

## **BNP Paribas Personal Finance place l'expérience de ses clients finaux et partenaires au cœur de sa stratégie via un programme complet coconstruit avec la plateforme Medallia**

- Lancée en 2018, la collaboration entre BNP Paribas Personal Finance et Medallia a permis la mise en place d'un programme global de gestion et d'amélioration continue de l'expérience client **s'appuyant sur la voix du client**.
- Basé sur la plateforme technologique Medallia, le dispositif est en constante évolution. Aujourd'hui déployé dans les filiales de BNP Paribas Personal Finance en France, Italie, Espagne, Brésil, et Allemagne **ce programme va s'étendre à plus d'une douzaine de pays**.
- Ce programme vise à collecter, analyser et agir sur tous les canaux dans une démarche d'amélioration continue à tous les niveaux de l'entreprise.

**Paris - le 10 février 2021**, Medallia, Inc., leader mondial de la gestion de l'expérience, apporte ses solutions technologiques et son expertise en termes d'expérience client à BNP Paribas Personal Finance pour faire de l'expérience client un pilier de sa stratégie et placer tous les clients, clients finaux et partenaires, au cœur de ses décisions.

L'analyse des retours clients a notamment permis de s'adapter rapidement à l'évolution des besoins d'accompagnement financier de ces derniers mois pendant le premier confinement. Grâce aux enquêtes et études clients, menées dans les principaux pays, PF a pu identifier, de façon plus fine et immédiate, les intentions et besoins de ses clients.

### **Un programme d'expérience client central, décliné en local**

Avec 27 millions de clients et 20 000 collaborateurs dans le monde, l'activité de BNP Paribas Personal Finance cible deux typologies distinctes de clients, particuliers ou partenaires. Face à la diversité des métiers et l'hétérogénéité des pratiques dans ses filiales en matière de prise en compte de la voix des clients et des partenaires, BNP Paribas Personal Finance a choisi la plateforme Medallia pour être le moteur unique de son programme global, afin de collecter, analyser et agir sur tous retours clients.

La plateforme a permis de construire un socle commun pour opérer sur de multiples parcours et moments clés : programmes relationnels et post-transactionnels B2B, B2C et B2B2C (adaptés à chaque pays), sites web & apps mobiles, parcours de souscription et de réclamation, suivi post interaction avec le service client, etc. Le programme est ensuite déployé dans les pays par les équipes locales en se basant sur le socle commun, avec l'appui de l'équipe centrale. Cette approche a permis à BNP Paribas Personal Finance de mobiliser ses collaborateurs autour des clients et partenaires, faire du partage de best practices entre filiales, challenger les pays dans leur approche et, en central, mieux suivre les plans d'actions des pays. Toute cette approche s'est inscrite dans une démarche d'amélioration continue à tous les niveaux de l'entreprise.

Fin 2019, le socle commun était déjà construit et déployé dans quatre pays avec de premiers succès immédiats en termes d'engagement et d'actions. Le plan de déploiement progressif s'est poursuivi avec deux pays supplémentaires en 2020 et la feuille de route prévoit d'ores et déjà quatre nouveaux pays en 2021.

En 18 mois, les résultats se sont révélés très positifs ; le taux de réponse aux enquêtes a augmenté de 5% à 15%. Des centaines de salariés ont été formés à travers le monde pour améliorer le suivi des retours clients, et des plans d'actions appropriés ont été mis en place.

Grâce au module Text Analytics de Medallia, l'équipe centrale de BNP Paribas Personal Finance et les filiales pays sont en mesure d'analyser de manière automatique et en temps réel les verbatims collectés via l'ensemble des canaux de l'entreprise. L'analyse sémantique transforme ces commentaires en précieux insights sur les expériences, ressentis des clients, et permet ainsi de déterminer et prioriser les bonnes actions à mettre en place pour s'adapter à leurs attentes.

### **Un dispositif en constante évolution**

Le programme est en évolution continue, BNP Paribas Personal Finance entend poursuivre le déploiement de la plateforme Medallia dans d'autres pays et l'enrichir de nouveaux canaux pour contacter les clients à des étapes clés de leur parcours et pouvoir agir encore plus rapidement, grâce à Medallia Conversation. Pour comprendre encore mieux ses clients et ajuster au mieux la relation, l'équipe prévoit également d'enrichir l'analyse sémantique en y ajoutant un nouveau module, qui permettra de déterminer et d'associer à chaque verbatim le type d'émotion qui est ressentie ou exprimée par le client.

### **A propos de BNP Paribas Personal Finance**

BNP Paribas Personal Finance est n°1 du financement aux particuliers en France et en Europe au travers de ses diverses activités de crédit à la consommation. Filiale à 100% du groupe BNP Paribas, BNP Paribas Personal Finance compte près de 20 000 collaborateurs et opère dans une trentaine de pays. Avec des marques comme Cetelem, Cofinoga, Findomestic ou encore AlphaCredit, l'entreprise propose une gamme complète de crédits aux particuliers disponibles en magasin, en concession automobile ou directement auprès des clients via ses centres de relation client et sur Internet. BNP Paribas Personal Finance a complété son offre avec des produits d'assurance et d'épargne pour ses clients en Allemagne, Bulgarie, France, Italie. BNP Paribas Personal Finance a développé une stratégie active de partenariat avec les enseignes de distribution, les constructeurs et les distributeurs automobiles, les webmarchands, et d'autres institutions financières (banque et assurance) fondée sur son expérience du marché du crédit et sa capacité à proposer des services intégrés adaptés à l'activité et à la stratégie commerciale de ses partenaires. Il est aussi un acteur de référence en matière de crédit responsable et d'éducation budgétaire.

### **A propos de Medallia**

Medallia est pionnier et leader de la gestion de l'expérience. Medallia Experience Cloud, notre plateforme SaaS reconnue par les analystes du secteur, est la solution leader du marché pour comprendre et gérer les expériences des clients, des employés et des citoyens. Medallia capture les signaux d'expérience des parcours quotidiens, qu'il s'agisse d'interactions réelles, digitales ou par le biais de l'IoT. À l'aide d'une IA propriétaire, Medallia fournit en temps réel des informations prédictives et personnalisées qui permettent d'orienter l'action et d'obtenir des résultats tangibles et mesurables. Avec Medallia Experience Cloud, nos clients peuvent réduire le taux d'attrition, transformer les détracteurs en promoteurs et acheteurs, créer des opportunités de ventes additionnelles, et ainsi générer un retour sur investissement clair et immédiat.

<https://fr.medallia.com/>

© 2020 Medallia, Inc. Tous droits réservés. Medallia®, le logo Medallia, ainsi que les noms et les marques associés aux produits Medallia sont des marques commerciales de Medallia et/ou de ses filiales. Toutes les autres marques commerciales sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.

### **Contact presse**

Agence BPR France - 01 83 62 88 10

Alexis Charlet / Judith Martin / Sophie Decaudin

[alexis@bprfrance.com](mailto:alexis@bprfrance.com) / [judith@bprfrance.com](mailto:judith@bprfrance.com) / [sophie@bprfrance.com](mailto:sophie@bprfrance.com)