



Conseiller Banque

Document réalisé par la MIP de Louhans (www.mip-louhans.asso.fr)

avec la collaboration de formateurs, de professionnels

Mars 2012

Mise à jour partielle : 2018

Le Conseiller



Le secteur de la banque a beaucoup évolué en quelques années dans un secteur devenu très concurrentiel : les banques proposent des produits d'assurance et de mutuelles, les assurances proposent des crédits...

Quel que soit le public auprès de qui les conseillers interviennent (particuliers, professionnels...), le métier de conseiller s'oriente vers des **compétences de plus en plus commerciales**.

Les Missions du conseiller

Un conseiller clientèle a la charge d'un portefeuille clients : il doit conseiller, fidéliser et vendre des produits et services.

● La prospection

L'objectif du conseiller est de remplir son agenda de rendez-vous.

- Il peut utiliser son portefeuille de clients en faisant des appels ciblés (pour vendre un crédit auto, proposer une assurance) et en appeler certains pour leur proposer de faire le point...
- Il peut essayer de trouver de nouveaux clients, mais c'est très difficile car la concurrence est forte. En général, il s'appuie sur le réseau familial (les enfants qui ouvrent un compte dans la banque de leurs parents), le bouche-à-oreille (un client satisfait qui en parle à un autre), de nouveaux arrivants...

Son principal outil est le téléphone, car les clients se déplacent de moins en moins en agence (beaucoup utilisent internet pour faire des virements, consulter leurs comptes...).

Le conseiller appelle des personnes pour essayer de les faire venir en rendez-vous pour le rencontrer. Il utilise les techniques habituelles de prospection par téléphone : il se présente, il décrit la raison de son appel, il expose les produits et services qu'il peut proposer et argumente, il répond aux différentes objections de la personne et fixe un rendez-vous.

Le niveau minimum requis pour entrer en banque est le Bac+2 principalement de commercial.

● Le conseil et la vente de produits et de services

La vente et le conseil sont très liés.

- Pour pouvoir conclure un contrat avec un client, un conseiller doit le convaincre de l'intérêt de ce produit ou de ce service. Un conseiller :
 - Analyse les besoins du client, fait le point sur sa situation.
 - Informe son client des produits et services qu'il peut proposer (crédit, assurance, mutuelle...). Il en explique les avantages, les conditions... Son but est de vendre ses produits et services, il a une démarche commerciale.
 - Calcule ce que cela va coûter au client, explique quel sera le montant des cotisations...
 - Conclut la vente en établissant un contrat. Il doit être capable de monter des dossiers de financement, de crédit, d'assurance... Il prépare les dossiers d'un point de vue administratif : il faut remplir les contrats, les éditer, joindre les pièces justificatives...
- Un conseiller clientèle doit vendre des produits et des services, mais il doit surtout fidéliser sa clientèle. Il doit rester présent en proposant des rendez-vous pour faire un bilan de la situation de la personne. Certains produits contraignent le client à rester dans l'établissement (crédit, épargne...). Plus le conseiller vendra des services et des produits à un client, moins celui-ci risque de partir. Un très bon relationnel est indispensable.

**Christophe, directeur
d'une agence bancaire.**

Christophe est représentatif du secteur : il a commencé comme attaché de clientèle avant d'occuper plusieurs autres postes et de devenir chef d'agence. « Le secteur bancaire permet à quelqu'un qui le souhaite d'évoluer, c'est même presque un impératif. Lors d'un recrutement, une personne qui ne montre aucune envie de progresser professionnellement ne sera pas retenue. On veut des candidats motivés, mobiles, dynamiques, curieux... »

De nombreux métiers

Ce ne sont pas les métiers qui manquent dans le secteur bancaire : d'attaché clientèle on peut passer à conseiller clientèle auprès de particuliers, puis, si on en a les compétences, s'orienter vers les professionnels. Si on souhaite s'occuper des clients les plus fortunés, on peut devenir conseiller en gestion du patrimoine, mais cela exige de solides connaissances en fiscalité, droit, finance... On peut aussi devenir chef d'agence comme Christophe.

« Le poste de chef d'agence n'est pas forcément une fin en soi. C'est un poste très usant et stressant, je ne me vois pas forcément faire ça jusqu'à mon départ en retraite. Je sais que je pourrais, si je le souhaite, devenir animateur pour former les nouvelles recrues ou effectuer des missions transversales au siège... Les possibilités sont nombreuses. »

Les différents postes

L'agence de Christophe appartient à un réseau qui couvre tout le centre-est de la France. Le siège se trouve à Lyon. Christophe nous présente son agence : « nous sommes 8 en permanence à l'agence. Des conseillers spécialisés viennent en plus quelques jours par semaine pour s'occuper de certains clients. Ils tournent sur plusieurs agences. Nous avons une vocation essentiellement commerciale.

Nous avons tout d'abord une personne à l'accueil. C'est une personne qui travaille depuis longtemps chez nous. Dans les autres agences, ce sont les attachés de clientèle qui tournent pour occuper l'accueil chacun à leur tour.

C'est un poste très important, car c'est la première personne que rencontrent les clients. Elle doit donner une bonne image de la banque. Elle est très vigilante sur les règles de politesse. Elle fait l'accueil physique et téléphonique. Elle se charge aussi de tout ce qui concerne les différents automates qu'utilisent les clients dans notre hall : elle charge l'argent, l'enlève, aide les clients

Conditions de travail

● Où ?

- Un conseiller travaille essentiellement dans un bureau dans son agence. Il se déplace très rarement, car il a besoin de l'informatique pour travailler.

● Comment ?

- Il est autonome pour la prise de ses rendez-vous, la conduite de ses entretiens, la rédaction et la conclusion de contrats...
- Mais il travaille sous la responsabilité du chef d'agence qui contrôle ses dossiers, vérifie l'avancée de sa prise de rendez-vous, la progression pour l'atteinte de ses objectifs...
- Il travaille en équipe avec d'autres conseillers, spécialisés ou non. Il doit renvoyer sur les bons interlocuteurs lorsqu'il n'a pas les compétences pour gérer une demande.

● Quel rythme ?

- Il travaille la semaine, mais aussi les samedis et après 17h pour pouvoir accueillir ses clients.

● Quelles contraintes ?

- Un conseiller subit une forte pression de la part de sa hiérarchie. Il a des objectifs à atteindre en terme de montants (placer tant d'argent), mais aussi de produits (vendre tant de cartes, tant de crédits...). Il faut donc être solide nerveusement et être en capacité de prendre du recul...
- Il subit également une certaine pression de la part des clients : impatience, agressivité...

Qualités et compétences requises

Un conseiller clientèle doit :

- Avoir de bonnes capacités relationnelles, c'est un métier de contact avant tout. Il doit se montrer chaleureux, à l'écoute, diplomate, convaincant et toujours garder le sourire.
- Avoir une bonne aptitude à la vente.
- Avoir une bonne présentation, une bonne élocution, une bonne culture générale...
- Savoir travailler en équipe : il est en relation avec d'autres conseillers, sa hiérarchie, des services spécialisés...
- Faire preuve de rigueur et d'autonomie pour la gestion des dossiers (ne pas oublier une signature, une pièce...) et l'évaluation des risques (ne pas proposer un service que le client ne peut pas assumer financièrement).
- Avoir des connaissances techniques variées en droit, fiscalité, comptabilité... et surtout maîtriser parfaitement les produits et services de son établissement.
- Savoir utiliser l'informatique car aujourd'hui tout est informatisé.
- Savoir s'adapter aux clients, aux demandes, aux situations, mais aussi aux évolutions de son établissement (nouveaux produits, changement de critères...).

lorsqu'ils rencontrent des difficultés... Elle fait les opérations de base comme donner une carte bleue ou un chéquier, expliquer comment faire un virement à l'international, donner les premiers renseignements... »

L'Attaché de clientèle

Christophe a dans son équipe 3 attachés de clientèle. « Un attaché de clientèle s'occupe des clients qui ont des moyens limités, ils sont environ 3 000 chez nous. Ce sont des personnes qui ne peuvent pas forcément épargner ou se lancer dans un projet immobilier, mais ils peuvent avoir besoin d'assurances, de crédits à la consommation... Tous les clients sont importants, il ne faut négliger personne. »

Le temps de travail de l'attaché de clientèle est réparti entre l'accueil, ici occupé par une autre personne, et ses rendez-vous commerciaux. « L'objectif d'un attaché de clientèle est avant tout commercial. Il doit fixer des rendez-vous avec des clients pour les recevoir en entretien conseil et essayer d'effectuer une vente ou tout du moins réaliser une opération comme un virement automatique sur un compte épargne. »

Un attaché de clientèle doit avoir au moins 5 rendez-vous par jour. « C'est très important et je surveille leur agenda de près. Leur planning de la semaine doit être rempli une semaine à l'avance. Obtenir des rendez-vous est quelque chose de très exigeant, les clients viennent rarement spontanément chez nous, il faut aller les chercher. Le plus efficace reste encore le téléphone. Par exemple, l'attaché repère dans son fichier les clients qu'il n'a pas vus depuis longtemps et il les appelle pour leur proposer de faire le point sur leur situation. C'est déjà une approche commerciale : il doit être persuasif, argumenter, mais sans donner le sentiment au client de le forcer. Il doit parfois passer de nombreux appels avant de décrocher un rendez-vous, cela peut être frustrant. Je suis là pour les motiver, les accompagner. »

On cherche régulièrement à conquérir de nouveaux clients, même si cette ambition reste difficile. Les nouveaux clients sont souvent les enfants de nos clients, les nouveaux arrivants dans la région, les personnes qui viennent sur les conseils d'un de nos clients... J'essaie de mon côté d'être vigilant aux nouvelles entreprises qui s'implantent pour aller leur présenter nos services. Avoir des entrepreneurs chez nous, c'est forcément intéressant. »

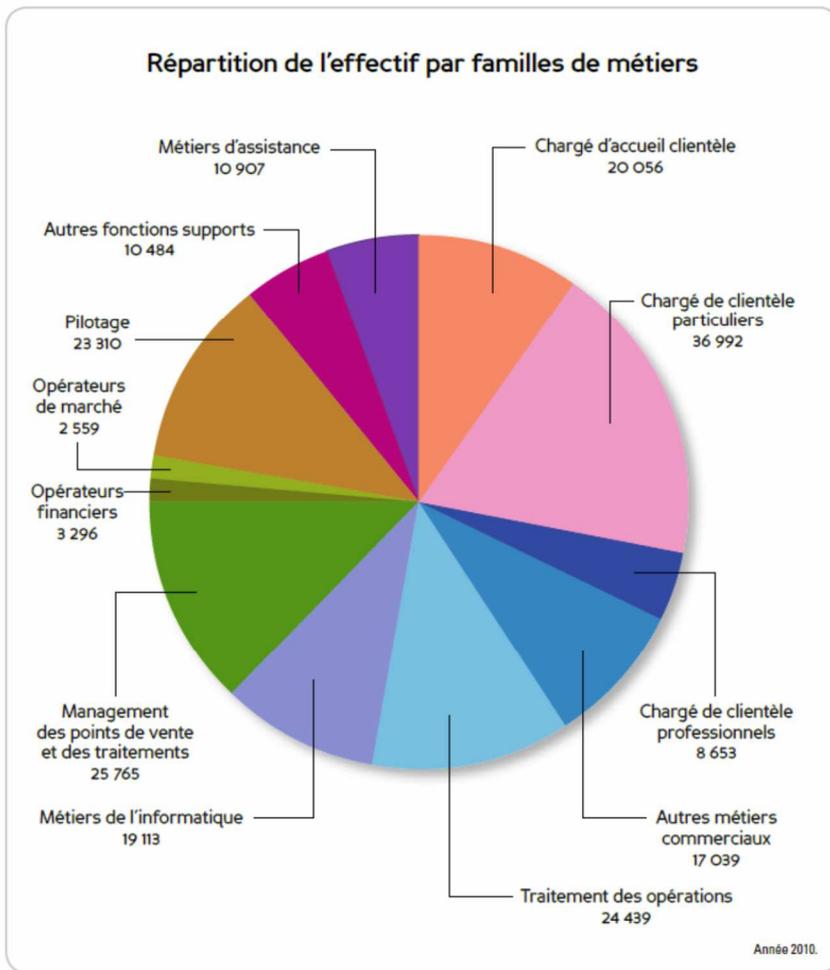
Une fois l'agenda rempli, l'attaché reçoit pendant 1h/1h30 son client en face-à-face. « Le fait qu'un client vienne est une première victoire, mais n'est pas suffisant. Il faut essayer de lui proposer de nouveaux services ou produits. Mais attention, nous avons un important rôle de conseil, nous ne sommes pas là pour vendre à tout prix. Contrairement au secteur de l'assurance, les attachés ne sont pas payés à la commission. Leur salaire ne va pas dépendre de la vente de tel ou tel produit. Bien sûr, ils ont des objectifs à atteindre sur l'année, mais s'ils ne les atteignent pas, ils ne vont pas perdre de salaire. C'est sur leur prime que cela se ressentira. »

Lors du rendez-vous, l'attaché déroule son argumentaire. « Il commence d'abord par préparer son entretien en regardant la situation du client, ensuite il utilise une méthode de vente. Il faut conseiller le client, le ramener parfois à la raison lorsque sa demande est inenvisageable, montrer ce que nos produits peuvent lui apporter... Il y a un gros travail d'écoute. Déjà à ce poste, il faut avoir un minimum de connaissances fiscales et juridiques : un attaché peut avoir un client mineur, une personne sous tutelle... »

Le conseiller clientèle particuliers

Ils sont deux à l'agence et gèrent 400 à 450 clients. « Ce sont des clients qui ont déjà plus de moyens financiers, ce sont les classes moyennes. Comme les attachés de clientèle, ils doivent remplir leur planning de rendez-vous. Cela reste difficile, mais il y a plus de moyens « d'accrocher » le client : ce sont des clients qui peuvent avoir des projets immobiliers, des besoins de conseils financiers... Ils sont plus demandeurs. »

Le conseiller clientèle particuliers doit donc avoir des compétences et des connaissances plus pointues. « Plus le niveau de clientèle augmente, plus le conseil doit être pointu et plus le conseiller doit avoir de connaissances. Nous proposons



Sources : « Les 12 familles des métiers de la banque » Edition 2011, réalisé par l'Observatoire des métiers, des qualifications et de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes dans la banque. Disponible sur : <http://www.observatoire-metiers-banque.fr> (rubrique « les études de l'observatoire »).

Chiffres-clés

- Les métiers liés à la fonction commerciale représentent 59% des effectifs et 52% des embauches.
- 39 000 agences bancaires environ en 2011.
- Environ 371 000 salariés en 2010.
- Le Bac+2 est encore très demandé pour les métiers commerciaux en agence, c'est le niveau minimum requis. En 2010, 43% des recrutements ont concerné des Bac+2 (41% en 2 000).
- Le Bac+4/5 est en augmentation (chargé de clientèle professionnels ou entreprises, conseiller du patrimoine, fonctions support au siège). En 2010, 45% des recrutements ont concerné des Bac+4 (37% en 2000).
- 65% des recrutements en 2010 concernaient des moins de 30 ans
- Les cadres représentent 52% des effectifs en 2010 : embauche à Bac+4/5 ou par promotion interne des techniciens (3% en 2010).
- 8 300 personnes en alternance. Plus d'1 jeune sur 2 est embauché par l'entreprise qui l'a accueilli en apprentissage.

Débouchés

- Les débouchés restent importants dans le domaine de la banque (**30 000 embauches en 2010**).
- Le recrutement se fait au niveau du siège administratif et non pas de l'agence (le responsable d'agence intervient peu au cours du recrutement). Le processus de recrutement peut être long.
- Les banques cherchent en priorité des personnes ayant un profil commercial, un bon sens relationnel, une bonne présentation et une capacité à évoluer... La connaissance de l'aspect technique du métier est un plus, mais n'est pas obligatoire (il existe des formations internes).

beaucoup de formations en interne, nous sommes d'ailleurs encouragés à les suivre. C'est indispensable pour suivre les évolutions fiscales, juridiques... C'est un secteur où on ne peut pas se reposer sur ses acquis, il faut avancer, être curieux... »

Le conseiller clientèle professionnels et la prise de risque

Il existe un poste à l'agence. Ce conseiller s'occupe des professionnels : agriculteurs, artisans, commerçants, viticulteurs, professions libérales... Il gère leurs comptes professionnels et personnels. « Ce sont des clients que je trouve passionnants. C'est un poste que j'ai beaucoup aimé occuper avant de devenir chef d'agence. C'est très intéressant et valorisant de participer aux projets de ces professionnels, de les conseiller et de les aider à développer leur activité. Nous sommes au cœur de l'économie. Et c'est aussi plus technique : il faut par exemple être capable d'aider un agriculteur à s'installer. Le conseiller doit savoir interpréter un bilan, donner des conseils fiscaux... »

Comme il est impossible de tout connaître, nous avons des documents en interne qui aident le conseiller à prendre sa décision. Par exemple, une personne prend rendez-vous pour un projet d'installation comme coiffeuse, je peux me référer à une fiche qui me liste les investissements nécessaires, les risques (concurrence forte...), les points sur lesquels il faut être vigilant... On ne peut pas prêter sans avoir au préalable bien étudié le dossier, c'est la même chose pour tous nos clients. Nous prenons à chaque prêt un risque, celui de ne pas être remboursé et de perdre de l'argent. Il faut donc anticiper les problèmes, ne pas prêter au-delà de ce que la personne peut rembourser. Il est cependant impossible de tout prévoir : un client peut perdre son emploi, un autre peut voir son salaire baisser, l'activité de l'entreprise peut chuter... Les accidents de la vie sont nombreux.

Nous sommes donc amenés à prendre des décisions parfois difficiles. Par exemple tous les matins, je consulte, comme mes conseillers, la liste des clients qui sont à découvert et pour lesquels la banque doit donner son autorisation pour un prélèvement, un chèque... Un conseiller peut prendre cette décision lui-même jusqu'à un certain niveau de découvert. Passée une certaine somme, c'est de mon ressort. C'est toujours une décision difficile à prendre : si je bloque les débits sur le compte d'une entreprise, elle ne pourra peut-être pas payer ses salariés. C'est la même chose pour un conseiller à qui un client demande 30€ pour manger. Il faut faire preuve d'empathie et savoir rester humain, mais il faut aussi être ferme, on ne peut pas se permettre de perdre de l'argent. Lorsque vous annoncez à un entrepreneur que son activité doit cesser et qu'il s'effondre devant vous, vous ne pouvez pas rester insensible. »

L'image des banquiers

Les banquiers ont souvent une mauvaise image. « Les gens nous rendent facilement responsables de leurs problèmes : « c'est le banquier qui n'a pas voulu ». Les gens ont une relation très particulière avec l'argent, ce qui est normal. Ils sont donc plus facilement susceptibles sur le sujet. Il n'est pas rare d'avoir des clients agressifs, ce sont toujours des situations délicates à gérer. Les agressions sont la plupart du temps verbales, mais je connais des collègues qui ont subi des attaques physiques. Il faut prendre beaucoup de recul par rapport à ça. »

Pour postuler

► Voici les 5 principaux groupes bancaires

- BNP Paribas : <http://www.bnpparibas.com> rubrique « emploi-carrières »
- Société générale (qui comprend aussi le Crédit du Nord et Boursorama) : <http://careers.societegenerale.com>, <http://recrut.credit-du-nord.fr>
- Groupe BPCE (Banque populaire, Caisse d'Épargne, Crédit Foncier...) : <http://www.bpce.fr/recrutement>
- Groupe Crédit agricole (qui comprend aussi LCL) : <http://www.mycréditagricole.jobs/>
- Groupe CM10-CIC (Crédit mutuel et CIC) : <http://www.creditmutuel.fr> et www.cic.fr

Salaire

- Le secteur de la banque est encadré par la convention collective n°3161 du 10/01/00. Les salaires sont détaillés ci-dessous pour chaque poste.

Panorama des métiers de la banque

Les Postes en agence

On distingue la « banque de réseau » (appelée aussi « banque de détail ») qui désigne le réseau des agences bancaires ouvertes au public (80% des postes dont 50% en relation directe avec les clients) et la « banque d'investissement et de financement ».

Les métiers de la banque de réseau :

● Conseiller d'accueil

Autres intitulés : chargé d'accueil, attaché commercial en agence... (c'est l'ancien guichetier).

Missions :

- Accueil physique et téléphonique des clients
- Opérations simples (versement, retrait d'espèces, aide à l'utilisation des distributeurs...)
- Gestion et suivi de clientèle
- Proposition de produits bancaires simples
- Orientation vers un conseiller clientèle particuliers
- Entretien commercial possible en rendez-vous

Même à ce poste, le conseiller a des objectifs à remplir.

Profil : Bac+2 à Bac+3 en banque ou commercial

Salaire : environ 1 519€ brut par mois en début de carrière (soit 1 160€ nets environ). En général le salaire est de 1 200 à 1 300€ net par mois hors primes et intéressement.

Evolution possible : conseiller clientèle particuliers

Tendance liée à l'emploi : effectifs en légère baisse depuis 2004 (- 4 000).

Entre 3 000 et 4 000 recrutements par an (3 710 en 2010).

● Après de particuliers

► Conseiller clientèle particuliers

Autre intitulé : chargé de clientèle particuliers

Missions : il gère un portefeuille de clients

- Prospection et fidélisation de la clientèle
- Démarche commerciale, vente de produits et services : crédit immobilier, crédit à la consommation, épargne, moyens de paiement...

Profil : Bac+2/3 en banque ou commercial

Salaire : environ 1 545€ brut par mois en début de carrière hors primes

Evolution possible : conseiller clientèle professionnels, responsable d'agence...

Tendance : effectifs en hausse depuis 2004 (+ 6 000).

Environ 3 000 recrutements par an.

► Conseiller en patrimoine

Missions : il gère des clients qui ont un patrimoine financier et immobilier conséquent.

- Prospection et fidélisation de la clientèle
- Gestion des placements (immobilier, assurance, œuvre d'art...)
- Mise en place d'une stratégie sur l'ensemble des biens en tenant compte de la fiscalité et des contraintes juridiques de chaque investissement (il travaille en lien avec des juristes, des spécialistes de l'immobilier et des fiscalistes)

Profil : Bac+4/5 en gestion de patrimoine ou en école de commerce.

Salaire : environ 2 098€ brut par mois en début de carrière hors primes

Evolution possible : postes de gestion de fortune ou d'encadrement

Tendance : environ 8 700 personnes en 2010. Effectifs en baisse (- 2 000 entre 2005 et 2010).

Christophe remarque aussi un changement d'attitude des clients. « Les clients, mais c'est vrai dans la société en générale, veulent tout, tout de suite. Ils font donc pression sur leur conseiller. Il faut donc être très réactif : si vous mettez des jours à établir un devis pour une assurance auto, le client ira à la concurrence. C'est de l'argent que l'agence n'aura pas et c'est du temps perdu pour le conseiller. Par exemple, si un conseiller passe 3 à 4 jours à travailler sur un dossier de prêt immobilier et que le client décide de ne pas donner suite, c'est très frustrant. »

Le rôle du chef d'agence

« Aucune de mes journées ne se ressemble, car j'ai beaucoup de choses à faire. Une part importante de mon métier est de gérer les risques de perte d'argent. Je fais donc beaucoup de contrôles administratifs des contrats faits par les conseillers : une signature ou un parafe qui manquent et le client peut se retourner contre nous et ne plus payer ou nous demander des dommages et intérêts. C'est pour cette raison que nous devons tous, chacun à notre niveau, être très rigoureux. Une erreur engage la banque et peut être lourde de conséquence. On ne peut pas se permettre dans ce métier de laisser des dossiers en attente, de faire les choses en dilettante. Si un client attend un versement pour acheter une maison et que son conseiller tarde à transmettre les papiers, il peut rater la vente. Ce sera mauvais pour nos résultats et pour notre image de marque. »

Christophe est manager d'équipe. Il s'occupe d'établir les plannings mensuels des conseillers en incluant les périodes en formation, les congés, les plages horaires prévues pour les rendez-vous... « Tous les rendez-vous ont lieu à l'agence, ce n'est plus possible d'aller au domicile des clients car tout est informatisé. Nous avons un site intranet où toutes les informations sont réunies : un conseiller peut faire des simulations, établir les contrats... Il n'a même presque plus besoin de calculer. »

Christophe se voit plus dans l'accompagnement que dans la surveillance. « Bien sûr, je contrôle l'agenda des conseillers, leurs résultats... Il ne faut pas oublier que je dois rendre des comptes à ma hiérarchie et que je suis moi aussi jugé sur la performance de l'agence. Mais, je fais en sorte que cela se passe le mieux possible. Si je vois qu'un conseiller n'a pas rempli son agenda, on en parle ensemble, on essaie de trouver des solutions, je le remotive... La banque est un secteur où il faut savoir travailler en équipe, c'est un collectif. Nous avons deux réunions d'équipe par semaine, je vois chaque conseiller en entretien individuel une fois par semaine. Pour avoir de bons résultats, nous devons tous être solidaires. Il n'y a pas de place pour les individualistes. Les clients sont rattachés à un conseiller, mais nous pouvons tous à un moment ou à un autre le renseigner. Si un conseiller rencontre des difficultés à un moment, d'autres peuvent l'aider. Mais si le collectif est important, l'autonomie l'est tout autant. Un conseiller doit être apte à prendre ses décisions seuls et à les assumer. Il ne doit pas attendre des autres de lui dire comment s'organiser. »

Un stress très présent

Christophe revient régulièrement sur le stress subi par les salariés de l'agence. « Il y a du stress et de la pression à tous les niveaux. Même si j'essaie que cela se passe le mieux possible au sein de l'agence, nous avons des objectifs à atteindre, les conseillers individuellement, comme l'agence. Rien n'est jamais acquis : les résultats sont variables d'une année sur l'autre. Il faut donc toujours se remettre en question. »

● **Auprès de professionnels**

► **Conseiller clientèle professionnels**

Autre intitulé : chargé de clientèle professionnels

Missions : il a pour clients des professions libérales, des entrepreneurs individuels, des artisans, des commerçants... A partir d'un certain chiffre d'affaires, le client est géré par un conseiller clientèle entreprise.

- Prospection et fidélisation de la clientèle
- Accompagnement au quotidien dans le développement de l'activité de ses clients
- Etablissement d'une convention qui définit l'ensemble des prestations offertes par la banque (facilités de caisse, crédits, assurances...)
- Conseils auprès des dirigeants (dossiers de crédit, placement...) d'où des connaissances en fiscalité plus importantes
- Gestion du risque importante (connaître les risques d'une filière avant d'accorder un crédit par exemple)

Il est amené à effectuer des tâches plus techniques (il a, par exemple, de connaissances plus poussées en fiscalité).

Profil : Bac+4/5 en banque ou finance ou expérience comme conseiller clientèle particuliers

Salaire : environ 1 657€ brut par mois en début de carrière hors primes

Evolution possible : responsable d'agence...

Tendance : effectifs très légèrement en hausse depuis 2004 (+ 700).

650 recrutements en 2010.

► **Conseiller clientèle entreprise**

Il intervient auprès d'entreprises de taille importante.

Il a le même rôle qu'un conseiller clientèle professionnels, mais doit avoir des connaissances juridiques et fiscales encore plus poussées.

Tendance : environ 8 300 en 2010. Effectif en hausse (+ 1 980 personnes par rapport à 2005).

► **Conseiller clientèle agricole**

Certaines banques ont des conseillers spécialisés dans un secteur.

Un conseiller clientèle agricole maîtrisera les aides à l'installation, les assurances propres à ce secteur (bâtiments importants, matériels onéreux...)...

● **Responsable d'agence**

Autres intitulés : chef d'agence, responsable d'un point de vente...

Missions :

- Mise en place de la stratégie commerciale de l'agence, de sa rentabilité... Il a des objectifs globaux à atteindre
- Pilotage des actions publicitaires locales, représentation de la banque localement...
- Participation au suivi des clients notamment les entreprises, les collectivités, les institutions
- Maîtrise des risques : gestion des litiges, suivi et contrôle des dossiers de crédits accordés par les conseillers, décision de clôturer un compte...
- Activité managériale : répartition et organisation du travail de l'équipe; gestion du personnel, suivi des objectifs personnalisés des salariés, formation en interne...

il manage l'équipe, répartit les tâches, développe la stratégie commerciale de l'agence...

Profil : expérience comme conseiller clientèle particuliers et professionnels.

Salaire : 1 893€ brut par mois en début de carrière hors primes

Tendance : environ 16 000 personnes en 2010.

Il est donc bien évident que notre profession est particulièrement stressante, il faut arriver à prendre du recul et à laisser ses soucis de côté lorsqu'on rentre le soir. Mais ce n'est pas facile, j'ai déjà passé de mauvaises nuits. Il faut être résistant et savoir encaisser les coups. Nous avons beaucoup de décisions à prendre, parfois lourdes de conséquence, il faut le faire vite et être sûr de soi. Une personne hésitante n'a pas sa place en banque. »

La politique de recrutement

Christophe nous explique que les recrutements se font au niveau du service ressources humaines à Lyon. « Pour une embauche en CDI, ce n'est pas de mon ressort. Les candidats doivent adresser un courrier à Lyon ou passer par le site internet de la banque. Ensuite, ils sont convoqués à une série de tests et d'entretiens. S'ils sont retenus, ils passent leur période d'essai dans une agence pour être formés sur le terrain. Les premiers mois sont très intenses, car il faut apprendre et retenir beaucoup de choses. Nous proposons un grand nombre de produits et services, il faut du temps pour bien les assimiler. Si les personnes donnent satisfaction, elles obtiennent un poste dans une agence.

Bientôt, l'une de mes conseillères va partir en congé maternité. Comme il s'agit d'un recrutement en CDD, je peux m'en charger moi-même. De même, je m'occupe des entretiens pour les personnes qui sollicitent un poste chez nous dans le cadre d'une mutation interne. »

Lorsqu'une personne de l'extérieur est recrutée, elle commence par le poste d'attaché de clientèle. « C'est automatique, quel que soit le niveau de diplôme. Il faut au minimum être titulaire d'un Bac+2. Ce qui est recherché avant tout c'est le potentiel commercial et la capacité à évoluer et la mobilité. Il faut des personnes qui ont le sens du contact, de la rigueur, qui font preuve de discrétion, qui ont l'esprit d'équipe... Et une bonne présentation : un conseiller est l'image de la banque, il doit donc être poli, avoir une bonne expression écrite comme orale, une bonne culture générale... »

Les recrutements sont encore nombreux, même si le volume d'embauche s'est réduit. « 30% des salariés du secteur bancaire vont partir à la retraite dans les 10 ans à venir, il y aura donc des postes à pourvoir. Mais, tous ne seront sans doute pas remplacés. Aujourd'hui, avec les agences bancaires en ligne, les clients peuvent effectuer un certain nombre de démarches sans venir à l'agence. Il devient encore plus difficile de les solliciter pour venir en rendez-vous. Et cela va avoir aussi un impact sur le nombre de salariés par agence. A l'avenir nous seront peut-être moins nombreux. »

Les autres postes

► Les métiers de la banque de financement et d'investissement

- Opérateur de marché
- Banquier conseil
- Concepteur et conseiller en opération et produits financiers. Effectifs en augmentation depuis 2004 (+ 1 500). 380 embauches en 2010 (Bac+4 ou plus).

► Les métiers de traitement et d'appui

- Responsable d'unité
- Technicien administratif des opérations bancaires. Effectifs en baisse depuis 2004 (- 11 000). 1 260 embauches en 2010 (Bac+2 à Bac+4 ou plus).
- Informaticien. Effectifs en hausse depuis 2004 (+ 8 000). 1 460 embauches en 2010 (Bac+4 ou plus).

► Les métiers support

Effectifs en hausse (+ 5 000 depuis 2004). 2 040 embauches en 2010 (Bac+4 minimum).

- Communication (1 293 personnes)
- Ressources humaines (4 900 personnes)
- Contrôle : inspecteur et responsable de conformité (4 200 personnes)
- Métiers du chiffres : comptabilité et contrôle de gestion (1 900 personnes)
- Juriste et fiscaliste (1 860 personnes)
- Marketing (4 360 personnes)

► Téléconseiller

Il existe des postes de « téléconseiller » ou « téléopérateur ». Ces personnes travaillent le plus souvent en « open space » et réceptionnent un certain nombre d'appels des clients.

Un téléconseiller se charge d'écouter le client, de lui donner des informations sur le fonctionnement des produits bancaires, de l'aider en effectuant certaines opérations simples (virement interne, envoi de chéquier...). Il se charge aussi de l'orienter vers les autres services de la banque (son conseiller par exemple).

Sites à consulter

- Association française des banques : <http://www.afb.fr>
- Fédération bancaire française : <http://www.fbf.fr>
- Observatoire des métiers de la banque : <http://www.observatoire-metiers-banque.fr>

Pour plus d'informations sur ces métiers

« Guide des métiers de la Banque » de la FBF (www.fbf.fr, rubrique « mieux connaître la banque » puis « les métiers de la banque » et « en savoir plus »).

Julie, conseillère d'accueil dans une agence

Julie est arrivée dans ce métier un peu par hasard : « A la suite de mon Bac, j'ai fait un DUT GEA et, lors de mon stage de 2^{ème} année, je suis allée en agence bancaire. Le métier m'a beaucoup plu et comme l'agence était satisfaite de moi, on m'a proposé de passer les tests pour être embauchée. Je suis conseillère depuis 12 ans dont 8 dans cette agence. »

En tant que conseillère d'accueil, Julie est très polyvalente : « je peux être à l'accueil de l'agence, gérer la caisse, les automates, passer des appels, répondre au téléphone, recevoir des clients en rendez-vous... Je touche un peu à tout. En général, le poste d'accueil est occupé par un conseiller d'accueil, le directeur organise alors un roulement pour mettre chaque jour un conseiller différent. Ici, nous avons la particularité d'avoir une personne exclusivement chargée de l'accueil. Nous la remplaçons lorsqu'elle est absente ou lorsque le flux de clients est vraiment important et qu'elle ne peut pas tout gérer. »

Contrairement aux conseillers clientèle particuliers, Julie n'a pas de portefeuille de clients. « J'ai ce qu'on appelle les personnes hors portefeuille, c'est-à-dire celles qui ont de petits revenus. Nous sommes trois conseillers d'accueil et je suis personnellement 800 clients environ. »

La journée type de Julie

« J'ai un planning défini à l'avance par mon directeur : j'ai des plages horaires pour faire de l'accueil, être en arrière-guichet, recevoir des clients... A l'intérieur, je suis autonome, je prends mes rendez-vous, j'organise mon travail... C'est un métier où il faut savoir se débrouiller. Par exemple, je ne sollicite mon directeur que pour les dossiers de crédit que je trouve un peu limite. Pour le reste, je prends mes décisions seules. »

Julie commence sa journée par le local des automates. « De 8h15 à 8h30 : il faut charger les distributeurs, remettre en route une machine qui est tombée en panne pendant la nuit... Dans la plupart des banques, ce travail est assuré par des entreprises extérieures.

Ensuite, je fais de la gestion de risque : je regarde la liste de mes clients qui sont en dépassement de découvert et je choisis d'autoriser ou non les débits demandés. Par exemple, si un client dispose d'un découvert autorisé de 500€ et qu'une opération bancaire va l'amener à -800€ sur son compte : est-ce que je paie ou pas ?

Je ne prends pas ma décision à la légère. La majorité des clients qui sont dans cette situation sont des « habitués ». Je les connais, je sais si un revenu va bientôt arriver, si c'est anormal... Lorsque je connais moins bien le client, je vérifie certaines informations avant de décider : perçoit-il un salaire ? Est-il versé directement sur le compte ou est-il payé par chèque ? Je consulte l'historique des mouvements de son compte pour voir s'il y a des anomalies. Pour terminer, j'appelle le client directement pour lui demander si un événement particulier justifie cette situation inhabituelle. Quoi qu'on fasse, on doit toujours avoir une bonne gestion des risques, c'est très important. Et pour justifier les risques pris, il faut se couvrir en ayant des dossiers clients très complets. »

A partir de 9h, Julie est soit à l'arrière guichet soit en rendez-vous jusqu'au soir.

En fin de journée, une fois ses rendez-vous terminés, Julie va voir sa collègue au guichet pour l'aider si nécessaire. « C'est le moment où on passe au scanner les chèques déposés pour qu'ils soient pris en compte, on effectue aussi les dernières opérations liées au local des automates. J'en profite pour archiver mes dossiers, rajouter une pièce manquante... »

A l'arrière-guichet

« Je m'occupe de la gestion de la caisse et j'aide la personne à l'accueil lorsqu'il y a du monde. Je peux recevoir un client sans rendez-vous pour lui donner un renseignement, effectuer une opération bancaire... Je réceptionne aussi les appels et je sers de filtre pour les autres conseillers afin d'éviter de les déranger lorsqu'ils sont en entretien. Je peux aussi régler certains litiges comme un client qui se plaint d'avoir à payer des agios ou qui ne comprend pas les frais qu'il doit payer. Je profite de ne pas être en rendez-vous pour discuter avec mes clients qui passent et glissent dans la conversation qu'il serait bien qu'on se voie. »

Formations



Diplômes

Pour devenir conseiller en banque, le Bac+2 est le diplôme de base. Il peut s'agir d'un Bac+2 dans le domaine commercial ou d'un Bac+2 spécialisé en Banque.

● Diplômes commerciaux

Il existe différents diplômes commerciaux permettant de devenir conseiller :

- DUT Techniques de commercialisation
- BTS NRC (négociation relation clients)
- BTS MUC (management des unités commerciales)

● Diplômes spécialisés

- BTS Banque
- Diplôme d'Attaché Commercial Banque/Assurance reconnu de niveau III (Bac+2), diplôme national du réseau des Chambres de commerce et d'industrie.

Formations en alternance

► **BTS MUC (management des unités commerciales)**

- CFA Saint-Bénigne à Dijon (03.80.70.12.32.) Apprentissage ou professionnalisation
- CFA Interprofessionnel Jean Lameloise à Mercurey (03.85.98.10.30.) Apprentissage uniquement

► **BTS NRC (Négociation relation client)**

- CFA Saint-Bénigne à Dijon (03.80.70.12.32.) Apprentissage ou professionnalisation
- CFA de l'Education Nationale de Bourgogne à Chalon-sur-Saône (03.85.43.87.67.) Apprentissage (professionnalisation possible avec le Greta de Chalon au 03.85.43.06.03.)

► **BTS Banque Conseiller de clientèle**

- CFA Régional des métiers de la Banque à DIJON (03.80.63.88.64.) Apprentissage ou professionnalisation.

► **Licence Professionnelle Banque**

- CFA Régional des métiers de la Banque à DIJON (03.80.63.88.64.) Apprentissage ou professionnalisation.

L'offre proposée en contrat de professionnalisation étant importante, nous ne pouvons lister tous les organismes, voir ci-dessous pour les connaître :

- En Bourgogne : www.onisep.fr/Mes-infos-regionales/Bourgogne/Publications/En-Telechargement
- En Franche-Comté : <http://www.efigjp.org>
- En Rhône-Alpes : www.prao.org

En rendez-vous

« Mes rendez-vous sont planifiés à l'avance, mon directeur y veille. Il s'agit soit de clients qui ont appelé spontanément pour demander quelque chose, soit des clients que j'ai contactés et qui ont accepté de venir. C'est devenu très compliqué de faire venir les gens, car beaucoup utilisent internet et les services proposés en ligne. Et personne n'a très envie d'aller voir son banquier. J'essaie de les convaincre en leur disant qu'on ne s'est pas vu depuis longtemps, qu'il faudrait faire le point, qu'on propose de nouveaux produits qui peuvent peut-être les intéresser... Comme je n'ai pas une clientèle riche, c'est encore plus difficile car ils n'ont pas forcément de besoins. Actuellement, j'ai de bons résultats surtout avec les assurances, car les clients sont demandeurs. Je fais aussi des crédits auto, des crédits à la consommation, des crédits pour de petits travaux. Dès que le projet est plus important, comme un achat immobilier, j'oriente vers un conseiller clientèle particuliers. Je sais quand je ne suis plus compétente et qu'il faut passer le relais. »

Les entretiens reposent essentiellement sur le dialogue et l'écoute. « C'est un accompagnement : il faut connaître les besoins du client, savoir s'il a des projets... Aujourd'hui, la plupart des banques proposent des produits et services très proches. Ce qui fait la différence, c'est le contact humain, le conseil, le service rendu. Et c'est de cette manière qu'on peut les fidéliser.

Moi, j'essaie de me mettre à la portée des clients en étant claire, en disant les choses simplement. Je reste naturelle avec eux, je ne cherche pas à les brusquer ou à les « embrumer ». Mais, tous les clients n'ont pas la même attente, je dois m'adapter : certains veulent avoir beaucoup d'informations, ça les rassure, d'autres prennent peur lorsque ça devient trop technique... »

Exemple d'un crédit auto

« Avant de commencer, je mets à jour les données sur le client, c'est très important et obligatoire. On doit toujours avoir des informations fiables et à jour, sans cela impossible de prendre une décision correcte et de minimiser la prise de risque. »

Julie vérifie l'état civil, les coordonnées, mais aussi les ressources, c'est-à-dire les revenus (le salaire a pu changer, le client a pu perdre son emploi...), le type de contrat et l'ancienneté (un contrat en CDI est plus sécurisant qu'une période d'essai...), les charges (le loyer essentiellement), la situation familiale (une naissance, une séparation...). « Tout est important. Et il faut des justificatifs : carte d'identité, feuille d'imposition, bulletin de salaire... Certains clients peuvent être gênés par ce côté intrusif, mais c'est nécessaire. Je dois déterminer le risque d'être remboursé ou non. Et c'est aussi un moyen pour moi de me couvrir vis-à-vis de ma hiérarchie. C'est une sécurité, mais c'est aussi très lourd administrativement. Il faut scanner les documents, sortir les différents formulaires liés au crédit, les faire signer, parafer... Il faut ensuite vérifier que tout est bon, cela demande beaucoup de rigueur. Comme les signatures se font en fin de rendez-vous, il est facile de faire preuve d'inattention et d'en oublier une.

Il faut être très organisé car on fait tout en même temps : on discute avec le client, on récupère les justificatifs, on utilise l'ordinateur, on imprime les documents... Il faut éviter les blancs dans la conversation. Logiquement, tout doit être fait lors de l'entretien. Mais ce n'est pas toujours possible car il manque souvent quelque chose : un client qui a oublié un papier, un monsieur qui vient seul alors qu'il faut aussi la signature de sa femme... Il ne faut pas perdre le fil. Un simple oubli et le dossier peut être invalidé. »

En fonction des informations obtenues, Julie calcule le montant des mensualités à payer, la durée du crédit... « Si le taux d'endettement est trop important, je suis obligée de refuser le crédit, toujours pour ne pas prendre le risque de ne pas être remboursée. Il faut que les gens aient de quoi vivre à côté. »

Tout se fait par informatique : « je ne calcule rien moi-même. Aujourd'hui, rien ne se fait sans ordinateur, tout est dessus : nos plannings, nos clients, les logiciels... C'est très agréable car nous avons des outils performants, mais en cas de panne, c'est la catastrophe, on ne peut plus travailler. »

Les assurances

Aujourd'hui, les banques proposent de tout, même des assurances, des mutuelles et des forfaits téléphoniques. « C'est obligatoire pour pouvoir faire face à la concurrence très forte du secteur. La vente d'assurances est similaire à celle de services bancaires, c'est surtout une question de connaissances des produits. Il faut en connaître et en comprendre les mécanismes pour pouvoir être convaincant avec les clients et leur apporter toutes les informations nécessaires. Je ne m'occupe que de la vente des contrats, c'est un service spécialisé qui se charge des sinistres. Dès que j'ai une question à laquelle je ne sais pas répondre, j'ai le numéro du service spécialisé sur les assurances. »

La pression des clients

Julie nous confie que l'agence a une clientèle plutôt difficile. « Nous sommes dans un entre-deux, ni en zone rurale ni en zone urbaine, et avec un bassin sinistré économiquement. Beaucoup de clients sont donc dans des situations financières précaires, ce qui rend notre travail plus difficile. Et comme notre métier ne bénéficie pas d'une bonne image, ils peuvent se montrer agressifs vis-à-vis de nous. Il ne faut pas non plus ignorer qu'aujourd'hui ils sont sollicités de toute part, par téléphone notamment. Beaucoup se méfient et ont perdu confiance en nous.

Les agressions ont lieu surtout à l'accueil, car en rendez-vous les clients sont plus posés. Heureusement les attaques physiques sont rares, c'est plutôt verbal : des insultes, des menaces... Un rien peut déclencher une réaction agressive : un client d'une autre agence qui n'arrive pas à retirer de l'argent car il a dépassé son découvert. Nous ne pouvons pas lui donner de l'argent, c'est du ressort de son agence. Si le client insiste et refuse de partir, mon directeur intervient. » Les situations de ce genre sont malheureusement courantes, Julie essaie de prendre du recul en ne se laissant pas faire et en faisant preuve d'humour. « On a bénéficié de formations pour gérer l'agressivité. »

Julie nous confie que les clients ont beaucoup changé. « Ils veulent tout, tout de suite, il faut répondre à la moindre de leur question dans la journée. C'est assez stressant surtout qu'il y a toujours le risque qu'il parte à la concurrence. »

La pression hiérarchique

Julie nous explique qu'elle a un salaire fixe et une prime en fin d'année versée en fonction de ses résultats, mais aussi ceux de son agence. « C'est pour cela qu'il faut travailler en équipe. Avoir de bons chiffres personnellement c'est bien, mais il faut aussi que l'agence fonctionne bien. Il ne faut pas être individualiste, piquer les clients des autres, c'est mauvais pour l'ambiance et pour le client. Il est préférable de travailler collectivement : un de mes clients a besoin d'un renseignement que je ne peux pas lui apporter car en dehors de ma compétence, je passe le relais. Un client vient à l'agence, son conseiller habituel ne peut pas le recevoir, quelqu'un d'autre s'en charge... »

Julie nous montre son tableau de bord pour l'année à venir avec les résultats qu'elle doit obtenir. Elle est contrôlée et évaluée sur de nombreux points comme le nombre de contacts réalisés et le pourcentage de ceux qui ont abouti à une vente. « Le nombre de contacts est important, mais si je ne fais aucune vente c'est inutile. J'ai aussi des objectifs de vente pour des assurances, des livrets d'épargne, des cartes, des crédits... L'argent placé en épargne doit atteindre un certain montant... On peut être bon sur un point et moins bon sur un autre. Par exemple, j'ai de bons résultats pour les assurances, notamment auto, mais je sais que cela va être difficile, étant donné ma clientèle, de placer beaucoup de crédits. J'ai la chance ici d'avoir un chef d'agence qui fait preuve de compréhension. Mais j'ai eu auparavant un chef intransigeant qui me demandait tous les matins combien j'avais vendu la veille et combien j'allais vendre aujourd'hui. »

Son avenir

Julie n'exclut pas un jour de devenir conseiller auprès de particuliers. « Mais il y a peu de postes localement et j'aime beaucoup ce que je fais, donc je ne sais pas... Quand on devient conseiller auprès de particuliers, il faut être plus pointu et technique sur les prêts, sur la fiscalité, sur l'épargne... On doit gérer des placements plus complexes, par exemple le mode de rémunération pour chaque placement. Et les objectifs fixés sont plus importants. »