



Matinée Partenaires B2B AFM / Oney



ORDRE DU JOUR

MOT D'ACCUEIL ET OBJECTIFS DE CES MATINÉES

par Julien CAILLEAU_Directeur Général Adjoint

PARTAGE DES RÉSULTATS DU BAROMÈTRE B2B ONEY ET PRÉSENTATION DU PLAN D'ACTION ASSOCIÉ

par Yvan ALLIO_Directeur du Recrutement Clients et Partenaires

et Benjamin VERMEIL _Responsable du Département Grands Comptes AFM

PRÉSENTATION DU PARCOURS ONE

par Romain GOUJARD_ Leader Business Line Cartes & Crédit

INTERVENTION SUR LE PANORAMA DU CONTEXTE ÉCONOMIQUE EN FRANCE & EN EUROPE

par Jean-François ROBIN_Responsable Mondial de la recherche chez NATIXIS (BPCE)

ECHANGE ET CONCLUSION DE CETTE MATINÉE

RÉSULTATS DU BAROMÈTRE B2B ONEY & PLAN D'ACTIONS



OBJECTIFS DU BAROMÈTRE



Réaliser un diagnostic de la relation de partenariat au niveau européen
(France, Espagne et Portugal)



Identifier les axes prioritaires d'amélioration et de développement



Identifier les points forts de Oney afin d'optimiser nos actions



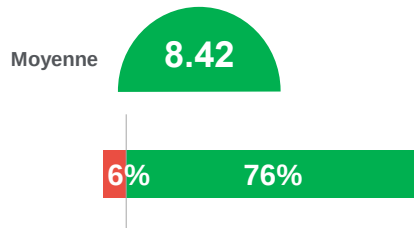
Tout cela pour chacune des 2 cibles visées : Sièges et Magasins

PRINCIPAUX RÉSULTATS

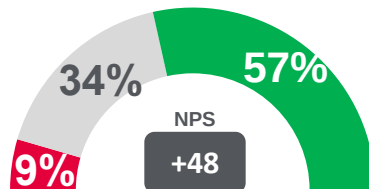


KPIs

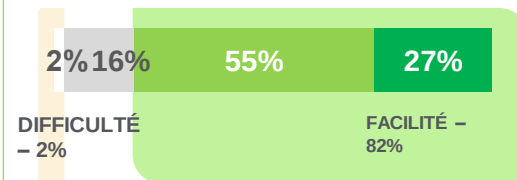
SATISFACTION GLOBALE



RECOMMANDATION



EFFORT PARTENAIRES



PARCOURS DÉTAILLÉ



Décideurs
uniquement

Décideurs au Siège
uniquement

LES IRRITANTS PRIORISÉS

La qualité
de service
IT

- Améliorer la performance de nos plateformes
- Améliorer la gestion des incidents
- Mettre en place des alertes pertinentes pour mieux informer les partenaires

→ 11 initiatives

Proactivité

- Avoir une meilleure connaissance de l'activité, notamment via de nouveaux reporting
- Proposer un suivi des KPIs optimisé et mettre à disposition plus d'analyses
- Accroître notre proximité auprès des équipes des sièges

→ 6 initiatives

Accessibilité

- Donner les outils pour plus d'autonomie et une meilleure maîtrise de nos process
- Améliorer l'accessibilité de notre centre d'appels partenaires

→ 9 initiatives

Offre de
solutions et
services

- Des solutions innovantes qui répondent aux besoins
- Des parcours marchands et clients simplifiés

→ 12 initiatives

Communi-
cation

- Proposer des contenus experts
- Un plan de communications plus personnalisées, automatisées et régulières

→ 5 initiatives

PLAN D'ACTION

T3 2023

T4 2023

T1 2024

T2 2024

T3 2024

T4 2024

T1 2025

T2 2025

T3 2025

T4 2025

Résilience IT : initiatives pour restaurer la qualité de service de nos plateformes

Performance : Task force prestataires IT pour améliorer nos SLA

Move 2 cloud : phase
d'information en amont

Move 2 Cloud : améliorer les performances - Transfert de
nos plateformes vers le cloud

Projet B2B Connect : 6 streams majeurs pour un parcours marchands optimisé

Sand Box : améliorer notre environnement de qualification et homologation

Conciliation : réduire les erreurs de conciliation et améliorer nos process

Merchant space : Mettre à disposition les
informations, solutions selfcare et outils pour
permettre être autonomes

Integration : Améliorer notre process d'intégration marchand

Nouvelle organisation
DRCP

Essentialisation et unicité des KPIS et
automatisation des reportings

Feedback à chaud: Solliciter la satisfaction
Partenaires post contact à chaud (suite visite - appels)

Qualité de service IT

Proactivité

PLAN D'ACTION

T3 2023

T4 2023

T1 2024

T2 2024

T3 2024

T4 2024

T1 2025

T2 2025

T3 2025

T4 2025

Accessibilité

Projet accessibilité Contact Center - Plateforme Genesys Cloud
Revue de motif d'appels, revue des process et selfcarisation des opérations – Amélioration de la plateforme technique

Motif d'appels : analyse motifs d'appels

Performance de nos centres d'appels : SVI multi choix

Selfcare : solutions self care et IA-BOT

Innovation

App : Refonte des app Pays (design et fonctionnalités proposées dans l'app pour l'autonomie clients)

ECO PTZ *MVP*

Foward trading - *MVP*

Assurance affinitaire : proposer de nouvelles solutions de protection clients

Nouveau parcours ONE

Parcours Selfcare magasin

BNPL PRO Nouvelle solution pour les client Pro en magasin

Communication

JO Paris 2024

Petits déjeuners AFM :
autour de thématique expert

Newsletter : sur la base du CRM BTOB, communiquer plus régulièrement auprès de nos partenaires

RÈGLES DE COMMUNICATION_JO2024

#1.

Enseignes **PARTENAIRES**

Jeux Olympiques & Paralympiques 2024

SAMSUNG

DO

Utiliser le logotype JO & JP 2024



DECATHLON

VISA

Don't

Utiliser le logotype JO & JP 2024 hors périmètre FRANCE



DO

Process validation officiel BPCE COJO à respecter via la Marque

#2.

Enseignes **NON PARTENAIRES**

~~Jeux Olympiques et Paralympiques 2024~~

boulangier

DO

Capitaliser sur la thématique Sport



Norauto

AIRFRANCE

DO

Créer des challenges ou opé Co autour du sport

Alltricks

Auchan

KIABI



Don't

Associer le logo JO & JP 2024 avec une de ces enseignes



DON'T

Proposer une opération Sport sans concertation avec Oney
Créer une PLV sans validation officielle

TOUTES OPÉRATIONS/ PLV/ SUJETS EN LIEN AVEC LES JO DOIVENT ÊTRE SOUMIS À VALIDATION AUPRÈS DU DÉPARTEMENT MARQUE ONEY

PRÉSENTATION DU PARCOURS ONE



CONSTATS

Une expérience clients et collaborateurs dégradée

EN MAGASIN

- Des fronts vieillissants (pas user-friendly)
- Formulaires longs, parfois incohérents
- Matériel nécessaire (scanner et tablettes de signatures)
- Pas de front unique pour toutes les enseignes
(une enseigne = un front spécifique) => limite les améliorations
- 100% assisté par un vendeur
- Technologies vieillissantes, propices aux incidents

=> Des parcours lourds dans un contexte de polyvalence accrue des hôtesses

SUR LE WEB

- Parcours peu déployés
- Formulaires longs, parfois incohérents
- UI
- Pas de mobile-first
- Pas d'acceptation immédiate

Durée souscription
de 20 à 50 min

ONE – NOUVEAUX PARCOURS DIGITAUX

POINT CLÉ : Booster les ventes avec un parcours < 3min

ONE WEB & MAG

- **Booster la conversion**
- Fluidifier les parcours en magasin et sur le web
- Maîtriser notre acceptation
- Acceptation immédiate

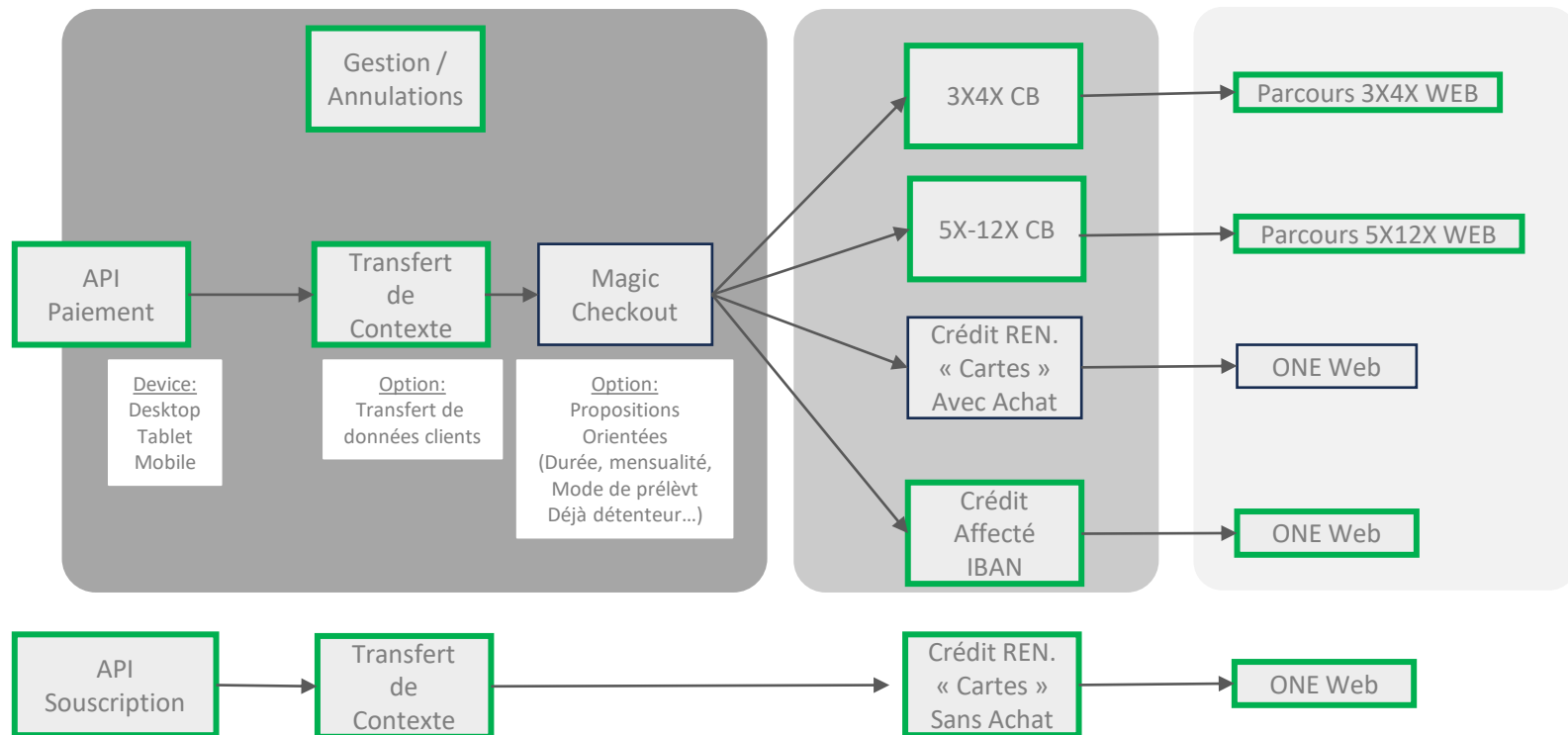
#mobilefirst
#openbanking
#autonomieclient
#redorerlimageducrédiitemagasin
#parcoursunique

ORIENTATIONS TECHNIQUES

Fiabiliser nos systèmes

Plateforme financements web & libre services unique Tous produits

API ONEY

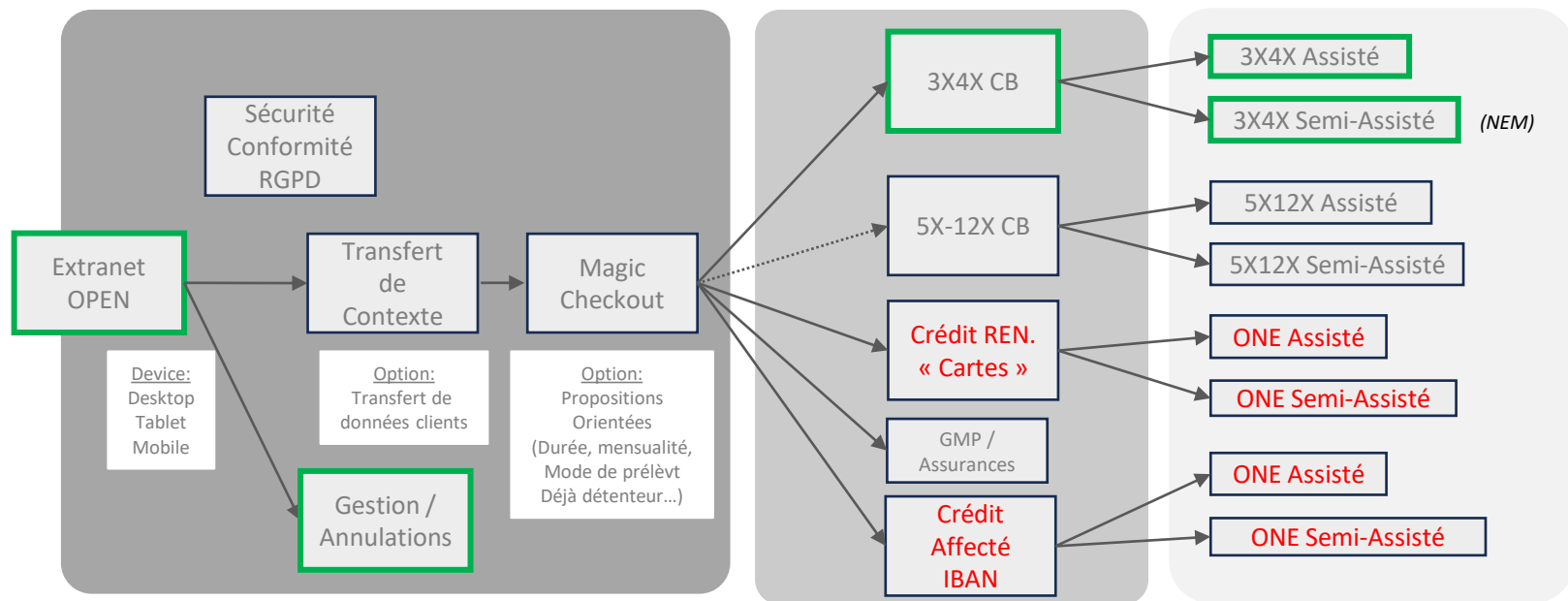


ORIENTATIONS TECHNIQUES

Fiabiliser nos systèmes

Plateforme financements magasin unique tous produits

EXTRANET
OPEN

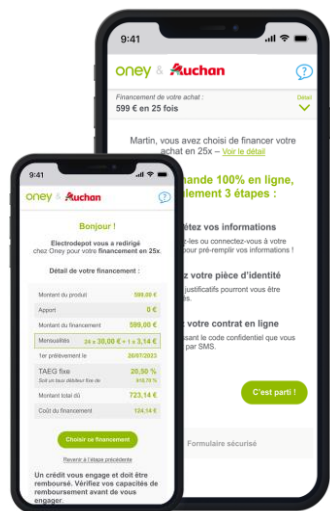


ONE : UNE EXPERIENCE CLIENT FLUIDE

vers une simplification et une industrialisation des parcours Cartes & Crédits au service de nos clients / partenaires

ONE est un PARCOURS de souscription lié aux produits de crédits suivants :

- Crédit renouvelable (réserve avec ou sans carte) sans achat
- Crédit renouvelable (réserve avec ou sans carte) avec achat
- Crédit affecté IBAN (crédit/financement long/sec) 



UNE OPTIMISATION DE LA TRANSFORMATION

- Améliorations UX en mobile first
- Acceptation immédiate (sur 60% à 80% des acceptations)
- Openbanking : moins de champs et de justificatifs / optimisation de l'acceptation / risque de crédit
- Un socle unique pour le web et le magasin : favorise l'amélioration continue pour tous



LA DATA AU SERVICE DE LA SIMPLIFICATION DU PARCOURS CLIENT



		CHAMPS	JUSTIFICATIFS	TIMING	BONIFICATION ACCEPTATION	TAUX DE CONVERSION WEB	ACCEPTATION AUTOMATIQUE
Clients oney	✓						
Top Clients Partner	✓	2	1	max 3'	✓	77%	80%
Openbanking	✓	(log & pass ONEY)	(ID)				
Clients oney	✗						
Top Clients Partner	✓	3	1	max 5'	✓	64%	70%
Openbanking	✓	(Birth year, month, location)	(ID)				
Clients oney	✗						
Top Clients Partner	✗	3	1	max 5'	✗	51%	65%
Openbanking	✓	(Birth year, month, location)	(ID)				
Clients oney	✗						
Top Clients Partner	✗	17	max 3 (ID+IBAN +revenus)	max 10'	✗	18%	60%
Openbanking	✗						

AUTOMATISATION DES KPI POUR PILOTER LA PERFORMANCE DE NOS PARCOURS



WEB

Cas Clients	1	2	2bis	3	4	4bis	5	5bis
Client ONEY	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✓
Openbanking	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✓
Top confiance	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✓
COMPLETION	60%	70%	70%	70%	75%	75%	85%	90%
PREACCEPTATION	70%	75%	100%	100%	80%	100%	90%	100%
FINALISATION	50%	50%	60%	50%	90%	90%	90%	90%
ACCEPTATION FINALE	85%	85%	90%	85%	95%	95%	95%	95%
CONVERSION	18%	22%	38%	30%	51%	64%	65%	77%
ACCEPTATION IMMEDIATE	55%	60%	70%	65%	65%	70%	80%	80%
MEP	✓	✓	déc-24	déc-24	mai-24	déc-24	mai-24	déc-24
Répartition Clients	60%	40%						
Répartition Clients 04/24 (MEP OB)	30%	20%			30%		20%	
Répartition Clients 12/24 (MEP Top Confiance)	20%	10%	5%	15%	20%	10%	10%	10%

* Avant réduction
Champs socio-demos

CONVERSION

20%

38%

43%

ONE WEB : LES LIVRABLES 2024



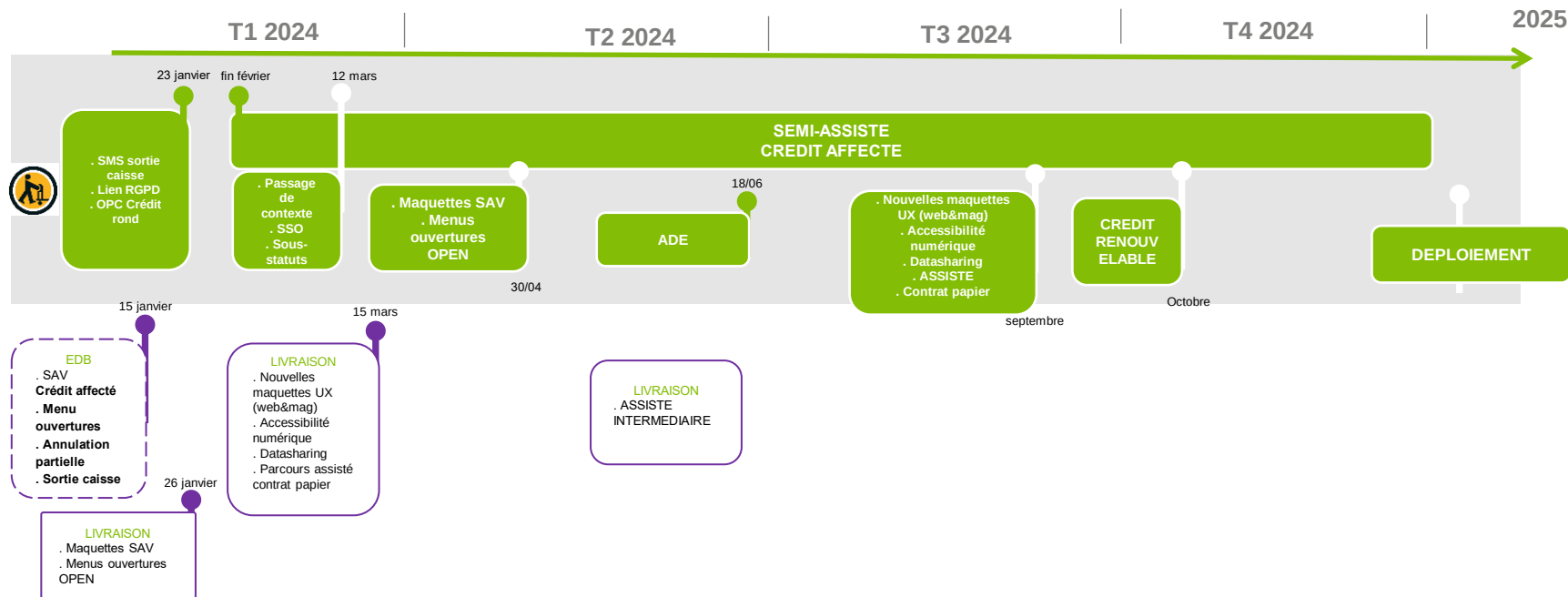
3 GRANDES ÉTAPES
POUR OPTIMISER LA CONVERSION

Migration
Openbanking
Top confiance

ONE MAG : LES LIVRABLES 2024



Cadencement des livraisons



ONE : LES DÉMOS

DEMO 1

Parcours Web
SANS / AVEC Openbanking

► [Voir la démo](#)



DEMO 2

Parcours semi-assisté MAGASIN
Ex: en magasin Electro Dépôt

► [Voir la démo](#)



INTERVENTION

LE PANORAMA DU CONTEXTE ÉCONOMIQUE EN FRANCE & EN EUROPE



Jean-François ROBIN
Responsable Mondial de la recherche chez NATIXIS (BPCE)



ECHANGES & CONCLUSION

