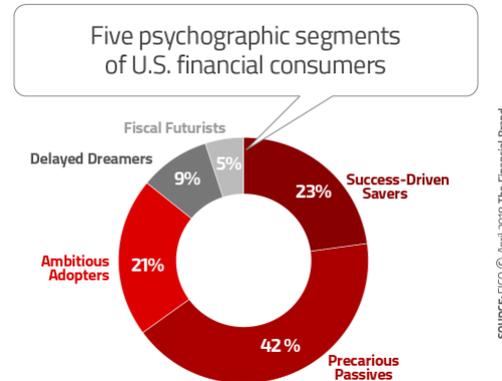


Une approche psychologique selon les niveaux d'attente

Aux Etats-Unis, un sondage présenté par le site *The Financial Brand*, a récemment mis en avant les résultats suivants :



- La plus grande partie de la clientèle des banques (42%) est constituée de *Precarious Passives*, de clients qui accordent peu d'importance aux questions financières et pour lesquels toutes les banques se valent. Le risque est donc pour les banques de perdre beaucoup de temps et d'argent à tenter de séduire ces clients particulièrement difficiles à convaincre.
- La catégorie la mieux représentée suivante (23%) est constituée des *Success-Driven Savers*, qui ont confiance en leurs capacités à gérer au mieux leurs finances. Assez traditionnalistes, ils sont peu séduits par les nouvelles technologies, sauf si elles confirment leurs décisions.
- En regard, les *Ambitious Adopters* sont souvent jeunes, relativement aisés et veulent de la nouveauté. Le problème est que toutes les banques tentent de les séduire, alors qu'ils ne représentent que 21% de la clientèle.
- Les *Delayed Dreamers* (9%) ont beaucoup de projets et d'envies d'achat mais ils parviennent rarement à les concrétiser et se sentent incapables d'épargner. Ils suivent fréquemment leurs comptes et peuvent être tentés par des outils automatisés, notamment d'épargne.
- Pour les *Fiscal Futurists*, enfin, les banques sont dépassées et ils sont très enclins à se tourner vers de nouveaux acteurs. Ils ne comptent néanmoins que pour 5% de la clientèle.