

Les plateformes de co-création



Quoi de mieux pour fidéliser ses clients et développer de la proximité que de leur permettre de créer eux-mêmes les services et outils qu'ils attendent ?

Certaines banques réalisent des études afin de récolter des suggestions sur leurs produits/services, d'autres lancent des plateformes dédiées à la co-création. L'objectif de la co-création est d'associer le consommateur à la création d'un produit, nom, slogan ou message publicitaire. Les banques tentent de sortir du modèle « Top down » pour satisfaire leurs clients. Faire partie du processus de création est-il une réelle valeur ajoutée pour le client ?

Augmente-t-il sa satisfaction ?

Qui ?

Deux des premières banques françaises, le Crédit Agricole et la Société Générale, ont récemment lancé des plateformes dédiées à la co-création.

Quoi ?

Le Crédit Agricole avec le « CA Store »

A la base du projet, trois idées :

- Développer en mode « open data » un accès optimisé aux services bancaires pour les clients de la banque
- Construire une communauté de développeurs
- Réunir ces deux idées en impliquant les clients dans la **co-création d'applications mobiles bancaires** qui répondent à des besoins prioritaires.

La Société Générale avec « SG et vous »

Un an après avoir lancé sous le même nom un compte Twitter permettant d'interagir avec la clientèle, la Société Générale renforce sa stratégie d'écoute client en développant une plateforme qui a pour vocation à devenir un espace **d'échanges autour de la relation bancaire**. Elle permet aux utilisateurs de poser des questions auxquelles l'équipe de la Société Générale et les autres utilisateurs peuvent répondre et les invite à soumettre leurs idées pour améliorer les produits et services ou en créer de nouveaux.

Si ces deux initiatives portent sur la co-création, leurs objectifs sont bien différents.

Le « CA Store » représente une véritable innovation, de rupture, en intégrant un canal supplémentaire tandis que la plateforme « SG et vous » est un outil dans la continuité de la stratégie d'écoute client de la Société Générale.



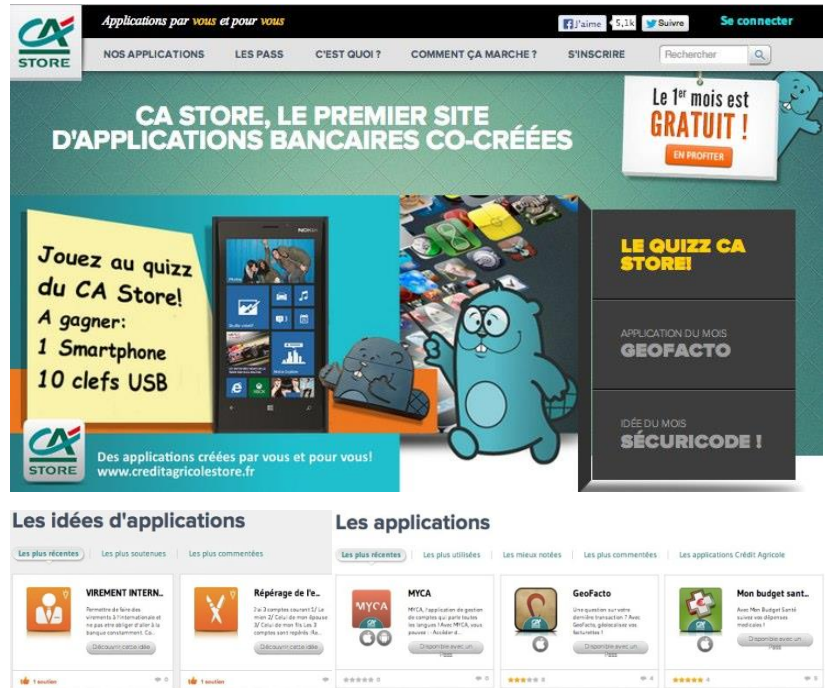


Le Crédit Agricole Store a remporté un Award « Best of Show » à la conférence FinovateEurope qui se tenait à Londres les 12 et 13 février 2013.

Ce prix distingue les innovations bancaires et technologiques les plus plébiscitées sur la scène internationale devant une audience constituée de plus de 300 décideurs du monde de la finance et des nouvelles technologies.

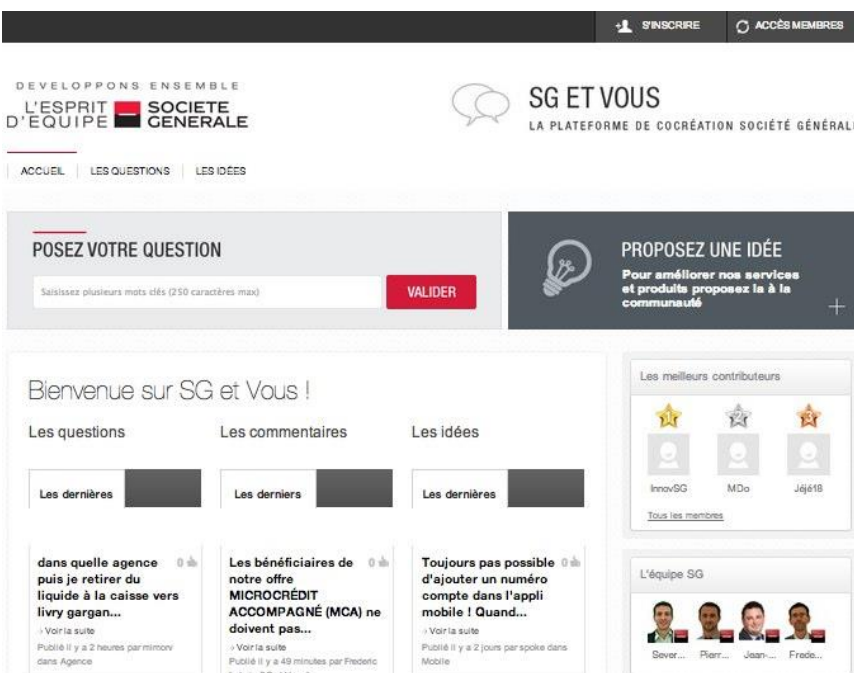
Le “CA Store” se présente sous la forme d’une plateforme semblable à l’AppStore. Très intuitif, il intègre un classement des meilleures idées en matière d’innovation et permet également de retrouver les applications les mieux évaluées et les plus téléchargées. On apprécie de retrouver en page d’accueil l’application sélectionnée tous les mois. On regrette néanmoins la présence de seulement 25 applications, d’autant plus que ce service est payant même si le prix reste pour l’instant modeste (2€ par mois). Cette plateforme s’intègre également facilement avec les réseaux sociaux afin de faciliter les échanges. Afin de dynamiser le site, un jeu concours est également organisé sous forme de quizz.

Cette plateforme s’adresse particulièrement aux jeunes technophiles dans un premier temps, et cherche à fédérer progressivement autour de lui l’ensemble des internautes grâce son aspect ludique.



La Société Générale a remporté le Trophée Qualiweb 2013 de la meilleure relation client online dans la catégorie « Banque & Finance ».

Il récompense le site, un élément important du dispositif multicanal de la banque, complété depuis 2 ans par le compte Twitter @SG_etvous leader en matière de relation client 2.0. et la plateforme collaborative SG et Vous.



La plateforme “SG et vous” représente davantage un espace d’échanges plus structuré et à la mémoire plus longue que Twitter. Cette plateforme vise à améliorer l’ensemble des services de la banque et s’inscrit dans la politique d’amélioration de la relation client.

Parmi les idées innovantes qui se sont concrétisées, on trouve le partenariat de la Société Générale avec la jeune pousse française SPEAR, qui tente de décliner en France le modèle du crowdfunding : le consommateur choisit les projets qu’il souhaite financer avec son épargne, présélectionnés par la startup pour leurs valeurs éthiques, tandis que la banque porte les transactions (épargne et prêt), et les risques associés. Un bel exemple d’association avec une jeune entreprise innovante et d’approche responsable du financement.