

Créer l'expérience client exceptionnelle

Nous avons compris que les résultats financiers dépendent de notre capacité à offrir à nos clients ce qu'ils veulent – moins de complexité et un accès plus facile à l'aide dont ils ont besoin pour prendre des décisions d'ordre financier.

Les clients nous ont dit qu'ils voulaient moins de complexité et davantage d'aide pour prendre des décisions d'ordre financier – et que les banques pouvaient faire mieux. BMO a vu là l'occasion de simplifier les choses et d'aider les gens en clarifiant les questions financières. Notre engagement – clarifier les questions d'argent pour que ça ait du sens – est étroitement lié à la raison fondamentale pour laquelle les clients franchissent nos portes : réaliser leurs ambitions, préparer leur avenir sur le plan financier et gérer le risque.

Aujourd'hui plus que jamais, les gens font leurs transactions et leurs placements chez nous, en raison de l'expérience et des connaissances que nous mettons à leur disposition. Clarifier les défis et les occasions d'ordre financier pour les clients, c'est les voir sortir de chez nous confiants dans leur avenir financier et sûrs d'avoir choisi la bonne banque. Il s'agit là de conditions essentielles à la croissance de BMO à long terme et à sa compétitivité.



Se concentrer sur les clients

Lorsque nous avons entrepris la première phase de notre engagement client il y a deux ans, tous les employés de BMO – du siège social à la première ligne – ont eu comme consigne de mettre davantage l'accent sur le client. Nous avons depuis appliqué le taux de recommandation net (TRN) – un outil de mesure de la fidélisation de la clientèle – à un plus grand nombre de nos secteurs d'activité. À l'heure actuelle, le TRN sert à évaluer notre pourcentage de réussite auprès des clients de la plupart de nos secteurs d'activité et points de contact. Nous avons lancé, en 2008, un programme qui définit nos principes de base en matière de service et qui favorise la prestation constante d'un service de qualité, à la hauteur des attentes des clients.

À l'échelle de l'organisation, nous nous efforçons de relever les attentes de tous les clients – petites et grandes entreprises, investisseurs et institutions. Voilà pourquoi nos campagnes publicitaires en cours au Canada et aux États-Unis utilisent des énoncés simples mais qui font réagir, et surtout qui rejoignent les préoccupations de nos clients.

Ces programmes ont joué un rôle essentiel dans notre démarche en vue de devenir la banque modèle en matière d'expérience client exceptionnelle.

Une vision qui rallie tout le personnel

La vision de BMO fait la fierté de nos employés. Toute l'énergie, la force et l'intelligence de notre organisation sont mises au service de nos clients. Et cet engagement se traduit de manière concrète par des mesures de rendement qui lient la rémunération de tous les employés au succès de BMO auprès des clients.

Étendre notre réseau de succursales

Dans l'optique d'intensifier notre présence dans la collectivité, nous avons entrepris un programme qui prévoit l'ouverture de succursales ou la réorganisation de succursales existantes dans des emplacements clés, à l'échelle du Canada. Cette initiative vise à accroître la visibilité dans la rue du bleu BMO – l'une des couleurs de marque les plus reconnaissables au Canada. Et pour assurer à un plus grand nombre de clients l'accès à une gamme étendue de services, nous déployons des équipes complètes spécialisées dans le secteur des particuliers et le secteur des entreprises et des experts en gestion de patrimoine dans un nombre accru d'emplacements. En parallèle, du côté de Harris, nous élargissons notre réseau de succursales en misant principalement sur les acquisitions. Au cours des trois derniers exercices, la bannière Harris a connu une croissance de 44 % et elle exploite maintenant plus de 280 succursales dans trois États du Midwest américain.

Des produits qui répondent aux besoins des clients

L'engagement que nous avons pris envers le client est plus qu'une promesse puisqu'il s'appuie sur du concret : une offre de produits irrésistible qui répond précisément aux désirs des clients. Et nous allons continuer à hausser la barre et à en faire davantage.



OFFRES IRRÉSISTIBLES DE 2008	
<p>MargExpress sur valeur domiciliaire™</p> <p>Les clients nous ont dit qu'ils voulaient exercer davantage de contrôle sur leurs finances personnelles. Au Canada, nous avons répondu à cette demande en lançant « le seul prêt dont vous aurez besoin », qui combine un prêt hypothécaire et une marge de crédit garantie. À mesure que le client rembourse son prêt hypothécaire, le montant de sa marge de crédit augmente. Ce produit est l'une des principales raisons de l'accroissement de 18,7 % de notre volume de prêts personnels en 2008 et de la hausse de 89 points de base de notre part de marché.</p>	<p>Les fonds Étape Plus BMO</p> <p>Pour répondre aux demandes des clients qui désiraient des options de placement offrant à la fois un potentiel de croissance et la garantie que leur capital serait préservé, nous avons lancé les fonds Étape Plus BMO en juin 2007, et en septembre 2008 les cotisations nettes reçues totalisaient 1 milliard de dollars. Dans un contexte marqué par la volatilité des économies et des marchés à l'échelle mondiale, ce produit s'est révélé efficace pour répondre à un besoin fondamental de nos clients – apaiser leur inquiétude en protégeant leurs investissements.</p>
<p>Demande d'ouverture de compte en ligne</p> <p>Depuis juin, Harris propose sur son site Web une demande d'ouverture de compte qui prend environ huit minutes à remplir. Grâce à cette initiative, Harris a enregistré une augmentation de 160 % du nombre de demandes d'ouverture de compte en ligne en 2008. Prochaine initiative : réduire le temps requis pour remplir en ligne une demande de compte de dépôt d'entreprise ou de compte courant d'entreprise. Depuis octobre 2008, les Canadiens peuvent utiliser Internet pour soumettre une demande d'ouverture de compte de particulier à BMO Banque de Montréal.</p>	<p>Outil logiciel de planification financière</p> <p>Nous avons investi dans un nouvel outil de planification financière qui présentera avec une clarté sans précédent la situation financière du client, nous plaçant à l'avant-garde du secteur. Ce nouveau logiciel sera utilisé par tous les professionnels de la planification financière à l'échelle de BMO Groupe financier. Peu importe où se trouve le client ou quel est son point de contact, le logiciel contribuera à assurer la cohérence et la transférabilité des plans des clients.</p>
<p>Compte d'épargne libre d'impôt</p> <p>En 2008, le gouvernement du Canada a annoncé la création du compte d'épargne libre d'impôt (CELI). Les Canadiens peuvent maintenant ouvrir un CELI à BMO et y investir jusqu'à 5 000 \$ par année leur vie durant pour économiser sans payer d'impôt sur le montant des revenus de placement et des retraits. Le CELI constitue une option attrayante et souple qui peut aider nos clients à atteindre leurs objectifs financiers.</p>	<p>Série Partenaires en affaires en baladodiffusion</p> <p>Notre série primée <i>Partenaires en affaires</i>, diffusée sur le Web, s'est enrichie de nouveaux segments audio. Il s'agit d'entretiens dans le cadre desquels des experts externes offrent des conseils opportuns aux propriétaires de petites entreprises.</p>
<p>Option de conversation de vive voix</p> <p>Nous offrons maintenant l'option de conversation de vive voix sur les principales pages du site Web de Harris afin d'accrocher les gens qui se servent d'Internet pour se renseigner sur les solutions et services offerts par Harris, présenter une demande d'ouverture de compte ou une demande de prêt en ligne, ou accéder aux services bancaires en ligne de Harris. Un simple clic leur permet d'entrer rapidement en contact avec notre centre d'appel et de parler à un représentant des services à la clientèle. En 2008, Harris a mené près de 77 000 entretiens avec des clients qui avaient utilisé cette fonction.</p>	<p>Recherche sur les actions</p> <p>En fusionnant nos services de recherche sur les actions au Canada et aux États-Unis qui ont été primés, nous avons constitué un seul groupe d'environ 60 analystes couvrant près de 800 sociétés ouvertes – et nous sommes en mesure de proposer des stratégies axées sur les secteurs d'activité aux gestionnaires de fonds qui adoptent de plus en plus une approche globale.</p>
<p>La carte MasterCard[®] Mosaik[™] BMO</p> <p>Nous avons lancé la nouvelle carte MasterCard Mosaik Shell[™], qui offre une récompense supérieure aux clients fidèles. Nos clients peuvent également opter pour la nouvelle carte MasterCard assortie de l'option AIR MILES[™] Or qui leur donne droit à un rabais de 20 % sur le nombre de milles de récompense AIR MILES requis pour obtenir un billet d'avion pour plus de 500 destinations dans le monde, sans période d'interdiction. Ces offres expliquent en partie la hausse de 13,8 % de nos soldes de cartes enregistrée en 2008.</p>	<p>Solutions mondiales de gestion de trésorerie</p> <p>Nous offrons aux entreprises clientes accès aux marchés à l'échelle des États-Unis, du Canada et de l'Europe, et nous les aidons à s'y retrouver dans l'éventail d'options et d'exigences, par l'intermédiaire d'une seule relation d'affaires et d'un seul point de contact.</p>