

# Étude sectorielle : Quelle expérience utilisateur les banques proposent-elles ?



## Méthodologie

- Cette étude sectorielle se base sur l'analyse de plus de 10 000 retours utilisateurs sur 12 banques\*
- 1 200 utilisateurs ont ainsi décrit leur expérience online de leur banque sur ferpection.com
- Nous comparons ces données aux plus de 100 000 retours d'utilisateurs enregistrés par Ferpection
- Un focus sur les applications mobiles des banques pour faire ressortir 10 Do's et 10 Don'ts

\* Banque Populaire, BNP Paribas, Boursorama Banque, Banque Populaire Caisse d'Épargne, Crédit Agricole, Hello Bank!, HSBC, ING Direct, La Banque Postale, LCL Le Crédit Lyonnais, Société Générale.

# ★ Qu'est-ce qu'un retour utilisateur ? Voici un exemple !



**MORGAN**

Il faut expliquer à quoi correspondent le soleil et le nuage.

Je n'ai pas compris à quoi correspondent le soleil et le nuage, quels seuils ? Pourquoi ne sont-ils présents que sur les comptes chèques.

**Catégories** Mes comptes | Clarté | Prioritaire

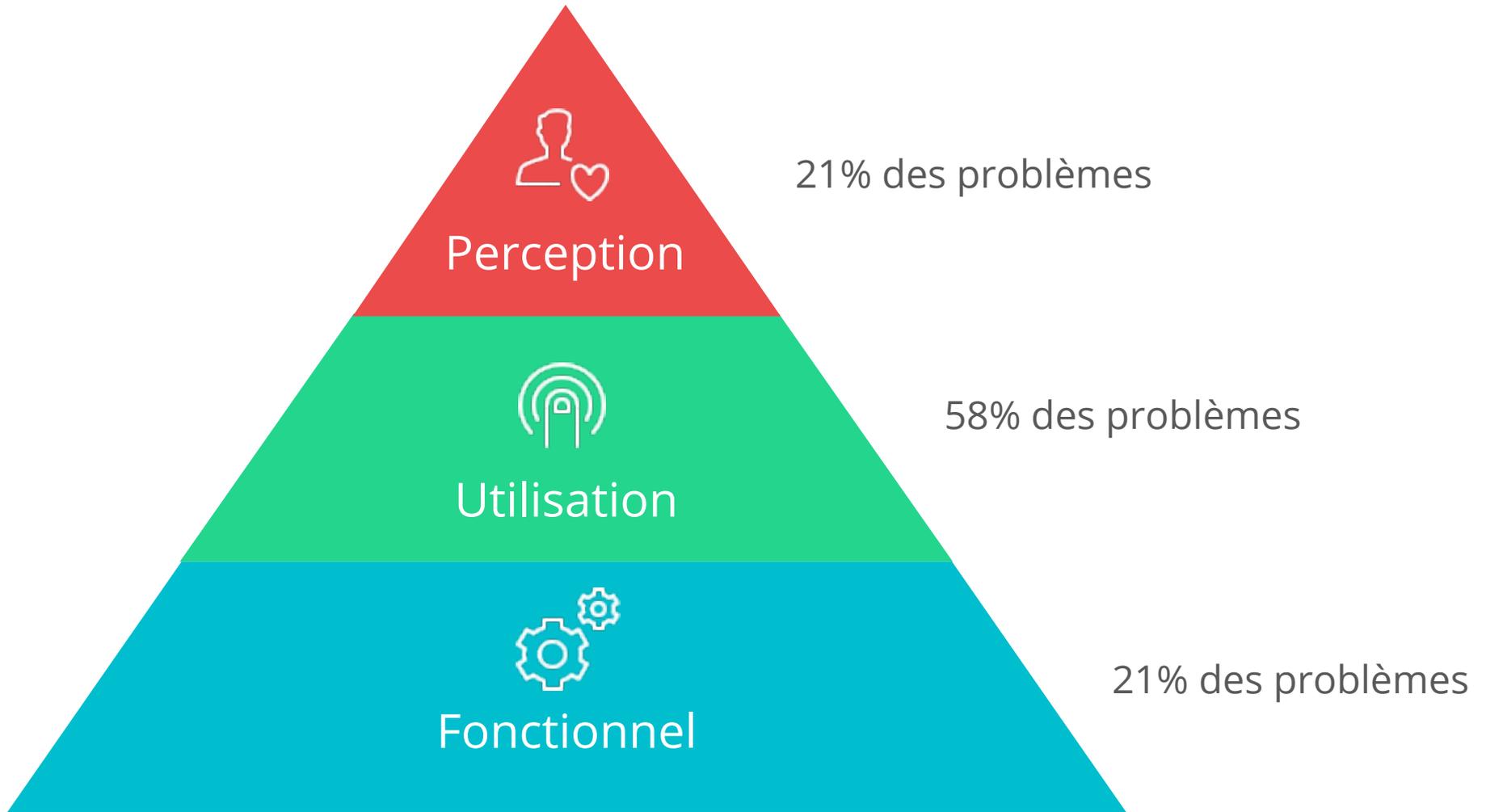


## Aperçu global du score utilisateurs sur 5





# La facilité d'utilisation au cœur des enjeux UX pour les banques





## Des sites/apps moins performants mais meilleurs côté responsive et sécurité

### Comparatif des applications bancaires par % de problèmes dans la catégorie

| Catégorie    | Autres secteurs | Banque |
|--------------|-----------------|--------|
| Bug          | 99,21%          | 99,12% |
| Localisation | 97,50%          | 93,75% |
| Langage      | 93,17%          | 97,06% |
| Responsive   | 84,63%          | 52,33% |
| Affichage    | 82,45%          | 84,00% |
| Performance  | 55,81%          | 69,83% |
| Sécurité     | 40,96%          | 17,65% |



## Sélection de retours utilisateurs qualitatifs

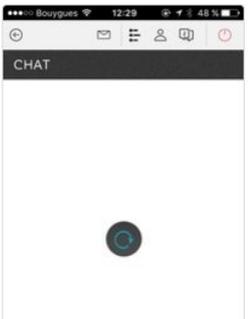


### “ Optimiser la vitesse d'exécution

Étant habitué à cette page d'accueil, je la trouve de plus en plus longue à exécuter l'indicateur vert. Malgré ça, la page d'accueil reste simple et jolie.

**Catégories** Accueil | Performance | Prioritaire

- Alexy

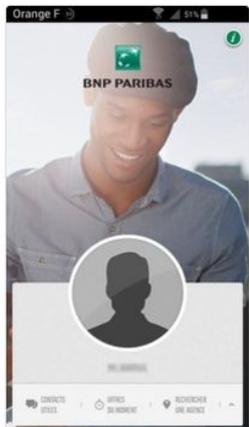


### “ Lorsqu'on essaie de joindre la messagerie en directe le temps de chargement est long

On clique sur la messagerie directe et là on constate de suite qu'on sort de l'application native. Le chargement met vraiment beaucoup beaucoup de temps.

**Catégories** Services et assistance | Performance

- Hadrien



### “ Consommation excessive de la batterie

L'application consomme beaucoup la batterie même si je ne l'utilise pas, il faudrait revoir ce problème.

**Catégories** Autre | Performance

- Kamal



## Comparatif des applications bancaires par % de problèmes dans la catégorie

| Catégorie                     | Autres secteurs | Banque |
|-------------------------------|-----------------|--------|
| Clarté                        | 39,24%          | 46,22% |
| Cohérence                     | 89,36%          | 86,36% |
| Ergonomie                     | 57,03%          | 34,16% |
| Fluidité                      | 22,27%          | 27,03% |
| Navigation                    | 49,79%          | 62,21% |
| Niveau d'informations         | 54,05%          | 44,33% |
| Organisation de l'information | 53,11%          | 58,52% |



## Sélection de retours utilisateurs qualitatifs



“ je ne sais pas comment améliorer car je ne sais pas comment l'interpréter  
Je n'ai jamais prêté attention à ces graphes. Ça ne correspond pas du tout à mes réelles dépenses car ce sont des virements internes. Je n'en ai aucune utilité. J'ai d'ailleurs trouvé le moyen de ne plus les afficher

**Catégories** Budgets | Clarté

- Tatiana



“ il faudrait fluidifier l'accès au compte

dommage qu'il n'y ait pas de Touch ID pour s'identifier, cela existe sur des applis similaires que j'utilise comme PayPal et cela améliorerait la fluidité.

**Catégories** Connexion | Fluidité | Prioritaire

- Matthieu



“ Pouvoir filtrer sur un type d'opérations dans la barre "rechercher"

Pour filtrer sur un type d'opérations, je suis obligée de cliquer sur un picto d'une opération du même type. Or, certaines opérations sont rares et j'ai parfois besoin de les consulter. J'aimerais pouvoir cliquer dans la barre "rechercher" et sélectionner un type d'opérations ou faire une recherche textuelle.

**Catégories** Comptes | Organisation de l'information

- Céline

**Comparatif des applications bancaires  
par % de problèmes dans la catégorie**

| <b>Catégorie</b> | <b>Autres secteurs</b> | <b>Banque</b> |
|------------------|------------------------|---------------|
| Fonctionnalité   | 44,00%                 | 37,67%        |
| Esthétique       | 43,48%                 | 46,58%        |
| Offre            | 41,44%                 | 30,40%        |
| Personnalisation | 35,37%                 | 24,44%        |
| Branding         | 31,71%                 | 20,00%        |



## Sélection de retours utilisateurs qualitatifs



“ Le premier page est bien avec le temps sur notre compte

Lorsqu'on arrive sur la première page de connexion, d'un coût d'œil on voit le temps qu'il fait sur le compte. C'est gadget, mais pratique.

**Catégories** Connexion | Fonctionnalité

- Antoine



“ Une petite merveille : ludique, fluide et facile d'utilisation.

Rapid'Epargne a allié rapidité, utilité, ludisme, créativité et facilité d'utilisation. C'est la première fois que j'arrive à basculer d'un compte à un autre en si peu de temps. L'essayer c'est l'adopter c'est bien plus pratique que sur le net.

**Catégories** Rapid'Epargne | Fonctionnalité

- Elsa



“ J'ai aimé pouvoir modifier ce qui est affiché dans le tableau de bord

Malheureusement, je n'ai gardé que peu de propositions puisque les graphes proposé ne correspondent pas à mes réelles dépenses.

**Catégories** Tableau de bord | Personnalisation

- Marie



## 10 Do's des applications mobiles bancaires



1. Proposer un aperçu instantané du solde du compte principal (ou 'météo) dès l'ouverture
2. Pouvoir créer un budget ou une épargne personnalisable
3. Minimiser le nombre d'étapes lors du processus de virement
4. Proposer une page d'accueil aérée et claire
5. Donner la possibilité de programmer et gérer des notifications
6. Donner la possibilité d'envoyer des documents bancaires depuis l'app
7. Proposer un tutoriel complet pour comprendre le fonctionnement de l'app
8. Intégrer un convertisseur de devise au sein de l'app (Société Générale)
9. Créer un chat fonctionnel pour contacter son conseiller
10. Intégrer la reconnaissance à empreinte digitale pour l'identification du compte



## 10 Do's des applications mobiles bancaires



1. Empêcher l'enregistrement d'un nouveau destinataire pour les virements
2. Ne pas afficher les prélèvements en attente de confirmation
3. Envoyer des notifications sans qu'elles soient répertoriées et affichées dans l'application
4. Proposer un menu figé et non personnalisable
5. Donner uniquement le numéro d'un seul contact de la banque
6. Limiter l'affichage des opérations à moins d'1 mois
7. Proposer une multitude d'applications de la banque sur le store sans clairement les différencier
8. Mettre un délai de déconnexion automatique trop court
9. Présenter l'application sur le store sans captures d'écran et avec une description trop exhaustive et non synthétique
10. Afficher des offres non disponibles et non adaptées au contrat de l'utilisateur



# Définitions

| Famille     | Tag                           | Définition  |
|-------------|-------------------------------|---|
| Fonctionnel | Accessibilité                 | Règles assurant l'accès universel à Internet. Dépasse les malvoyants/malentendants et s'étend à tous les internautes ainsi qu'aux moteurs de recherche. |
| Fonctionnel | Affichage                     | Absence ou lenteur de chargement d'images. Différent de responsive.   |
| Fonctionnel | Bug                           | Bugs ! Exclut les crashes. N'est pas lié au fait que l'utilisateur le perçoive comme un bug.  |
| Fonctionnel | Langage                       | Toute erreur de texte : fautes de frappe, grammaire ou orthographe. Exclut traductions.   |
| Fonctionnel | Localisation                  | Erreurs de traduction ou localisation (monnaie, région, langue).  |
| Fonctionnel | Performance                   | Rassemble les problèmes liés à la performance (inclus: chargement /crash).  |
| Fonctionnel | Responsive                    | Adaptation aux tailles d'écran (inclut le passage entre versions mobiles et classique d'un site).   |
| Fonctionnel | Sécurité                      | Sécurité des données sur le site. Exclut confiance perçue par utilisateur dans la marque ou le paiement.  |
| UX          | Clarté                        | Niveau d'intelligibilité, précision, facilité ou difficulté de compréhension du site ou de l'app.   |
| UX          | Cohérence                     | Cohérence ou incohérences de l'interface utilisateur (ex : changement ergonomique d'une page à l'autre).  |
| UX          | Événement intrusif            | Événements (pop-up, bannière...) interrompant le parcours de l'utilisateur.   |
| UX          | Fluidité                      | Ressenti fluide ou manquant de fluidité dans les étapes, le temps passé, l'expérience. Exclut performance.  |
| UX          | Niveau d'informations         | Témoigne du volume d'informations attendues par rapport à ce qui est perçu.   |
| UX          | Organisation de l'information | Témoigne de la capacité à trouver l'information.  |
| Perception  | Personnalisation              | Toute fonction ou texte montrant un effort de communication personnalisée, ou son absence.  |
| Perception  | Branding                      | Appréciation liée à la marque, sa manière de s'exprimer (tone of voice) et la confiance dans la marque.   |
| Perception  | Esthétique                    | Appréciation suggestive de la qualité graphique.  |
| Perception  | Fonctionnalité                | Fonctionnalités proposées par l'application / le site.  |
| Perception  | Offre                         | Proposition de valeur du service.   |



# Ferpection vous permet d'optimiser l'UX de vos projets digitaux grâce à l'écoute de vos utilisateurs



## Nous recrutons

vos utilisateurs finaux B2C, B2B et employés



## Nous menons l'étude

tests utilisateurs à distance, entretiens individuels, focus groups, sondages quantitatifs.



## Nous recommandons

les modifications pertinentes et personnalisées à votre contexte

*(L'ensemble des méthodologies d'études proposées par Ferpection est disponible sur [Ferpection.com](https://ferpection.com))*

# ★ Quel ROI pour l'UX research ?



**+ 40%**

de satisfaction utilisateurs



**+ 30%**

d'impact sur la conversion



**+ 25%**

de gains de productivité

Sources: Creating Business Value with Mobile User Experience (2014), Satisfaction as a Predictor of Future Performance (2013), Software User Experience and Likelihood to Recommend (2012), The ROI of customer experience (2012)



# Rejoignez plus de 200 grandes entreprises qui nous confient leur écoute utilisateurs, au projet comme à l'année



L'ORÉAL

"De vrais experts des user tests. Chaque résultat de test permet de faire un vrai bond en avant dans le développement de produits tech, avec fiabilité, confiance et impact. Un vrai plaisir de travailler avec toute l'équipe, sans stress, rapidement et efficacement. Même sur des tests complexes (recrutement d'échantillons avec des profils très particuliers et peu évidents à trouver, ou à l'international) ils assurent. On adore."

- **Lauren Sarda Dutilh**, Service & Product Manager chez L'Oréal

|                                    |  |  |  |  |  |  |  |  |               |  |
|------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|---------------|--|
| Banque / Assurance                 |  |  |  |  |  |  |  |  |               |  |
| Automobile / Transport             |  |  |  |  |  |  |  |  |               |  |
| Secteur public<br>Utilité publique |  |  |  |  |  |  |  |  |               |  |
| High Tech / Telecom                |  |  |  |  |  |  |  |  | Manufacturing |  |
| Produit de grande distribution     |  |  |  |  |  |  |  |  | Tourisme      |  |
| Retail                             |  |  |  |  |  |  |  |  |               |  |
| E-Commerce                         |  |  |  |  |  |  |  |  |               |  |
| Media / Entertainment              |  |  |  |  |  |  |  |  |               |  |
| Luxe / Beauté                      |  |  |  |  |  |  |  |  |               |  |
| Agences                            |  |  |  |  |  |  |  |  |               |  |



Contactez-nous au  
**01 76 42 00 45**



**Thibault Geenen** – CEO  
[thibault@ferpection.com](mailto:thibault@ferpection.com)

**Consultez le rapport de tests Parrot sur  
[ferpection.com/demo](https://ferpection.com/demo)**