

Une publication de 100% Satisfaction

Business Case : Epargne Salariale

Satisfaire les attentes des clients pour réussir dans un marché en forte croissance

Contexte

Une récente étude du CECOP (Centre d'Etudes et de Connaissances sur l'Opinion Publique) évalue à 48% le taux d'équipement des entreprises dans un dispositif d'épargne salariale (PEE/PEI, PERCO/PERCOI, Actionnariat). Si nous approfondissons l'analyse de cette donnée chiffrée par taille d'entreprise, celle-ci nous apporte un éclairage tout à fait spectaculaire puisque ce taux passe de 66% pour les entreprises de plus de 500 salariés à 15% pour les entreprises de moins de 50 salariés!

Cette étude démontre également une très forte attente des salariés du secteur privé dans la mise en place d'un système d'intéressement au sein de leur entreprise. (75% de ceux qui n'en disposent pas à titre personnel expriment ce souhait). Cette même population est également persuadée que l'épargne salariale offre un modèle « gagnant-gagnant », néanmoins, 54% d'entre eux estiment que leurs dirigeants rejettent cette opportunité d'intégration. (cette défiance atteint 70% au cœur des PME !).

La capacité d'appréhension du marché par ses acteurs, dans la compréhension des attentes des salariés et des dirigeants, dans la formalisation des offres, ne semble pas mature, et ce, à une étape-clé où la croissance demeure très forte et où les instituts redoublent d'énergie pour conquérir ce vaste marché.

Les décisionnaires et leurs processus d'achat

Si la décision de souscrire à un plan d'épargne salariale demeure à l'initiative du chef d'entreprise, ce dernier va s'entourer de son responsable financier (DAF, Comptable...) et de son responsable des ressources humaines.

Le représentant du personnel intervient dans une seconde étape, après que la consultation des différents instituts ait eu lieu et que leurs offres aient été analysées. Pour les plus entreprises structurellement importantes, le projet passe également par le Comité d'Entreprise. La décision est donc collégiale.

Avec les procédures d'accès à l'information facilitées par Internet, les salariés sont informés rapidement des démarches (versement volontaires, abondement) et des avantages fiscaux associés à l'épargne salariale.

Le chef d'entreprise doit démontrer non seulement son intérêt pour la démarche mais également sa maîtrise du système et des avantages qu'il procure.

Les phénomènes qui déclenchent la mise en place d'un dispositif d'épargne salariale

Le principal déclencheur est la recherche d'un avantage fiscal et financier.

Dans un contexte de très faible évolution des salaires et d'incertitude dans les droits à la retraite, l'épargne salariale offre une réponse satisfaisante à un employeur à la recherche de nouvelles solutions moins onéreuses que le versement de primes ou d'augmentations, afin de récompenser ses salariés.

Quant à la perception des salariés et lorsque qu'il s'agit d'une initiative de la direction de l'entreprise, celle-ci s'apparente à une évolution logique du système de rémunération (suite à la mise en place pour exemple d'un 13^{ème} mois).

Face à l'appréhension d'un marché neuf et somme toute technique, le bouche-à-oreille ainsi que la réputation de l'Institut de Prévoyance, jouent un rôle prépondérant.

Quels sont les critères qui vont influencer sur le choix d'un Institut ?

La base de données Benchmarking de 100% Satisfaction nous permet d'extraire de grandes tendances :

- La connaissance de la qualité de service qu'offre l'Institut (sur le secteur concurrentiel ou non-concurrentiel). Le fait de bénéficier d'un compte client facilite une collaboration de confiance et de plus, l'Institut utilisera sa connaissance de l'entreprise pour déterminer la meilleure offre.
- La notoriété et l'expérience de l'Institut.
- La diversité des possibilités de placements.
- Le coût associé à la gestion de compte
- La réactivité du commercial et la qualité des réponses



Le trio gagnant

Face à la concurrence acharnée que se livrent les banques, les compagnies d'assurances et leurs courtiers, les Instituts de Prévoyance disposent de véritables atouts en misant sur 3 éléments-clé :

1. La notoriété de l'Institut auprès de sa clientèle existante
2. Le contenu de l'offre des produits de l'épargne salariale
3. La performance de la relation commerciale

De par son positionnement de spécialiste en gestion des prestations de retraites et complémentaires retraites, un Institut peut affirmer naturellement sa légitimité à la différence des autres prestataires du marché. Même si certains IP disposent de moins d'expérience que les grands groupes d'assurances, ceux-ci peuvent et doivent s'appuyer sur leur expertise.

Même si nous constatons une relative banalisation des produits et ce, dans un cadre législatif stricte, les clients demeurent très sensibles à la capacité d'apport en modalités de gestion des fonds de la part des instituts. Il s'agit d'une véritable opportunité pour l'organisme que de mettre en avant sa dimension conseil.

Le commercial détient un rôle capital dans cette phase d'accompagnement et de conseil. les clients recherchent une très forte disponibilité pendant toutes les étapes de la construction du projet.

Le commercial peut faire la différence en développant un axe relationnel à forte valeur ajoutée, bâti sur la mise en exergue d'une solution sur-mesure et en démontrant sa compétence technique.

Le commercial : un rôle de consultant transverse

Le commercial est amené de plus en plus à jouer un rôle de consultant.

Il doit faire preuve de professionnalisme dans les phases d'avant-vente et de négociation commerciale (fréquence de contact, disponibilité, écoute, qualité de la présentation, pertinence des informations apportées, ...).

Il doit également jouer un véritable rôle d'accompagnateur au sein de l'entreprise lorsque celle-ci se situe en phase exploratoire.

« l'aide apportée » au montage du projet représente une valeur fondamentale, rassurante pour le client dans l'expression de son choix individuel ou collectif.

Cette mission d'accompagnement repose sur une démarche :

- Facilitant l'instauration d'un climat de confiance avec les différents acteurs de l'entreprise, qu'ils s'agissent de ses dirigeants ou des représentants des salariés.
- Démontrant un apport dans les domaines techniques et juridiques, adapté au contexte de l'entreprise
- Structurant l'organisation de réunions d'informations auprès des différents groupes de salariés appartenant à l'entreprise.
- Générant la mise à disposition de documents didactiques facilitant leur appropriation par l'ensemble des collaborateurs.

Votre organisme est-il prêt à aborder le marché de l'épargne salariale ?

Ce document résume les critères-clé qui vous permettront d'évaluer si :

- Vos offres commerciales
- Votre force de vente
- Votre image et votre notoriété

Sont en adéquation avec les attentes des acheteurs et suffisamment abouties pour être différenciant face à vos concurrents.

Nous recommandons la mise en place un programme d'étude structuré visant à :

- Mesurer les niveaux d'attentes et de satisfaction des clients actifs et perdus ainsi que des non clients.
- Etablir une mesure de la satisfaction auprès des nouveaux clients dont la mise en place du programme d'épargne salariale est récente et ainsi maîtriser en temps réel les facteurs de satisfaction et de fidélisation.
- Développer un véritable outil de pilotage, transverse aux fonctions marketing et commerciales de votre organisme.

Sources

- « Quatre groupes s'allient dans l'épargne salariale » - Les Echos – 03/02/06
- « Epargne salariale : en cours en hausse de 21,7% » - Les Echos – 22/03/06
- « Communiqué de Presse » – Banques Populaires – 15/11/2005
- « Epargne Salariale : Les Leviers du Succès » - CECOP – 09/06
- « Les Français, la retraite et le débat électoral » - CECOP – 03/07
- « les Français veulent garder leur système de santé » - La Tribune – 12/04/07
- Base de données Benchmarking Secteur Retraites ©100% Satisfaction 2007

A propos de l'auteur

Stéphane Blondeau est dirigeant et fondateur de 100% Satisfaction.

A propos de 100% Satisfaction SAS

100% Satisfaction est le meilleur spécialiste de la satisfaction clients en France. 100% intervient pour le compte de grandes entreprises dans les secteurs industriels et de services. Pour plus d'informations, merci de visiter www.100-satisfaction.com

Propriété intellectuelle

L'ensemble des outils, techniques, méthodologies et concepts développés dans ce document sont des éléments de la propriété intellectuelle de 100% Satisfaction. Toute reproduction, copie, duplication ou modification est strictement interdite sans l'autorisation expresse et écrite de 100% Satisfaction et constitue un acte illicite (code de la Propriété Intellectuelle art. L. 122-4, L. 1225 et L. 335-2).