

Au-delà des opérations :  
pourquoi les communications sont  
essentielles dans les services  
bancaires aux particuliers

Des communications bancaires exactes, pertinentes et transmises en temps voulu au moyen des canaux préférés des clients ne relèvent pas seulement des bonnes pratiques en matière de communication. Elles sont les piliers de la confiance qui permettent d'établir et de maintenir une relation durable et financièrement intéressante.

Les données présentées ci-dessous proviennent d'un sondage mené par Computershare auprès de 400 clients canadiens de services bancaires aux particuliers sur leurs perceptions et attitudes à l'égard des communications reçues de leur institution bancaire.

Vos mots comptent plus que vous ne le pensez

Les clients de services bancaires aux particuliers se fient aux communications pour orienter leurs décisions, instaurer la confiance et se sentir bien informés.

74 %

apprécient pleinement les communications de leur banque

75 %

trouvent les communications utiles

79 %

ont fait des commentaires positifs sur les communications de leur banque

75 %

considèrent que les communications de leur fournisseur répondent en grande partie ou totalement à leurs besoins

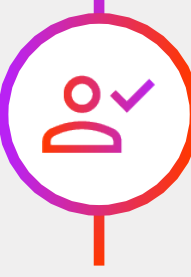
Voici ce que les clients ont dit au sujet des communications des institutions financières :



“ J'aimerais recevoir des contenus plus personnalisés, adaptés à mon compte ou à mes objectifs financiers.



“ Communications parfois difficiles à suivre : trop de courriels, dont certains ne paraissent pas essentiels.



“ Des communications claires, ponctuelles et faciles à comprendre, qui m'aident à rester informé et confiant quant à mes finances.



“ Dites-moi si mon paiement hypothécaire a échoué en termes simples, sans langage juridique compliqué.



“ Elles me tiennent au courant des changements importants à mon compte et des alertes de sécurité.

Préférences en matière de communications essentielles

Les courriels sont de loin le moyen privilégié pour recevoir des communications (74 %). La moitié des clients des générations Y et Z utilisent des applications mobiles, tandis qu'un nombre important de clients préfère encore le courrier postal.



50 %

Gén. Z

48 %

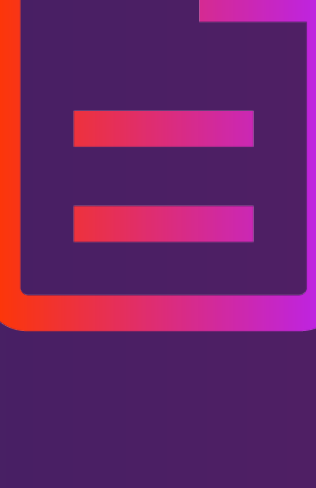
Gén. Y

28 %

Gén. X

19 %

Boomers



25 %

Gén. Z

24 %

Gén. Y

27 %

Gén. X

37 %

Boomers

Le rôle des technologies émergentes

Les technologies émergentes comme la réalité virtuelle, la réalité augmentée et le métavers ont attiré l'attention ces dernières années, mais les clients continuent de faire davantage confiance aux canaux traditionnels.

Pas du tout confiance

Tout à fait confiance

Technologies émergentes

Emerging technologies include augmented reality, virtual reality, and the metaverse.



Numérique (courriel et message texte)



Livraison physique



Applications mobiles



Que font les clients lorsqu'ils reçoivent une communication de leur banque qui n'est pas claire?

|   | Gén. Z                                            | Gén. Y                                                          | Gén. X                                                        | Boomers                                                       |
|---|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 1 | Appellent leur banque                             | Se rendent en succursale                                        | Appellent leur banque                                         | Appellent leur banque                                         |
|   | 25 %                                              | 20 %                                                            | 31 %                                                          | 36 %                                                          |
| 2 | Demandent à un membre de la famille ou à des amis | Contactent leur banque par clavardage en direct ou appli mobile | Consultent le site Web ou l'appli pour obtenir des précisions | Se rendent en succursale                                      |
|   | 17 %                                              | 17 %                                                            | 17 %                                                          | 26 %                                                          |
| 3 | Se rendent en succursale                          | Cherchent de l'aide sur Internet                                | Se rendent en succursale                                      | Consultent le site Web ou l'appli pour obtenir des précisions |
|   | 14 %                                              | 13 %                                                            | 15 %                                                          | 16 %                                                          |

L'importance des communications claires

Les communications claires, en revanche, instaurent la confiance. Plus de la moitié des clients (55 %) déclarent que des communications claires leur permettent de faire beaucoup plus confiance à leur banque. Dans la plupart des générations, ces chiffres restent relativement élevés :

68 % des boomers

48 % de la gén. X

47 % de la gén. Y

61 % de la gén. Z

Répondants

- 25 % gén. Z  
1995 à 2008
- 25 % gén. Y  
1981 à 1994
- 25 % gén. X  
1965 à 1980
- 25 % boomers  
1955 à 1964

Nous sommes Computershare

Chez Computershare, nous transformons les données complexes de nos clients en communications claires et conformes, qui renforcent la confiance et produisent des résultats concrets. Forts d'une expertise approfondie dans les secteurs réglementés, nous savons ce qui est en jeu lorsque chaque message compte. Depuis plus de 30 ans, nous accompagnons certaines des marques les plus reconnues au monde, en garantissant des communications exactes, sécurisées et livrées dans les délais.

De la stratégie, la conception et la rédaction à la diffusion multicanal et à l'archivage numérique, nos solutions complètes vous permettent de mobiliser vos clients et membres, de renforcer vos relations, de réduire les risques et d'obtenir des résultats tangibles. Lorsque les communications sont essentielles, nos clients nous font confiance pour garantir fiabilité et assurance dans chaque message.

Améliorez vos communications.



Contactez-nous pour découvrir comment nous pouvons transformer vos communications, en balayant le code QR ou en visitant notre site Web à [www.computershare.com](http://www.computershare.com).

Renseignements sur le sondage : Computershare a fait appel à Dynata pour effectuer une étude sur les attitudes des consommateurs à l'égard des communications transactionnelles. Les résultats présentés sont basés sur les réponses de 400 clients de services bancaires au Canada, âgés de 18 à 69 ans. Les données ont été recueillies en mai 2025.

© Computershare Group, 2025. Computershare et le logo de Computershare sont des marques déposées de Computershare Limited.

Aucune partie du présent document ne peut être reproduite par quelque moyen que ce soit sans le consentement écrit, préalable et exprès de Computershare.

Le contenu de ce document est informatif et ne constitue pas de conseils de quelque nature que ce soit. Le document comprend de l'information basée sur les principaux constats de l'étude menée par Computershare et Dynata, sous réserve de la portée, des qualifications, des hypothèses et restrictions et autres paramètres contenus dans la présente étude.

Le groupe Computershare n'accepte aucune responsabilité quant à l'exactitude ou à l'exhaustivité de toute information contenue dans le présent document. Il est important de consulter un conseiller professionnel indépendant pour obtenir des conseils au sujet de l'information contenue dans ce document avant de vous y fier. Le groupe Computershare se réserve le droit de modifier ce document en tout temps.