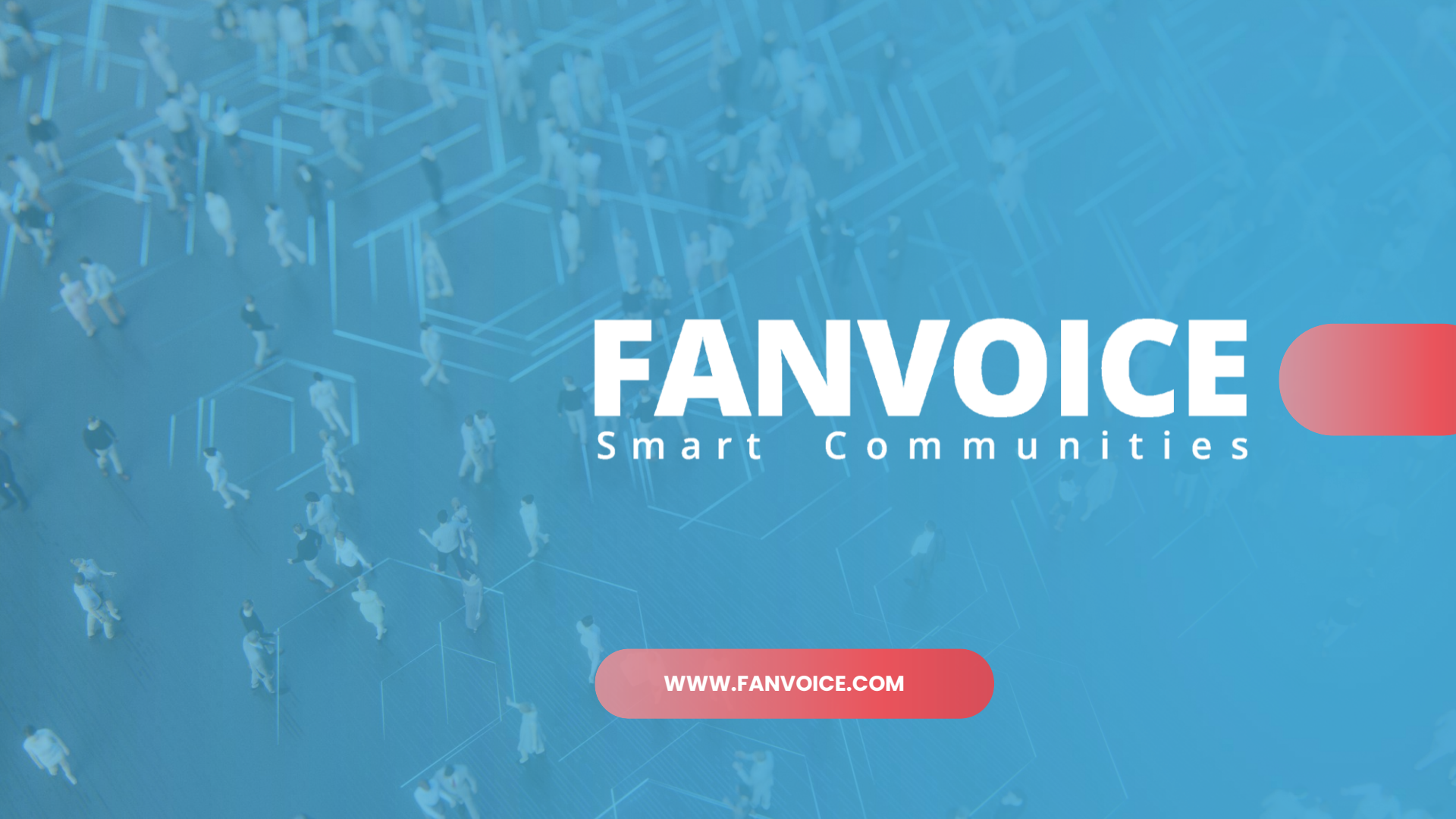
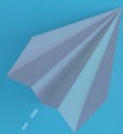




FANVOICE

Smart Communities

WWW.FANVOICE.COM



10ème Printemps des études

**La puissance des communautés pour
co-construire des offres attractives :
retour d'expériences de
CREDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE**



Aymeric de BOISHERAUD
Directeur Commercial & Marketing

FANVOICE



Tatiana LOGIER
Innovation Projects Manager

 **CRÉDIT AGRICOLE**
CONSUMER FINANCE

Pain point : l'écoute client

69 % des Français demandent que les marques écoutent davantage les besoins réels des consommateurs et prennent en compte leurs retours et avis

72 % affirment que les contradictions flagrantes entre le discours et les valeurs des marques font perdre de façon définitive ou durable la confiance des clients

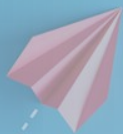
** Enquête BVA du 4 au 6 mai 2021 auprès d'un échantillon représentatif de 1 002 Français âgés de 18 ans et plus*

Perspective : co-création

62 % des français veulent aider leurs marques préférées à créer des produits ou des services

39 % des interviewés estiment avoir au moins une idée pour aider les marques à mieux répondre à leurs attentes

** Enquête BVA du 4 au 6 mai 2021 auprès d'un échantillon représentatif de 1 002 Français âgés de 18 ans et plus*



Solution !

1. Renforcer les études quantitatives qui sont une photographie (approche statique)
2. Donner une autre dimension aux études qualitatives (approche dynamique)

DYNAMIQUE + CHANGEMENT D'ECHELLE + DUREE



**INTELLIGENCE COLLECTIVE
COMMUNAUTE**

La communauté késako ?

- Dialogue structuré ET permanent
- Clients ET collaborateurs
- Travail par projet thématique



DIALOGUER

- Dynamique de groupe
- Branding
- Ciblage des profils
- Sondages
- Projets itératifs
- Echantillons conséquents



GÉNÉRER DES INSIGHTS

- Attentes
- Changements de comportement
- Test concept et parcours
- Isoler les irritants
- Engager tous les publics

Comment ça marche ?



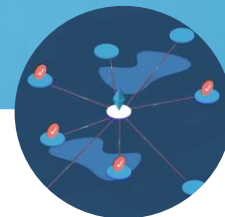
Site communautaire **INTERAGIR**

- Recrutement
- Animation
- Templates métier
- Questionnaires



Dashboard **PILOTER**

- Community Management
- Gamification
- Alertes, relances
- Pilotage via KPIs



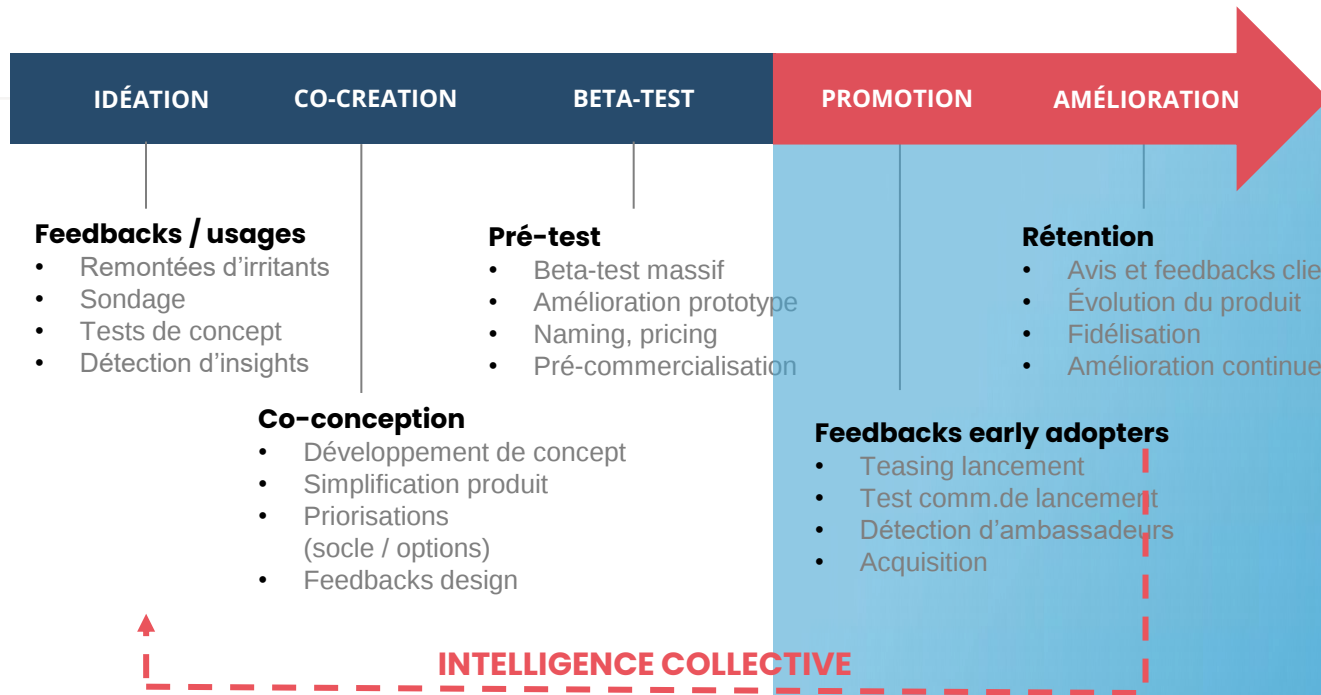
Data Vizualisation **EXPLORER LES DATAS**

- Analyse sémantique automatisée via IA
- identification des idées à fort potentiel
- Détection des signaux faibles

Une solution globale *ready to use*

UN VERITABLE LABORATOIRE

Qui s'adapte à chaque problématiques



Un ROI pour tous !

ÉTUDES

99 %

MEILLEURE
COMPRÉHENSION
DES ATTENTES
CLIENTS



INNOVATION

89 %

PLUS D'IDÉES ET
DE MEILLEURES
IDÉES !



RELATION CLIENT

89 %

AUGMENTATION
DE LA FIDÉLITÉ
CLIENT



RH / RSE

71 %

DES
COLLABORATEURS
MIEUX SENSIBILISÉS
AUX
DEMARCHES
SOCIÉTALES



MARKETING

67 %

ACCÉLÉRATION
DU TIME TO MARKET



SOURCE

Baromètre
clients FANVOICE
2020 : « Quels sont
les bénéfices de la
co-crédation
selon vous ? »

COMMUNAUTE DE CLIENTS



BANQUE POPULAIRE
Fédération Nationale

LES SOCIETAIRES : UN ENJEU PRIORITAIRE

Le WOK s'inscrit dans une démarche d'animation des sociétaires, pour les placer au cœur du processus d'innovation, toute l'année

Le WOK en chiffres

- 5000 membres
- 1 200 idées proposées
- 16 000 questionnaires répondus
- 1 Project Manager
- 1 Community Manager

BIENVENUE DANS LE LAB COOPÉRATIF BANQUE POPULAIRE

Un espace privilégié dédié à l'échange direct pour imaginer ensemble la banque coopérative de demain

JE PARTICIPE

POURQUOI PARTICIPER ?

COMMENT ÇA MARCHE

1 CRÉER UN COMPTE

En moins de 2 minutes vous êtes prêt à participer

2 CHOISISSEZ

Choisissez un thème et partagez vos idées

3 PARTICIPEZ

En partageant vos idées...

4 ET VOILÀ !

Toutes les idées comptent, alors empruntez-les !

COLLABOREZ POUR MIEUX PROGRESSER !

Devenez acteur de votre banque et de son territoire. Participez aux initiatives proposées par les Banques Populaires pour co-construire la Banque de demain.

Secrétaires, entrepreneurs, collaborateurs, imaginez votre contribution et partagez vos idées !

JE M'INSCRIS



FOCUS CAMPAGNE «ENGAGEMENT DES SOCIÉTAIRES»

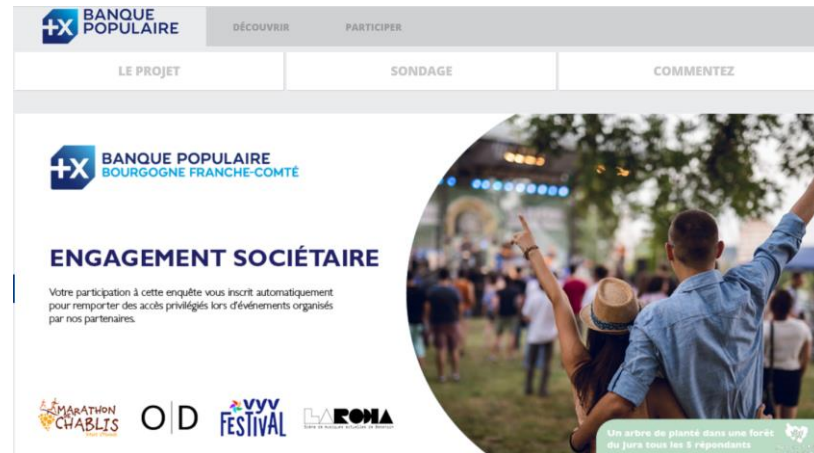
Les actions menées

Problématique de la campagne

Quelle est la meilleure façon de communiquer avec les sociétaires ?
Comment les engager aux côtés de leur Banque ?

Modalités de la campagne

- 10 000 sociétaires ciblés
- Gamification : 900 euros de chèques cadeaux
- Community management internalisé



Avant

Pendant

Après

- Définition du thème avec les Correspondants en région
- Validation de la campagne (questionnaire, déroulé...)
- Dossier de présentation pour le CODIR

- Communication : emailing, réseaux sociaux, et newsletter
- Animation du projet sur la plateforme
- Modération et suivi des participations

- Communication sur le WOK
- Annonce des gagnants
- Présentations internes



FOCUS CAMPAGNE « ENGAGEMENT DES SOCIETAIRES »

Les résultats

49
9

Participants

80
+ de 0

Contributions

+ de
900

Questionnaires répondus

2
391

Likes

- Richesse et qualité des idées
- Emulation forte entre les participants
- Idées qui alimentent les réflexions nationales et régionales
- Plan d'Actions Sociétariat enrichi



QUELQUES PROJETS REALISES

De nombreuses problématiques adressées

• IDEATION :

« Engagement des sociétaires »

« Une banque plus vertueuse »

• CO-CREATION D'OFFRE :

« Soutien des étudiants »

• TEST DE CONCEPTS :

« Accompagnement des jeunes pour leur entrée dans la vie active »

« Refonte du site public »

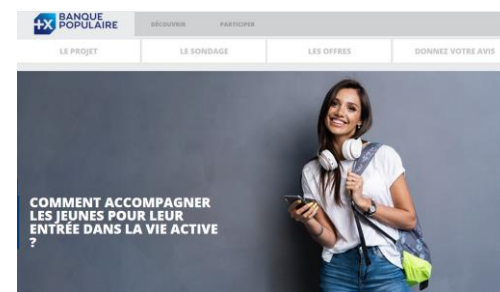
• BETA-TEST :

« avance premiers salaires »

« nouvelle interface digitale sur mobile »

• PROMOTION :

« Recrutement d'ambassadeurs en région pour des opérations de communication »

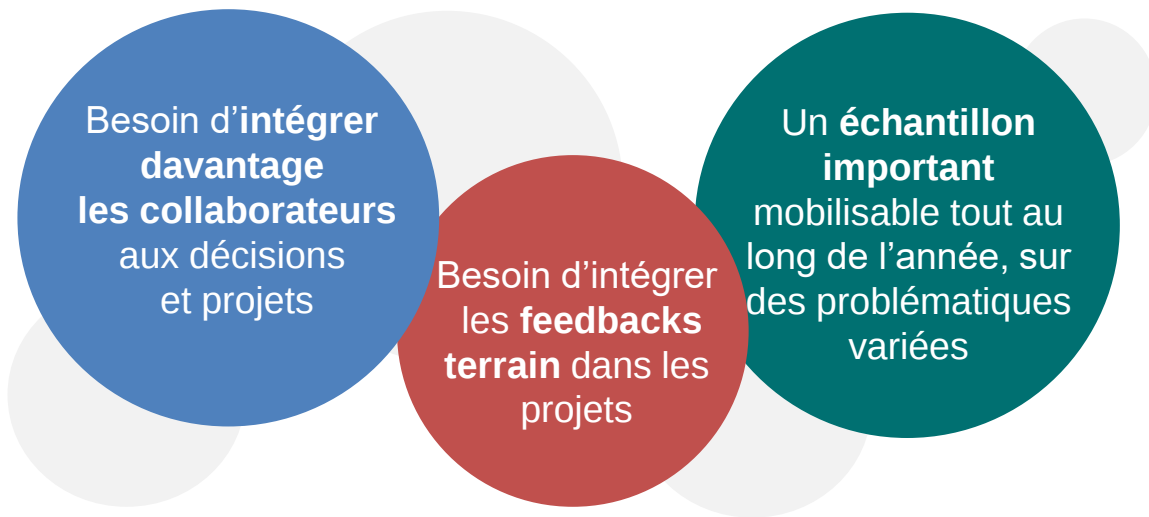


BANQUE POPULAIRE
Fédération Nationale

COMMUNAUTE DE COLLABORATEURS



La co-création pour intégrer les collaborateurs au processus décisionnel



Construction d'un dispositif de co-création

Des objectifs prédéfinis



- ◆ **Créer une communauté engagée** pour nourrir les décisions stratégiques
- ◆ Permettre aux collaborateurs de **se placer dans la peau d'utilisateurs**
- ◆ **Diffuser la culture de la co-creation**, développer la **curiosité** et la **collaboration**
- ◆ **Valoriser la voix des collaborateurs**



Collecter des données et les exploiter



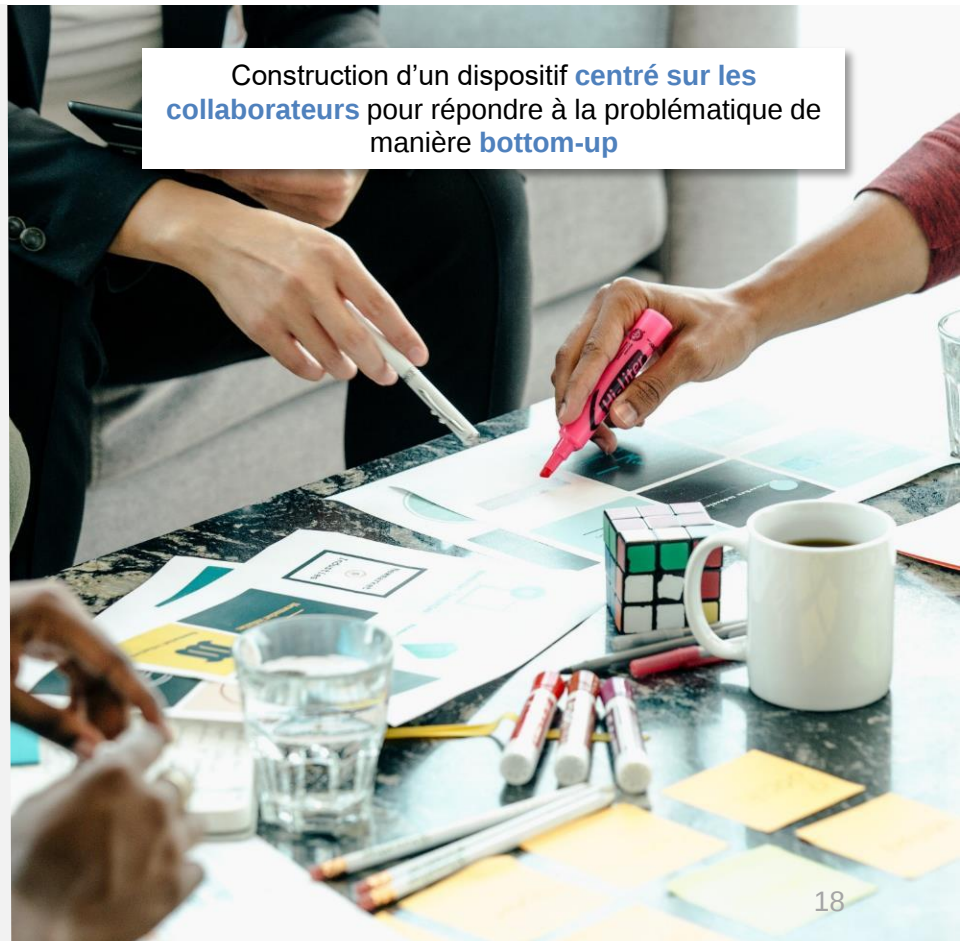
Un dispositif pour adresser des problématiques métier



PILIER #1 de la roadmap innovation 2021 de Sofinco :
transformer notre proximité commerciale



Construction d'un dispositif **centré sur les collaborateurs** pour répondre à la problématique de manière **bottom-up**



APPEL à idées interne, pour transformer notre proximité commerciale

 DÉCOUVRIR PARTICIPER LA COMMUNAUTÉ

TOUS MES POINTS | 10 

LE PROJET PARTICIPEZ SONDAGE COMMENTEZ 



TRANSFORMER NOTRE PROXIMITÉ COMMERCIALE

Vous avez des idées innovantes sur cette thématique ?
N'hésitez pas à participer !

PARTICIPER

LE PROJET

TRANSFORMER NOTRE PROXIMITÉ COMMERCIALE

dans l'intérêt de nos clients et de la société

2020 a rebattu les cartes. Avec des consommateurs plus que jamais rivés à leurs écrans et des entreprises tenues de proposer rapidement des alternatives, en réponse au télétravail et à la fermeture des commerces.

[Allons-nous pour autant revenir au tout-physique ?](#)

EN SAVOIR PLUS

RÉCOMPENSES



500 PTS

2 NINTENDO SWITCH

Une console que vous pouvez emporter partout avec vous !

Une consultation interne qui ne se limite pas à la phase d'idéation

Construction du dispositif

Construction d'une communauté de référents

Implication du top management

Construction du dispositif de communication



Sélection des 10 idées finalistes

Approfondissement

Pitch final



Community management
Animation auprès des directions
Pré-sélection des idées



Construction des idées
gagnantes et mise en place

Des idées aux projets concrets en 5 semaines

3 semaines de consultation et 3 questions précises pour guider les participants

DU 10 AU 28 MAI



2 JUIN

Idées sélectionnées
par les Innovation
Leaders et le
sponsor



22 JUIN

Sélection des
gagnants lors de la
Pitch Party

Quels bénéfices 3 mois après la fin de la consultation ?

3 Projets à développer
dont **1** en construction

Des projets pour mieux servir nos clients et partenaires

Recueil d'idées remontées aux services concernés

Une communauté engagée à remobiliser

De manière plus globale ...



Engagement des
collaborateurs dans la
vie de l'entreprise



Diversification des
compétences des
collaborateurs



Promotion de
méthodes de travail
collaboratives



Un **dispositif mobilisé**
par **différentes**
directions

LE CO-DESIGN AU SERVICE DES PROJETS

UNE CAMPAGNE ECLAIR

INTÉGRER LES FEEDBACK
DES COLLABORATEURS
DANS UN PROJET

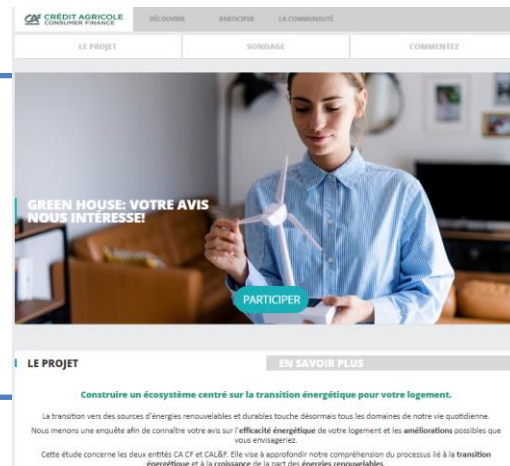
Groupe de travail au sujet de la
transition énergétique de l'habitat

2 Semaines de préparation
3 Semaines de campagne
68 Inscrits, 50 contribution

UN FORMAT NOVATEUR

EXPLORER DE NOUVELLES
TENDANCES DE
CONSUMMATION

Pour nourrir les réflexions
stratégiques du projet



OFFRE 1
À BICYCLETTE



GAIN : 100 PTS

OFFRE 2
LE PETIT DERNIER, UN
FUTUR CHOPIN ?



GAIN : 100 PTS

OFFRE 3
MES CHERS PARENTS,
JE PARS



GAIN : 100 PTS

OFFRE 4
À LA POINTE DE LA TECH



GAIN : 100 PTS

Communautés clients & collaborateurs : Que peut-on en conclure ?



- Véritable boussole pour guider le développement des offres
- Un outil d'engagement précieux qui doit perdurer dans le temps
- La communauté a un impact très positif sur l'image de marque en interne (dynamique RH et RSE)



Une ouverture aux clients prévue en 2023

FANVOICE

N°1 DES PLATEFORMES COMMUNAUTAIRES EN FRANCE

2015

Création
de l'entreprise
FANVOICE

25

Experts des études
& du marketing
participatif

+ 800

Projets
communautaires
réalisés

100%

Conformité RGPD
& hébergement
français



STRATÉGIES
GRAND PRIX



VISITEZ NOTRE SITE

Hugo BOUAKNIN

Responsable Commercial

h.bouaknin@fanvoice.com

06 31 63 11 22

Aymeric DE BOISHERAUD

Directeur Commercial

a.deboisheraud@fanvoice.com

06 37 44 21 22