

NOUVEAUTÉ



# BANQUE, ÉPARGNE ET ASSURANCE : CIBLER LA CLIENTÈLE AISÉE

Quelles stratégies de conquête et de fidélisation pour quels profils ?

## Découvrez dans cette étude :

- ▶ **Les résultats détaillés d'une enquête réalisée auprès des ménages aisés** pour identifier leurs besoins, leurs attentes et leurs pratiques en matière de banque, d'assurance et d'épargne
- ▶ **Leur choix de fournisseurs de produits bancaires, d'épargne et d'assurance** (banques, CGP, assureurs, courtiers, fintechs...) : notoriété, confiance, critères de choix...
- ▶ **Les profils-types des clients** pour savoir comment les cibler et les fidéliser



**100 %  
SUR-MESURE**

-----  
Accédez, en option, à l'intégralité des données de notre enquête et réalisez vos propres analyses croisées et ciblage personnalisés

**Les Echos**

ÉTUDES

# MÉNAGES AISÉS : UN ENJEU DE FIDÉLISATION ET DE MONTÉE EN GAMME



**Hélène Meziani**

Directrice du pôle  
Banque-Assurance-  
Finance



@helene\_meziani

Les ménages aisés sont logiquement une clientèle attractive pour les acteurs financiers. Mais il s'agit aussi d'une cible qui a plus souvent tendance à être **multi-financiarisée** et qui a un **niveau d'exigence concernant les produits financiers, leurs performances et l'expérience client** à l'échelle de leurs revenus.

**Mais comment les cibler, les fidéliser et les upseller ?** Quels sont leurs besoins et leurs attentes particuliers ? Il est certes important d'identifier ce qui les distingue des autres ménages. Mais il ne faut pas non plus les traiter comme une catégorie uniforme. **Habitudes de consommation, niveau de digitalisation ou d'intérêt pour les services numériques, connaissances financières, âge et composition des ménages, etc. varient, tout comme les attentes en termes d'offres, de prestations, d'accompagnement ou encore de canaux de distribution.**

Le sur-mesure a toutefois un coût conséquent pour les acteurs : **la personnalisation est-elle toujours nécessaire ?** Comment utiliser le digital et les nouvelles technologies pour **établir une expérience client d'excellence sans sacrifier le contact humain ?** Quelles sont les **pratiques de ces ménages aujourd'hui, quels sont les points d'achoppement**, et quelles sont leurs attentes pour demain ?

**Véritable outil d'aide à la décision**, cette étude vous permettra de mieux appréhender les caractéristiques de cette cible pour **déterminer les orientations stratégiques gagnantes et construire une offre adaptée.**

En partenariat avec 

## Notre méthodologie : une expertise unique



### DESK RESEARCH

Des recherches approfondies sur l'actualité de la banque, de l'assurance et de l'épargne, les nouvelles tendances, les stratégies et positionnements des acteurs...



### QUANTI B2C

Une enquête quantitative auprès d'un panel représentatif de la population française de 500 ménages aisés. Celle-ci a été réalisée sur l'access panel online Maximiles de Bilendi, acteur européen de la collecte de données.



### BUSINESS CASES

Des analyses d'entreprises qui illustrent les positionnements et les stratégies des différents acteurs.



## Plan de l'étude

**Aller à l'essentiel :** Synthèse de l'étude

### L'état des lieux du marché de la banque, l'épargne et de l'assurance pour la clientèle aisée

Les contours du marché :

- Qui sont les ménages aisés : profil statistique
- Les produits concernés
- Les comportements des Français aisés en matière de banque, d'épargne et d'assurance

Les forces en présence et le contexte concurrentiel : acteurs traditionnels (banques de détail et banques privées, assureurs, courtiers et CGP...), fintechs, assuretechs...

### Les besoins et les attentes des ménages aisés en matière de banque, d'épargne et d'assurance

Cette partie s'appuie notamment sur une enquête réalisée par Les Échos Études auprès d'un panel de 500 Français appartenant à la « classe aisée ». L'objectif de cette partie est de définir les problématiques spécifiques de cette cible, de déterminer ce que cette population attend des acteurs financiers en matière de produits et d'expérience client et ainsi d'analyser comment mieux y répondre pour se différencier et s'imposer.

### Les stratégies des acteurs financiers traditionnels et des nouveaux entrants pour attirer et fidéliser les ménages aisés

L'adaptation de l'offre et les produits spécifiques

La personnalisation et le sur-mesure... pour tous les ménages aisés ?

Les leviers des canaux « traditionnels » (banque de détail, assureurs, courtiers...) et des canaux « spécifiques » (banque privée, banque de fortune, CGP...)

Quelle relation client pour quelle clientèle aisée ? Digitalisation et nouveaux services.



## PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

### Qui sont les ménages aisés ?

Nous utilisons la définition de l'Observatoire des inégalités, qui s'appuie sur les données de l'INSEE. Le seuil à partir duquel un ménage est considéré comme aisé dépend de la composition des ménages.

Le seuil de revenus mensuels nets est par exemple :

- ▶ 3119 euros pour une personne seule
- ▶ 4679 euros pour un couple sans enfant
- ▶ 5614 euros pour un couple avec un enfant de moins de 14 ans...

*Source : calculs de l'Observatoire des inégalités d'après l'Insee – Données 2023 – © Observatoire des inégalités*

### QUI SOMMES-NOUS ?

Depuis plus de 35 ans, **Les Echos Études** aide les décideurs à anticiper les tendances de leur marché et capter de nouvelles opportunités d'affaires.

Tendances émergentes, scénarios prospectifs, valorisation de marchés, data inédites : nos études vous permettent de prendre un temps d'avance !

Découvrez, également, nos offres sur-mesure pour :

- vous accompagner dans la mise en œuvre de votre plan stratégique : estimation de potentiel, positionnement d'offre, insights consommateurs...
- valoriser votre expertise et répondre à vos enjeux de communication grâce à nos baromètres et études co-brandées.

### CES ÉTUDES POURRAIENT ÉGALEMENT VOUS INTÉRESSER :

#### ► L'observatoire de la banque et de l'assurance pour les TPE

Prix, spécialisation, relation client... : quels leviers pour dynamiser le taux d'équipement des professionnels et des petites entreprises ?

#### ► Assurance et épargne pour les seniors

Quels produits et services pour conquérir et fidéliser les plus de 55 ans ?

#### ► Banque privée, gestion de patrimoine et de fortune

Contexte concurrentiel et modèles gagnants

### Bon de commande

## Banque, épargne et assurance : cibler la clientèle aisée

#### Version PDF

- Pour 1 utilisateur\*  
3450 € HT - 3639,75 € TTC (TVA à 5,5 %)
- De 2 à 5 utilisateurs\*  
4485 € HT - 4731,68 € TTC (TVA à 5,5 %)
- De 6 à 10 utilisateurs\*  
5175 € HT - 5459,63 € TTC (TVA à 5,5 %)
- Plus de 10 utilisateurs\*, nous contacter

#### Version papier

- 3450 € HT - 3639,75 € TTC (TVA à 5,5 %)

#### Option papier

- Oui, je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 345 € HT (TVA à 5,5 %) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires : .....

#### Option reporting

- Oui, je souhaite accéder au reporting pour 1200 € HT (TVA à 5,5 %), en plus de l'achat d'une version PDF.

Contactez nous au 01 49 53 63 00  
Email : [etudes@lesechos.fr](mailto:etudes@lesechos.fr).

#### Coordonnées de l'utilisateur final

(Si plusieurs utilisateurs, nous communiquer leurs coordonnées accompagnées de ce bon de commande)

Nom : ..... Prénom : .....  
Fonction : ..... Société : .....  
Adresse : .....  
Tél. : ..... E-mail : .....

#### Facturation

Société : .....  
Adresse : .....  
E-mail : .....  
SIRET : .....

#### Règlement

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47 Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur [lesechos-etudes.fr](http://lesechos-etudes.fr)
- Règlement à réception de facture

Date : ...../...../..... Signature :

\* L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective. En complétant ce formulaire, j'accepte les conditions générales de ventes et d'utilisation qui sont disponibles sur le site [www.lesechos-etudes.fr](http://www.lesechos-etudes.fr)

Les Echos Études collecte et traite vos données personnelles aux fins de gestion de votre commande. Si vous y consentez, vos données, notamment votre numéro de téléphone, pourront être utilisées à des fins de prospections commerciales par le groupe Les Echos Le Parisien et/ou ses partenaires.

Conformément à la réglementation en vigueur, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, d'opposition, de limitation, de suppression et de portabilité de vos données.

Pour en savoir plus sur vos droits et nos traitements, consultez notre politique de confidentialité sur notre site internet [www.lesechos-etudes.fr](http://www.lesechos-etudes.fr)

Si vous souhaitez recevoir de notre part des offres de produits et services analogues, vous pouvez cocher cette case

Si vous souhaitez recevoir les offres de Groupe Les Echos Le Parisien, merci de cocher cette case

Si vous souhaitez recevoir les offres des partenaires du Groupe Les Echos Le Parisien, merci de cocher cette case

