

COMPARATIF RÉGIONAL SUR L'EXPÉRIENCE CLIENT BANCAIRE : LES RÉALITÉS DE LA BANQUE DIGITALE



LE CONTEXTE

42 APPLICATIONS BANCAIRES

GOOGLE PLAY

PERIODE: 1 JUIN - 1 DECEMBRE 2025

4 PAYS

COTE D'IVOIRE : 10 banques

MAROC : 11 banques

TUNISIE : 11 banques

SENEGAL: 10 banques



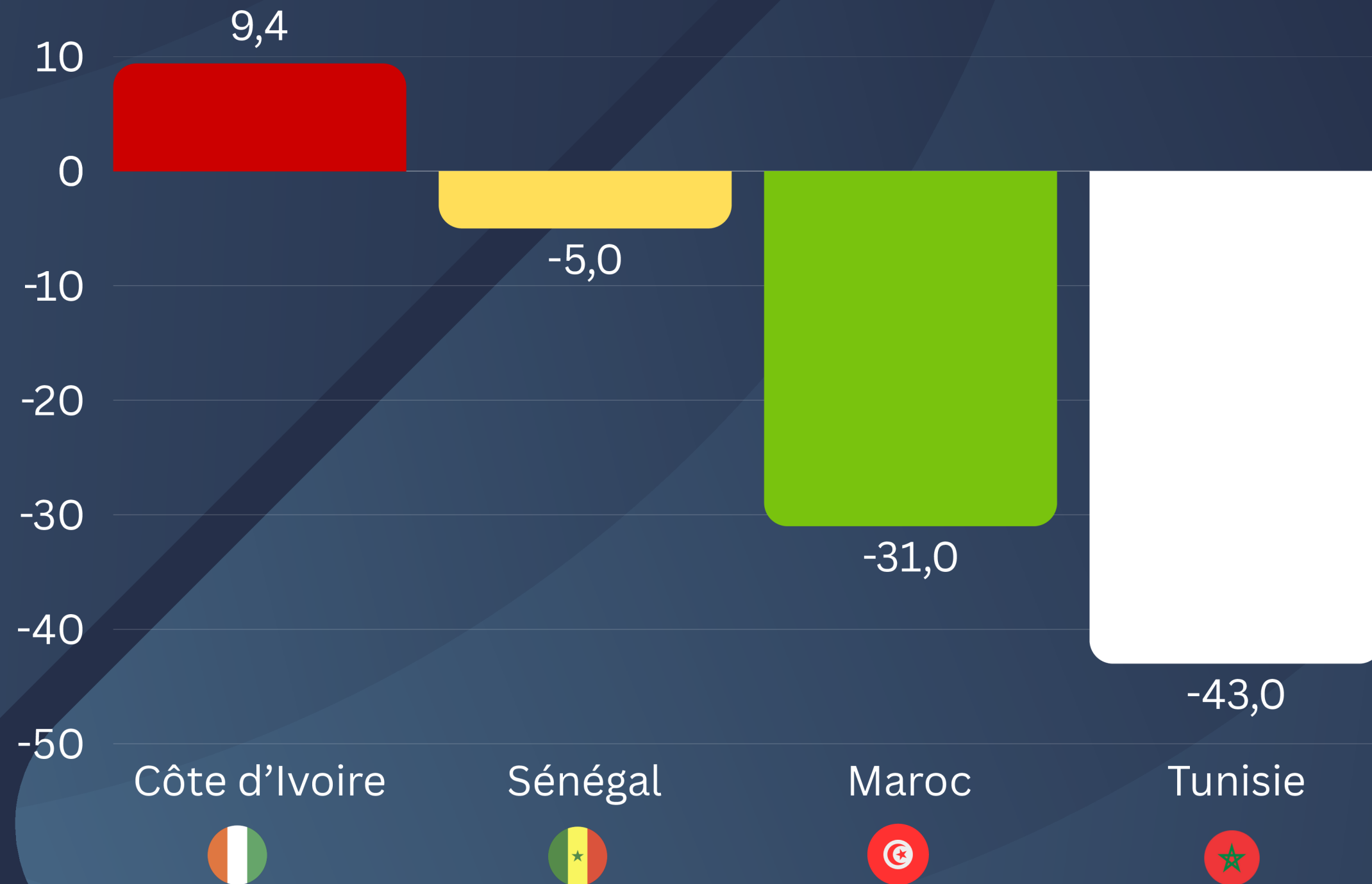


SENEGAL	COTE D'IVOIRE	TUNISIE	MAROC
Société Générale Sénégal	Banque Atlantique Côte d'Ivoire	BIAT	Attijariwafa Bank
Attijari Sénégal	Société Générale Côte d'Ivoire	Attijari Bank Tunisie	Banque Populaire
UBA Sénégal	SIB	UBA Tunisia	Bank of Africa (BOA)
Banque Atlantique Sénégal	UBA Côte d'Ivoire	Banque de Tunisie (BT)	CIH Bank
Bank of Africa Sénégal (BOA)	Bank of Africa Côte d'Ivoire (BOA)	Arab Tunisian Bank (ATB)	Crédit Agricole du Maroc (CAM)
Banque Agricole	Bridge Bank Group Côte d'Ivoire (BBGCI)	BTK Bank	BMCI
Banque Islamique du Sénégal (BIS)	NSIA Banque Côte d'Ivoire	Al-Baraka Bank	Société Générale Maroc
Orabank Sénégal	Ecobank Côte d'Ivoire	Banque Nationale Agricole	CFG Bank
NSIA Banque Sénégal	BNI Côte d'Ivoire	STB	Bank Assafa
BICIS	Orabank Côte d'Ivoire	Amen Bank	Umnia Bank
		Banque Zitouna	Crédit du Maroc

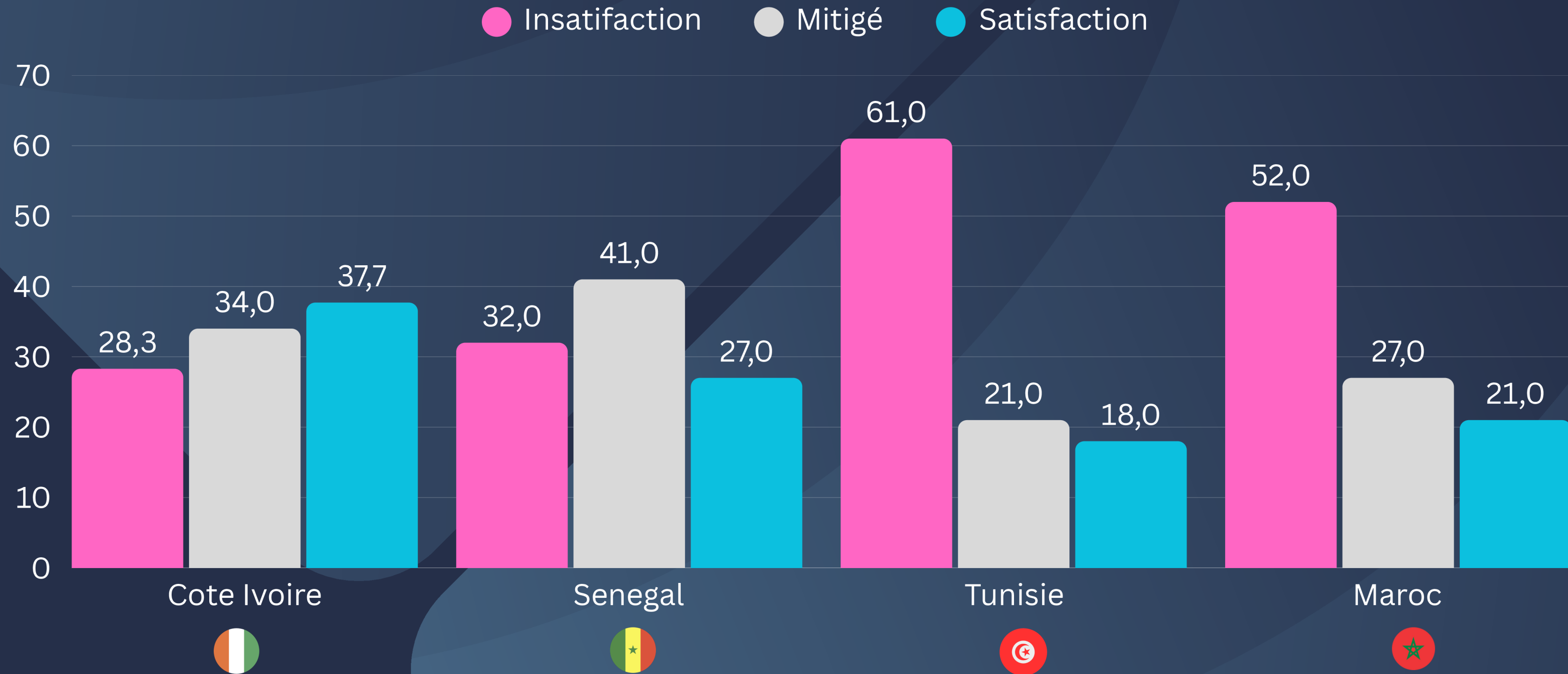


LE SENTIMENT GLOBAL

Globalement, le sentiment est contrasté :
Forte tension au Maroc et en Tunisie.
Climat plus apaisé au Sénégal et en Côte d'Ivoire.



LE SENTIMENT PAR PAYS





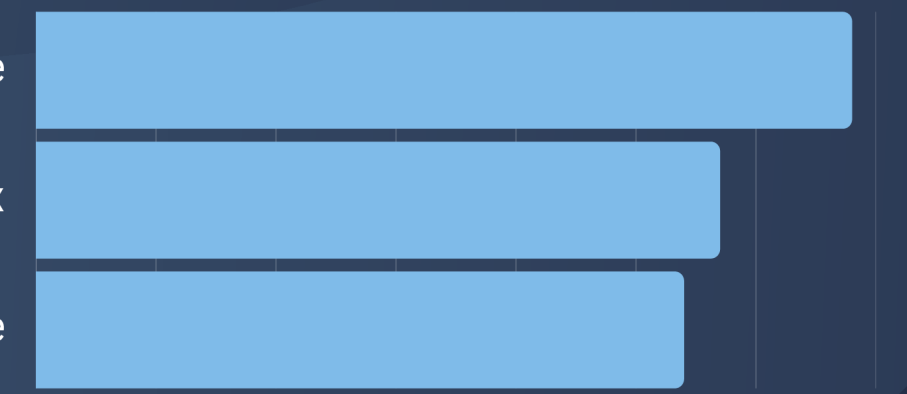
LES POINTS FORTS PAR PAYS

TUNISIE



Présence humaine & relation agence
Utilité perçue des services digitaux
Capital de confiance historique

0 10 20 30 40 50 60 70

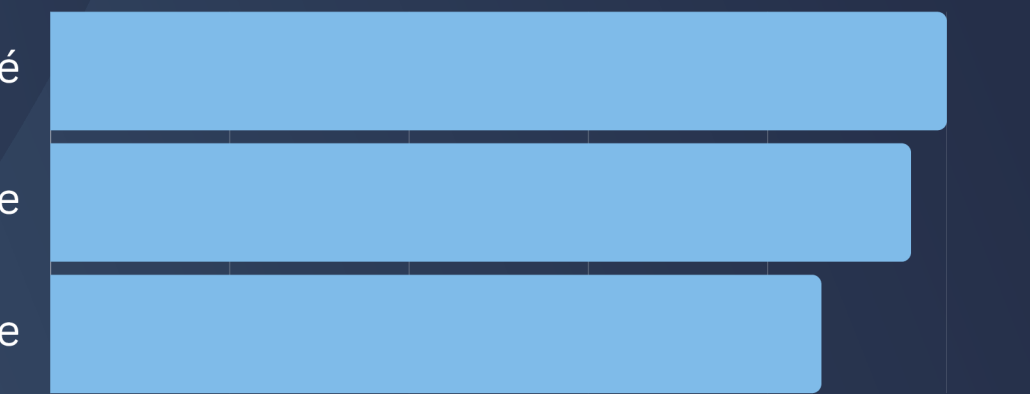


COTE D'IVOIRE



Fonctionnalités & Utilité
Satisfaction globale & Autonomie
UI / UX & Ergonomie

0 20 40 60 80 100

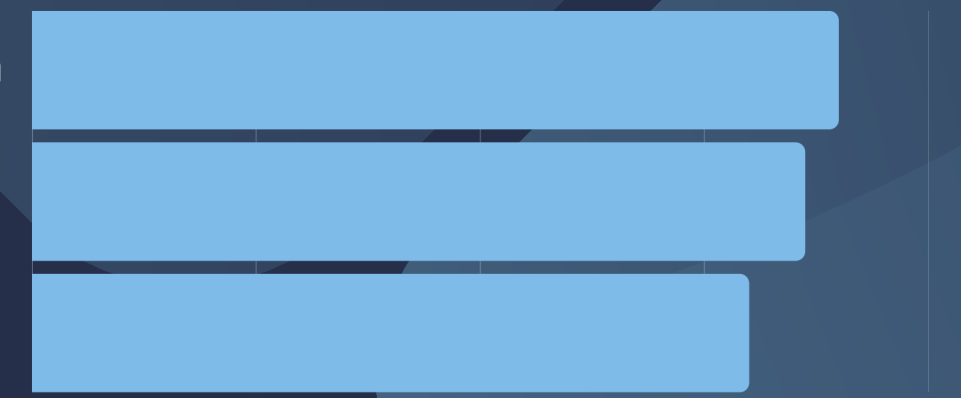


SENEGAL



Utilité digitale & adoption
Interopérabilité Mobile Money
Autonomie & accessibilité

0 20 40 60 80

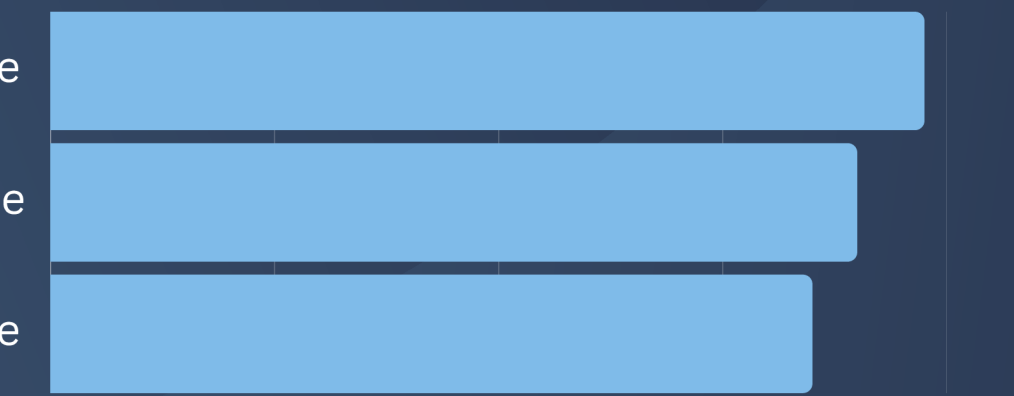


MAROC



Solidité institutionnelle
Adoption élevée
Capacité opérationnelle

0 20 40 60 80



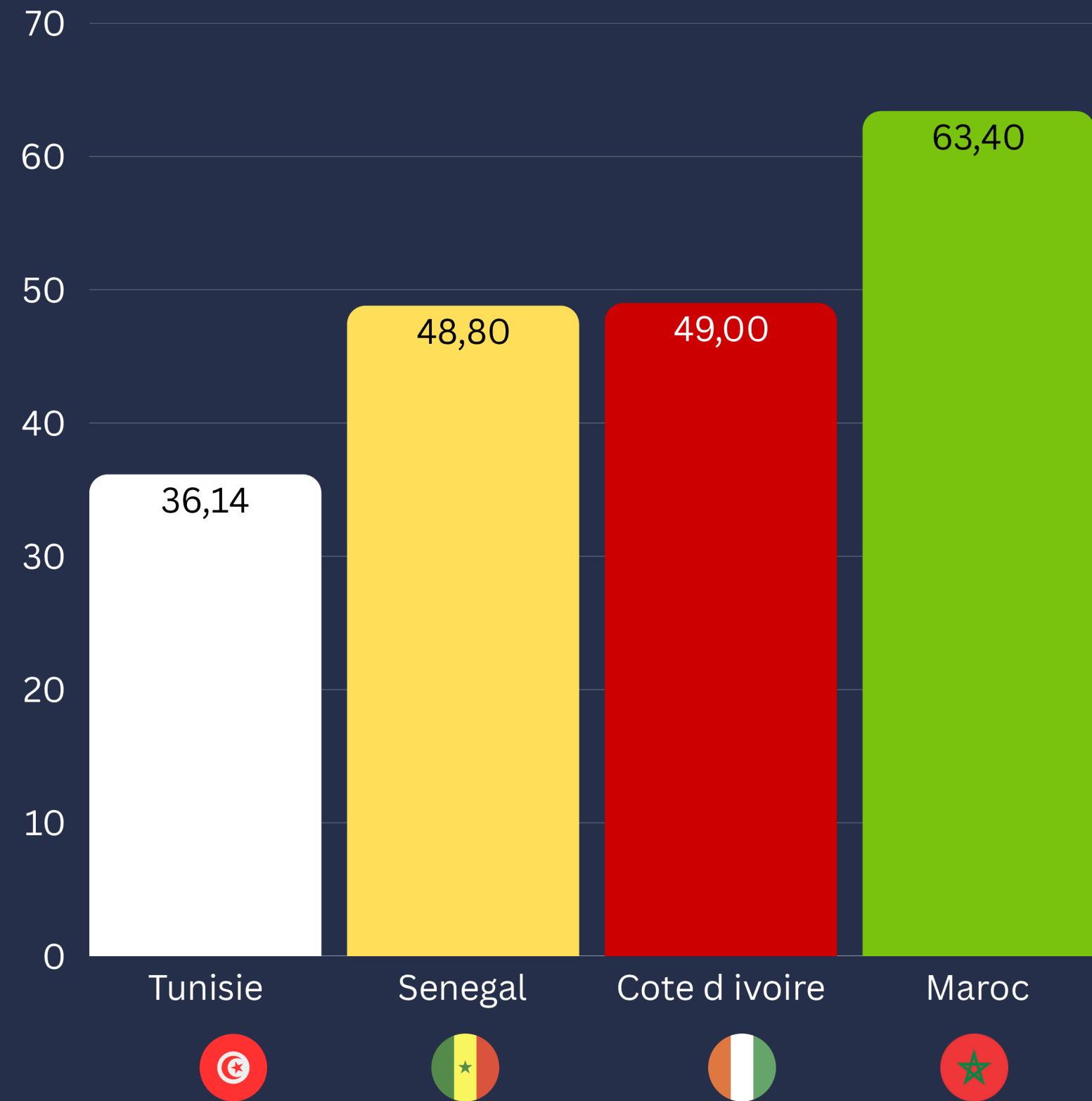


LA CONFIANCE GLOBALE

La confiance ici est situationnelle et expérientielle.

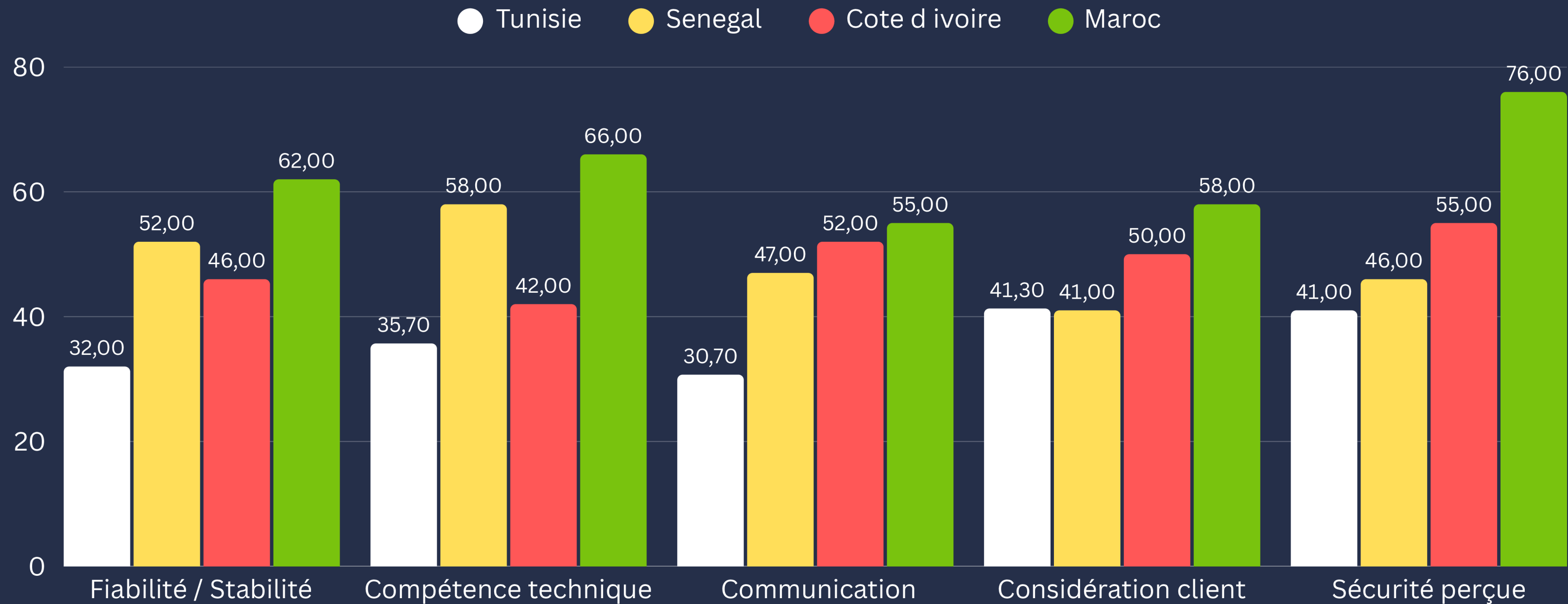
augmente ou se dégrade selon :

- un bug,
- un silence du support,
- une réponse humaine,
- un message clair,
- une promesse tenue ou non.





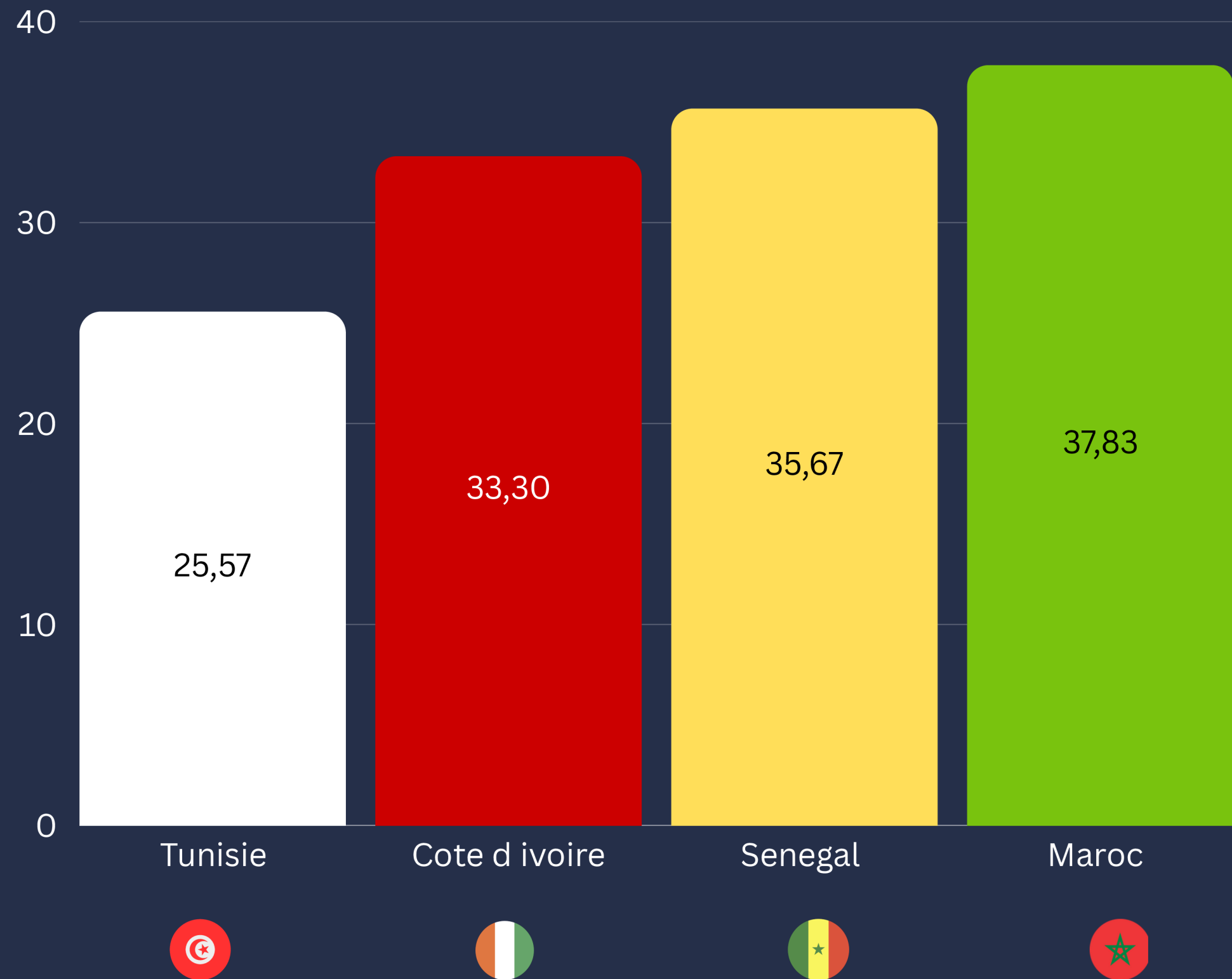
5 PILIERS STRUCTURANTS DE LA CONFIANCE





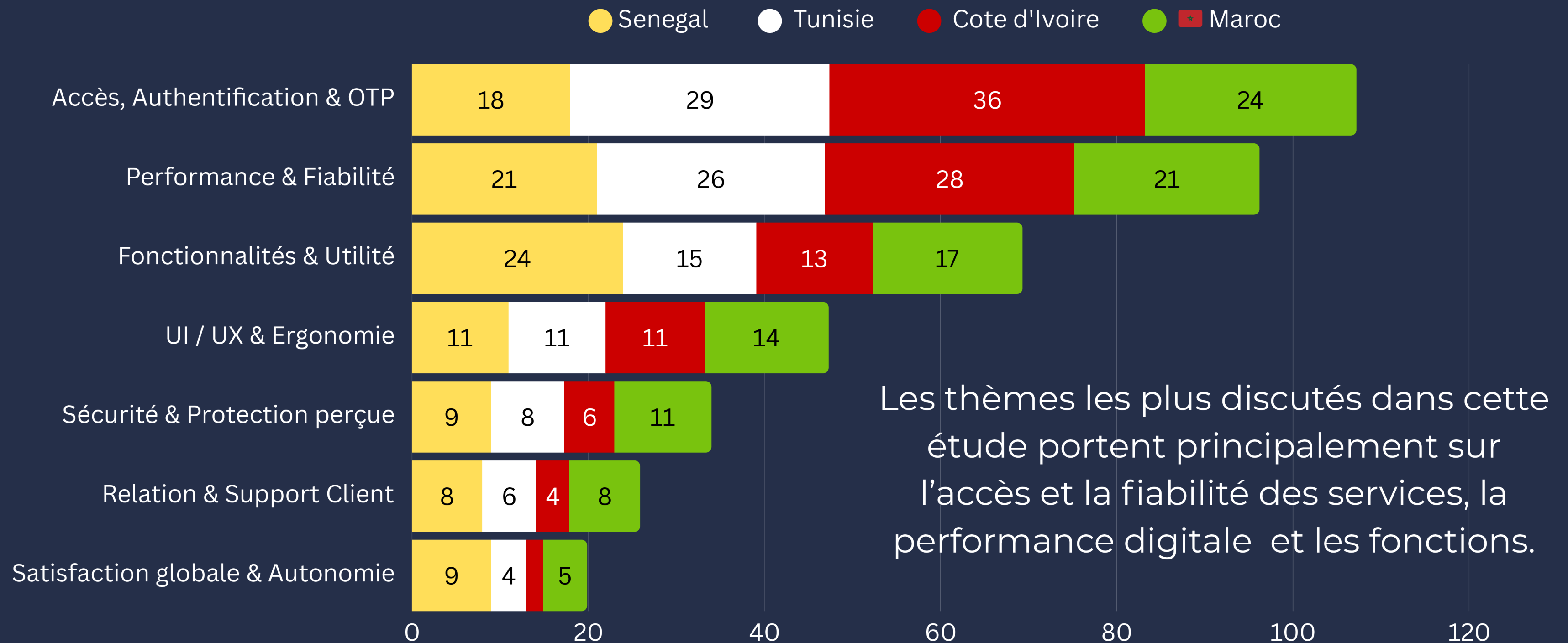
LE BRAND LOVE

La mesure du Brand Love repose sur l'analyse des émotions exprimées dans les avis clients, révélant attachement, confiance, frustration et intensité relationnelle perçue.

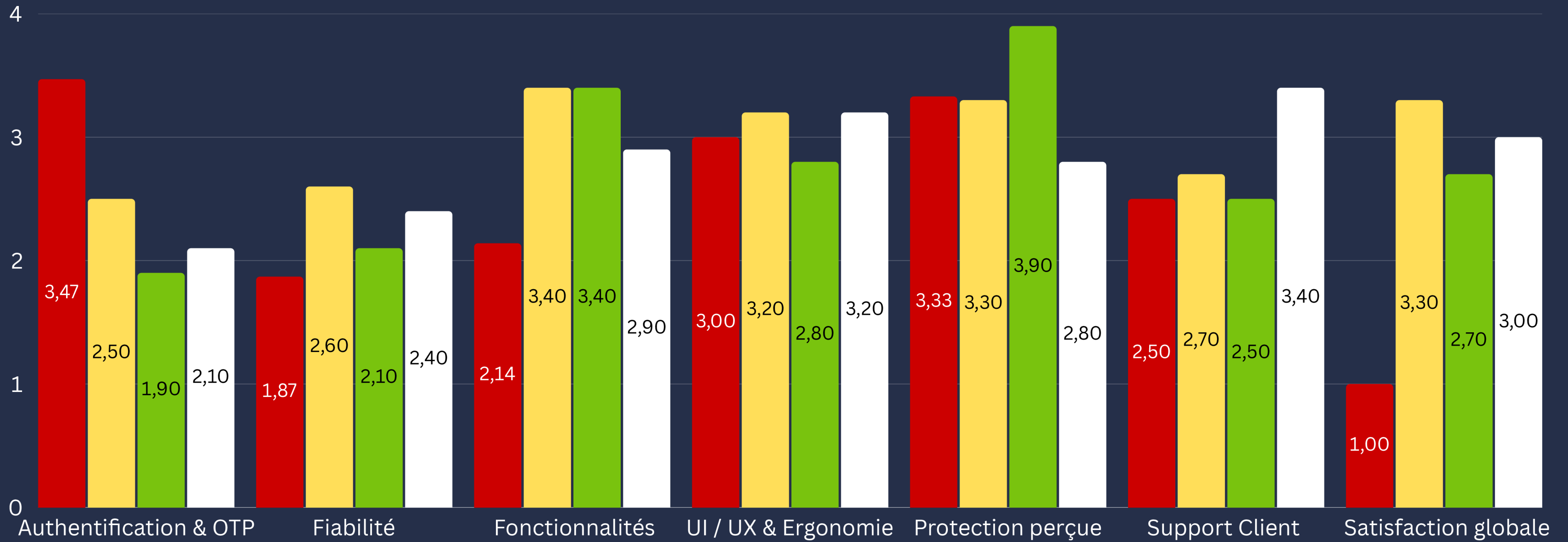




LES THEMES LES + DISCUTÉS



● COTE D'IVOIRE ● SENEGAL ● MAROC ● Tunisie



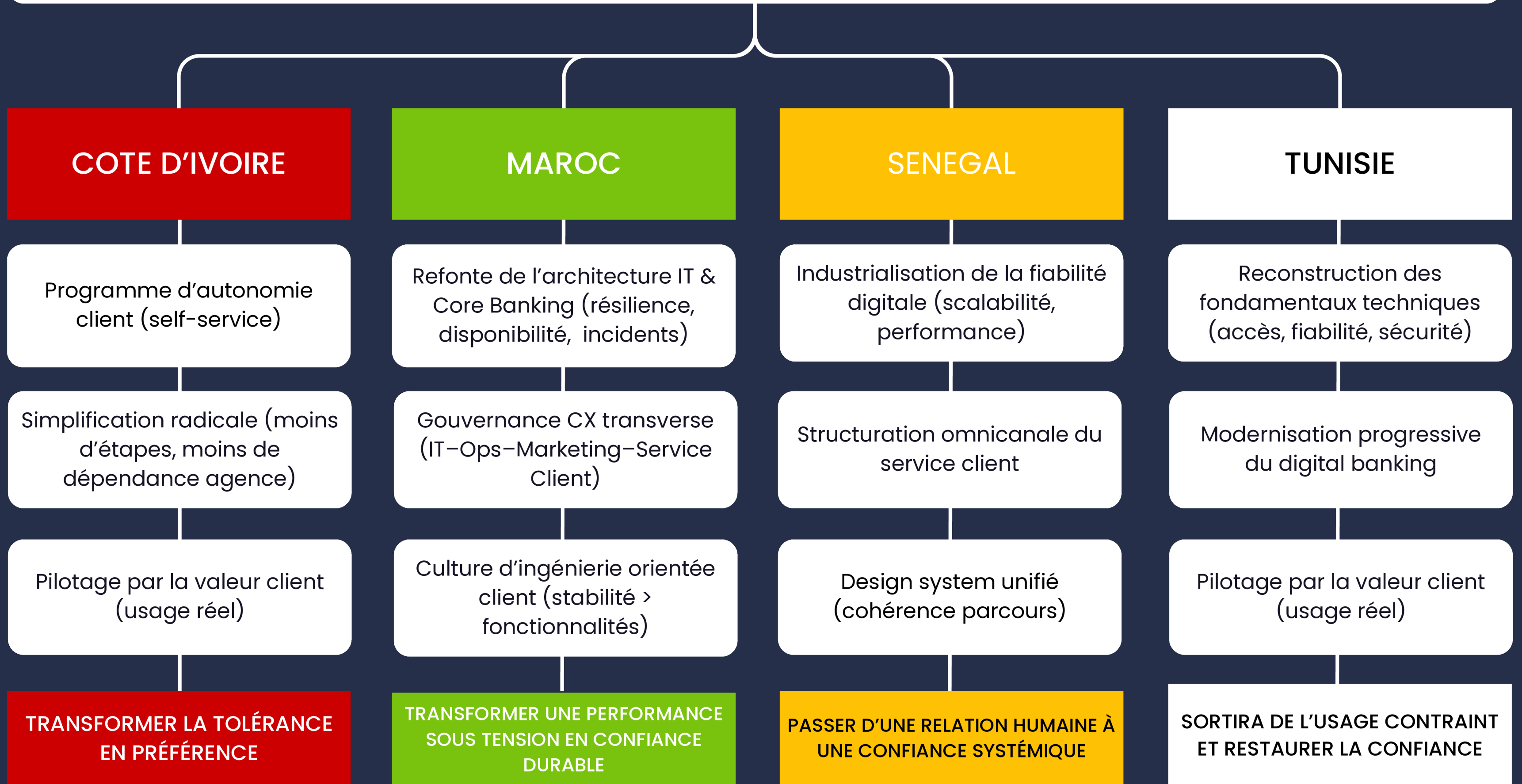
LES 5 IRRITANTS CLÉS



COTE D'IVOIRE	SENEGAL	TUNISIE	MAROC
Instabilité des applications	Performance & Fiabilité des applications	Instabilité post MAJ	Instabilité des applications
Problèmes d'authentification et d'OTP	Problèmes d'authentification et d'OTP	Problèmes d'authentification et d'OTP	Problèmes d'authentification et d'OTP
Faible interopérabilité avec le Mobile Money	Mobile Money & Interopérabilité	Lenteurs	Lenteurs
Manque de clarté et de communication	Frais, Tarification	Fonctionnalités clés qui ne fonctionnent pas ou disparaissent	UX peu intuitive
Support client inefficace	Support client inefficace	Support client inefficace	Support client inefficace

PAYS	LEVIER N° 1	OBJECTIF
MAROC	OTP & fiabilité	Réduire la tension
SENEGAL	Performance de base	Consolider la confiance
COTE D'IVOIRE	Autonomie	Transformer la tolérance
TUNISIE	Accès & stabilité	Restaurer la crédibilité

TRANSFORMATIONS STRUCTURELLES – PAR PAYS (CX & DCX)





FAMOUS LAST WORDS



COTE D'IVOIRE

La confiance est là, mais l'utilisateur se sent passif



SENEGAL

la relation compense encore la technique



MAROC

le problème n'est pas la capacité, mais la surcharge émotionnelle



TUNISIE

la relation humaine sauve encore la situation

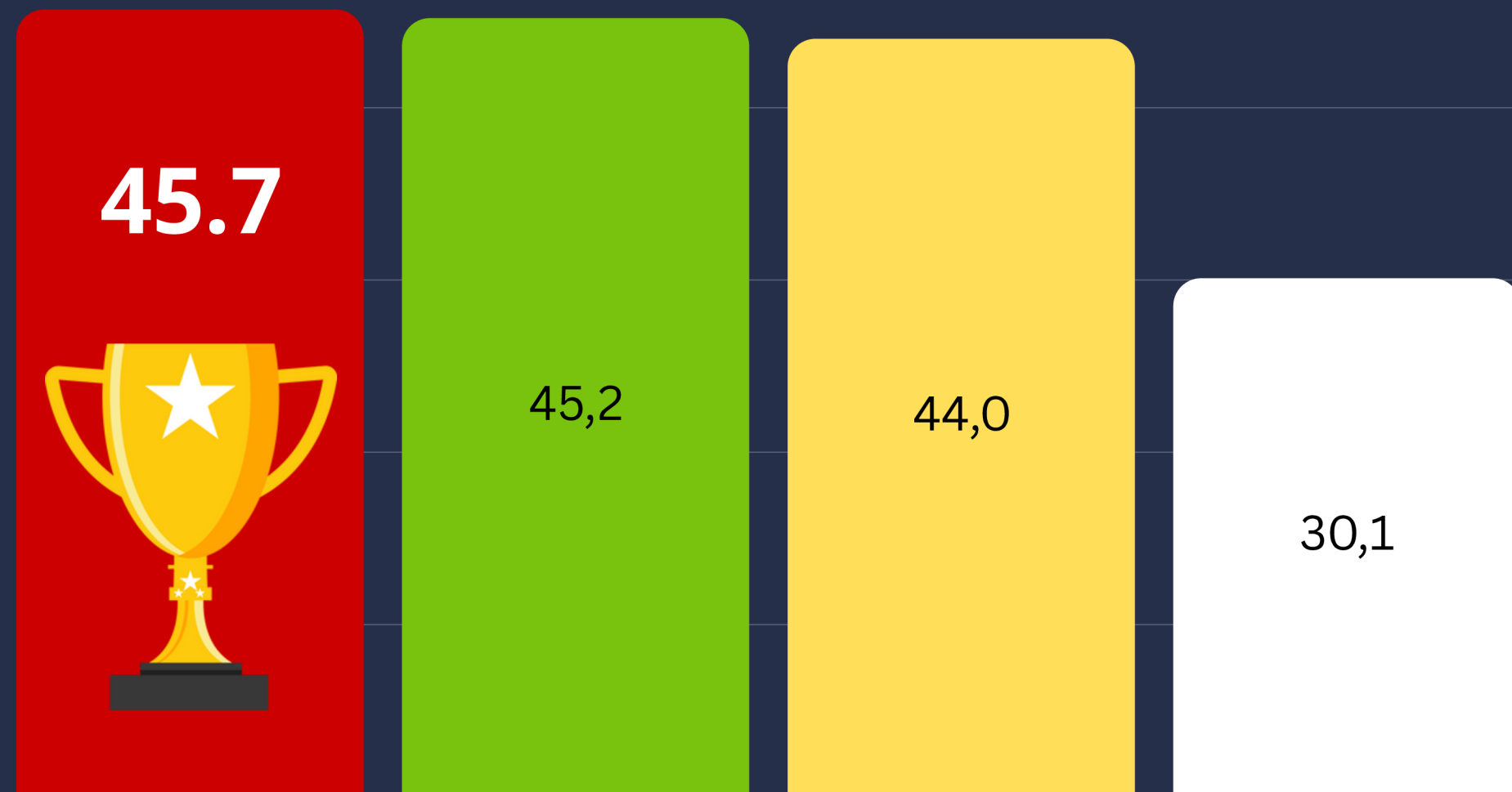


L'EXCELLENCE DIGITALE BANCAIRE

La Côte d'Ivoire s'impose comme la championne de la DCX bancaire non par la sophistication de ses parcours digitaux, mais par leur stabilité perçue, leur simplicité et leur faible charge émotionnelle négative.

Résultat: Une expérience digitale apaisée et tolérable pour les clients.

● Côte d'Ivoire ● Maroc ● Senegal ● Tunisie



L'Indice DCX synthétise la performance digitale perçue par les clients, en intégrant la fiabilité des parcours, l'ergonomie, l'autonomie et l'impact émotionnel des usages digitaux.



7 ENSEIGNEMENTS

1. Ne pilotez plus des transactions. Pilotez des relations. Les produits s'imitent. Les expériences, elles, se ressentent et se jugent.
2. Ce n'est plus "penser à vos clients" qui compte, mais penser comme eux.
3. Plus vos applications deviennent complexes, plus les attentes deviennent durs.
4. La fluidité, l'instantanéité et la lisibilité ne sont plus des avantages. Ce sont des standards non négociables.
5. Les utilisateurs n'ont plus de tolérance cognitive. Ils passent d'Instagram à leur application bancaire, puis à TikTok, sans changer de niveau d'exigence.
6. Chaque bug, chaque lenteur, chaque silence du support est un moment de vérité.
7. La question n'est plus "sommes-nous digitaux ?" La seule vraie question est sommes-nous simples, fiables et rassurants quand ça compte vraiment " ?



PILOTEZ VOTRE RELATION DANS LA CLARTE

www.affinytix.com