



TENDANCE SERVICES FINANCIERS

Les grandes institutions bancaires emboîtent le pas.

Les nouvelles succursales de la banque Wachovia Corp. comptent davantage d'aires communes et de jeux, et les traditionnels guichets ont cédé leur place à de longs comptoirs rappelant ceux des concierges des grands hôtels.

Wachovia a l'intention d'aménager entre 70 et 100 succursales "repensées" cette année.

Quant à la PNC Bank, propriété de PNC Financial Services Group Inc., elle inaugurerait cette année plus de 40 succursales dotées de cafés Internet et de coins café...

L'austère banque se refait une beauté. Les succursales bancaires se métamorphosent En café Internet, centre d'information interactif, oasis de yoga et salles de cinéma.

L'intensification de la concurrence en matière de dépôts bancaires incite maintes banques à moderniser leurs installations dans le but d'attirer l'attention de la clientèle. Les succursales délaissent leurs infrastructures spartiates pour faire place à des édifices aux allures de cafés et de boutiques de détail. Ces grands espaces aux lignes plus harmonieuses, offrant davantage d'aires communes et d'activités encourageant la clientèle à s'y attarder plus longtemps - et à se procurer davantage de produits bancaires.



La Umpqua Bank, propriété de Umpqua Holdings Corp., qui possède des succursales en Oregon et en Californie, est en train de construire 11 succursales dotées de canapés, d'accès Internet Wi-Fi et d'écrans de projection (dans certaines succursales) que l'on descend du plafond pour les "soirées cinéma".

La Pilot Bank, propriété de Pilot Bancshares Inc. de Tampa (Floride), aménage des aires de jeux pour les enfants. Et la Union National Community Bank, filiale de Union National Financial Corp. de Pennsylvanie, troque sa marque commerciale sur ses enseignes pour l'appellation Gold Café : les employés y sont formés pour préparer des cafés Espresso et faire la promotion de ses produits bancaires.

Virage

Les grandes institutions bancaires emboîtent le pas. Les nouvelles succursales de la banque Wachovia Corp. comptent davantage d'aires communes et de jeux, et les traditionnels guichets ont cédé leur place à de longs comptoirs rappelant ceux des concierges des grands hôtels. Wachovia a l'intention d'aménager entre 70 et 100 succursales "repensées" cette année. Quant à la PNC Bank, propriété de PNC Financial Services Group Inc., elle inaugurerait cette année plus de 40 succursales dotées de cafés Internet et de coins café.



TENDANCE
SERVICES
FINANCIERS

L'austère banque se refait une beauté. Les succursales bancaires se métamorphosent En café Internet, centre d'information interactif, oasis de yoga et salles de cinéma.



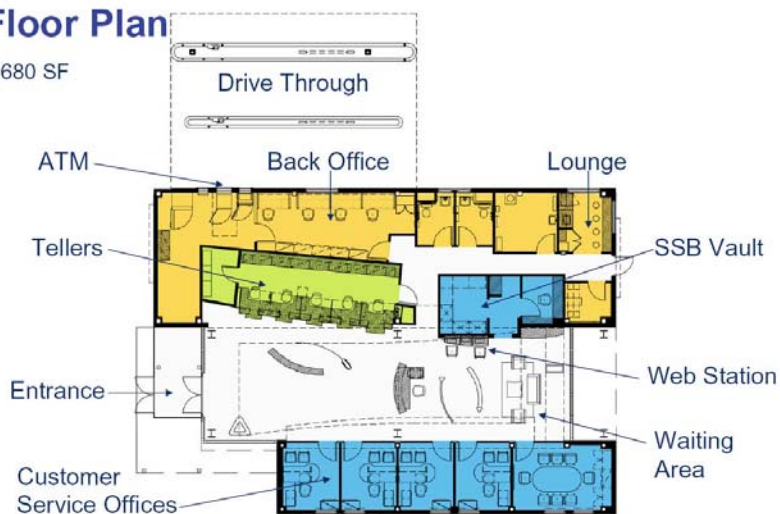
Ces initiatives marquent un tournant pour l'industrie bancaire, qui encourage depuis de nombreuses années la clientèle à privilégier les services en ligne ou les guichets automatiques.

Confrontés à un ralentissement de la croissance des dépôts et à des bénéfices bancaires soumis à de rudes pressions - "les banquiers réalisent que le trafic au sein d'une succursale constitue le meilleur moyen d'attirer une plus grande clientèle", dit Paul McAdam, directeur général chez BAI, un organisme professionnel du secteur des services financiers de Chicago qui mène actuellement une étude sur les stratégies bancaires



Floor Plan

3,680 SF



Résultats

Un certain nombre de banques soulignent que ces modifications au niveau du design portent leurs fruits, constatant une nette augmentation de dépôts et un taux de roulement moindre.

CONCEPT INSPIRÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL - RÉDUCTION DE 50% DES COÛTS D'AMÉNAGEMENT - 85\$ US / P.C.



À L'ÉCOUTE DE VOS BESOINS



TENDANCE SERVICES FINANCIERS



Washington Mutual Inc. reconnaît le rôle qu'a joué le design de sa succursale Occasio dans l'ouverture de près de 900 000 nouveaux comptes de chèque l'an dernier, soit une augmentation de 10 % par rapport à 2004.



La Bank of Smithtown, propriété de Smithtown Bancorp de Hauppauge (New York), a aménagé des coins café et installé des tabourets et des téléviseurs à écran plasma dans près de la moitié de ses 13 succursales actuelles. Quant aux trois nouvelles succursales ouvertes l'an dernier, elles ont représenté près du tiers des 183 millions \$ US générés par la croissance du volume des dépôts bancaires pour l'année.



Washington Mutual Inc. reconnaît le rôle qu'a joué le design de sa succursale Occasio dans l'ouverture de près de 900 000 nouveaux comptes de chèque l'an dernier, soit une augmentation de 10 % par rapport à 2004. Le mois dernier, la filiale de banque de détail de WaMu a rapporté des bénéfices en hausse de près de 11 % au premier trimestre.

Dépenses

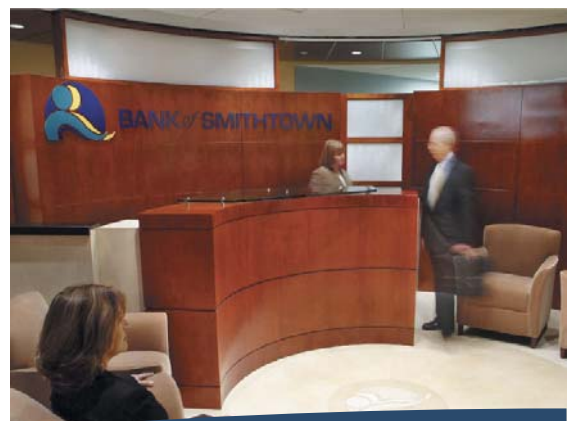
Aux dires de certains analystes, les banques ne pourront soutenir ces fortes dépenses liées à l'élaboration de nouvelles succursales en raison du ralentissement de la croissance des dépôts bancaires et de la flambée des coûts de construction. Mais aux dires de certaines institutions bancaires, les designs novateurs aident à résoudre le problème, leurs coûts de construction étant moins élevés.



La Umpqua Bank affirme que ses plus petites succursales qu'elle appelle magasins de quartier, correspondent à la moitié de la taille de ses succursales traditionnelles et peuvent être érigées en 45 jours, contre 120 jours pour une succursales bancaire type. Umpqua affirme que les coûts de construction sont ainsi diminués de 50%.



"Our new branches enhance the environment for delivering our special brand of service by replacing old-fashioned teller lines with customer-friendly service areas and computer screens that provide customers with the information they need to make good choices."



À L'ÉCOUTE DE VOS BESOINS



TENDANCE SERVICES FINANCIERS

Les grandes institutions bancaires emboîtent le pas.

L'austère banque se refait une beauté avec des concepts soucieux de l'environnement

Les banques modifient en outre la formation offerte aux employés afin d'accroître l'efficacité et la vente des produits bancaires.



Citizens Financial Group Inc., filiale de RBS, recherche des candidates possédant de l'expérience dans le domaine de la vente du détail. Et la Commerce Bank, de commerce Bancorp Inc. les directeurs de succursales prennent avantage de décisions concernant l'octroi de prêts, ce qui accélère grandement le processus. Les banques revoient également leur stratégie marketing interne.



A titre d'exemple, les brochures dépeignant les produits et services offerts cèdent la place aux présentoirs ou outils d'affichage numérique permettant à la clientèle de visualiser les produits bancaires disponibles. Bank of America Corp., qui a annoncé en 2003 la construction de 550 nouvelles succursales spécialement aménagées sur une période de trois ans, a déjà installé dans près du tiers de ses succursales des maisons en trois dimensions faisant quelque six pieds de hauteur. Appelées "centres d'hypothèques", elles favorisent la promotion des produits hypothécaires de la banque.

PAR JANE J. KIM
THE WALL STREET JOURNAL –
Juillet 2006

Article rédigé avec la collaboration d'Ann Carrns et R. Tremblay

