir qu'à l'intérieur de ces chiffres ; sont comprises 48 agences Belges et Luxembourgeoises.
Le Crédit Mutuel Nord Europe totalise 1 155 102 clients et sociétaires et 4024 salariés.
On peut ainsi établir la carte d'identité du CMNE de la manière suivante :
Il s'agit de la première banque Eurorégionnale, de la 5ème banque Française en terme de dépôts, de la seconde pour la monétique et l'agriculture et elle prend la première place au niveau de la bancassurance, du payweb et paiement chez les commerçants ainsi que pour les associations.
En terme de résultat, la part du groupe s'élève à 129 millions d'euros.

⓾ Lieu d'implantation et la zone de chalandise

1) la concurrence

A l'échelle nationale le Crédit Mutuel dispute sa place avec le Crédit Agricole, la Banque Populaire, la Caisse d'Epargne.
Le Crédit Mutuel de Thérouanne est situé 38b, Grand rue. La concurrence locale directe est assurée par le crédit agricole, la caisse d'épargne, la banque postale implantés dans cette même rue ainsi que indirectement par la compagnie d'assurance AGF

2) la clientèle du Crédit Mutuel

Le Crédit Mutuel Nord Europe est ouvert à tous, la clientèle de Thérouanne est ainsi répartie :

- les particuliers et leur famille : **72%**
- les associations : **3%** elles trouvent dans leur caisse locale un suivi attentif et une information précieuse dans le cadre de leurs activités. Le crédit Mutuel Nord Europe gère 280000

associations clientes, soit le tiers des effectifs.

- les commerçants, artisans et professions libérales : **16%** qui bénéficient d'une relation de proximité et d'un suivi professionnel pour la gestion et le financement de leur activité et disposent de solutions en monétique et en banque à distance performants.
- les agriculteurs et viticulteurs : **9%** ils ont toujours été très impliqués dans la vie du Crédit Mutuel et y trouvent un partenariat actif pour favoriser le développement.

3) la zone de chalandise réelle

Grâce aux opérations comptables nominatives telles que les les remises de chèques ou d'espèces, il est simple de définir la zone de chalandise réelle :
En effet, le Crédit Mutuel de Thérouanne touche la clientèle jusqu'à 12km autour de lui. On peut ainsi définir :

- la zone primaire : inférieure à moins de 5km, comprenant : Thérouanne même, Enguinegatte, Delettes, Herbelles.
- La zone secondaire : comprise entre 5km et 10km : Ecques, Liettre, Estrée Blanche, Enquin les Mines, Avroult, Cléty, Roquetoire.
- La zone tertiaire : supérieure à 10km : Hallines, Wavrans, Audingthun

II. L'ORGANISATION DE L'UNITE COMMERCIALE

⑩ la structure

La structure de l'unité commerciale est représentée par un organigramme schématiquement simple (responsable, adjoint, conseillers)
Cependant, il faut savoir que les décisions sont réellement prises au niveau de la direction, c'est à dire du siège qui est situé à Lille. C'est le cas pour les objectifs qui sont fixés au siège puis répartis dans le secteur Nord Europe à chaque responsable d'agence, qui les répartit ensuite au sous responsable et ainsi de suite. Pourtant, on peut quand même considérer les agences Crédit Mutuel comme de véritables centres de profits autonomes gérés par un responsable qui réfère de l'activité de l'agence à la direction.

⑩ La composition de l'équipe commerciale

De manière générale l'équipe s'organise de la façon suivante :
Comme il est montré sur l'organigramme, c'est le responsable du marché des particuliers qui fixe les objectifs aux conseillers clientèles particuliers. Celui-ci peut éventuellement pratiquer en cours d'année des entretiens individuels de formation pour les aider à mieux atteindre leurs objectifs et cerner leurs difficultés possibles. Il peut également régler les problèmes collectivement, si ceux-ci atteignent toute l'équipe.

III. LE FONCTIONNEMENT DE L'UNITE COMMERCIALE

⑩ Facteur d'ambiance

En règle générale, les facteurs d'ambiance liés à l'agence bancaire sont beaucoup moins marqués que dans d'autres unités commerciales. Quoiqu'il en soit le Crédit Mutuel accueille tout type de clients, l'ambiance doit donc être ajustée, c'est à dire sobre et professionnelle.
Cependant les PLV comptoirs et les affiches sont imposées par le siège et changées régulièrement.

❿ Agencement du point de vente

L'agence bancaire est organisée logiquement. On distingue le SAS qui accueil les clients 24h/24.

– l'espace accueil composé de la salle d'attente et du guichet, domine l'agence
– les bureaux des conseillers clientèles particuliers sont situés à l'avant de l'agence
– les bureaux des conseillers clientèles professionnels sont situés en retrait
– la salle de réunion domine la partie arrière de l'agence, tout en assurant une certaine tranquillité.

❿ L'offre du Crédit Mutuel Nord Europe

❍ **Les services standards** :

❿ **la consultation et la gestion des comptes** :

Avec leurs cartes bancaires, les clients ont accès sept jours sur sept aux quelques 300 guichets automatiques (GAB) du Crédit Mutuel en France pour retirer de l'argent et effectuer eux-mêmes des opérations courantes telles que les consultations de compte, virements, édition de Relevé d'identité Bancaire (RIB). De plus, les clients peuvent éditer leurs relevés de compte à tout moment et gratuitement grâce à la carte bancaire sur les imprimantes Libre-Service (ILS).

❿ **Financement :**

Le Crédit Mutuel Nord finance les projets de ses clients : achat d'une maison, d'une voiture, travaux quelconques...pour cela, il met à la disposition de ses clients : l'épargne logement, les crédits immobiliers, les prêts personnels, les crédits voitures...avec quelques atouts solides en plus tels que l'absence de frais de dossiers pour les projets immobiliers ou encore un financement possible jusqu'à 100% . Les clients peuvent également bénéficier d'une avance disponible à tout moment grâce à la carte préférence.

❿ **valorisation de l'épargne :**

Le Crédit Mutuel Nord Europe dispose de tous les produits d'épargne dé fiscalisés, plans et livrets qui permettent à ses clients de se constituer un capital, de dynamiser leur argent, de diversifier leur patrimoine...
De plus une gamme de placement est présente pour répondre aux attentes des clients.

❿ **L'assurance :**

assurance voiture, habitation, complémentarité santé

❍ **Les solutions personnalisées :**

Il faut savoir que le crédit mutuel facilite au maximum la gestion de l'argent de ses clients à la caisse mais aussi au téléphone ou par internet. Le crédit Mutuel est donc à la disposition de ses clients, les conseillers les accompagnent dans la gestion quotidienne de leurs comptes. Le Crédit Mutuel a mis en place depuis quelques années une formule appelée l'eurocompte :Il mensualise à tarif s privilégiés les services bancaires, découvert autorisé, banque à distance...Il est proposé aux clients cinq formules différentes selon leurs âges et leurs besoins : tranquillité, confort, sérénité les offres 18-25ans : tranquillité 18/25ans ou confort 18/25ans

❍ **Les services nouveaux** :

Dans le cadre de sa stratégie de diversification et sa volonté de développer sans cesse de nouveaux services, le Crédit Mutuel – CIC s’est lancé depuis 2005 dans la téléphonie mobile, le groupe bancaire engage ainsi une nouvelle étape dans le développement de l’opérateur virtuel avec pour objectif d’atteindre le plus rapidement possible le million de clients.

DEUXIEME PARTIE
L'ORGANISATION DU SIC

L'informatique est la base du travail en agence bancaire. Sans cela, les opérations et la gestion des comptes seraient impossible.
Le logiciel affecté au Crédit Mutuel est « DESK », chacun y a accès à partir de son poste informatique en entrant leur code confidentiel.
Seul, les salariés peuvent accéder au logiciel via le réseau intranet installé dans l'agence.

I.RECCUEIL DES INFORMATIONS

Différents moyens permettent de recueillir l'information au sein de l'agence bancaire : la clientèle, les salariés (chargé d'accueil et conseillers clientèles), la documentation liée aux marchés et à l'environnement concerné.

➓ **L'information capturée grâce à la clientèle** :

– les manifestations au niveau de l'agence : satisfaction ou réclamation
– l'envoi de mail aux conseillers permet aux clients de demander des informations sur les services proposés
– le phoning permet d'argumenter sur un service et de savoir si le client sera intéresse
– le site internet : il donne des informations sur les services

➓ **L'information recueillie via l'équipe de vente** :

– la gestion de son portefeuille client : chaque client est répertorié dans le système informatique et classé en fonction du conseiller commercial qui s'occupe de lui. Ainsi de nombreuses informations sur le client sont disponibles: passé commercial, taux d'équipement, livrets, comptes...
– les reporting : ils permettent un recueil d'informations très vaste sur les ventes et notamment sur les actions de la concurrence

➓ **L'information liée à l'environnement et au marché** :

– la publicité : informe sur les nouveaux services ou sur l'évolution des services actuels
– la presse spécialisée : donne de nombreuses informations sur la satisfaction des service vendu aux clients
– les réunions et formations de mises à jour : le siège envoie de manière régulière des invitations à des réunions ou à des formations pour être maintenu informé sur l'environnement de la banque

II . LE TRAITEMENT DES INFORMATIONS

Une fois l'information recueillie, il est nécessaire de la traiter correctement afin qu'elle puisse être facilement exploitable.

➓ **Ainsi les bases de données permettent de traiter** :
- les rendez-vous donnés à la clientèle

- les informations commerciales relatives à la clientèle

❿ **Les traitements de textes permettent** :
- l'édition de courrier commercial
- l'édition de lettre d'information

❿ **Le logiciel « desk »** :

- Il permet l'édition de documents tels : remise de chèque, de carte, ordre de virement, échange de monnaie, horaires de rendez-vous...
- Il permet également de traiter l'arrivée de nouvelles offres commerciales.

III. LE STOCKAGE DES INFORMATIONS

Bien que le système informatique soit très prisé en agence bancaire le stockage des données est en partie effectué de manière manuelle :

❿ **les classeurs** :

- les ouvertures de comptes, les prélèvements, les procurations, la documentation concernant l'automobile, l'immobilier, la chasse sont classées manuellement dans des classeurs

❿ **intranet, logiciel « desk »** :

- les informations concernant la clientèle sont stockées et mise à jour en permanence

IV. LA DIFFUSION DES INFORMATIONS

❿ **aux clients** :
- envoi de mail (newsletters) avec offres commerciales
- envoi de courriers
- publicités : les médias diffusent à la clientèle les offres de services proposées : PLV, télévision, radio, internet

❿ **aux collègues** :
- la messagerie interne permet la diffusion d'information de manière discrète au sein de l'agence bancaire
- les mails vont également permettre la diffusion d'information aux collègues

❿ **au responsable de l'unité commerciale** :

- le tableau de bord transmet les objectifs atteints par les commerciaux en terme de chiffre d'affaires par exemple

❿ **au siège** :
- la mise en place de réunion, de séminaires peuvent communiquer au siège les performances commerciales issues de l'entreprise