



Bancobu
Bank

Une tradition de bien faire

Depuis 1960

N^o10 | Mai 2021 Newsletter



84,
Chaussée
Prince Louis Rwagasore
B.P. 990 Bujumbura - Burundi
Tél. : +257 22 20 65 00
Fax +257 22 22 10 18
E-mail : newsletter@bancobu.com
Swift : BC BU BI BI
www.bancobu.com

BANCOBU,
Nouvelles méthodes
de travail, nouveaux com-
portements pour booster
« L’Innovation, la Producti-
vité et la Rentabilité », telle est
la ligne éditoriale
de la Newsletter retenue
par le Management de
la Banque



2

EDITORIAL

Encore plus haut et plus loin !

3

**DEVELOPPEMENT DES RH
ET INFRASTRUCTURES**

Programme de formation continue

5

**DEVELOPPEMENT DU RESEAU
ET INCLUSION FINANCIERE**

Le personnel de la Banque dans son double statut

4

**DEVELOPPEMENT COMMERCIAL
ET DIGITALISATION**

Le centre d’appels, un outil de gestion
du service a la clientèle

7

DIVERTISSEMENT

Le phénomène appelé « Internet meme » ou l’art
du détournement humoristique sur Internet

Chef de la Rédaction
Prosper BANYANKIYE

**Développement des RH
et Infrastructures**
Catherine NTISEZERANA
et Divine GAKIMA

**Développement Commercial
et Digitalisation**
Alain José CIZA, Nelly KAZE,
Ghyslaine ARAKAZA et
Fredette MUNEZERO

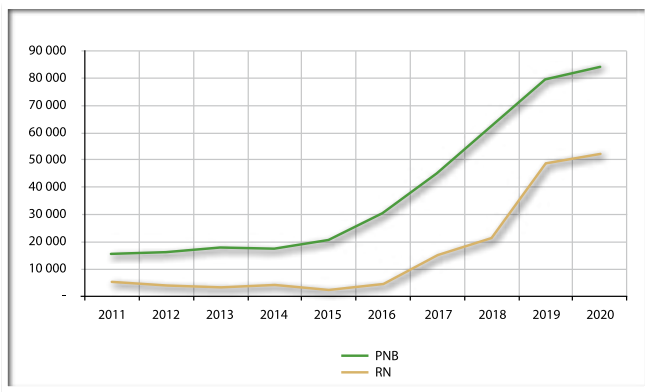
**Développement du Réseau
et Inclusion Financière**
Magnifique NIYONKURU,
Augustin NDIKURIYO et
Eric NIZIGIYIMANA

EDITORIAL

Par Prosper BANYANKIYE

Encore plus haut et plus loin !

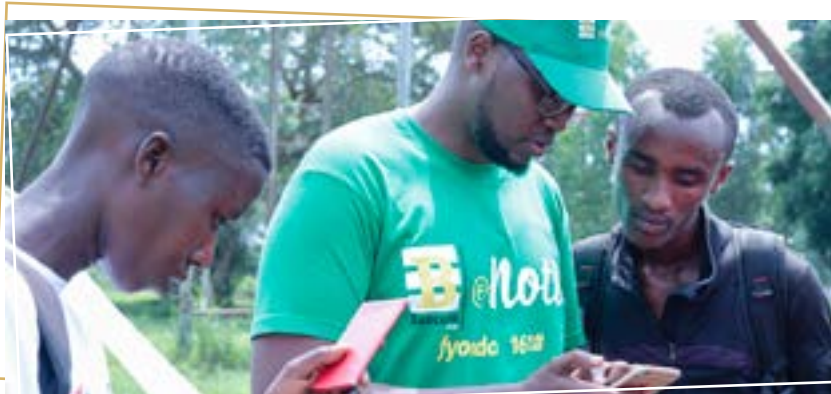
La Bancobu clôture son exercice social 2020 avec près de BIF 1000 milliards de total de bilan, BIF 100 milliards de produit net bancaire (PNB) et fixe son capital social à plus de BIF 100 milliards, tel est le titre du communiqué sanctionnant les travaux de l'Assemblée Générale des actionnaires de mars 2021.



Deux projets phares ayant marqué l'année 2020 sont :

Le lancement des travaux de construction du Complexe immobilier «Bancobu Business Center» comprenant notamment 2 tours de bureaux R+7 et R+5, un mall moderne et une salle de conférence pouvant contenir 300 places et un sous-sol tenant lieu de parking de 140 véhicules.

La mise sur le marché d'une plate-forme mobile de dernière génération «Bancobu eNOTI» intégrée à la plateforme bancaire Amplitude UP permettant ainsi que la liaison du compte mobile avec le compte bancaire classique et l'interconnexion avec tous les opérateurs de téléphonie mobile. Un million de comptes, d'ici fin 2021 !



Avec un résultat net de 2020 (BIF 52 milliards) qui est le double de celui prévu en 2022, le Plan de Transformation de la Banque 2018-2022 cède, deux ans plus tôt, la place à un autre plan encore plus ambitieux : Plan stratégique de Développement 2021-2025. Une première implantation de la Bancobu dans certains pays de la Communauté de l'Afrique de l'Est «EAC» est un des axes stratégiques de ce nouveau Plan.

Tous, à bord du vol «Bancobu 2025», avec le copilotage de la Direction Générale, vers cette destination prestigieuse «Bancobu Group 2025», où rêve deviendra réalité !

MISSION

« Concevoir et mettre sur le marché des produits et services financiers répondant aux besoins de la clientèle : Particulier et Entreprise »

VISION

« Etre une Banque innovante, performante et citoyenne »

VALEURS

« ECOUTE -INTEGRITE -EXCELLENCE »

LOGO



DEVISE

« Une tradition de bien faire »

DÉVELOPPEMENT DES RH ET INFRASTRUCTURES

Par *Cathérine NTISEZERANA* et *Divine GAKIMA*

Programme de formation continue

Les RH de la Banque doivent adopter de nouvelles méthodes de travail et de nouveaux comportements pour booster l'Innovation, la Productivité et la Rentabilité.

Le programme de formation en continue des Cardes vient répondre à cet impératif.

Pour les nouveaux recrues, ce programme offre une opportunité de prendre connaissance de la culture d'entreprise Bancobu dans un délai relativement court et lui donne des « armes » pour affronter le nouveau poste d'affectation.

Pour les cadres déjà en fonction, ce programme de formation continue sera aussi utile. En cas de mobilité professionnelle, changement de poste/fonction, le cycle d'apprentissage sera plus facile. Il en est de même pour les cadres stables dans leur poste/fonction qui devront bénéficier de ce programme pour les sortir de la routine, une forme de mise à niveau permanente sur l'évolution de la Banque et son environnement.



Objectifs du programme de formation continue sont :

- Avoir une bonne compréhension de l'environnement réglementaire, l'organisation, fonctionnement de la Banque ;
- Avoir une maîtrise des caractéristiques des services offerts par de la banque et la structure de leur tarif, leur mode de distribution et de mieux les présenter au public ;
- Savoir lire et comprendre les états financiers de la Banque ;
- Porter la vision stratégique de la Banque.

Modules et volume horaire sont :

- REGLEMENTATION : 3 HEURES
- GOUVERNANCE : 3 HEURES



- MARKETING : 3 HEURES
- CULTURE ECONOMIQUE ET FINANCIERE : 3 HEURES
- VISION DE MOYEN TERME : 3 HEURES

Le contenu de chaque module pourra varier dans le temps et adapter selon les cibles. Ont déjà bénéficié de ce programme :

- La première session avec les nouveaux cadres (25) s'est étendue sur 5 jours : 24, 26, 30 avril, 03 et 5 mai 2021, soit un module par matinée.
- La deuxième session avec les nouveaux attachés commerciaux (15) s'est étalée sur 3 jours : 19, 20 et 21 mai, soit deux modules par jour.

Un programme qui devra se poursuivre avec d'autres cibles.

MISSION

« Concevoir et mettre sur le marché des produits et services financiers répondant aux besoins de la clientèle : Particulier et Entreprise »

VISION

« Etre une Banque innovante, performante et citoyenne »

VALEURS

« ECOUTE -INTEGRITE -EXCELLENCE »

DEVISE

« Une tradition de bien faire »

DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET DIGITALISATION

Par Alain José CIZA, Nelly KAZE, Ghyslaine ARAKAZA et Fredette MUNEZERO

Le centre d'appels, un outil de gestion du service à la clientèle

Le lancement du nouveau produit digital Bancobu eNoti a coïncidé avec le lancement du service de Centre d'Appels à la BANCOBU.

Le Centre d'Appels, dont on a aménagé un espace bureau spécial, est l'ensemble de moyens mis en place pour distribuer et traiter des appels téléphoniques entrants et sortants. Les moyens mobilisés pour constituer ce centre d'appels sont humains (agents et superviseurs), immobiliers, logiciels, techniques (ordinateurs, serveurs, casques, téléphones, connexions internet, ...).

Sa mise en place s'inscrit dans le prolongement de la digitalisation de la Bancobu et contribue à la prise en charge de la relation client à distance en commençant par les clients eNoti.

Le canal Centre d'Appels est désormais là pour améliorer le service à la clientèle de la Banque, avec comme forces :

- ✓ Sa disponibilité 24 Heures sur 24, 7 Jours sur 7
- ✓ au service de la clientèle ;
- ✓ Son savoir-faire et sa maîtrise du produit eNoti et de ses fonctionnalités ;
- ✓ Le «Customer Care», l'accompagnement de la clientèle de façon professionnelle dans toutes les situations ;
- ✓ Le suivi de traitement des réclamations des clients et la communication retour à la fin du traitement.

Le centre d'appels de la Banque, accessible en composant simplement 161, est gratuit et ce, peu importe lequel des réseaux de téléphonie mobile local utilisé par l'appelant.

Pour pouvoir traiter les réclamations de la clientèle, les agents au Centre d'appels sont organisés en trois équipes qui se relaient toutes

les huit heures afin de garantir un service 24 h sur 24 h.

A ce jour, 650 appels sont reçus au Centre d'Appels en moyenne et chaque jour dont 80,4% sont résolues immédiatement grâce aux outils et aux accès aux plateformes données aux équipes et 19,6% sont de nature à être transféré au Back Office.

Les plaintes suivantes ont pu être identifiées comme étant récurrentes au Centre d'Appels :

- ✓ Demande d'informations générales sur eNoti
- ✓ Code PIN / Code agent
- ✓ Transfert d'argent
 - ✓ Achat d'unités / de bouquets internet
 - ✓ Paiement Abonnement Star Times / Canal Plus
 - ✓ Accompagnement pour l'installation application ou ouverture de compte USSD
 - ✓ Promotion en cours
 - ✓ Autres.



Le canal centre d'appels est venu compléter d'autres canaux qui existaient déjà, à savoir le canal site web, le canal email, le canal réseaux sociaux, le canal agences/guichet et le canal des courriers physiques et travaille en étroite collaboration avec les autres services de la Banque.

L'unité Centre d'Appels est vouée à grandir vers un traitement plus large des retours client à travers la gestion des mails, les SMS, les courriers ou toute autre moyen de communication comme les réseaux sociaux et autres.



DÉVELOPPEMENT DU RÉSEAU ET INCLUSION FINANCIÈRE

Par Magnifique NIYONKURU, Augustin NDIKURIYO et Eric NIZIGIYIMANA

Le personnel de la Banque dans son double statut : vendeur et consommateur des produits et services de la banque : cas eNoti

Pour encourager les employés de la Banque de pouvoir être à la fois vendeurs et consommateurs du produit eNoti, la Banque a organisé pour son personnel une phase pilote de deux semaines avant la vente au public. L'objectif de cette phase pilote était d'enrôler tout le personnel de la Banque sur la plateforme eNoti et de les former sur l'utilisation des services eNoti.

Des formations à l'endroit de tout le personnel ont donc été organisées dans toutes les agences et tous les guichets.

Les employés de la Banque sont les premiers ambassadeurs de eNoti.

Au 1er Mai 2021, la Banque a primé les meilleurs employés ayant utilisé le plus les services eNoti (dans les catégories Achat d'unités avec eNoti, Achat de bouquets internet avec eNoti, Achat StarTimes avec eNoti, Achat Canal+ avec eNoti, Virements interbancaires avec eNoti, Virements Bancobu vers Bancobu avec eNoti, Retraits avec eNoti, Payer marchand avec eNoti) ainsi que les meilleures agences ayant mieux réalisé les objectifs eNoti des agences (Recrutement des Marchands, Agents, des clients, Foot soldiers, liaison des comptes classiques avec les comptes eNoti).

Madame Emma Sylvie Kadawa, Directrice des Finances, primée Meilleure employée ayant utilisé le service de virement Bancobu vers Bancobu via eNoti, nous livre ici ses sentiments et son expérience vis-à-vis du produit eNoti :

Bancobu Newsletter : Quel est votre sentiment après avoir été primée meilleure employée ayant utilisé les services de transfert eNoti.

Madame Emma Sylvie Kadawa : C'est un sentiment de fierté d'être parmi ceux qui contribuent à la promotion du produit eNoti qui est un produit stratégique de la Banque.

Bancobu Newsletter : eNoti a sans doute changé votre façon de faire des opérations bancaire comment ?

Madame Emma Sylvie Kadawa : Absolument : plus question de me déplacer pour effectuer mes transactions, ou de devoir retirer du cash à remettre à diverses personnes, et cela quelle que soit l'heure. C'est très pratique aussi et surtout quand on veut faire les transactions pour les non clients Bancobu. Il suffit de les inciter à ouvrir un compte eNoti, et le tour est joué.

Il n'est plus question non plus d'être à court d'unité ou mega si on a des fonds sur le compte, tout est dans la main.



DÉVELOPPEMENT DU RÉSEAU ET INCLUSION FINANCIÈRE

Par Magnifique NIYONKURU, Augustin NDIKURIYO et Eric NIZIGIYIMANA

Bancobu Newsletter : En tant qu'employée de la Banque vous êtes appelée à vendre le produit aux clients externes, parvenez- vous à le vendre vu que vous n'êtes pas en contact direct avec la clientèle ? Partagez- nous votre stratégie de vente.

Madame Emma Sylvie Kadawa : On n'a pas besoin de contact avec la clientèle pour vendre le produit eNoti. Par ailleurs, je pense que le public à cibler, c'est justement ceux qui n'ont pas accès au compte bancaire pour diverses raisons.

Ma stratégie est toute simple : j'en fait un mode de vie et j'en parle à tout mon entourage. L'argent de poche aux enfants, la paie des employés de maison, les divers frais d'assistance aux membres de la famille, même jusqu'au paiement des cours du soir, tout cela se fait au moyen des services de transfert eNoti. Faites l'expérience : à quelqu'un qui vous demande si vous pouvez lui envoyer une assistance, dites-lui d'ouvrir un compte eNoti. Il l'aura fait dans moins d'une heure là où on peut trouver nos agents.

Bancobu Newsletter : Quel est le meilleur service que vous préférez parmi tous les services eNoti et pourquoi ?

Madame Emma Sylvie Kadawa : Je ne parlerai pas de « meilleur service » mais ceux qui correspondent le plus à mes besoins les plus fréquents c'est le virement et l'achat d'unités. Ajouté à cela bien entendu le service marchand que je compte utiliser maintenant qu'il vient d'être offert dans l'une des alimentations que je fréquente le plus.

Bancobu Newsletter : Quel service pourriez-vous proposer d'ajouter aux services déjà existants ?

Madame Emma Sylvie Kadawa : Je sais que d'autres services sont en cours d'implémentation et nous les attendons avec impatience : paiement Regideso (surtout), paiement des taxes (OBR et Mairie), réception de transferts internationaux, monétique, etc...

Mais je pense aussi que nous devrions améliorer la partie « informations » : un petit clip par exemple qui montre toutes les étapes pour s'auto-enregistrer, une façon de localiser l'agent ou marchand le plus proche (alimentation, pharmacie, hôpital, ...), des informations sur le tarif, les plafonds de transactions etc.

Bancobu Newsletter : Un appel aux autres employés.

Madame Emma Sylvie Kadawa : Tout simplement être les premiers ambassadeurs de eNoti. Nous devons sentir que c'est notre produit et en porter la fierté. Si nous nous y mettons tous, tout le meilleur sera pour nous !



DIVERTISSEMENT

Par l'Equipe de rédaction

Le phénomène appelé « Internet meme » ou l'art du détournement humoristique sur Internet

Cela peut commencer avec à peu près n'importe quoi. Une photo, une citation, une vidéo, un gif ... Quelque part sur internet, une personne y ajoute une dose d'humour, parfois absurde et le tout est largement diffusé, modifié à nouveau, amplifié : **un mème est né**. Dit «meme» en anglais (lu «mim») et « meme ou mème » en français, voici un phénomène extraordinaire, utilisé tous les jours par nous tous et qui mérite sa petite histoire.

Le mot a été inventé par le biologiste et spécialiste du comportement animal Richard Dawkins dans les années 1970. Dans son livre, *The Selfish Gene*, Dawkins dit qu'il existe des éléments culturels qui se transmettent d'une personne à l'autre et sont, là encore comme les gènes, soumis à des mutations».

Ces éléments culturels sont entre autres les mimiques, les expressions du visage (ex : igitsure), les sons produits d'une certaine façon (ex : kwimyzoa), les expressions corporelles (ex : guhigira), etc.

La grande partie des Internet memes est basée sur la simple ironie, partant sur une situation cocasse, un dessin amusant, une blague que nous connaissons déjà. Aucune «recette» ne semble pouvoir prédire le succès ou l'échec d'un Internet meme, mais quelques ingrédients comme «l'hyper-intelligibilité et l'expressivité faciale» où le spectateur fait appel à des outils sociaux et culturels préexistants peuvent faire l'affaire.

Exemple de memes :





Source : https://www.lemonde.fr/technologies/article/2012/05/01/le-meme-ou-l-art-du-detournement-humoristique-sur-internet1693705_651865.html
Instagram et Facebook : ISSA Diedhiou issa-i.g , classik_4real_official

