



# HUBTALK Banque & Assurance 2.0 :

De nouveaux services  
pour de nouveaux usages

En partenariat avec :



LinkedIn Marketing Solutions

MICROPOLÉ



Business  
Services

zendesk



# Votre host pour cet événement



**GUILHEM CADORET**  
Senior Content Manager  
*HUB Institute*

**HUB** INSTITUTE  
**DIGITALBUSINESS**

DIGITAL  
TRANSFORMATION



**HUB** INSTITUTE  
**SUSTAINABLE**  
EVENTS | INSIGHTS | COMMUNITIES



SUSTAINABLE  
& INCLUSIVE  
TRANSITION



**+ 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  
Énergies & Environnement  
Voyage & Hôtellerie



Autres acteurs

Gouvernement  
Santé



Opérateur OEM

Mobilité & Logistique  
Télécom & hardware  
Équipementiers



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**





# NOTRE PROCHAIN RENDEZ-VOUS BANQUE & ASSURANCE



DECEMBRE 2022



## BANQUE & ASSURANCE

Priorité Membres

HUBTALK

DIGITAL BUSINESS BANQUE-ASSURANCE

## Banque & Assurance

Jeudi 8 décembre 2022

9h00 - 12h00

HUB LAB, Paris & En ligne



# SAVE THE DATE !

Maison de la Mutualité

**MOVE  
FORWARD**

# HUBFORUM PARIS

**MARDI 11 ET MERCREDI 12 OCTOBRE 2022**



**2**

JOURS POUR S'INSPIRER



**3500**

DÉCIDEURS



**36**

MASTERCLASS



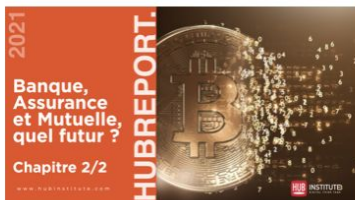
**50**

BUSINESS CASES





# REPORTS : DES INSIGHTS AU PLUS PRÈS DE VOS ENJEUX





# Posez vos questions !



• Présentations accessibles  
aux membres













Replay disponible

Chat

Questions

Sondages

-  **Agnès Mascla** 11:01  
Bonjour à toutes et à tous ! ...
-  **SP** **Sophie Provost** 11:01  
Bonjour ! ...
-  **CC** **Cecile Coutheillas** 11:01  
Bonjour ! ...
-  **Peggy Vaugard** 11:02  
Bonjour à tous ! 😊 ...
-  **MC** **Maxime Caufment** 11:02  
Bonjour à tous ...
-  **IC** **Isabelle Chetrit** 11:02  
Bonjour ...
-  **RD** **Rémy Daffix** 11:02  
Bonjour à tous 😊 ...
-  **PL** **Patrice Laubignat** 11:02  
bonjour à tous ! ...
-  **CC** **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



**ALEXANDRE DONNADIEU**  
Directeur commercial  
*ESV Digital*



**ARTHUR PIED**  
Directeur Marketing  
*Assurland*



**AURÉLIEN AISSA**  
Senior AE Financial Services  
*Zendesk*



**IOANA ERHAN**  
Directrice LinkedIn  
Marketing Solutions, France  
*LinkedIn Marketing Solutions*



**FRANÇOIS ROSSIGNOL**  
Directeur du Domaine  
Finance et Reporting  
Régalien  
*BPCE SI*



**LUCIE BARATIER**  
Manager Entité Régalien  
Risques & Finances  
*BPCE SI*



**MARC KWAN**  
Head of Sales  
*Contentsquare*



**TANGUY LE NOUVEL**  
Directeur DataScience  
*Micropole*



**ÉLODIE BERTIN**  
Chargée d'études  
statistiques et commerciales  
*Crédit Agricole*



**JUAN ABELLA**  
Head of Business  
Operations  
*Hipay*



**FATHI MABROUKI**  
Manager Conseil et Expertise  
Animateur du Centre de  
Compétences BI pour BPCE-SI  
*OBS / Business & Decision*



# [Opening Keynote] Back from VivaTech : grandes tendances et nouveaux services en Banque-Assurance



**GUILHEM CADORET**  
Senior Content Manager  
*HUB Institute*



# [ICEBREAKING]

Nom, poste, entreprise

## Vos enjeux !





# Comment allier acquisition de leads et maîtrise des coûts suite à l'émergence de nouveaux acteurs ?



**ARTHUR PIED**  
Directeur Marketing  
*Assurland*



**ALEXANDRE DONNADIEU**  
Directeur Commercial  
*ESV Digital*



**Comment allier acquisition de leads  
et maîtrise des coûts suite à  
l'émergence de nouveaux acteurs ?**

# ESV - Agence de marketing digitale indépendante



120

Millions d'€ de budget client en gestion

+ de  
1000

Clients accompagnés depuis la naissance d'ESV en 2004

90

Experts polyvalents et multilingues avec une expérience moyenne de 3 ans

8

Langues parlées :

Français      Anglais  
Allemand  
Espagnol      Italien  
Russe    Portugais  
Hollandais

TOP  
3%

ESV parmi les 3% des meilleures agences de France



FACEBOOK  
MARKETING PARTNER



Une politique sociale dédiée à la valorisation du mérite et à la promotion de la diversité

#SEA  
#SEO  
#RTB  
#SocialMedia  
#Conseil  
#Formations

[www.esvdigital.fr](http://www.esvdigital.fr)

# Assurland – le comparateur d'assurances

1

Pionnier des  
comparateurs  
d'assurances français

+20

Années d'expérience

+8

Millions de simulations  
tarifaires restituées  
chaque année

8

Produits d'assurances  
comparés

78

Offres d'assurances  
Le panel le plus varié

4

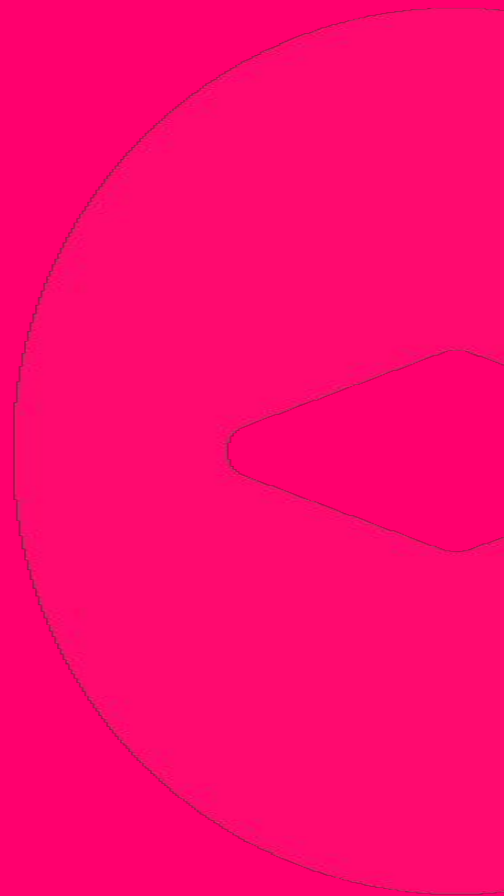
Sites pour une offre  
complète :  
Assurland.com  
Assurlandpro.com  
Opinion-Assurances.fr  
Panelpro.fr

**assurland.com**  
le comparateur d'assurances

#Assurance  
#Service  
#Digital  
#Economies  
#Consommation

[www.assurland.com](http://www.assurland.com)

**Le constat**





## Le Contexte

- Chute historique des ventes de véhicules neufs ou d'occasion
- Baisse des intentions de souscriptions/changements d'assurance auto, produit phare
- Arrivée des assurtechs qui réalisent d'importantes levées de fonds

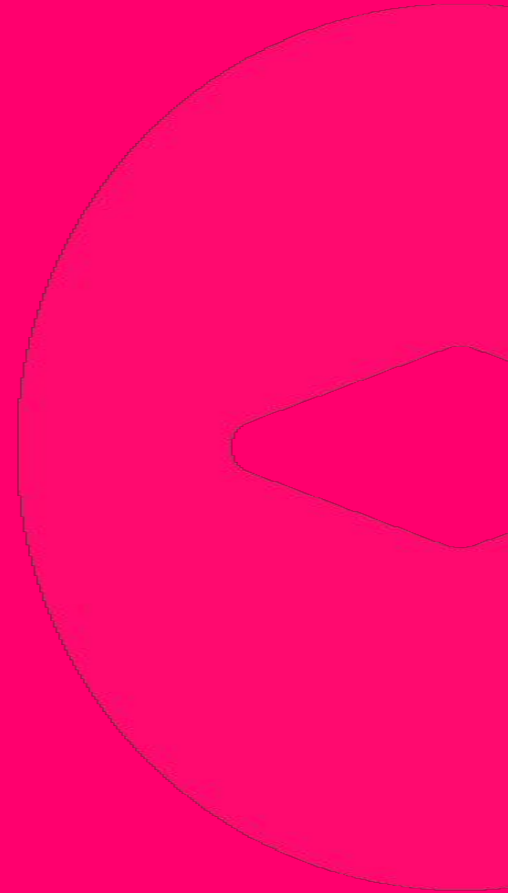


## La Problématique

- Les assureurs ont besoin d'acquérir du volume via le SEA
- Les nouveaux acteurs ont des budgets beaucoup plus importants pour augmenter les CPL-CPA
- Concurrence accrue sur le secteur

**Constat : Augmentation des CPL**

**Les actions  
mises en place**



1

## Bien connaître son audience

- Gestion des cookies
- Analyse UX du funnel de conversion
- Ajustement de l'audience cible
- Analyse sémantique

2

## Stratégie d'acquisition

- Mise en place de stratégie automatisée (Performance Max)
- Test and learn de nouveaux leviers
- Système de traitement des leads
- Synergie SEO / SEA

Mais surtout ...  
Flexibilité

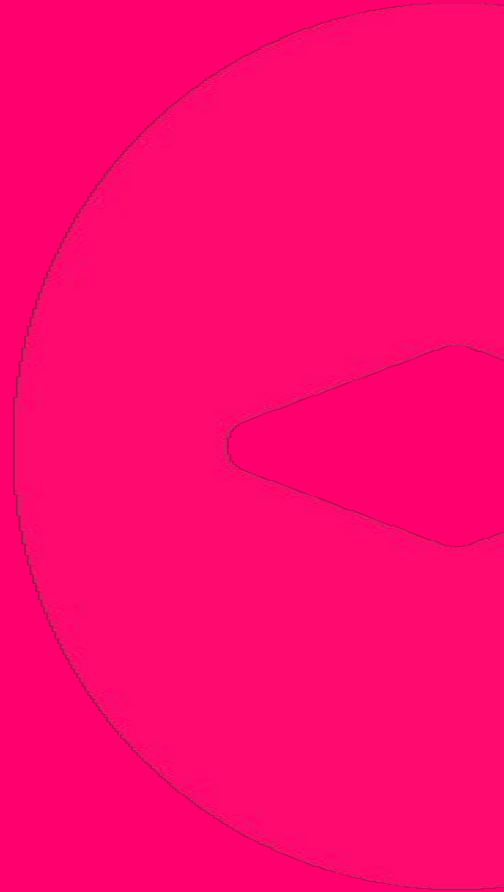
3

## Roadmap détaillé par trimestre

- Allocation des budgets
- Nouveaux objectifs
- Nouvelles stratégies
- Nouvelles tendances dans le secteur

...

**Les résultats obtenus**





2021  
-  
2022



+10% de leads



-8% de dépenses



- 16% CPL

# Merci !

Alexandre Donnadiou

[alexandre.donnadiou@esvdigital.com](mailto:alexandre.donnadiou@esvdigital.com)

Directeur Commercial

[www.esvdigital.fr](http://www.esvdigital.fr)

Arthur Pied

[Arthur.pied@assurland.com](mailto:Arthur.pied@assurland.com)

Directeur Marketing

[www.assurland.com](http://www.assurland.com)





# Comment allier acquisition de leads et maîtrise des coûts suite à l'émergence de nouveaux acteurs ?



**ARTHUR PIED**  
Directeur Marketing  
*Assurland*



**ALEXANDRE DONNADIEU**  
Directeur Commercial  
*ESV Digital*



# Les reportings de crise : enjeux devenus clés pour les SI bancaires



**LUCIE BARATIER**  
Manager Entité Régalien  
Risques & Finances  
*BPCE SI*



**FRANÇOIS ROSSIGNOL**  
Directeur du Domaine Finance et  
Reporting Régalien  
*BPCE SI*



**FATHI MABROUKI**  
Manager Conseil et Expertise  
Animateur du Centre de  
Compétences BI pour BPCE-SI  
*OBS / Business & Decision*



# HUBTALK

**Accélérer la production des reportings de  
crise**

23 Juin 2022

- 01 Un historique – contexte de crise
- 02 Un existant et une adaptation du SI
- 03 Un partenariat gagnant

# | 01

## Un historique Contexte de crise

# Un historique

Contexte de crise

LCR  
QUOTIDIEN  
/  
JST  
(3/03/2022)

**Périmètre** : Tous périmètres

**Informations** : Encours de liquidité au format Reporting SSMLE Brexit

**Fréquence**: Quotidien

**Dates**: à partir du 5/03/2020

RISQUE  
DE CRÉDIT  
HEBDO  
/  
BCE  
(20/03/2020)

**Périmètre** : Retail Professionnel & Corporate : extension périmètre SPLS, Souverain et Agrégat sur les Part

**Informations** : Tiers, Contrats

**Fréquence**: hebdo

**Dates**: 31/12/2019, 29/02/2020

REPORTING  
DE  
SUIVI DES DEPOTS  
/  
BDF  
(23/03/2020)

**Périmètre** : Tous périmètres

**Informations** : Encours créiteurs/débiteurs par segments clientèle

**Fréquence**: hebdo

**Dates**: à partir du 4 avril 2020

REPORTING  
RISQUES ALM  
QUOTIDIEN  
/  
BCE  
(1/04/2020)

**Périmètre** : Retail Professionnel & Corporate

**Informations** : Agrégats produit (12 données)

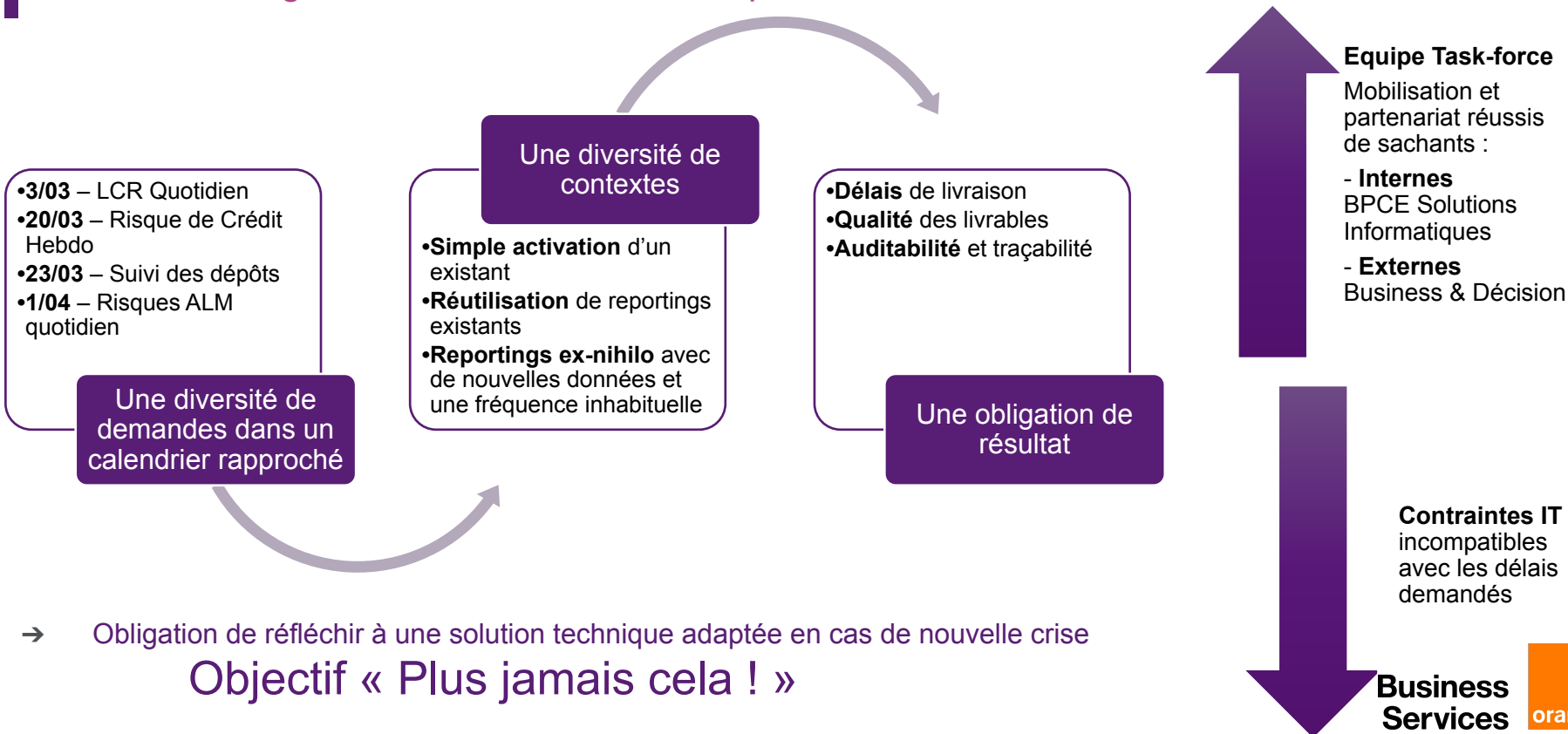
**Fréquence**: Mensuels puis Quotidiens

**Dates**: à partir du 4 avril 2020...



# Un historique

Demandes régaliennes nécessitant un dispositif en mode task-force

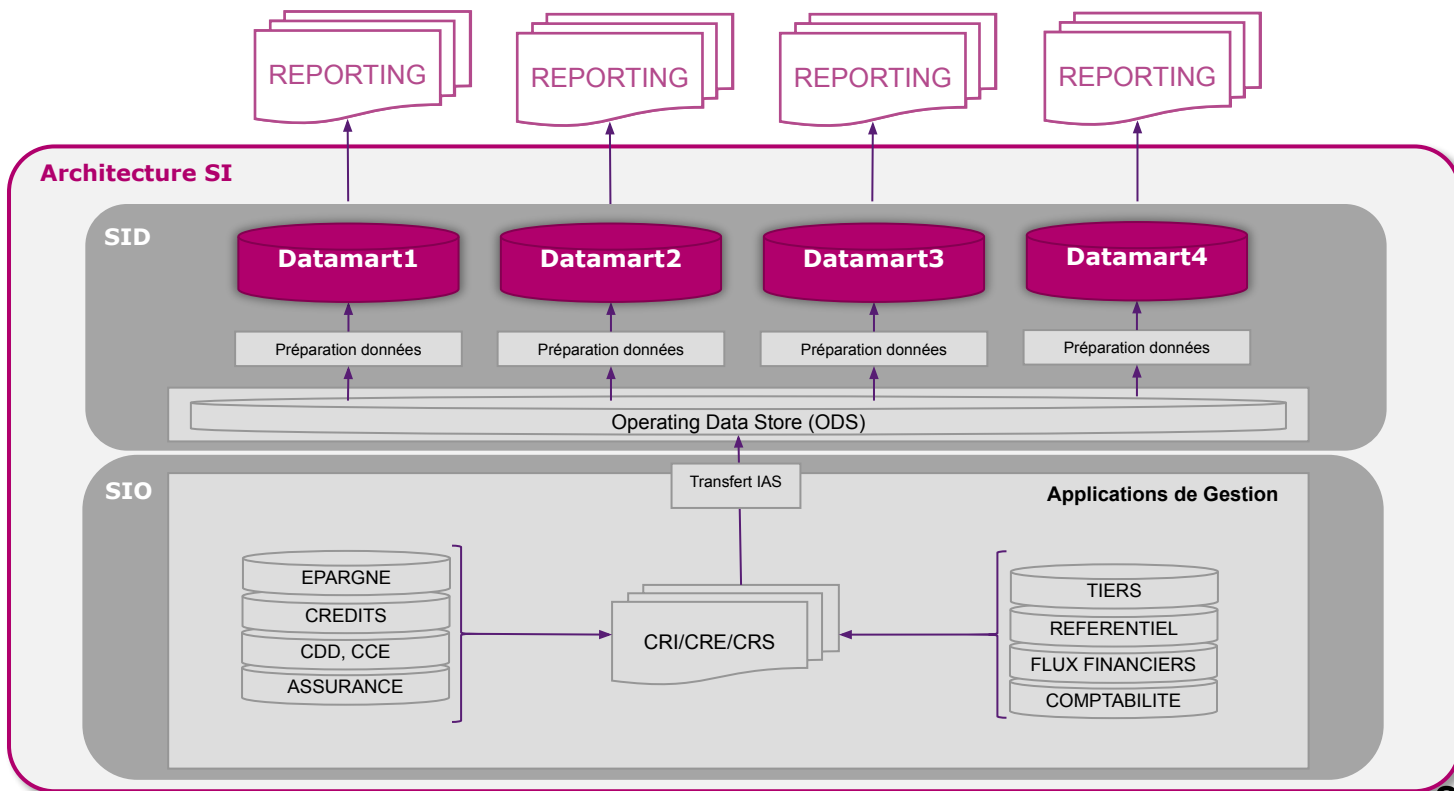


# | 02

## Un existant Et une adaptation du SI

# Un existant

Constat n°1 – une architecture complexe



# Un existant

Constat n°2 – des circuits de fabrication non adaptés à la crise

## Circuit standard

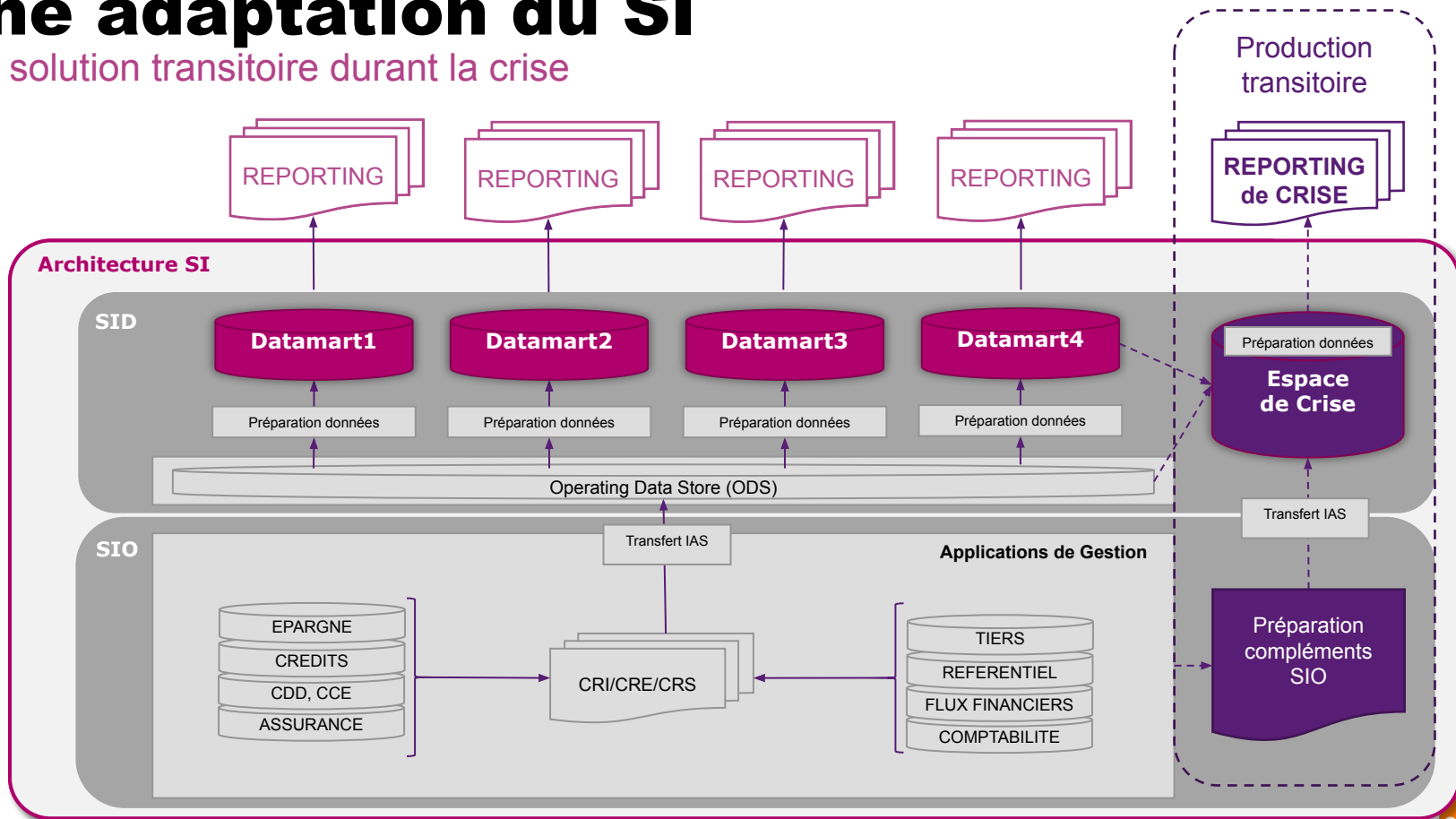


## Circuit court



# Une adaptation du SI

Une solution transitoire durant la crise

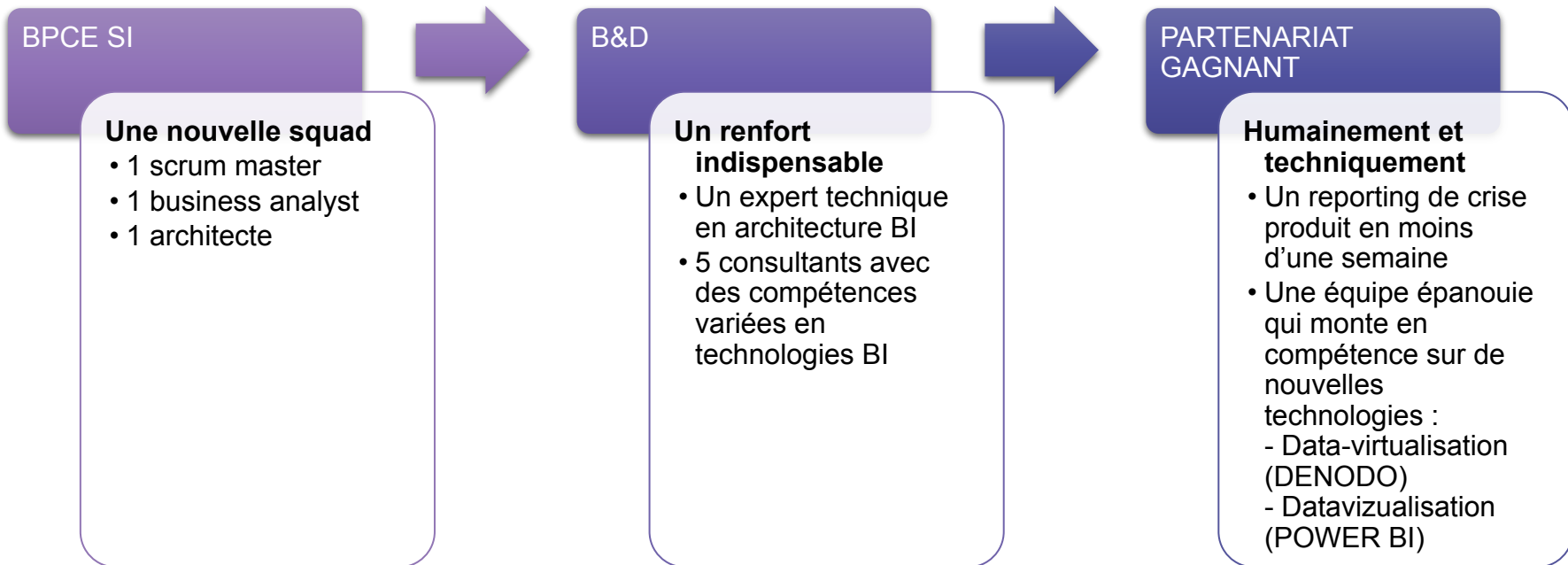


# 03

## Un partenariat gagnant

# Un partenariat gagnant

BPCE Solutions informatiques et Business & Décision





**GROUPE BPCE**



**Business  
Services**





# Les reportings de crise : enjeux devenus clés pour les SI bancaires



**Lucie Baratier**  
Manager Entité Régalien  
Risques & Finances  
*BPCE SI*



**FRANÇOIS ROSSIGNOL**  
Directeur du Domaine Finance et  
Reporting Régalien  
*BPCE SI*



**FATHI MABROUKI**  
Manager Conseil et Expertise  
Animateur du Centre de  
Compétences BI pour BPCE-SI  
*OBS / Business & Decision*



# Comment répondre aux nouvelles attentes en matière de relation client ? Avec le témoignage de Hipay



**JUAN ABELLA**  
Head of Business Operations  
*Hipay*



**AURÉLIEN AISSA**  
Senior AE Financial Services  
*Zendesk*

zendesk

# Comment répondre aux nouvelles attentes en matière de relation client ?



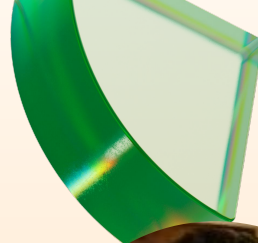
**Aurélien AISSA**

Senior AE Financial services  
ZENDESK

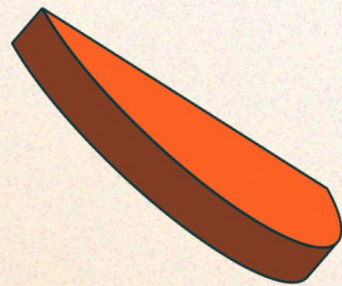
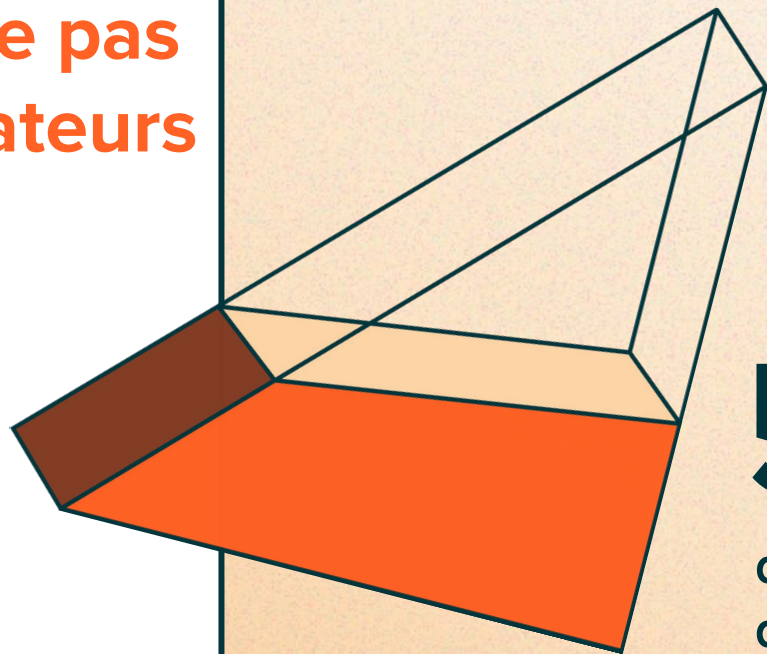


**Juan ABELLA**

Head of business operations  
HIPAY



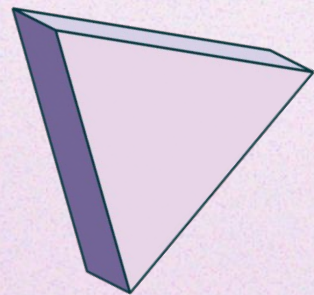
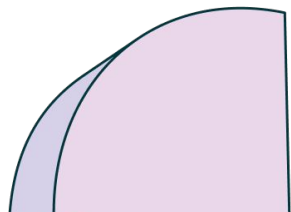
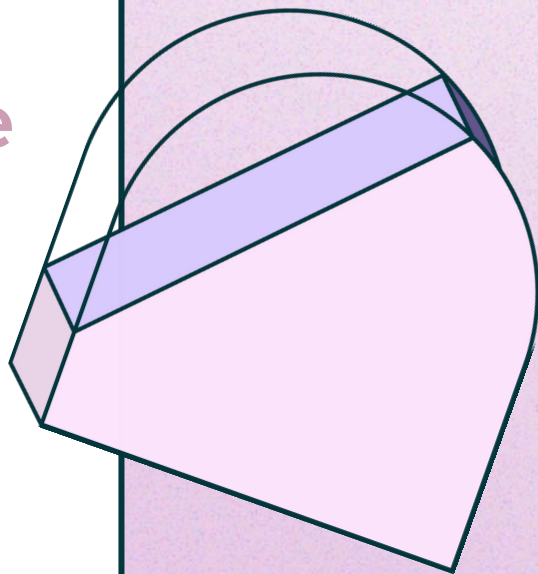
**Un service client  
qui n'enchante pas  
les consommateurs**



**54%**

des clients affirment  
que le service client  
n'est pas à la hauteur

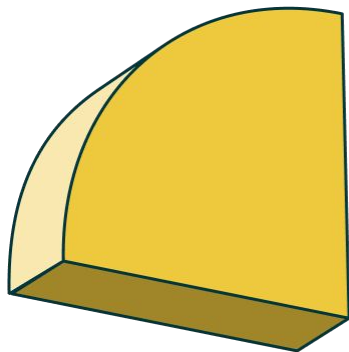
Une direction qui  
ne joint pas le  
geste à la parole



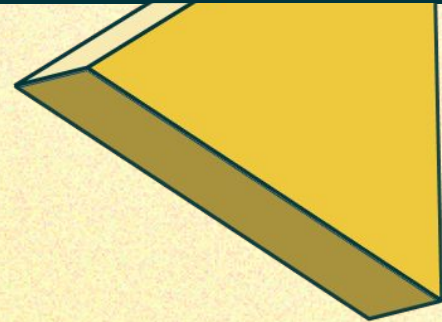
**77%**

des dirigeants d'entreprise  
déclarent que l'expérience  
client est stratégique mais  
seuls 30% y allouent des  
moyens

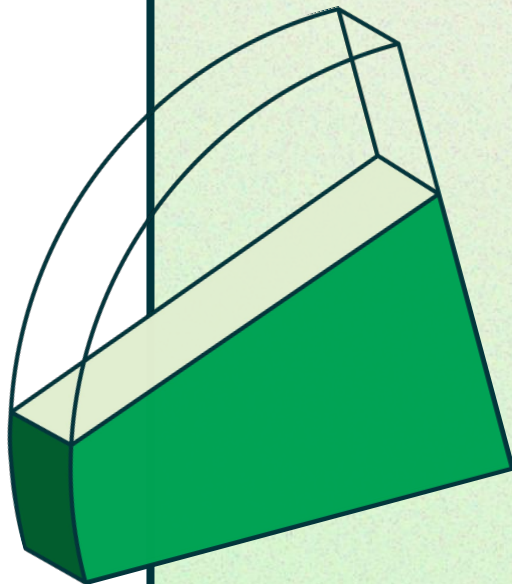
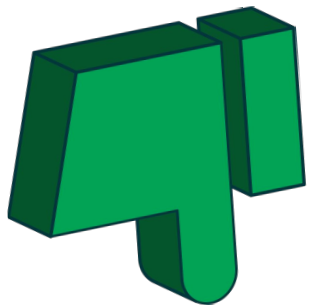
## Un budget trop serré



Seuls **29%**  
s'accordent à dire qu'ils  
investissent de manière  
adéquate



Des agents  
débordés et  
délaissés



Seuls **25%**  
se sentent équipés pour  
bien faire leur travail

**Merci**







# Comment répondre aux nouvelles attentes en matière de relation client ? Avec le témoignage de Hipay



**JUAN ABELLA**  
Head of Business Operations  
*Hipay*



**AURÉLIEN AISSA**  
Senior AE Financial Services  
*Zendesk*



# FinFluence Report 2022 : présentation des tendances clés qui influenceront les stratégies marketing des secteurs financiers et bancaires



**IOANA ERHAN**

Directrice LinkedIn Marketing  
Solutions, France

*LinkedIn Marketing Solutions*



RAPPORT

# Le Finfluence

Les principales tendances qui influencent le marketing des services financiers



Ioana Erhan,  
Directrice LMS France  
Global Head of Financial  
Services





# FinFluence Report 2022 : présentation des tendances clés qui influenceront les stratégies marketing des secteurs financiers et bancaires



**IOANA ERHAN**

Directrice LinkedIn Marketing  
Solutions, France

*LinkedIn Marketing Solutions*



**Découvrez comment le Crédit Agricole a décuplé les taux de transformation de ses campagnes marketing et l'efficacité de ses conseillers grâce à des motifs de contacts ciblés et priorisés par Scoring.AI !**



**ELODIE BERTIN**  
Chargée d'études statistiques et  
commerciales  
*Crédit Agricole*



**TANGUY LE NOUVEL**  
Directeur DataScience  
*Micropole*

# MICROPOLE, LEADER FRANÇAIS DU PILOTAGE DE LA PERFORMANCE ET DE LA DATA



« Nous conseillons et créons pour nos clients des solutions digitales innovantes »

Cabinet de conseil

ESN spécialisée

Agence digitale



**1 250** consultants dans le monde  
France | Belgique | Luxembourg | Suisse | Pays-Bas | Chine



**850** consultants en France  
Ile de France | Centre-Est | Grand Ouest | Nord



**+40** partenariats  
avec l'ensemble des éditeurs leaders du marché sur les solutions data, décisionnelles, financières, cloud et digitales



**AGENCE DIGITALE** WIDE  
développe la performance digitale des marques en révélant leur potentiel business & relationnel



**INNOVATION** au cœur de notre ADN  
Open-Ground | Lab & Co-création | Incubateur Data Boost'R

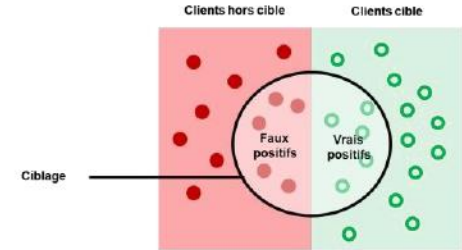


**MICROPOLE ACADEMY**  
Solutions de formation



# INTRODUCTION AU SCORING

- 80% des besoins IA/ML des entreprises
- Finalités : Ciblage - Priorisation - Prescription - Diagnostic
- Principaux Use cases



## MARKETING CONNAISSANCE CLIENT



- Ciblage de campagnes
- Conquête
- Multi-équipement
- Reco, Prescriptions
- Churn / Attrition
- Détection de moments de vie



## RISQUE



- Octroi de crédit
- Survenance de sinistres
- Optimisation du recouvrement



## LUTTE CONTRE LA FRAUDE



- Fraude aux crédits
- Fraude aux paiements (CB, Virements, Chèques)
- Fraude fiscale
- Fraude interne



## LUTTE CONTRE LE BLANCHIMENT

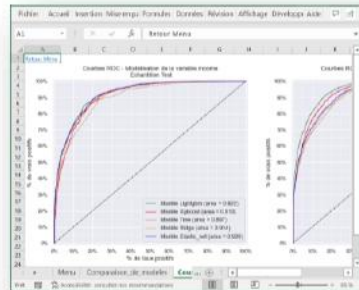
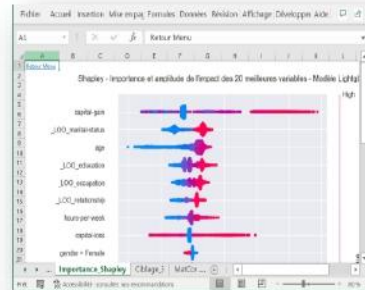
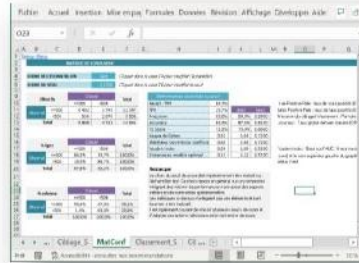


- Réduction des fausses alertes
- Optimisation des règles de détection existantes
- Identification de nouvelles règles de détection

# SCORING.AI

**Solution IA/ML** qui permet aux entreprises de **construire et déployer des scores prédictifs très performants** en un **temps record**

**Utilisateurs cibles** : data analysts, business analysts, statisticiens, actuaires, data scientists



## BÉNÉFICES

- No code
- Industrialisation en 1 clic – No code
- Interprétation des modèles versus boîtes noires
- ROI décuplé
- Gain de productivité
- Meilleur cadrage et appropriation métier
- Accompagnement des équipes métiers accru
- Adhésion des équipes métiers à l'IA et au ML



# Témoignage Crédit Agricole Assurances

## Nos objectifs :

Accompagner les réseaux (Crédit Agricole, LCL) dans :

- ▶ Le développement commercial de leur activité assurances
- ▶ L'optimisation du temps commercial

**Pôle Data & Analytics** (77  
*collaborateurs*), appartenant à la  
**Direction de la Transformation**  
*#Data #Digital #Clients*

Contribuer à améliorer la satisfaction client en répondant au mieux à leurs besoins

## Nos missions :

- ▶ Détecter des opportunités commerciales et alimenter le réseau en motifs de contacts sur les clients les plus appétents
- ▶ Développer des modèles analytiques et prédictifs comme un modèle de NBO sur le WEB
- ▶ Développer des profils clients et des analyses comportementales

# SCORING.AI plébiscité parmi d'autres outils

## Volonté d'acquérir un outil de scoring

- ▶ Gain de temps
- ▶ Gain de performance

## Pourquoi SCORING.AI ?

- ▶ **Simplicité** d'utilisation
- ▶ **Paramétrage** complet
- ▶ **Qualité** des sorties
- ▶ **Industrialisation** possible des modèles **sans réécriture de code**
- ▶ Possibilité de scorer les clients en **temps réel**

# Des modèles performants au sein du groupe



En interne chez Crédit Agricole Assurance, 14 modèles de scoring construits en 10 mois :

## Assurance des Accidents de la Vie

**5,1** fois mieux que la  
souscription naturelle

## Renouvellement de véhicule

**27%** des clients détectés en  
amont du renouvellement

## Résiliation Assurance habitation

**-2pts** observés sur le taux de  
résiliation

Dans le réseau des Caisses Régionales du Crédit Agricole (plusieurs centaines de scores) :

## Assurance habitation (Agence)

**5,4** fois mieux que la  
souscription naturelle

## Assurance voiture (Agence)

**4,1** fois mieux que la  
souscription naturelle

## Résiliation Assurance voiture

**30%** des clients qui ont résilié  
détectés 6 mois avant

## Habitat locatif (Agence)

**12** fois mieux que la  
souscription naturelle

## CONSO

(3 canaux testés )

**6,7** fois mieux que la  
souscription naturelle

## HDG de demain

**45%** des intermédiaires qui  
sont devenus HDG  
détectés 4 ans avant

## Gestion Titres conseillée

**22** fois mieux que la  
souscription naturelle

## Carte débit différé (par mail)

**55** fois mieux que la  
souscription naturelle

# Usages à venir

---

Scoring en temps réel sur des données à chaud (navigation internet, appli)

Qualification des motifs de contact avec une meilleure explication de la note de score



**Découvrez comment le Crédit Agricole a décuplé les taux de transformation de ses campagnes marketing et l'efficacité de ses conseillers grâce à des motifs de contacts ciblés et priorisés par Scoring.AI !**



**ELODIE BERTIN**  
Chargée d'études statistiques et  
commerciales  
*Crédit Agricole*



**TANGUY LE NOUVEL**  
Directeur DataScience  
*Micropole*



# L'expérience client digitale web, mobile et app : un enjeu majeur pour le secteur banque, mutuelle, assurance !



**MARC KWAN**  
Head of Sales  
*Contentsquare*

# L'expérience client digitale web, mobile & app :

un enjeu majeur pour le secteur banque,  
mutuelle, assurance.



**Marc Kwan**

Head of Sales, Contentsquare

# L'Expérience Digitale reste pour la plupart des marques une boîte noire

---

## Giles Richardson

“80% of everything you put online doesn't work in the way you think it would. We guess wrong all the time and we need to understand that.”

Parcours client

---

Théorie vs Realite







# Contentsquare

More. Human. Analytics.



**Fondé en 2012**

Next40 - \$810 million



**Siège à Paris**

Bureaux partout dans le monde : *Londres, New York, Munich, San Francisco, Tel Aviv, Tokyo, Singapore, ...*



**+1200 employés**

dont 300 talents en R&D & produit



**+30 brevets**



**#1 global benchmark**

basés sur des milliards de données comportementales



**+850 clients**

**entreprise**

dans 26 pays



**+100 partenaires**

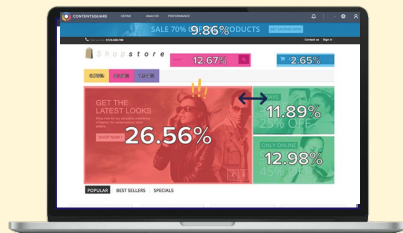
dont 75 intégrations

# Nous analysons l'expérience client sur toutes vos interfaces digitales

Une ligne de code à intégrer sur votre site

Pas de plan de marquage

L'exhaustivité de vos interactions visiteurs enregistrées



**Desktop**



**Mobile**



**Apps**

# 2 Axes clés pour nos projets

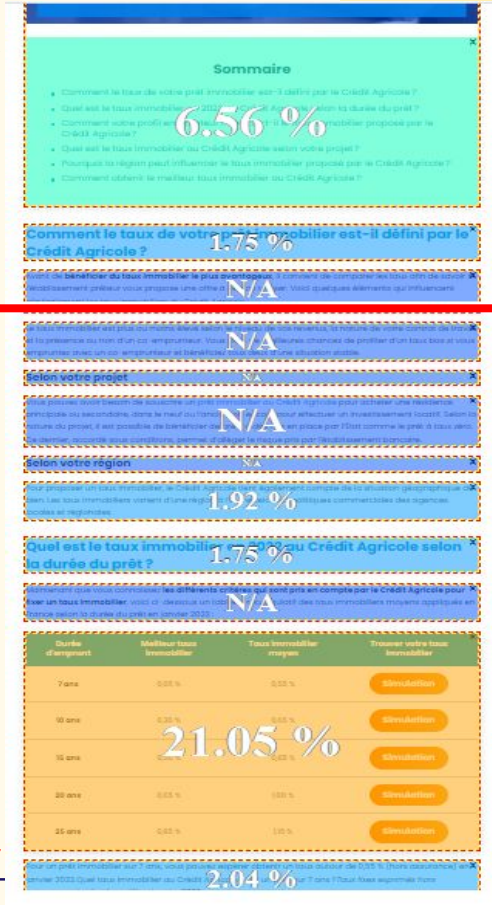
**Identification de “Quick Win” UX ayant un impact business fort**

**Travail de fond avec le client pour intégrer la donnée client dans tous les process d’optimisation digitaux**

# Cas d'usage 1 : Identification d'un problème UX

Partie visible en arrivant sur la page

Partie invisible en arrivant sur la page sans scroller



## CONTEXTE

Grâce à Contentsquare, nous nous sommes rendus compte que le tableau situé très bas dans le contenu était très apprécié des internautes

## PROBLEME

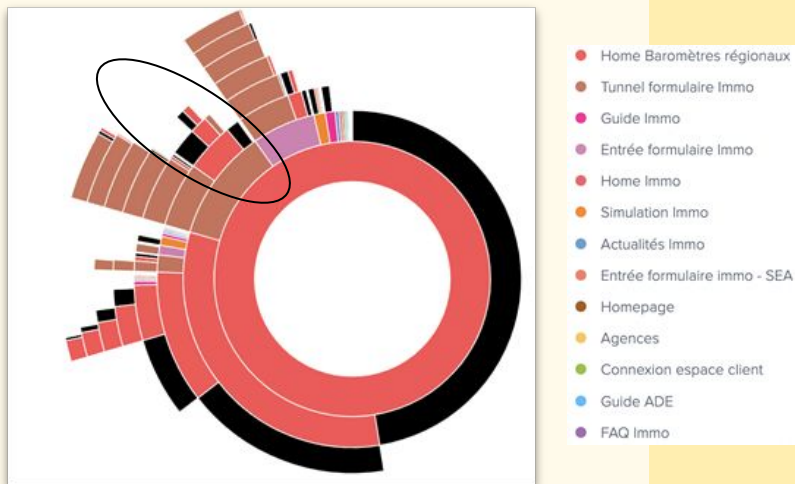
Le contenu est beaucoup trop bas (personne ne le voyait)

## SOLUTION

Nous avons donc remonté le tableau dans l'essentiel en quelques mots et ajouté des boutons

RÉSULTAT :  
Hausse de 200% (x3)  
de la conversion

# Cas d'usage 2 : Résolution du bug sur le bouton retour



## CONTEXTE

Une partie des clients sur la page "Baromètres", entament le formulaire, et reviennent sur la page "Baromètres"  
Qu'est ce qui cause ce retour en arrière ?

## PROBLEME

Le bouton "back" du navigateur ne permettait pas de revenir à la question précédente, mais faisait sortir le client du formulaire

## SOLUTION

Correction du bug, avec mise en place d'un code spécifique permettant d'utiliser le bouton back pour retourner à la question précédente.

**Ceux qui retournent en arrière atteignent 73% de moins la fin du formulaire !**

# Quels leviers pour l'organisation de nos clients ?

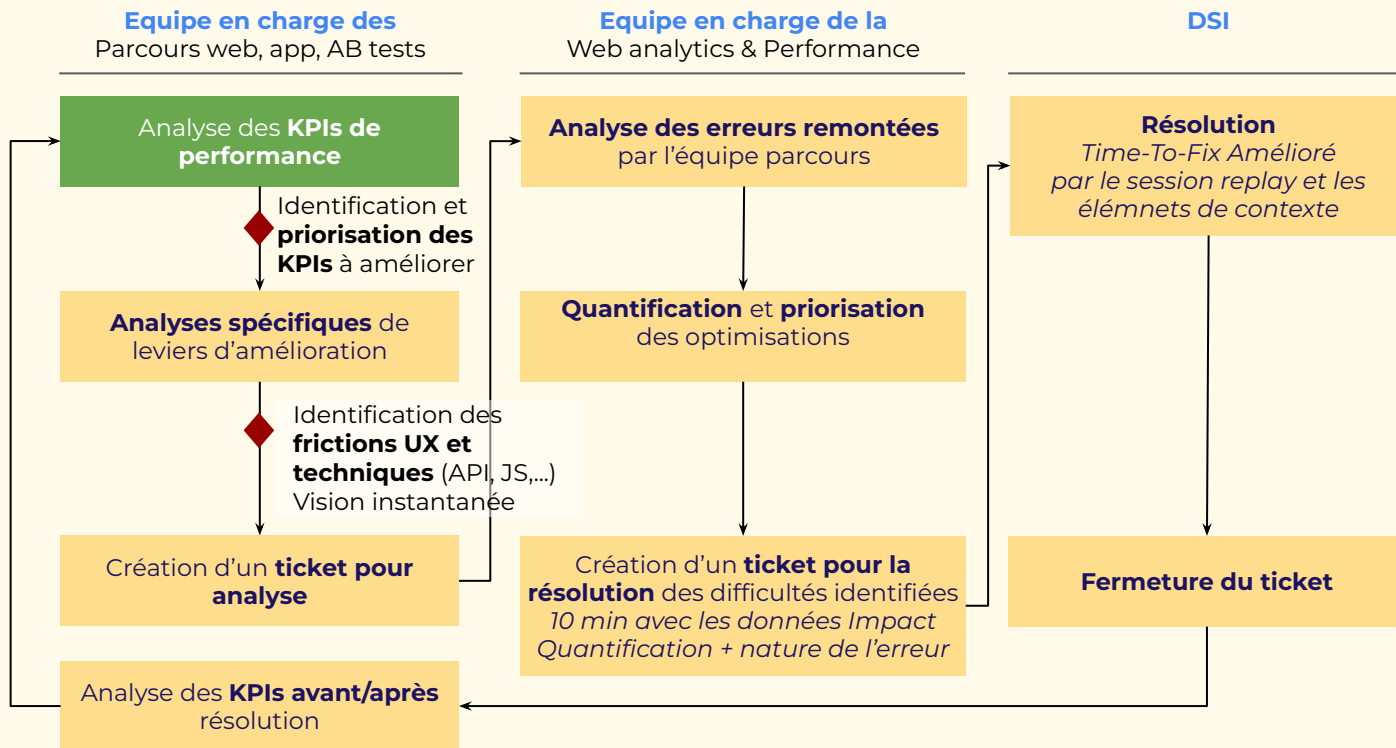
**Alignement des équipes  
transverses sur un  
objectif commun**

**Quantification de  
l'impact du travail de  
chaque équipe**

**Priorisation des  
chantiers prioritaires**

# Cas d'usage 3 : Process de priorisation des optimisations UX et erreurs techniques

Workflow de collaboration entre les équipes métiers, webanalyse et IT



- Partir des KPIs business pour remonter les difficultés aux équipes Analytics et IT
- Diminution du temps de traitement grâce à la capacité de rejouer

# Quels KPIs pour nos clients ?

## Indicateurs de Performance

- Engagement généré par sources d'acquisition
- Temps/taux de remplissage de chaque champs/étape du formulaire
- Taux de conversion par services

## Indicateurs d'Experience client

- % de sessions confrontées à une page d'erreur
- % d'utilisateurs réalisant une consommation parfaite de vos parcours
- Temps de chargement des pages
- DHI ( Digital Happiness Index) : quantification de la qualité de l'expérience utilisateur proposée



# Bénéfices organisationnels

***Alignement des chantiers prioritaires  
basé sur les données client***

Valorisation du travail de  
chaque équipe



Amélioration de  
l'efficacité de la  
collaboration digital/IT



Intégration de  
l'expérience client dans  
les réflexions stratégiques



# Digital Benchmark : Engagez & fidélisez !

#1 : Ce n'est plus la marque, mais l'expérience qui fidélise aujourd'hui. C'est en bâtissant une expérience en ligne propre que les marques peuvent se différencier.

#2 : Créer des parcours simples sans erreurs est indispensable pour favoriser l'engagement. Chaque clic doit mener à une nouvelle étape claire et précise.

#3 : L'expérience sur site et notamment le temps de chargement des pages est l'autre priorité pour les marques avec la mise à jour de Page Experience de Google.

**62 % des visiteurs sont réguliers mais leur part a baissé de 23 % par rapport à 2019**

**47 % de taux de rebond et même 51 % sur mobile : la moitié des utilisateurs ne voient qu'une seule page**

**92 % du trafic provient de sources gratuites : les marques bénéficient d'une forte notoriété, couplée à un environnement peu concurrentiel**

**Un temps de chargement de page moyen sur mobile 5 fois supérieur aux recommandations de Google alors que 2 secondes de chargement peuvent doubler le taux de rebond - et que 40 % du trafic vient du mobile !**

# Digital Experience Benchmark 2022 : Créez des expériences en ligne plus humaines !

## Focus BFSI

**59% des utilisateurs reviennent  
(-3 points vs 2020)**

**58 % de taux de rebond, idem sur le mobile : la  
moitié des utilisateurs ne voient qu'une seule  
page**

**91 % du trafic provient de sources gratuites : les  
marques bénéficient d'une forte notoriété,  
couplée à un environnement peu concurrentiel**

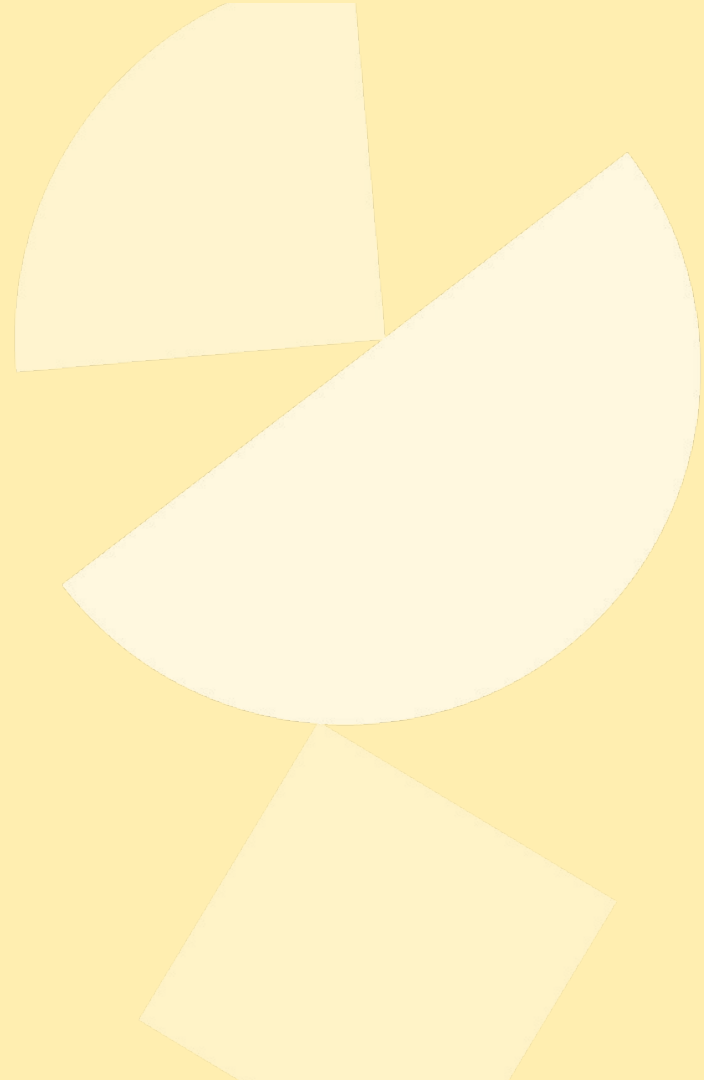
**Un temps de chargement de page moyen sur  
mobile et desktop inférieur à la moyenne de  
toutes les industries, 37% du trafic vient du  
mobile !**

## Enseignements clés

1. Vos visiteurs sont sur tous les fronts : mobile & desktop... et votre stratégie digitale devrait en faire de même.
2. Investissez en temps et en ressources à chaque étape du cycle de vie client.
3. Quel que soit le device, l'expérience doit s'aligner sur les différentes intentions de votre client.

... retrouvez l'ensemble des enseignements dans notre DEB 2022

**Merci**





# L'expérience client digitale web, mobile et app : un enjeu majeur pour le secteur banque, mutuelle, assurance !



**MARC KWAN**  
Head of Sales  
*Contentsquare*



Create a Healthcare platform - a new paradigm to transform the patient journey

# [ SESSION Q&A ]





**ARTHUR PIED**  
Directeur Marketing  
*Assurland*



**ALEXANDRE DONNADIEU**  
Directeur Commercial  
*ESV Digital*

“Les actions mises en place qui ont généré **+10% de leads** :

- **Bonne connaissance de son audience**, pour derrière ajuster les campagnes
- **Bonne structure de la stratégie d’acquisition**, qui permet d’aller chercher du trafic qualitatif
- **Mise en place d’une roadmap détaillée trimestrielle**, en regardant les résultats, les points à optimiser et les nouvelles tendances.”



**Lucie Baratier**  
Manager Entité Régalien  
Risques & Finances  
*BPCE SI*



**FRANÇOIS ROSSIGNOL**  
Directeur du Domaine Finance et  
Reporting Régalien  
*BPCE SI*



**FATHI MABROUKI**  
Manager Conseil et Expertise  
Animateur du Centre de  
Compétences BI pour BPCE-SI  
*OBS / Business & Decision*

**“C’est une aventure humaine, il y avait une collaboration forte, il n’y avait plus de différence entre les collaborateurs internes et externes. On a réussi à motiver les équipes et à répondre au besoin”.**

**Fathi Mabrouki**





**JUAN ABELLA**  
Head of Business Operations  
*Hipay*



**AURÉLIEN AISSA**  
Senior AE Financial Services  
*Zendesk*

“Le client essaie de trouver les réponses seul; **il y a donc intérêt à pousser le modèle conversationnel** pour lui assurer toutes les réponses possibles à tout moment, même avant de rentrer en contact avec le service client.”

**Juan Abella**



**IOANA ERHAN**  
Directrice LinkedIn Marketing  
Solutions, France  
*LinkedIn Marketing Solutions*

“Les entreprises du secteur de la finance ont la possibilité de **communiquer sur le soutien qu’elles peuvent apporter à la société.**”

**Ioana Erhan**



**ÉLODIE BERTIN**

Chargée d'études statistiques et  
commerciales

*Crédit Agricole Assurances*



**TANGUY LE NOUVEL**

Directeur DataScience

*Micropole*

“Avec des outils scoring performants, on va avoir de **meilleures performances**, parce qu'on vise une cible de la bonne taille”.

**Tanguy Le Nouvel**



**MARC KWAN**  
Head of Sales  
*Contentsquare*

“L’impact de Contentsquare est de pouvoir **mettre de la data derrière chaque projet**. Ce qui permet **d’améliorer l’efficacité de la collaboration.**”



# NOTRE PROCHAIN RENDEZ-VOUS BANQUE & ASSURANCE



DECEMBRE 2022



## BANQUE & ASSURANCE

Priorité Membres

HUBTALK

DIGITAL BUSINESS BANQUE-ASSURANCE

## Banque & Assurance

Jeudi 8 décembre 2022

9h00 - 12h00

HUB LAB, Paris & En ligne



# SAVE THE DATE !

Maison de la Mutualité

**MOVE  
FORWARD**

# HUBFORUM PARIS

**MARDI 11 ET MERCREDI 12 OCTOBRE 2022**



**2**

JOURS POUR S'INSPIRER



**3500**

DÉCIDEURS



**36**

MASTERCLASS



**50**

BUSINESS CASES

# Merci à nos partenaires !

En partenariat avec :



Contentsquare



esv



Marketing Solutions

MICROPOLÉ



Business  
Services

zendesk