

Les déterminants sociologiques de la consommation et de l'épargne

Contexte

Vous êtes embauché comme conseiller clientèle par la Banque de l'Est Parisien, filiale d'un grand groupe bancaire international.

Votre portefeuille est principalement composé de seniors que vous souhaitez satisfaire en leur proposant des produits et services adaptés. Vous avez également pour objectif d'attirer des jeunes pour assurer le renouvellement de votre portefeuille.

Vous devez mettre en adéquation les attentes des clients avec les produits et services bancaires. Afin de conseiller au mieux vos clients, il est important d'identifier leurs motivations pour consommer et épargner.

Dans le cadre de votre fonction, vous vous interrogez sur les questions suivantes : quelles sont les attentes des clients ? Comment s'effectuent leurs choix en matière de produits bancaires ? Quelles sont les nouvelles tendances de la consommation et de l'épargne ?

1. Les besoins

Document 1 : Analyse théorique : la pyramide de MASLOW



Exercices

1. Après avoir donné une définition des cinq catégories de besoins de MASLOW, classer les exemples ci-dessous dans une catégorie (deux exemples pour chacune)

BESOINS	DEFINITION	EXEMPLES
PHYSIOLOGIQUES		
DE SECURITE		
D'APPARTENANCE		
D'ESTIME DE SOI		
D'AUTOREALISATION		

Exemples de besoins : avoir un compte bancaire, adhérer à une association, manger, réaliser ses rêves, afficher des signes de réussite sociale, être estimé par les autres, souscrire une assurance, se constituer une épargne, faire partie d'un groupe social, atteindre ses objectifs professionnels

2. En déduire une définition de la pyramide de MASLOW

Document 2 : Exemple de besoin d'épargne : la micro-épargne

A lire sur credoc.fr/pdf/Sou/Evaluation_SIMS_Synthese_Rapport_Fr.pdf page 9

et credoc.fr/pdf/Sou/La_culture_financiere_des_Francais_2011.pdf page 9

Exercices

1. Qu'est-ce que la micro-épargne ? Quelles sont ses spécificités ?
2. Quelles sont les motivations des micro-épargnants ?
3. Les banques trouvent-elles un intérêt commercial à la micro-épargne ?

2. La relation avec sa banque

Document 3 :


A lire sur credoc.fr/pdf/Sou/La_culture_financiere_des_Francais_2011.pdf page 10-32-34-35-36

Quelle est l'image des banquiers auprès des personnes interrogées par le CREDOC ?
(exploiter uniquement les pages précitées)



3. L'âge

Document 4 : Les jeunes gagnent moins, et consomment plus. Comment font-ils ?

A lire sur challenges.fr/economie 

Comment justifier que les jeunes consomment plus alors qu'ils gagnent moins ?

4. L'acceptation du risque


Document 5 : Présentation de deux profils clients : les « risquophiles » et les « risquophobes »

A lire sur [La lettre de l'Observatoire de l'épargne de l'AMF - n° 5 - Octobre 2013](#)  page 2 et la colonne gauche de la page 3

Exercices

1. Comparez les propositions commerciales faites aux « risquophiles » et aux « risquophobes » en 2013 par l'A.M.F.
2. Quelles conclusions en tirez-vous ?

Document 6 : Connaître le profil de son client

A lire sur lafinancepourtous.com/Decryptages/Dossiers/Directive-MIF 

Exercices

1. Que signifie « Directive M.I.F. » ?
2. Quels sont les objectifs de cette directive ?
3. Quel est le texte qui régit le « marché réglementé » ?
4. Existe-t-il d'autres marchés ? Lesquels ?
5. Quelles garanties une entreprise de marché doit-elle donner ?
6. Qu'est-ce qu'un O.P.C.V.M. ? Une S.I.C.A.V. ?
7. A quoi s'applique la directive M.I.F. ?
8. Qu'est-ce qu'un client non-professionnel ?
9. Quels sont les autres clients ?
10. A quels conseils et informations un client non-professionnel a-t-il droit ?

