



# HUBTALK Banque & Assurance

**De l'organisation interne à l'expérience client,  
comment proposer un parcours et des services  
optimisés en 2022 ?**

En partenariat avec :





# Votre host pour cet événement



**GUILHEM CADORET**  
Senior Content Manager  
*HUB INSTITUTE*



**+ de 100 événements**  
organisés par an, online ou offline  
(Webinar, conférences, Learning  
Expeditions...)



**15 Rapports annuels**



**600 articles de tendances  
chaque année**  
(Livres blancs, interviews...)

# UN ÉCOSYSTÈME DE MEMBRES

ENGAGÉ À L'ANNÉE AVEC LES CONTENUS, FORUMS & ACTIVITÉS DU HUB INSTITUTE

HUB INSTITUTE  
MEMBERSHIP

Biens de consommation

Mode, Luxe & Beauté  
Retail  
Agroalimentaire & Co.



Acteurs financiers

Banque & Financement  
Assurance & Mutuelle



Media

Médias & Agences



Infrastructure

Aménagement urbain  
Centres commerciaux  
Energies & Environnement  
Voyage & Hôtellerie



Autres acteurs

Gouvernement  
Santé



Opérateur OEM

Mobilité & Logistique  
Télécom & hardware  
Equipementiers



Solutions

Software & SAAS





# LANCEMENT 2022



INSTITUTE

# MEMBERSHIP

SUISSE

En collaboration avec **COMINMAG.CH**



**LA CRÉATION D'UN COMPTE SUR L'ESPACE MEMBRE**



**DES RAPPORTS DE TENDANCES RICHES EN INSIGHTS**



**DES ÉVÉNEMENTS À PARIS, EN SUISSE & EN LIGNE**

# LES HUBTALK 2022 : INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT !

Par secteurs :

BANQUE & ASSURANCE

LUXE, MODE & BEAUTÉ

GRANDE CONSOMMATION

SANTÉ & MUTUELLE

TRAVEL & HOSPITALITY

INDUSTRY 4.0

Par verticales métiers :

MARKETING, DATA, CRM

MARKETING B2B

RH & MANAGEMENT

SUPPLY CHAIN



Maison de la Mutualité, Paris 5e

# DATA & AI FOR BUSINESS

Mardi 17 & Mercredi 18 mai 2022

INSCRIPTION

DEVENIR PARTENAIRE



**2**

JOURS POUR ÉCHANGER



**1500**

DÉCIDEURS



**15**

MASTERCLASS



**50**

BUSINESS CASES



2022





# NOTRE PROCHAIN RENDEZ-VOUS BANQUE & ASSURANCE



**BANQUE & ASSURANCE**

J-3

👤 Priorité Membres

HUBTALK

DIGITAL BUSINESS | BANQUE-ASSURANCE

**Banque & Assurance : comment proposer un parcours et des services optimisés en 2022 ?**

Jeudi 24 mars 2022

9h00 - 12h00

HUB LAB, Paris & En ligne 📺



## SAVE THE DATE !



**VIVATECH  
EXPLORER  
TOUR**

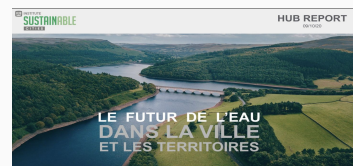
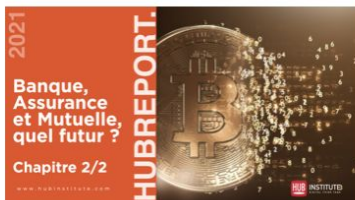
# **VIVATECH EXPLORER TOUR 2022**

**Get the most out of your VIVATECH experience**

With a **personalized** tour of the show floor, led by HUB Institute experts.

**15 - 18 june 2022**

# REPORTS : DES INSIGHTS AU PLUS PRÈS DE VOS ENJEUX







# Posez vos questions !



• Présentations accessibles  
aux membres



Replay disponible

Chat

Questions

Sondages

- M Agnès Mascla 11:01  
Bonjour à toutes et à tous ! ...
- SP Sophie Provost 11:01  
Bonjour ! ...
- CC Cecile Coutheillas 11:01  
Bonjour ! ...
- I Peggy Vaugard 11:01  
Bonjour à tous ! 😊 ...
- MC Maxime Caufment 11:02  
Bonjour à tous ...
- IC Isabelle Chetrit 11:02  
Bonjour ...
- I Rémy Daffix 11:02  
Bonjour à tous 😊 ...
- PL Patrice Laubignat 11:02  
bonjour à tous ! ...
- I Christel Capella 11:02  
Bonjour à tous ...
- XR Xavier Rouzier 11:03  
Hello à toutes et tous ! 🙌😊 ...

Entrez votre message...

Appuyez sur entrée pour envoyer votre message





Réagissez en temps réel !



**#HUBTALK**

*WIFI : HUB VISITEUR  
MDP : 0102030405*



# VOS INTERVENANTS



**ALIX ROMATET**  
Field Marketing Manager  
**SIMILARWEB**



**ALEX CHINON**  
CEO  
**VIDATA**



**GAEL RATOVELO**  
Chef de Projet  
**SURAVENIR**



**PHILIPPE MANENT**  
Account executive  
**CENAREO**



**DJAMIL LABANE**  
Country Manager  
& Sales Director  
**TALKDESK**



**JÉRÉMY LACOSTE**  
Head of Acquisition, Analytics  
& CRM Marketing  
**MEILLEURTAUX**



**THAÏS WEBER**  
Chief Marketing Officer  
**FRINFROG**



# [Opening Keynote] Banque et assurance : Proposer une expérience optimale à des clients connectés



**GUILHEM CADORET**  
Senior Content Manager  
**HUB INSTITUTE**



# [ICEBREAKING]

Nom, poste, entreprise

## Vos enjeux !





# Comment Suravenir Assurances améliore sa stratégie de selfcare grâce à la vidéo personnalisée ?



**GAEL RATOVELO**  
Chef de Projet  
***SURAVENIR***



**ALEX CHINON**  
CEO  
***VIDATA***





# Vidata en chiffres

>vidata

7 ans

D'expertise dans la vidéo  
personnalisée

18

Experts

660k

Vidéos générés par mois

65

Clients





**SURAVENIR  
ASSURANCES**

vidata

En chiffres

**25**  
ANS



**248**  
COLLABORATEURS  
EN CDI



**98**  
INDEX ÉGALITÉ  
FEMMES-HOMMES



**434**  
MILLIONS DE  
CHIFFRE D'AFFAIRES  
EN 2021



**145 700**  
SINISTRES OUVERTS  
EN 2021



**8.1**  
SATISFACTION  
GLOBALE



**812 103**  
ASSURÉS  
PARTICULIERS



**8**  
LABELS  
D'EXCELLENCE





## Objectifs *qualitatifs*

1. *Optimiser l'effort du client* en l'aidant à mieux comprendre les étapes de résolution de son sinistre, afin qu'il n'ait pas besoin de rappeler pour connaître les prochaines étapes.
2. *Améliorer* le niveau de **satisfaction client**
3. *Optimiser l'effort des gestionnaires* en apportant très tôt des réponses aux questions courantes afin de se concentrer sur la gestion du dossier.

## Cible

Les **clients victimes de sinistre**, ayant appelés une première fois un gestionnaire.







# Le *parcours client*



1

Gael, victime d'un sinistre, appelle un gestionnaire pour le déclarer et connaître les démarches à effectuer afin de pouvoir remettre son logement en état



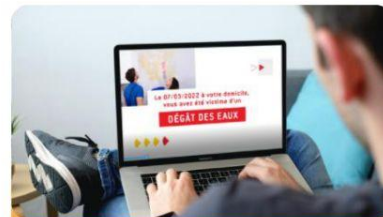
2

Une vidéo personnalisée de 45 secondes est envoyée par email, à Gael dès l'enregistrement de son sinistre.



3

En cliquant dans l'email, Gael est redirigé vers une landing page



4

Sur cette landing page, Gael clique pour regarder sa vidéo personnalisée

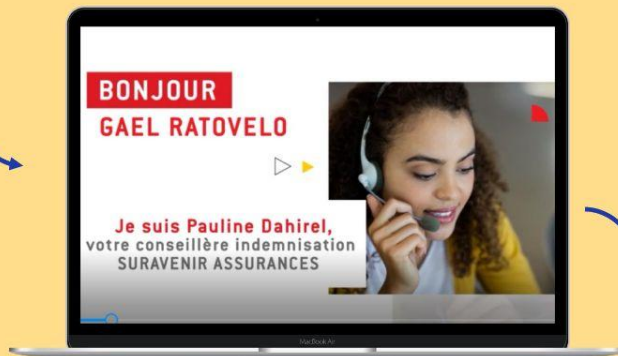


# La vidéo personnalisée contient *des données variables* qui peuvent être du **texte**, des **images** ou encore des **séquences**

1. Intégrez des données dans la vidéo



2. Intégrez des photos/images



3. Lancez une séquence





# La vidéo personnalisée *reçue par le client*

vidata



## Les résultats

- **+ de 1200 Clients** ont reçu un email enrichi d'une vidéo personnalisée
- **20%** des mails reçus ont généré un clic sur la vidéo
- **90%** des clients ayant regardé leur vidéo, l'ont regardé jusqu'au bout

▶ vidata



# La vidéo personnalisée *reçue par le client*

vidata

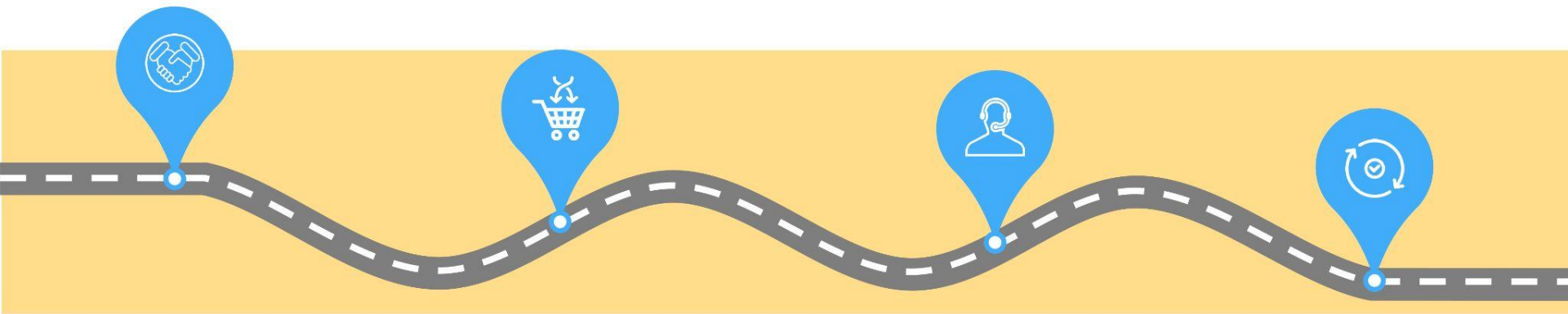


## Les résultats

- **+ de 1200 Clients** ont reçu un email enrichi d'une vidéo personnalisée
- **20%** des mails reçus ont généré un clic sur la vidéo
- **90%** des clients ayant regardé leur vidéo, l'ont regardé jusqu'au bout



# La force de la vidéo personnalisée sur l'ensemble du *parcours client*



## Welcome Process

Jusqu'à **+52%**

D'activation d'espace online

## Up&Cross Sell

Jusqu'à **+78%**

De Devis initiés

## SAV/Selfcare

Jusqu'à **-41%**

De ré-appels

## Réactivation

Jusqu'à **+33%**

De montant moyen de crédit conso. utilisé



Groupama







# 3 bénéfices clés

Grâce à Vidata, les **leaders du marketing digital** dépassent leurs *objectifs marketing* et rendent leurs **clients heureux**

01.

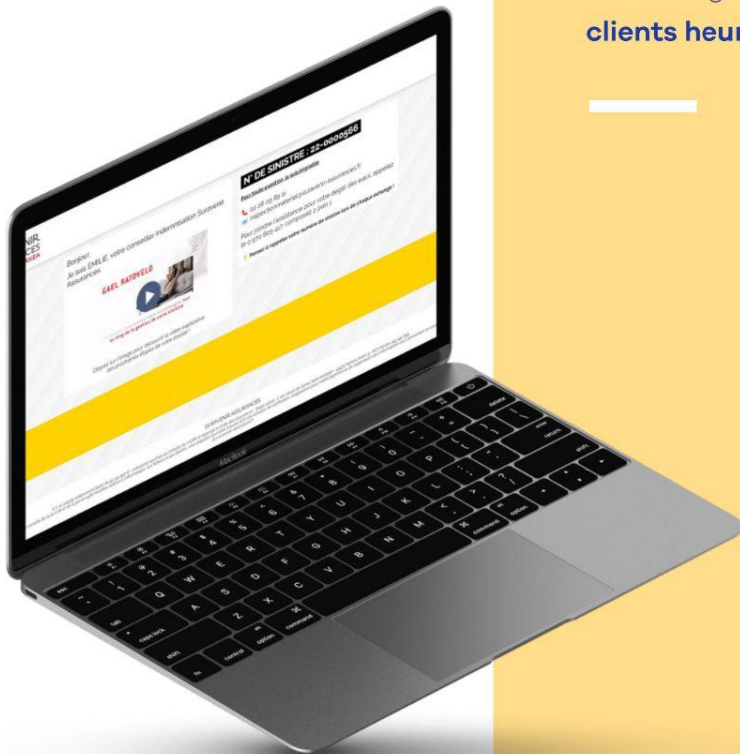
Compréhension et satisfaction *clients*

02.

Efficacité de vos *actions marketing*

03.

Rentabilité



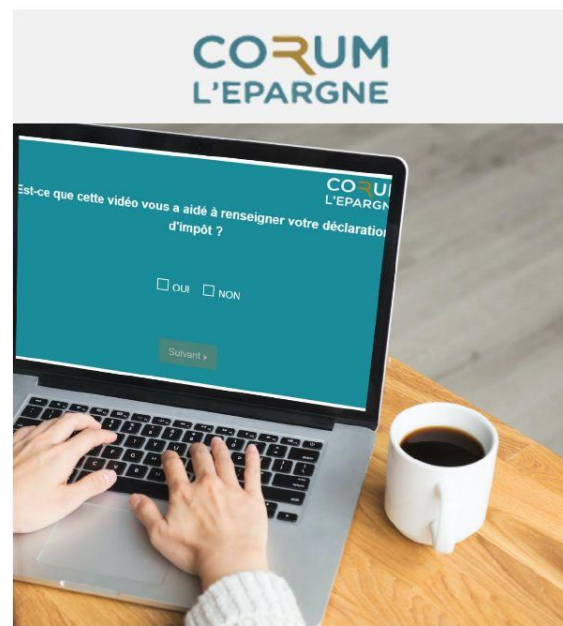
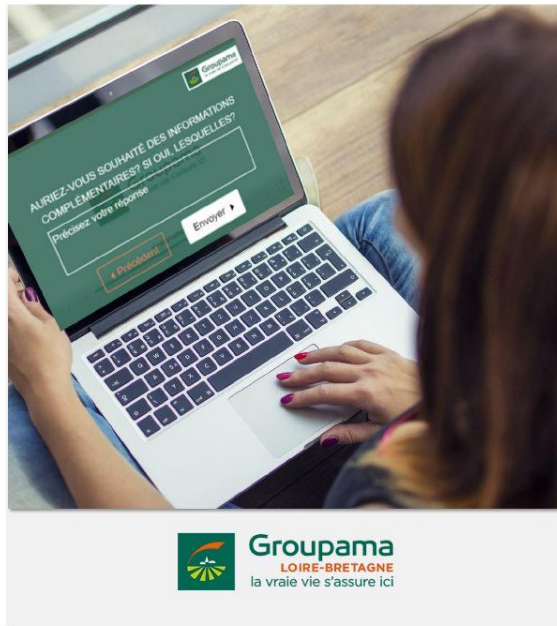


# Le selfcare au service d'une meilleure connaissance client

La vidéo personnalisée interactive au service de l'écoute client

Jusqu'à 72 % de taux de réponse

vidata







65 Clients

Ils nous ont fait  
**confiance** pour  
**intégrer**  
*automatiquement*  
**nos vidéos**  
**personnalisées**  
dans leur *parcours*  
*de relation client*



**Groupama**  
LOIRE-BRETAGNE  
la vraie vie s'assure ici





# Comment Suravenir Assurances améliore sa stratégie de selfcare grâce à la vidéo personnalisée ?



**GAEL RATOVELO**  
Chef de Projet  
***SURAVENIR***



**ALEX CHINON**  
CEO  
***VIDATA***



# Offrir une expérience "phygital" dans les domaines de la banque et de l'assurance

## - Le cas Lemonade



**DJAMIL LABANE**  
Country Manager & Sales Director  
**TALKDESK**



# Offrir une expérience "phygital" dans les domaines de la banque et de l'assurance.

March 24th, 2022  
HUBTALK Banque & Assurance



# Talkdesk: Chiffres Clés

**+2,000**  
Employés

**+\$10B**  
Capitalisation

**+50%**  
Employés R&D  
en Europe

**\$230M**  
Série D

**+2,000**  
Clients

**136%**  
Rétention client  
net

**100M+**  
ARR





## LA MISSION DE TALKDESK

Nous offrons **une meilleure façon** pour les banques et les assurances de révéler la promesse et le potentiel d'une excellente expérience client.



# Une approche hybride sera essentielle pour améliorer la CX.



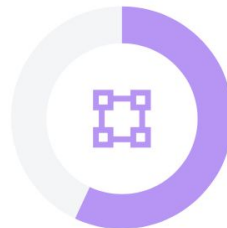
71%

des professionnels pensent que  
**l'humain est important** pour la bonne  
exécution d'une stratégie CX

78%

des professionnels pensent que  
**la technologie et les systèmes sont  
importants** pour la bonne exécution  
d'une stratégie CX

La plupart des professionnels de la CX déclarent que ces technologies seront importantes dans la stratégie CX :



Blockchain

57%



Assistants IA

71%



Écosystèmes

68%



# Talkdesk Financial Services Experience Cloud™ pour les banques et les assurances

Offrez à vos clients une expérience transparente, personnalisée et fiable.

## Vos objectifs.

Améliorer l'expérience des clients et des agents

Soutenir la croissance de votre entreprise

Réaliser des gains d'efficacité et de productivité



## Où nous pouvons vous aider.

Plate-forme d'automatisation unifiée

Accélération du ROI

Conçu pour les banques et les assurances

1. Experience Cloud pour les Services Financiers

2. l'IA au quotidien

# Une solution optimisée pour les Banques.

Offrez aux clients une expérience transparente, personnalisée et fiable.

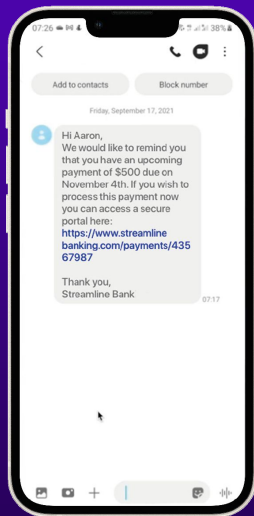
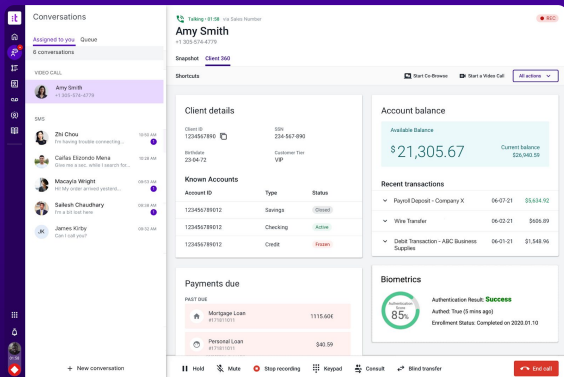
Workspace

Pré-intégration avec  
les processeurs bancaires

Préconçu pour  
les flux Banques/Clients

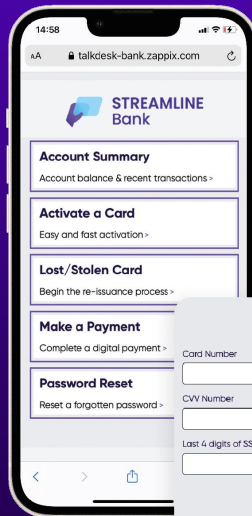
IA pré-entraînée en matière de  
services financiers

## ESPACE DE TRAVAIL ADAPTE AUX BANQUES

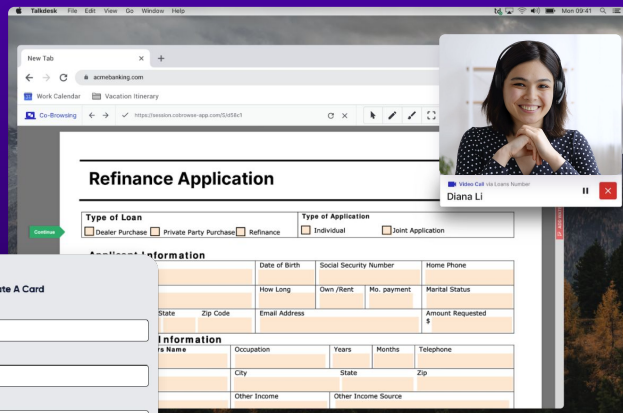


PAIEMENTS  
& RECOUVREMENTS  
AUTOMATISÉS

## IVR VISUEL



## NAVIGATION ET CHAT VIDÉO-CRYPTÉS



# Témoignages clients : Lemonade

L'une des fonctions les plus appréciables de Talkdesk est qu'elle nous permet de voir **en temps réel qui travaille dans les autres bureaux.**

La plupart des membres de l'équipe CX et de réclamation de Lemonade travaillent à partir de plusieurs sites internationaux.

Grâce à cette fonctionnalité, **chacun peut voir qui est disponible** pour offrir une assistance en dehors des heures de travail.



"Les dashboards de Talkdesk m'aident à **suivre les performances de chaque téléconseiller.** Je peux facilement voir leur temps de traitement moyen, leur temps de conversation, la rapidité avec laquelle ils ont répondu à l'appel et la durée du travail après l'appel."

— **STEFANIE BASZULEWSKI, Sr. Manager CX Europe**  
LEMONADE



# Témoignages clients : Lemonade

“Lorsque les gens nous appellent, ils sont généralement très anxieux. Quelque chose de grave vient de leur arriver - potentiellement une expérience traumatisante.

Dans ces situations, **l'équipe doit faire preuve d'un haut niveau d'empathie** en plus d'expliquer les solutions dont nos clients ont besoin.

**Talkdesk m'aide à obtenir cette réponse empathique** et bien informée de la part de mon équipe.”



"J'utilise également ces données dans mes évaluations 1:1, ce qui m'aide à développer une relation avec les membres de l'équipe - même dans une grande équipe."

— **STEFANIE BASZULEWSKI, Sr. Manager CX Europe**  
LEMONADE





# Merci !

Pour en savoir plus sur Talkdesk et Financial Services  
Experience Cloud™, **veuillez consulter [talkdesk.com/banking](https://talkdesk.com/banking)**  
**ou nous appeler au +33 9 74 59 59 58**



# Offrir une expérience "phygital" dans les domaines de la banque et de l'assurance - Le cas Lemonade



**DJAMIL LABANE**  
Country Manager & Sales Director  
**TALKDESK**



# De l'expérience collaborateur à l'expérience client, comment la communication sur écran maximise la performance ?



**PHILIPPE MANENT**  
Account Executive  
**CENAREO**





cenareo  
make a scene

# Piloter votre communication digitale sur votre parc d'écrans dynamiques



Plateforme CMS en  
mode SaaS

## Comment attirer le client en agence ?

80% des clients pénètrent dans un magasin en raison d'un affichage qui a retenu leur intérêt



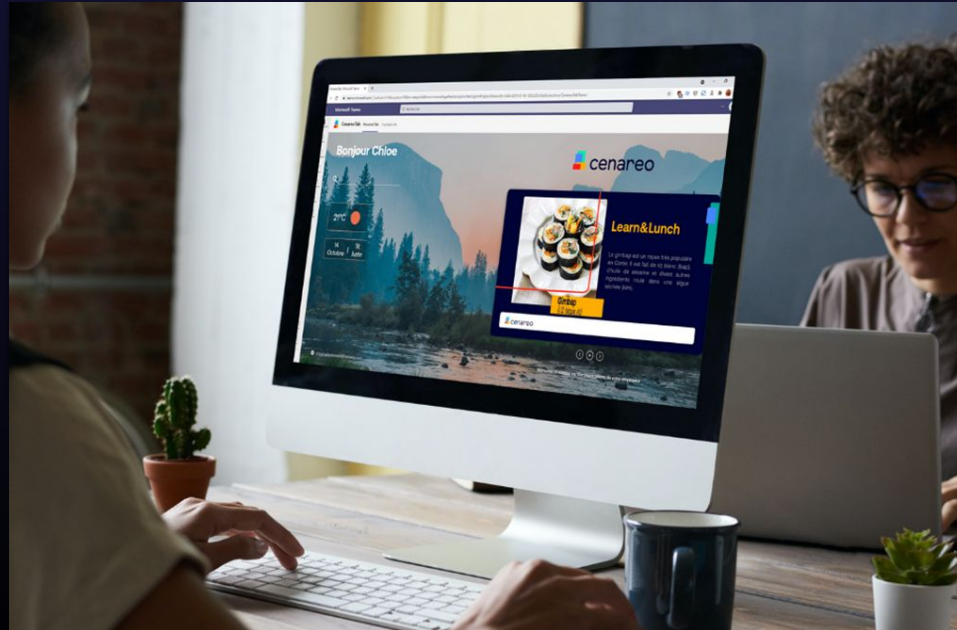
## Comment engager ses collaborateurs au siège, en agence ?

68% d'impact supplémentaire généré par une communication sur écran par rapport à un affichage traditionnel



# Comment engager ses collaborateurs au siège, en agence ET en télétravail ?

Communiquer directement à tous vos collaborateurs  
via l'écran de leur ordinateur



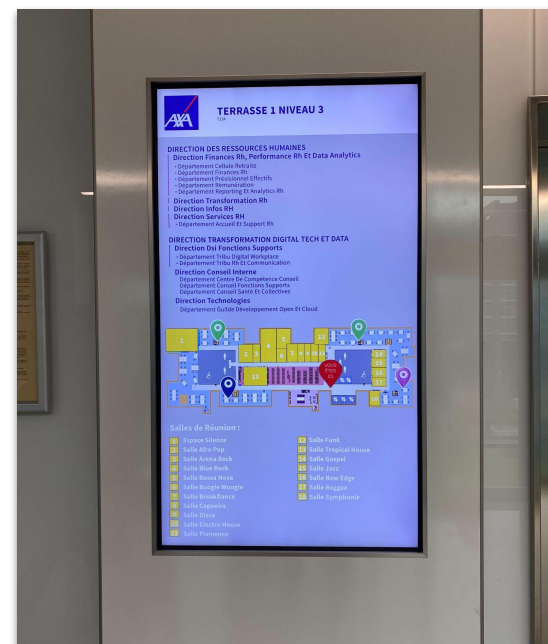
## Comment unifier sa communication et engager durablement ses collaborateurs



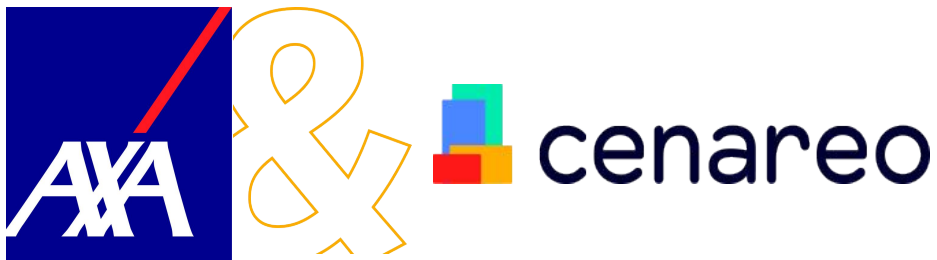
**420**  
écrans déployés

**20**  
sites

**16 000**  
employés en France







## Objectifs : engager durablement ses collaborateurs

→ **Communication unifiée**: renforcer le dispositif de communication interne  
( site internet dédié, newsletter hebdomadaires, événements...)

→ **Orientation simplifiée**: mieux se repérer et s'orienter dans les bureaux  
(7 étages, 3 bâtiments)

## Enjeux clients

Garantir une **transition sans interruption** de l'ancienne solution vers la nouvelle

Pouvoir allier communication **nationale et locale**

Garantir un **niveau de sécurité élevée**

**Interconnexion** de la solution avec d'autres outils



## Solution Cenareo

- ✓ Un **déploiement rapide et transparent**
- ✓ **La gestion multi-utilisateurs**, la facilité de prise en main rapide
- ✓ Dispositif **de sécurité approuvé**
- ✓ Une solution **évolutive**

## Pourquoi choisir les écrans comme vecteur de trafic et de fidélisation en agence

Contribuer à créer une expérience client fluide, omnicanale et enrichie:

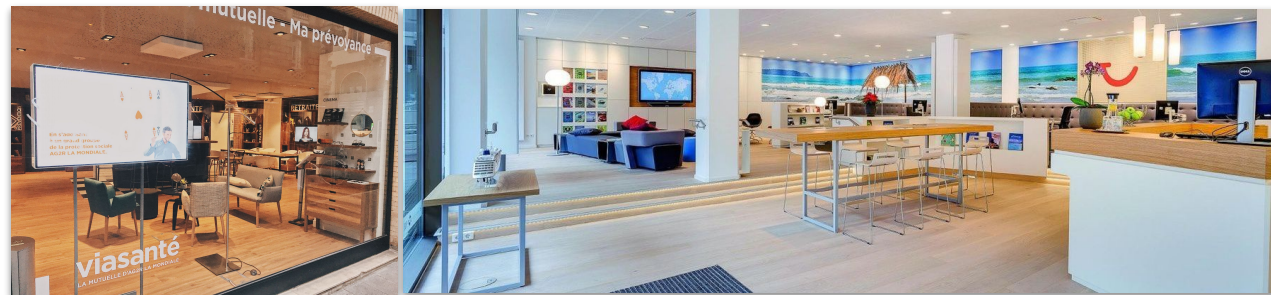
→ Générer plus de trafic en agence : communication en vitrine

→ Fidéliser les clients, générer de la réassurance : communication sur les promotions, les ateliers, actualités dans le point de vente

**50**  
écrans déployés

**30**  
agences

**9<sup>ième</sup>** mutuelle  
en France



## Enjeux clients

Un **outil intuitif et simple** à utiliser pour éviter les **écrans noirs**

Pouvoir allier communication **nationale et locale**

**Mesurer l'impact** de la communication

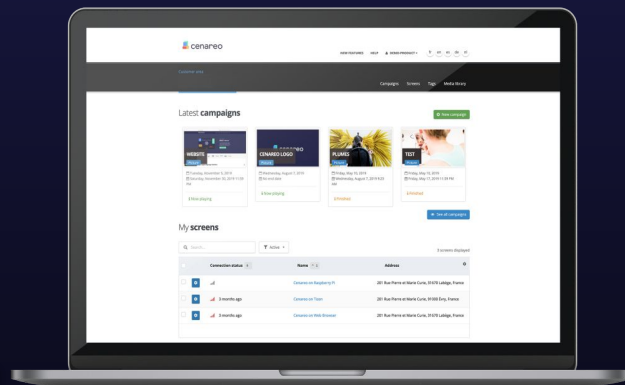
Un **partenaire** capable d'agir à **toutes les étapes du projet**

**viasanté**  
LA MUTUELLE D'AG2R LA MONDIALE

## Solution Cenareo

- ✓ **Pilotage des contenus simplifié** quel que soit le nombre d'utilisateurs, d'écran
- ✓ **La gestion multi-utilisateurs**
- ✓ Optimisation de la **performance de la communication**
- ✓ **Partenariats** avec des intégrateurs, installateurs, agences

# Maximiser l'impact de votre communication sur TOUS vos écrans depuis 1 solution unique







**cenareo**

# Notre équipe d'expert à vos côtés

Phase 1

**Préparation**



Audit de parc d'écran  
Sourcing de matériel  
Solution de connectivité

Phase 2

**Déploiement**



Installation  
Formation  
Création de template brandé  
Développement spécifique

Phase 3

**Run**



Customer Success  
Gestion de flotte d'écran  
Diffusion de contenus  
Support



Installation fonctionnelle



Parc d'écrans optimisé



Communication impactante

## Corporate



## Retail





**cenareo**  
make a scene

Philippe Manent

[philippe.manent@cenareo.com](mailto:philippe.manent@cenareo.com)

06 85 16 10 45



# De l'expérience collaborateur à l'expérience client, comment la communication sur écran maximise la performance ?



**PHILIPPE MANENT**  
Account Executive  
**CENAREO**



# L'essor des néo-banques B2B devrait-il inquiéter les banques traditionnelles ?



**ALIX ROMATET**  
Field Marketing Manager  
**SIMILARWEB**





# L'essor des **néo-banques** B2B en France



# La mesure officielle du monde digital



**03**

Similarweb : qui  
sommes-nous ?

---

**05**

Les usages de la  
finance

---

**08**

Les néo-banques  
B2B en France

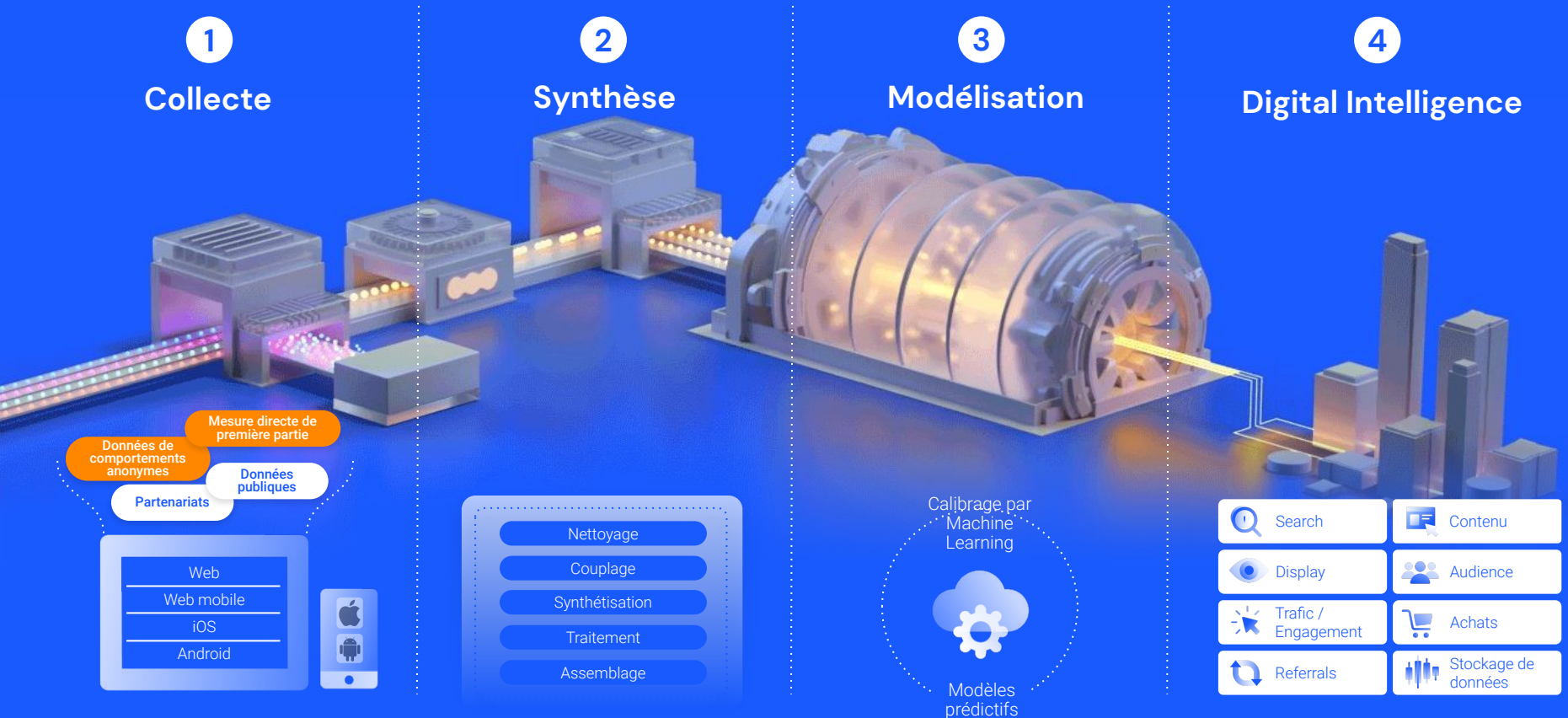
---

# Similarweb est la seule plateforme d'intelligence digitale complète

Les insights puissants de Similarweb vous offrent un réel avantage concurrentiel, quelque soit votre secteur et l'appareil utilisé.

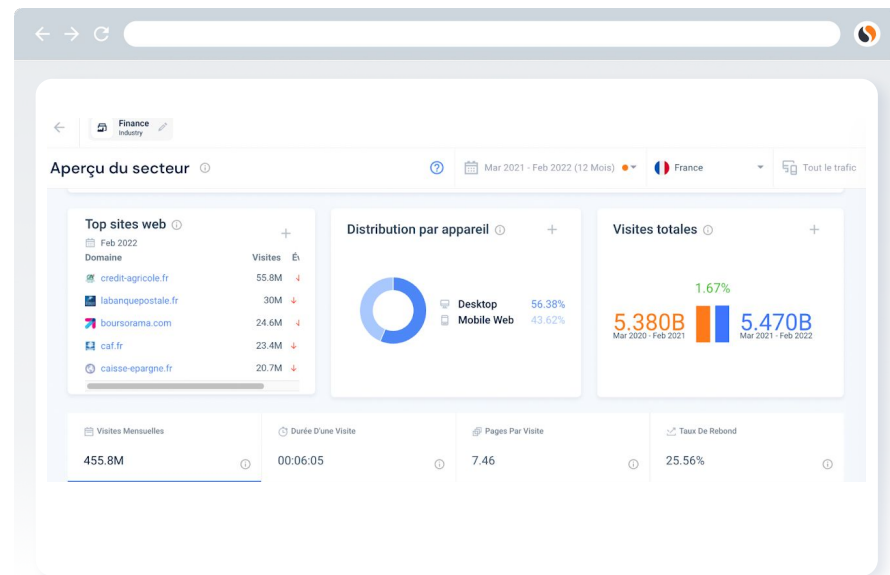


# Notre approche unique et inégalée pour mesurer le monde digital



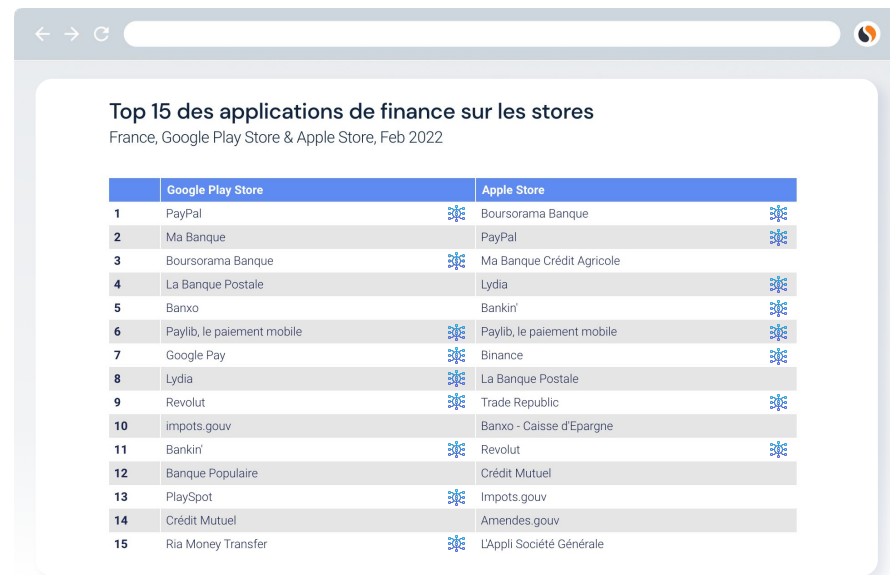
## Un secteur en mutation digitale

1. Le secteur de la finance continue sa digitalisation : les visites totales **ont augmenté de presque 2%** sur les 12 derniers mois YoY.
2. Le **potentiel de croissance** est important : les visites cumulées sont presque deux fois moins nombreuses que dans le eCommerce (9.6B entre Mars 2020 - Feb 202).



### Des usages déjà transformés

1. La finance est désormais **mobile** : les applications à destination des particuliers se sont multipliées.
2. Les **app de FinTech** ont durablement transformé les usages et sont **les plus téléchargées** sur les stores.
3. Les banques traditionnelles **ne sont pas en reste** : elles ont été forcées à se digitaliser pour s'adapter à ces nouveaux usages.



Top 15 des applications de finance sur les stores  
France, Google Play Store & Apple Store, Feb 2022

	Google Play Store	Apple Store
1	PayPal	Boursorama Banque
2	Ma Banque	PayPal
3	Boursorama Banque	Ma Banque Crédit Agricole
4	La Banque Postale	Lydia
5	Banxo	Bankin'
6	Paylib, le paiement mobile	Paylib, le paiement mobile
7	Google Pay	Binance
8	Lydia	La Banque Postale
9	Revolut	Trade Republic
10	impots.gouv	Banxo - Caisse d'Epargne
11	Bankin'	Revolut
12	Banque Populaire	Crédit Mutuel
13	PlaySpot	Impots.gouv
14	Crédit Mutuel	Amendes.gouv
15	Ria Money Transfer	L'Appli Société Générale



### Les néo-banques

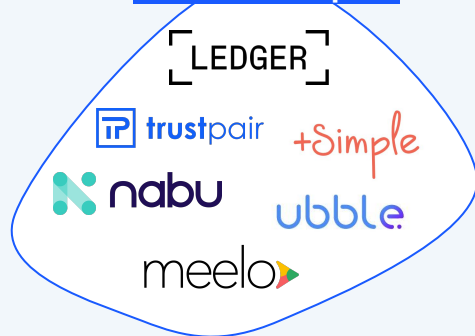


### Les néo-compta



## Les FinTech B2B en France

### Les anti-risques



### Les solutions de paiement



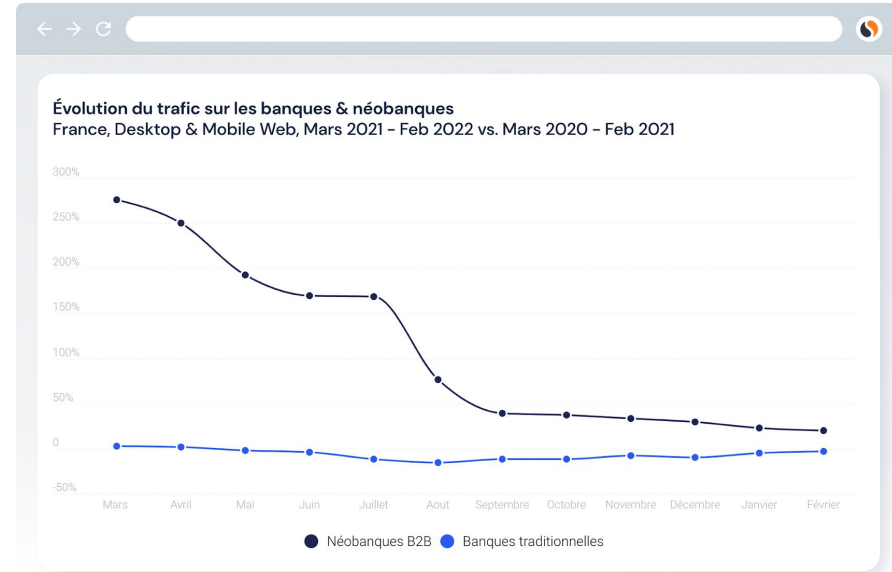
## Les néo-banques



## Les néo-banques B2B en France

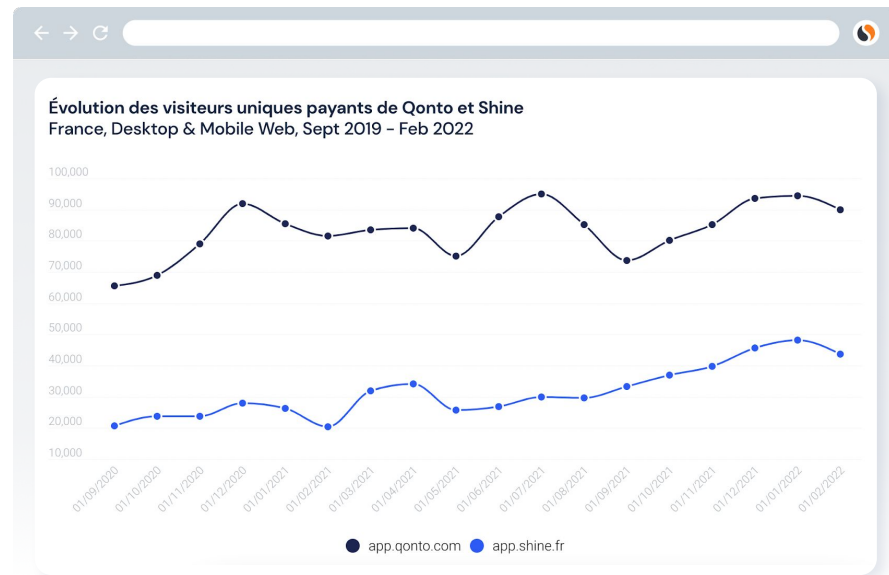
## Une forte croissance malgré un trafic relativement faible

1. Une **croissance moyenne de 74%** YoY pour les néo-banques B2B vs. **une chute de 6%** pour les banques traditionnelles.
2. De mars à août : une croissance YoY exceptionnelle pour les néo-banques, qui s'est ralentie **malgré le buzz médiatique** autour des nouvelles licornes (Qonto et Spendsesk ont atteint ce statut en 2022).
3. L'ordre de grandeur du trafic n'est toutefois pas le même : les banques traditionnelles **enregistrent 20 fois plus de visites** que les néo-banques B2B.



## La croissance des néo-banques B2B n'est pas seulement une bulle médiatique

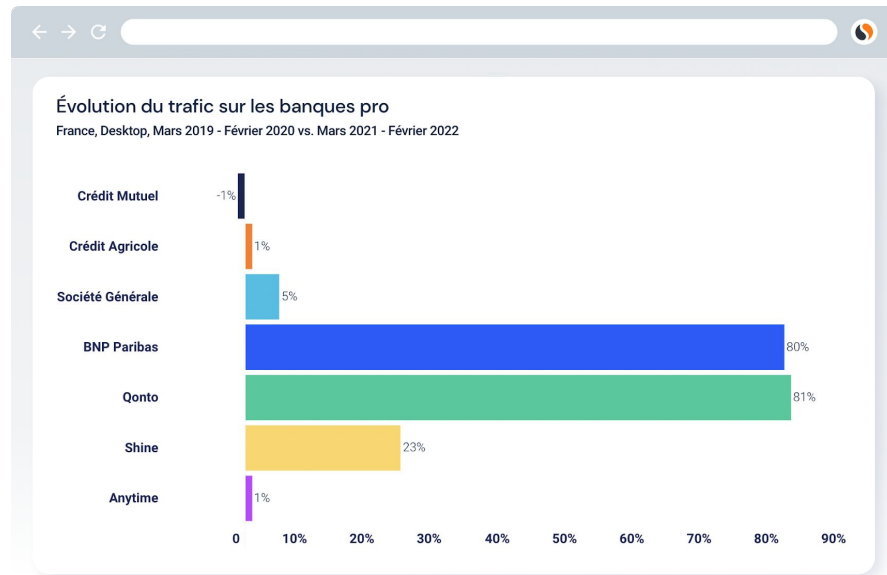
1. Environ 60% du trafic sur Qonto provient **d'utilisateurs actifs**, qui se rendent aussi sur app.qonto.com, l'interface de connexion du service.
2. La base d'utilisateurs actifs de Qonto et Shine **ne cesse de grandir**, comme l'atteste l'évolution des visiteurs uniques sur leurs interfaces de connexion : de plus en plus de consommateurs optent pour ces banques en ligne.



## Des performances hétérogènes pour les banques professionnelles

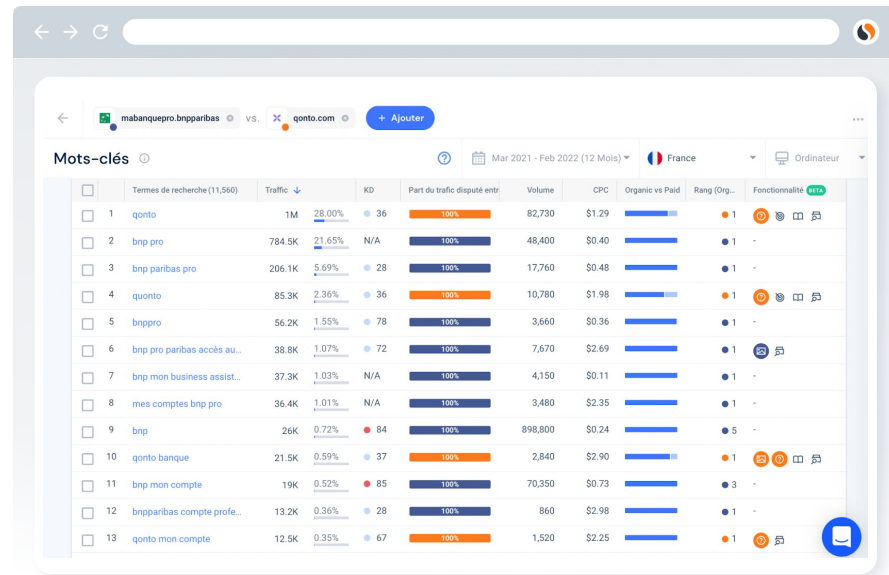
1. En isolant le trafic sur les pages pro\* des banques, on constate que la croissance **ne bénéficie pas qu'aux nouveaux entrants** : la banque pro de la BNP Paribas a un taux de croissance presque aussi important que Qonto.
2. Malgré une très faible croissance, le **Crédit Agricole** représente plus de 50% des visites du groupe, suivi par le Crédit Mutuel et la Société Générale; les banques traditionnelles restent leader sur ce secteur.

*\*utilisation des segments pour isoler les pages pro*



## Les mots-clés recherchés mettent en évidence une bataille de notoriété

1. Les consommateurs concentrent leurs recherches sur **les noms des banques**, et moins sur des recherches génériques comme “compte bancaire pro” (env. 6500 recherches par mois, contre 83K pour “Qonto”). Les recherches liées aux marques représentent respectivement 68% et 78% du trafic pour BNP Pro et Qonto.
2. Pour asseoir sa notoriété, Qonto investit **dans la recherche payante** : l’entreprise a investi plus de 620K€ dans le PPC sur les 12 derniers mois, soit dix fois plus que la BNP.

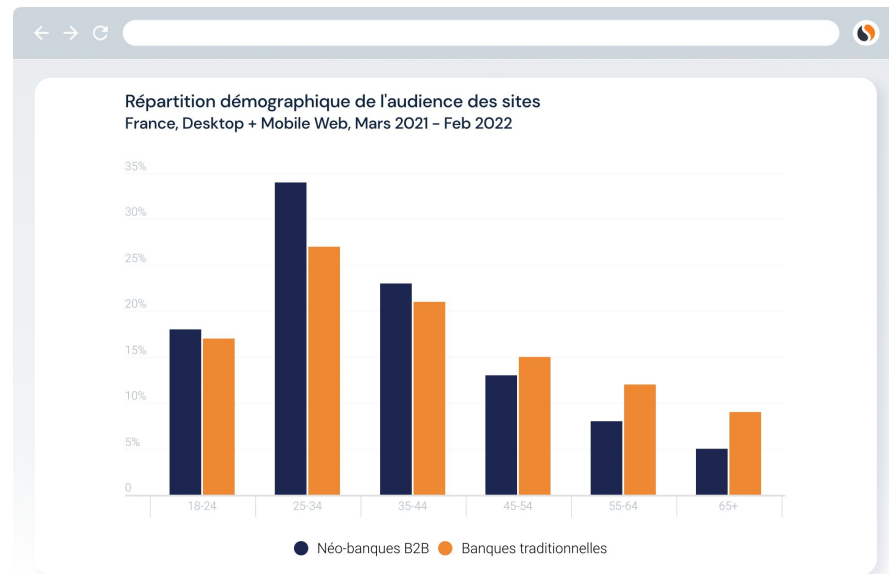


	Termes de recherche (11,540)	Traffic ↓	KD	Part du trafic disputé entr	Volume	CPC	Organic vs Paid	Rang (Org..)	Fonctionnalité
1	qonto	1M 28.00%	36	100%	82,730	\$1.29		1	
2	bnp pro	784.5K 21.65%	N/A	100%	48,400	\$0.40		1	
3	bnp paribas pro	206.1K 5.69%	28	100%	17,760	\$0.48		1	
4	qonto	85.3K 2.36%	36	100%	10,780	\$1.98		1	
5	bnppro	56.2K 1.55%	78	100%	3,660	\$0.36		1	
6	bnp pro paribas accès au...	38.8K 1.07%	72	100%	7,670	\$2.69		1	
7	bnp mon business assist...	37.3K 1.03%	N/A	100%	4,150	\$0.11		1	
8	mes comptes bnp pro	36.4K 1.01%	N/A	100%	3,480	\$2.35		1	
9	bnp	26K 0.72%	84	100%	898,800	\$0.24		5	
10	qonto banque	21.5K 0.59%	37	100%	2,840	\$2.90		1	
11	bnp mon compte	19K 0.52%	85	100%	70,350	\$0.73		3	
12	bnpparibas compte profe...	13.2K 0.36%	28	100%	860	\$2.98		1	
13	qonto mon compte	12.5K 0.35%	67	100%	1,520	\$2.25		1	



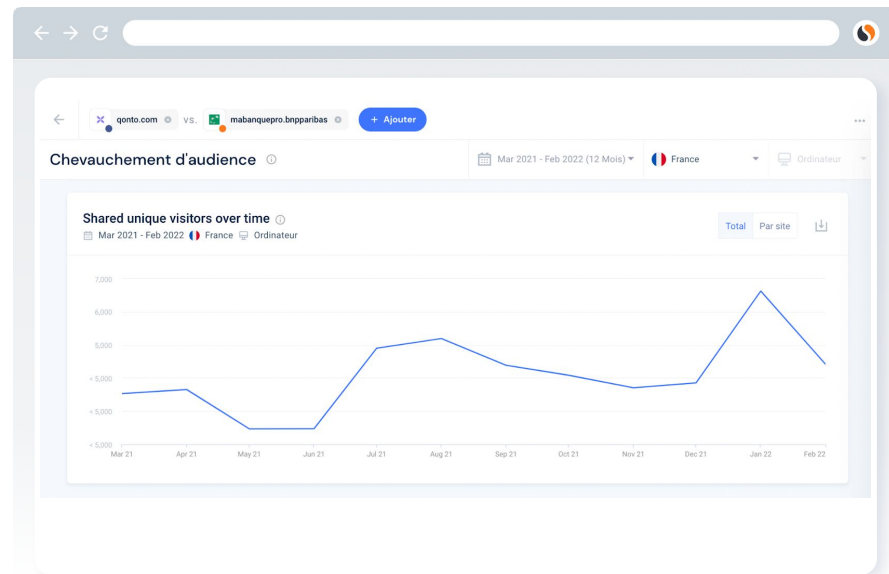
## Les néo-banques B2B s'attaquent à une audience délaissée des banques traditionnelles

1. C'est sans surprise que le trafic sur les néo-banques B2B provient **d'une audience plus jeune** que les banques traditionnelles : 52% de leur audience a moins de 35 ans.
2. Les **centres d'intérêt** des utilisateurs de Qonto révèlent **des profils d'entrepreneurs et indépendants**, habitués des services numériques, à la recherche de la simplicité et de l'efficacité qu'offrent les banques en ligne vs. les banques traditionnelles.



## Mais l'audience partagée entre la BNP et Qonto est croissante

1. Les derniers mois ont vu une accélération du nombre d'internautes visitant **à la fois la banque pro de la BNP et Qonto** au sein d'une même session.
2. En janvier, 4% des visiteurs de la BNP se rendaient sur Qonto. Cette accélération témoigne d'un intérêt grandissant pour des solutions 100% digitales.





## POINTS CLÉS

- Les néo-banques B2B sont **un phénomène croissant** dans le paysage FinTech, et séduisent de plus en plus de consommateurs.
- Elles convainquent surtout **un public d'entrepreneurs et indépendants** habitués des services numériques, mais ne concurrencent pas encore les banques traditionnelles sur leur cœur de cible.
- Cependant, ces néo-banques sont en train d'asseoir **leur notoriété et crédibilité**, conditions nécessaires à leur expansion.

# Merci. Des questions ?

Contactez-nous

 similarweb





# L'essor des néo-banques B2B devrait-il inquiéter les banques traditionnelles ?



**ALIX ROMATET**  
Field Marketing Manager  
**SIMILARWEB**



# Définir de nouvelles normes dans l'expérience utilisateur en proposant un crédit simple, instantané et responsable.



**THAÏS WEBER**  
Chief Marketing Officer  
**FINFROG**



# Leading the way to **sustainable** consumer finance

finfrog



# A SIMPLE, FAST AND AFFORDABLE CREDIT PRODUCT DELIVERING THE BEST EXPERIENCE ON THE MARKET



Super easy - **less than 5 minutes to apply**



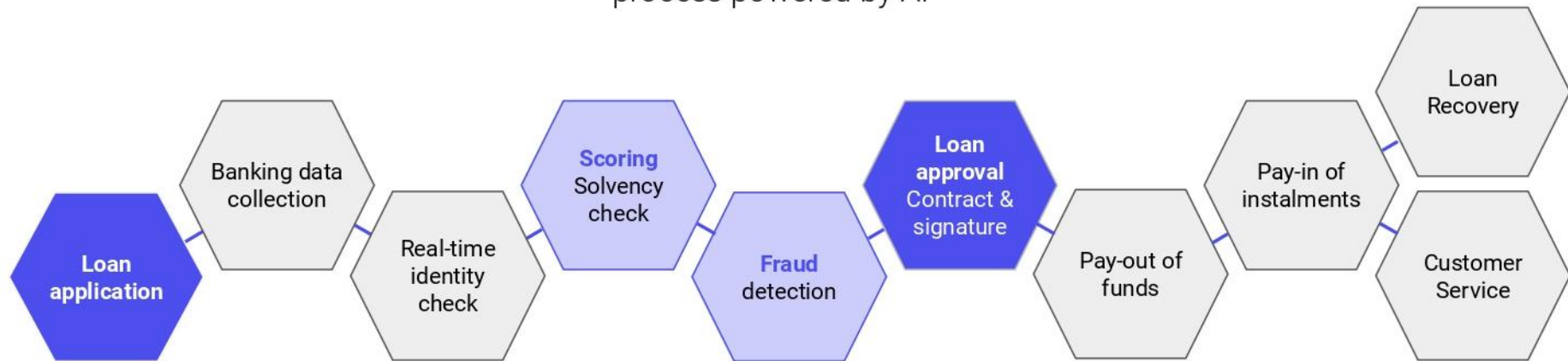
Instantly - **time to cash up to 15 seconds**



Affordable - **10x cheaper than bank overdraft**

# A FULLY INTERNALIZED AND MODULAR CREDIT VALUE CHAIN BACKED WITH A PROPRIETARY SCORING TECHNOLOGY

We master the full credit value chain with a fully-automated process powered by AI



# OUR PRODUCT IS ACCLAIMED BY 500K+ CUSTOMERS



“ The customer support is very reactive, it's quick, efficient, it's a great solution ”

*Laure, 28yo, freelancer*



“ For me, Finfrog stands for simplicity and efficiency ”

*Nicolas, 26yo, independent worker*



“ Speed, simplicity, without any receipt to provide ”

*Jedi, 23yo, freelancer*



“ Go ahead, it's fast ! ”

*Jean, 35yo, employee*



4.7/5

639 reviews



4.5/5

947 reviews

*Avis Vérifiés*

9.6/10

1558 reviews



# LEVERAGING TECHNOLOGY FOR FINANCIAL INCLUSION



Giving a **fair** access to credit to everyone



Supporting **useful** projects



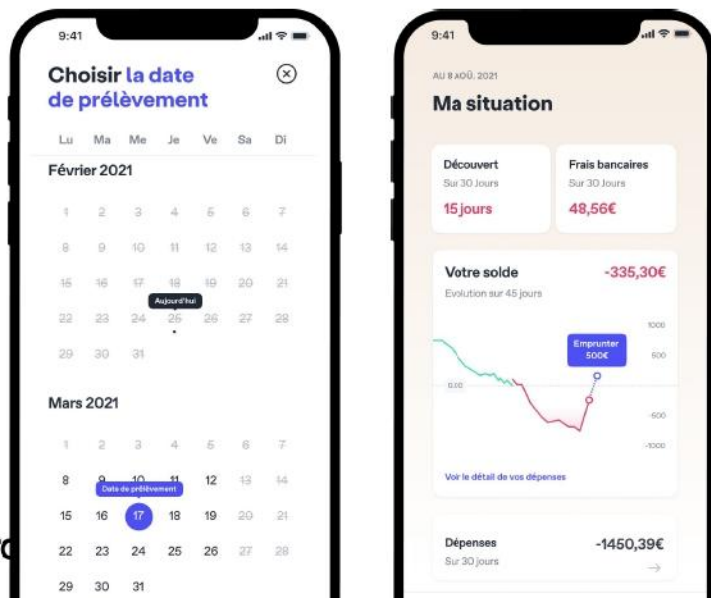
Fostering **responsible** practices



# A CUSTOMER EXPERIENCE FOCUSED ON PROVIDING STRONG CUSTOMIZED CARE AND FINANCIAL EMPOWERMENT

Key features for financial empowerment...

...coupled with offline personalized care



adie





# Leading the way to sustainable consumer finance

finfrog





# Définir de nouvelles normes dans l'expérience utilisateur en proposant un crédit simple, instantané et responsable.



**THAÏS WEBER**  
Chief Marketing Officer  
**FINFROG**



# [TOUR DE TABLE]

Les thématiques abordées,  
vos problématiques  
quotidiennes

## Quelles solutions ?



# Acquisition : pilotage à la valeur, un projet d'entreprise



**JÉRÉMY LACOSTE**  
Head of Acquisition, Analytics & CRM Marketing  
**MeilleurTaux**

## RAPPEL DU CONTEXTE

Une verticale toujours plus forte autour des métiers du crédit et de l'assurance

10

Métiers (Crédits - Assurance -  
Placement - Energie - Banque...)

90 M

Visites par an sur nos univers

3 M

Clients satisfaits de nos services

4,8/5

Avis Truspilot

2 000

Conseillers tout métier



# CHANGEMENT DE PARADIGME

Avec la diversification des métiers, il y a un fort de besoin de génération de lead.  
Passage d'une logique de Coût par lead (CPL) compétitif vers un pilotage au Revenu par lead (RPL)

## CROISSANCE

Ouverture vers de nouveaux fournisseurs de leads premium accompagnant le flux

## FIN DU TUNNEL

Optimisation du traitement des leads & de l'aiguillage partenaire assureur ou organisme de crédit

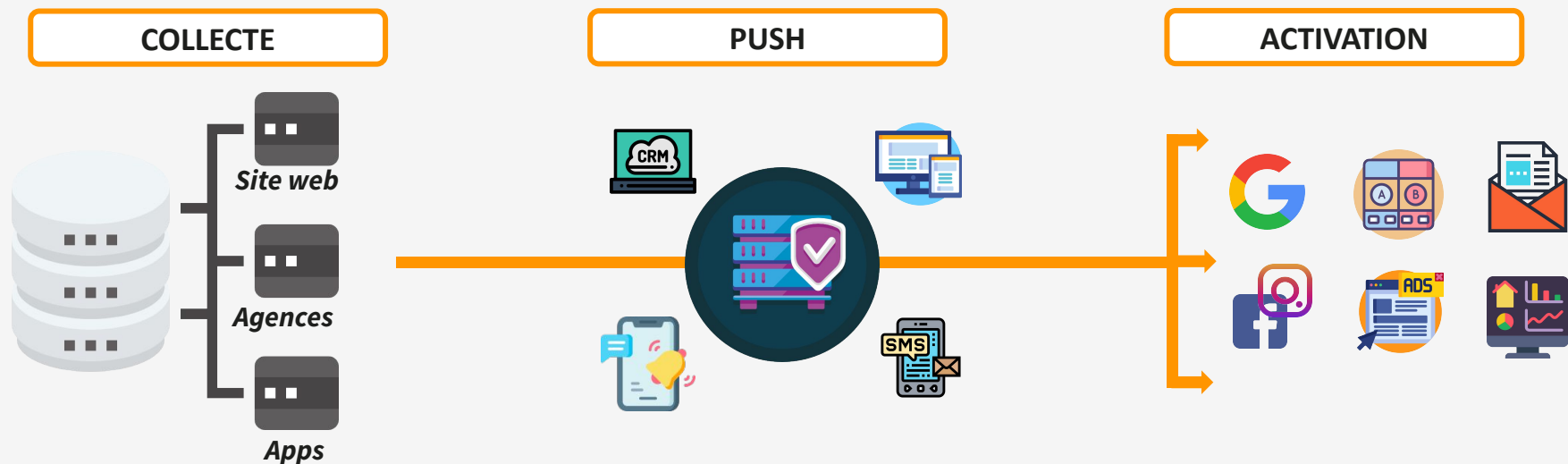
## CAPACITAIRE

Meilleure gestion du flux de leads en fonction du capacitaire conseillers



# 1/ CREATION D'UNE USINE A LEADS

Nécessité d'avoir un portefeuille diversifié de partenaires acquisition pour gagner en flexibilité en fonction de la rentabilité observée





## 2/ UNE COLLECTE UNIFIEE DE LA DONNEE

### ALIMENTATION MULTI-SOURCES

Création d'une base de données consolidées collectant l'ensemble des points de contact

### TEMPS REEL

Connexion et remontée des données marketing en temps réel sur l'ensemble des métiers

### DIFFUSION LARGE

Automatisation du partage du dashboard de pilotage des campagnes

### KPI SECONDAIRES

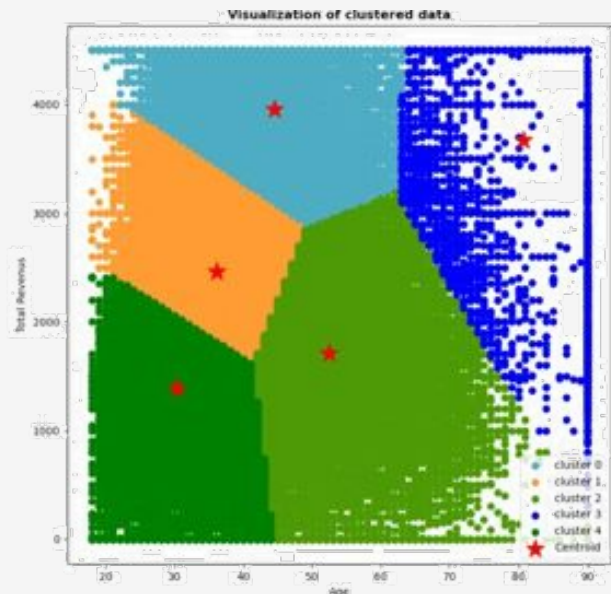
Suivi des micro-engagements de manière à identifier les KPI pivots dans le tunnel

Coût	Tx Complétion	Leads	CPL	RPL	MARGE	MARGE TOTALE
4825 €	9 %	791	6,1 €	8,4 €	3,3 €	2604 €
4482 €	17 %	194	23,1 €	23,7 €	2,3 €	446 €
8788 €	9 %	160	54,9 €	115,9 €	72,3 €	11570 €
3114 €	13 %	726	4,3 €	3,6 €	-1,6 €	-1184 €
2161 €	27 %	443	4,9 €	9,5 €	5,0 €	2200 €
1023 €	24 %	406	2,5 €	2,0 €	-0,2 €	-95 €
395 €	2 %	7	56,5 €	30,0 €	-20,1 €	-141 €
661 €	6 %	57	11,7 €	43,0 €	32,6 €	1843 €

DEVICES	Leads	CPL	RPL	MARGE	MARGE TOT...
TV screens	0	0,0 €	null	null	null
computers	449	5,5 €	9,29 €	3,74 €	1681 €
mobile devices with full bro...	396	5,0 €	7,32 €	2,31 €	914 €
tablets with full homepage	16	4,1 €	null	null	null

REGION	Leads	CPL	RPL	MARGE	MARGE TOT...
Ile-de-France	274	4,91 €	10,34 €	5,63 €	1541 €
Auvergne-Rhône-Alpes	131	4,4 €	7,83 €	3,43 €	449 €
Provence-Alpes-Côte d'Azur	88	4,83 €	7,83 €	3 €	264 €

### 3/ LA MODELISATION DE LA RENTABILITE



#### VARIABLES

Comment identifier les variables discriminantes? Activables et mesurables

#### CYCLE LONG

En fonction des métiers, le temps de conversion peut aller jusqu'à 9 mois

#### MODELISATION

Scoring avec prise en compte d'une espérance de gain sur l'ensemble des leads

## 4/ UN CHANGEMENT DE GOUVERNANCE

### FLUX

Gestion plus resserrée des volumes de leads générés avec notification motif de refus

### RECRUTEMENT

Mise à jour du plan de recrutement et des profils ciblés en adéquation

### TEMPS HOMME

Accroissement du temps passé par dossier & automatisation des tâches routinières (rappel)

### LEADS EXCLUSIFS

Concentration uniquement sur l'achat de leads exclusifs car plus qualitatifs

# EN PRATIQUE SUR GOOGLE ADS

## SYNCHRONISATION SALESFORCE

Milestone ↑	Action de conversion
Opportunité: 1-Découverte	LIVE - DECOUVERTE GEMO
Opportunité: 2-Qualifiée	LIVE - QUALIFIEE GEMO

## BOOST D'ENCHERES

Zone ciblée	Ajust. des enchères
Île-de-France, France	+20 %
Lyon, Auvergne-Rhône-Alpes, France	+10 %

Type d'appareil	Niveau	Ajouté à	Ajust. des enchères
Mobiles	Campagne	S2_G00_SEA_ADE_IMMO	-10 %
Ordinateurs	Campagne	S2_G00_SEA_ADE_IMMO	+20 %
Tablettes	Campagne	S2_G00_SEA_ADE_IMMO	-

## REMONTEE ESPERANCE DE GAIN

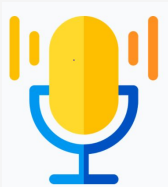
LIVE - DECOUVERTE GEMO	LIVE - QUALIFIEE GEMO	Visites en magasin	↓ Valeur toute convers
298,00	1,00	44,59	4 863,34
52,00	0,00	5,33	1 261,22

# QUELQUES RESULTATS

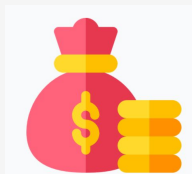
En 6 mois de campagnes, les performances sur Google Ads sont fortement à la hausse



Augmentation de 16% du volume de formulaires



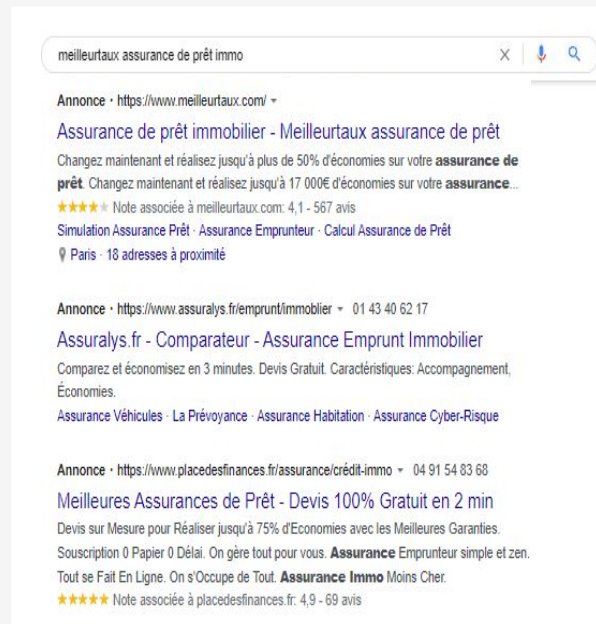
+31,15% de part de voix



Baisse du CPL de 23%



+ 11% RPL SEA



meilleurtaux assurance de prêt immo

Annnonce · <https://www.meilleurtaux.com/> ·

**Assurance de prêt immobilier - Meilleurtaux assurance de prêt**

Changez maintenant et réalisez jusqu'à plus de 50% d'économies sur votre **assurance de prêt**. Changez maintenant et réalisez jusqu'à 17 000€ d'économies sur votre **assurance**...

★★★★★ Note associée à meilleurtaux.com: 4,1 - 567 avis

Simulation Assurance Prêt · Assurance Emprunteur · Calcul Assurance de Prêt

📍 Paris · 18 adresses à proximité

Annnonce · <https://www.assuralys.fr/emprunt/immobilier> · 01 43 40 62 17

**Assuralys.fr - Comparateur - Assurance Emprunt Immobilier**

Comparez et économisez en 3 minutes. Devis Gratuit. Caractéristiques: Accompagnement, Économies.

Assurance Véhicules · La Prévoyance · Assurance Habitation · Assurance Cyber-Risque

Annnonce · <https://www.placedesfinances.fr/assurance/crédit-immobilier> · 04 91 54 83 68

**Meilleures Assurances de Prêt - Devis 100% Gratuit en 2 min**

Devis sur Mesure pour Réaliser jusqu'à 75% d'Économies avec les Meilleures Garanties.

Souscription 0 Papier 0 Délai. On gère tout pour vous. **Assurance** Emprunteur simple et zen. Tout se Fait En Ligne. On s'Occupe de Tout. **Assurance Immo** Moins Cher.

★★★★★ Note associée à placedesfinances.fr: 4,9 - 69 avis

**Merci**



**meilleurtaux**



# Acquisition : pilotage à la valeur, un projet d'entreprise



**JÉRÉMY LACOSTE**  
Head of Acquisition, Analytics & CRM Marketing  
**MeilleurTaux**





# SESSION Q&A



Maison de la Mutualité, Paris 5e

# DATA & AI FOR BUSINESS

Mardi 17 & Mercredi 18 mai 2022

INSCRIPTION

DEVENIR PARTENAIRE



**2**

JOURS POUR ÉCHANGER



**1500**

DÉCIDEURS



**15**

MASTERCLASS

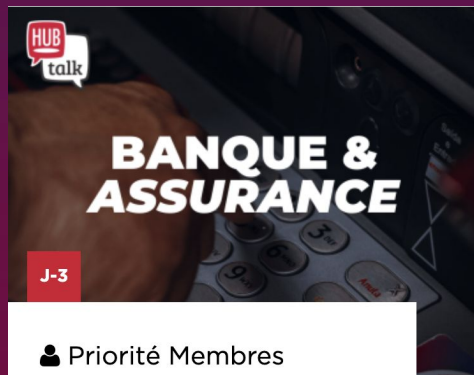


**50**

BUSINESS CASES



# NOTRE PROCHAIN RENDEZ-VOUS BANQUE & ASSURANCE



J-3

 Priorité Membres

HUBTALK

DIGITAL BUSINESS | BANQUE-ASSURANCE

**Banque & Assurance  
: comment proposer  
un parcours et des  
services optimisés  
en 2022 ?**

**Jeudi 24 mars 2022**

**9h00 - 12h00**

**HUB LAB, Paris & En ligne** 



# SAVE THE DATE !





**VIVATECH  
EXPLORER  
TOUR**

# **VIVATECH EXPLORER TOUR 2022**

**Get the most out of your VIVATECH experience**

With a **personalized** tour of the show floor, led by HUB Institute experts.

**15 - 18 june 2022**

# Merci à nos partenaires !

En partenariat avec :

The logo for talkdesk, featuring a purple icon of three vertical bars of increasing height to the left of the word "talkdesk" in a bold, purple, sans-serif font, followed by a registered trademark symbol.

The logo for cenareo, featuring a colorful icon of four squares (blue, green, red, and yellow) stacked in a 2x2 grid to the left of the word "cenareo" in a bold, dark blue, sans-serif font.

The logo for vidata, featuring a blue icon of a play button inside a square to the left of the word "vidata" in a bold, dark blue, sans-serif font.

The logo for SimilarWeb, featuring a dark blue icon of a circle with a white swoosh to the left of the word "SimilarWeb" in a bold, dark blue, sans-serif font.