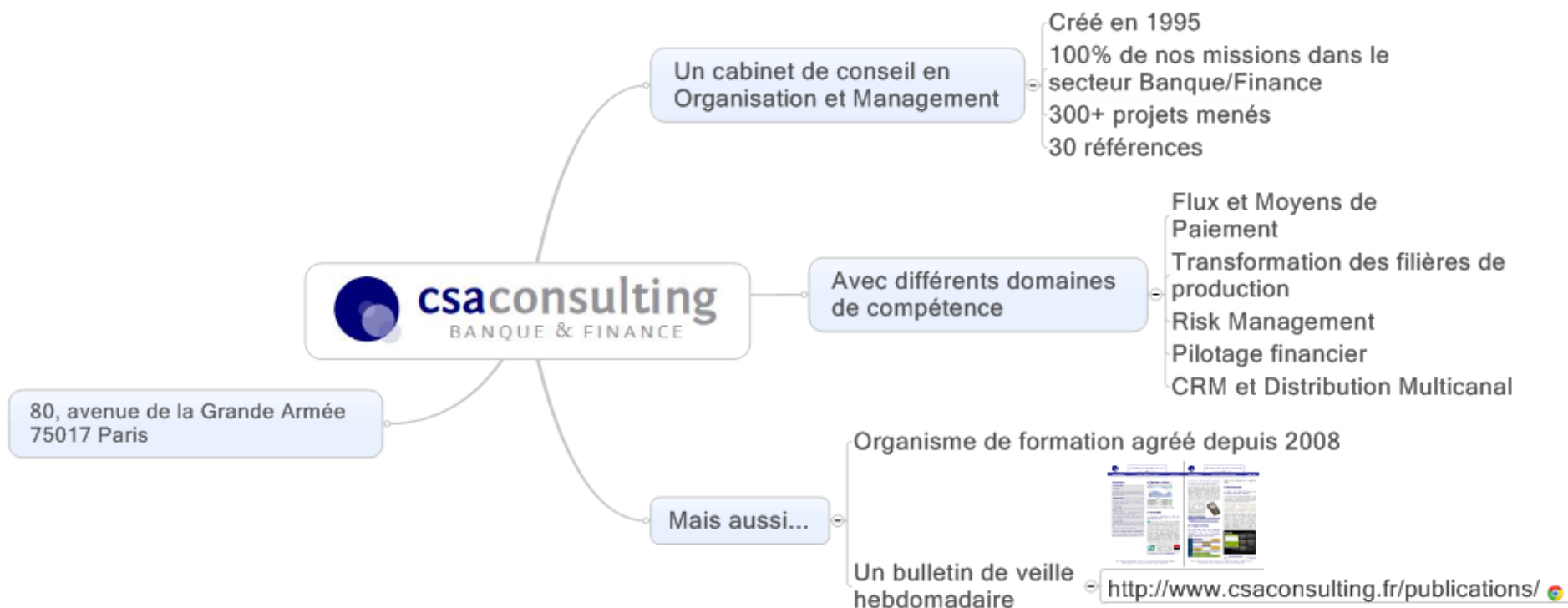




Évolution des réseaux sociaux dans la banque (US et France) et place dans la distribution multicanale

Salon e-commerce, Paris, 14 septembre 2011

csa consulting
80, avenue de la Grande Armée, 75017 Paris
Tél. : +33 (0)1 56 60 20 00
Fax : +33 (0)1 56 60 20 70
www.csaconsulting.fr



Facebook

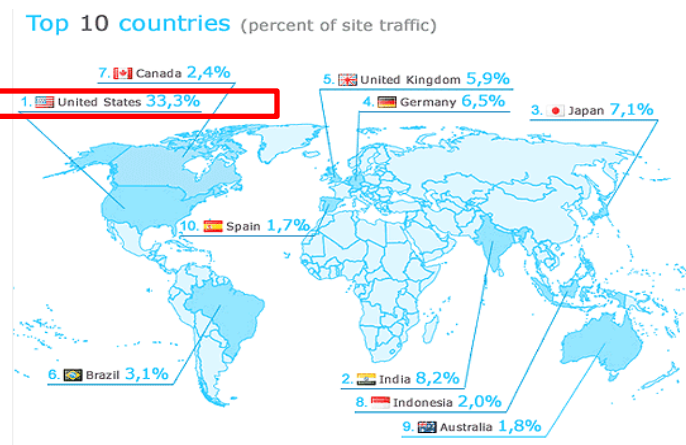
#	Country	Users
1.	United States	155 100 980
2.	Indonesia	40 144 320
3.	India	35 623 220
4.	Turkey	30 534 780
5.	United Kingdom	30 168 540
...		
9.	France	22 814 440

Dans le top 10 en nombre de fans des établissements financiers sur Facebook : 9 marques US !

Rank	Country	Type	Page	# Likes
1	N	US	Flo, the Progressive Girl	3,092,804
2	-1	US	Chase Community Giving	2,892,536
3	-1	US	Farmers Insurance	2,213,713
4	-1	US	American Express	2,090,375
5	-1	US	Capital One	1,514,656
6	-1	US	Small Business Saturday	1,500,386
7	-1	US	State Farm Nation	1,297,614
8	-1	US	Mayhem	998,866
9	-1	US	Members Project from American Express	798,853
10	-1	UK	Barclays Football	716,374

Chase (3 millions), ne figure qu'à la 700^{ème} place toutes pages confondues...loin derrière Coca Cola (14^{ème} place avec 24 millions)

Twitter



Dans le top 10 en nombre de followers des établissements financiers sur Twitter: 3 marques US.

Rank	Country	Type	Account	Followers
1	-	US	AmericanExpress	156,564
2	-	Venezuela	Banesco	64,826
3	-	Thailand	scb_thailand	51,994
4	-	Thailand	KBank Live	51,326
5	+1	Venezuela	BBVAProvincial	46,783
6	-1	US	OPENForum	46,264
7	-	Thailand	SCBEasy	31,168
8	-	US	PIMCO	30,618
9	-	Brazil	santander_br	28,074
10	-	Indonesia	BNI4G	27,518

Aucune ne figure dans le top 1 000 des comptes Twitter

Aux États-Unis, au 1er trimestre 2011, on observe un retour de la confiance dans les banques pour 57 % des clients contre 47 % en France...

... Et pourtant, quelques mois plus tôt, les banques américaines vivaient une véritable rupture de la relation client...

La confiance des clients au plus bas... ...les réseaux sociaux, une opportunité ?



Regional Bank	58%	Bank of America	31%
Ing Direct	46%	Chase	31%
Wells Fargo	43%	Capital One Bank	29%
US Bank	37%	Citibank	26%
Charles Schwab	34%	HSBC	16%

Après la crise financière, une grave crise de confiance s'est installée



Objectif prioritaire : restaurer la confiance des clients

Citibank Screws Me
December 5, 2009

I have been a Citibank customer for more than 10 years and I am vulnerable and without advice they have frozen some of my money that was mine. I have no access to my monies. Because they have frozen some of my money that was mine. Although several of their agents made transfer to a new account, these transactions were reversed and now my charges are being denied. The penalties.

Does anyone have a bank they can recommend that is more humane, transparent and less confrontational? I have direct deposits going into my Citibank account. I am now very eager to find a more considerate bank. Does such an entity exist?

[Posted in Peeves](#) | [Leave a Comment](#)

Citibank Screwup Continues
December 6, 2009

Citibank Issues

I made a mistake. I neglected to pay my Nov. Citicard bill. The bank called me on 11/26, 2 days after the bill was due and the agent agreed to make the necessary transfer payments to clear the debt. She was going to take the Monies out of my joint account with Leon (which is entirely my money) and pay off my bill. She also agreed to waive the \$39. penalty.

In the meantime I received my December bill and noticed a finance charge of \$215.97. I called Citicard and was told that charge included both a penalty for late payment and charge for foreign exchange payments. They agreed to waive the penalty. I still did not know that I was in arrears on this card.

During the night on 12/5 I tried to use the card on line and was declined. So I believe that I paid off the amount I owed on the card right then and there making the necessary transfer from my checking account to the credit card account. But in the meantime unknowingly charges have been denied and I will undoubtedly be charged by the vendors for the amount.

Citibank Responds
December 8, 2009

I went shopping for Citibank credit card last night (12/5 night). So this is my first experience with Citibank.

1. I have no access to my monies on this card although I made a payment.
2. Many charges have been denied.

Thanks Dave.

[Posted in Peeves](#) | [Leave a Comment](#) »

Sur les réseaux sociaux, les commentaires négatifs se sont multipliés. Ils permettaient toutefois aux banques d'y répondre et aux clients d'afficher, en retour, leur satisfaction



Les médias sociaux, un outil potentiel de reconquête de la relation client ?

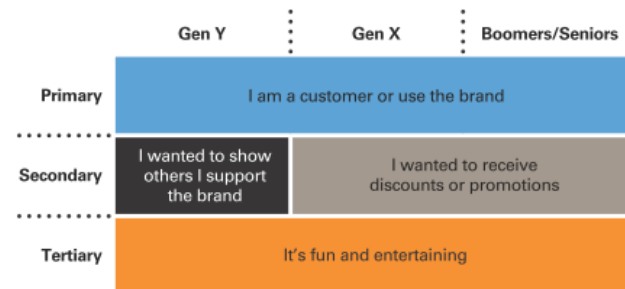
Sources : Forrester Research. Citi Bank, Building the social bank, Social media strategies, Mai 2010.

1 Une opportunité

84 % des clients banque à distance utilisent les réseaux sociaux et, parmi eux, 11 % accèdent à leur banque via ces mêmes réseaux sociaux

2 Un moyen nouveau pour renforcer la relation client

Toutes générations confondues, les motivations principales pour se connecter sont relationnelles et non transactionnelles



3 Un manque de connaissance

Parmi les clients se déclarant prêts à s'abonner, 71 % ont indiqué ne pas connaître cette possibilité

4 Une crainte liée à l'utilisation des données personnelles et à la sécurité

Les clients sont réticents à mélanger vie privée et finances personnelles

5 Une valeur ajoutée non perçue

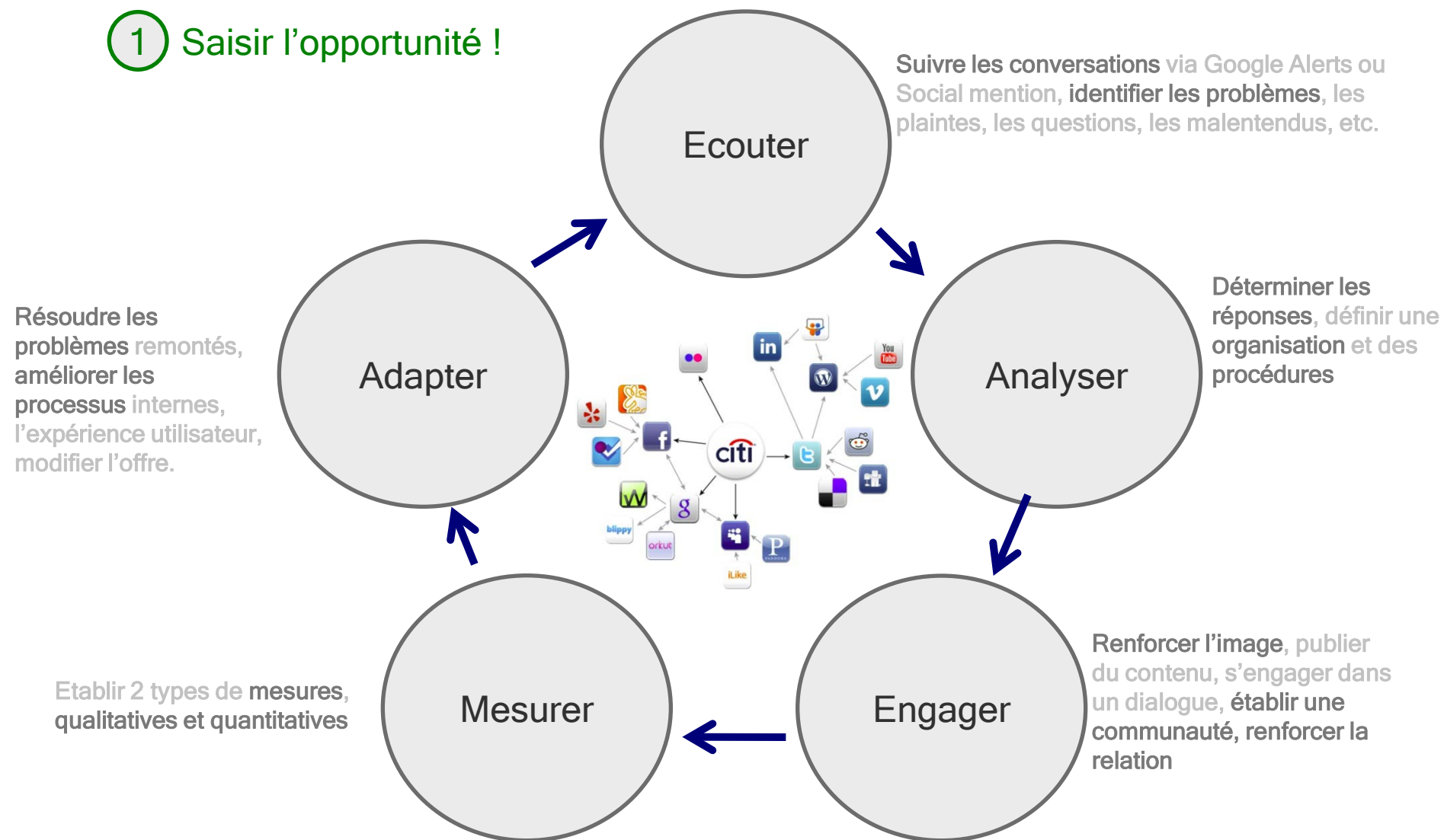
Les clients ne perçoivent pas naturellement l'intérêt de se connecter à un établissement financier via les réseaux sociaux

Pour les établissements financiers,
les réseaux sociaux apparaissent comme une
opportunité pour renforcer la relation client...
... mais il reste encore des freins à lever et
des réponses à apporter.

Le retour d'expérience de 




① Saisir l'opportunité !



Source : Citi Bank, Building the social bank, Social media strategies, Mai 2010.

② Définir une roadmap pour renforcer la relation client !

	S1 2010 Préparation	S2 2010 Activation	S1 2011 Adaptation	S2 2011 Réussite
Client	Écoute	Dialogue	Engagement	Plaidoyer
Secteur	Challenger	Standard	Leader	Best practice
Organisation	Décentralisée	Centralisée	Centralisée	Distribuée

③ Sensibiliser les clients... et les salariés

En incorporant les icônes Facebook et Twitter dans les communications clients

En lançant Citi 2.0, un réseau social interne qui permet à 1/3 des 260 000 salariés d'échanger au quotidien

4 Rassurer les clients

En communiquant sur les risques potentiels



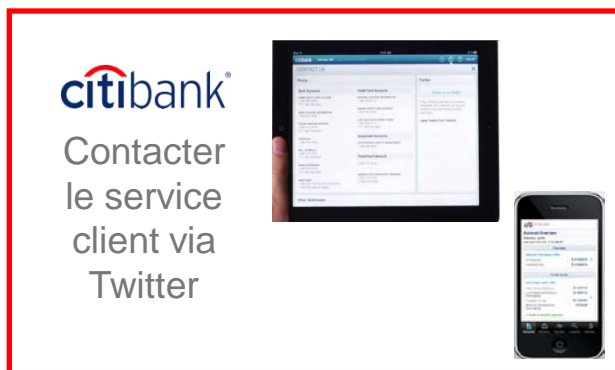
... et en personnalisant la relation (en cours)

⑤ Communiquer sur une valeur ajoutée claire

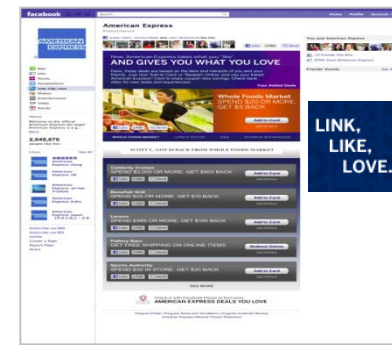
Page « banque » unique



⑤ Communiquer sur une valeur ajoutée claire



Bénéficier d'offres promotionnelles ciblées



Interagir avec des clients de la même communauté



Supporter une cause



S'amuser, se divertir



« La mise en place d'une stratégie réseaux sociaux nécessite du temps pour convaincre et une ouverture d'esprit pour s'adapter. Il s'agit d'une véritable transformation culturelle facilitée par notre réseau social interne Citi 2.0.

Pour nos clients, nous nous adaptons aussi et travaillons sur des solutions "click to chat ou to call" pour permettre des échanges privés.

Dans le futur, nous imaginons que nos clients échangeront via Twitter avec nos conseillers pour gérer leur compte. »

Senior VP Social Media

Et pour les autres établissements financiers US ?





« Les réseaux sociaux nous permettent de nous adresser à un segment de clientèle particulier voir à la clientèle d'une agence. Nous pensons que les réseaux sociaux nous permettront de communiquer de manière plus ciblée et plus locale ».

Senior VP Retail Payment Solutions & Internet Strategy



WELLS
FARGO

*« Nous constatons que nos jeunes clients viennent peu ou pas en agence, ils utilisent moins que leurs aînés le téléphone voir l'e mail. La génération millénium devrait **utiliser les réseaux sociaux comme un canal de contact prioritaire** ».*

Senior VP Experiential Marketing

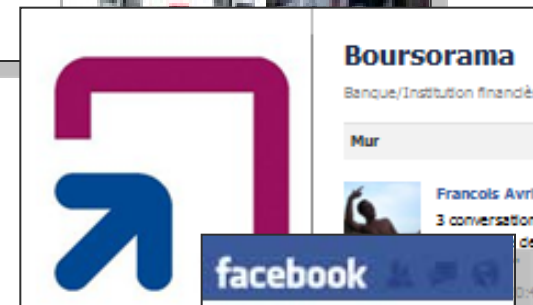


« Nous considérons American Express comme une best practice. Leur utilisation des réseaux sociaux leur a permis d'augmenter le volume d'achat de leurs détenteurs de cartes et nous laisse penser que les réseaux sociaux seront un canal de ventes dans le futur ».

Senior VP Internet Managing Director

Let's go back to France !

130 000 fans



Les banques françaises :
trop traditionnelles
pour les réseaux sociaux ?



+100 000 fans
répartis sur 27 pages

Un média envahi en priorité par les banques traditionnelles !

« Les réseaux sociaux, c'est bien, mais ce n'est pas notre priorité. »

Alain Colin, Directeur de Monabanq

Le secteur bancaire ne semble pourtant pas être le plus adapté aux réseaux sociaux

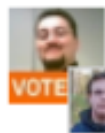
- ✓ Sans aucune action marketing, un français visite déjà le site de sa banque 7 à 10 fois par mois en moyenne
- ✓ Les produits sont peu différenciant : difficile de créer le buzz, sauf pour les nouvelles banques « 100% Internet »
- ✓ Conquérir un nouveau client bancaire en ligne... est très complexe !

Alors, pourquoi les banques françaises y sont-elles toutes présentes ?

Les banques françaises face à la première crise venue des médias sociaux

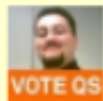
Les rumeurs estivales sur la solidité des banques et de la dette française les ont obligées à organiser une communication de crise à l'échelle internationale.

L'Agefi
septembre 2011



Gygantar: @pldaoust Ca et les cartes de **crédit**, de vrais arnaques!!!

4 days ago · [Reply](#) · [View Tweet](#) · [Hide Conversation](#)



Gygantar: @pldaoust Ca et les cartes de crédit, de vrais arnaques!!!

4 days ago · [Reply](#) · [View Tweet](#)



pldaoust: @Gygantar La joie du capitalisme. ;-)

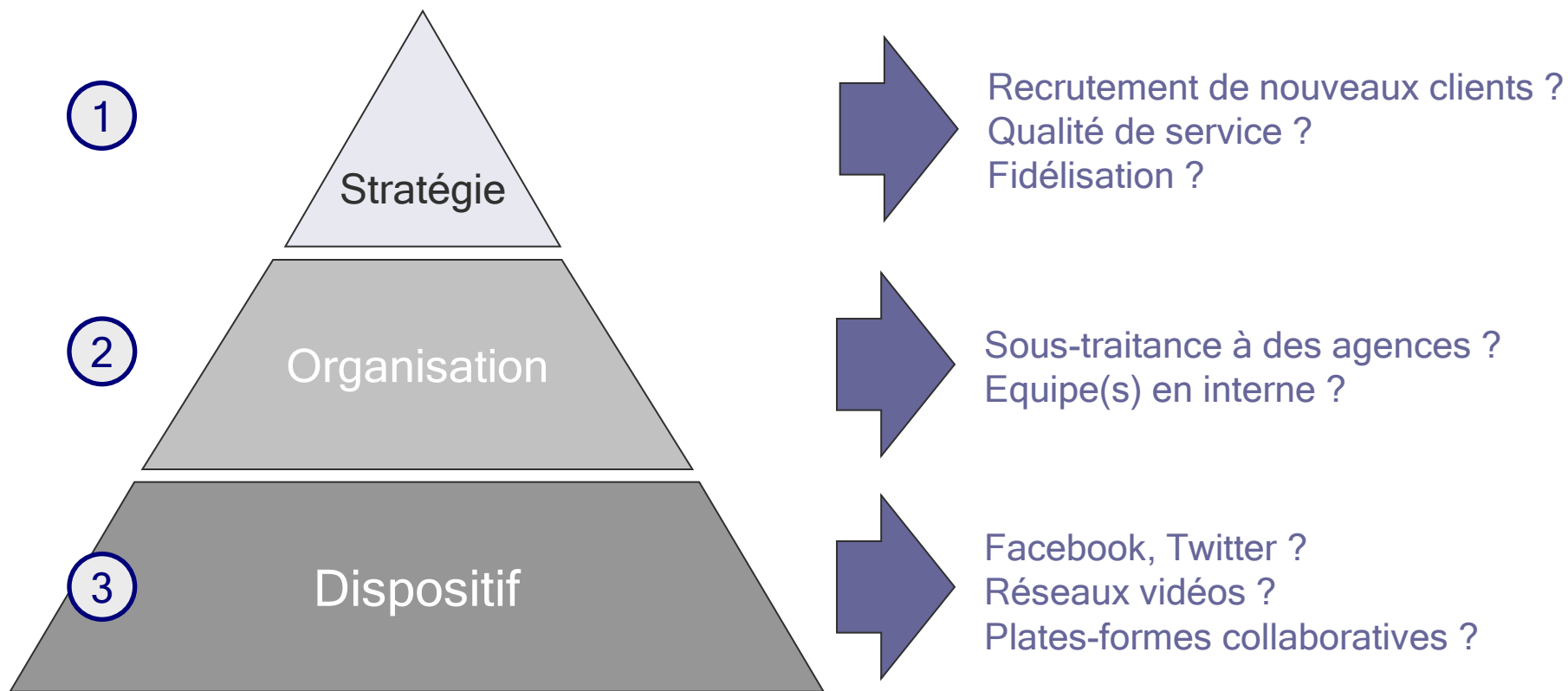
28 minutes later · [Reply](#) · [View Tweet](#)

Twitter
Jean-Christophe Capelli

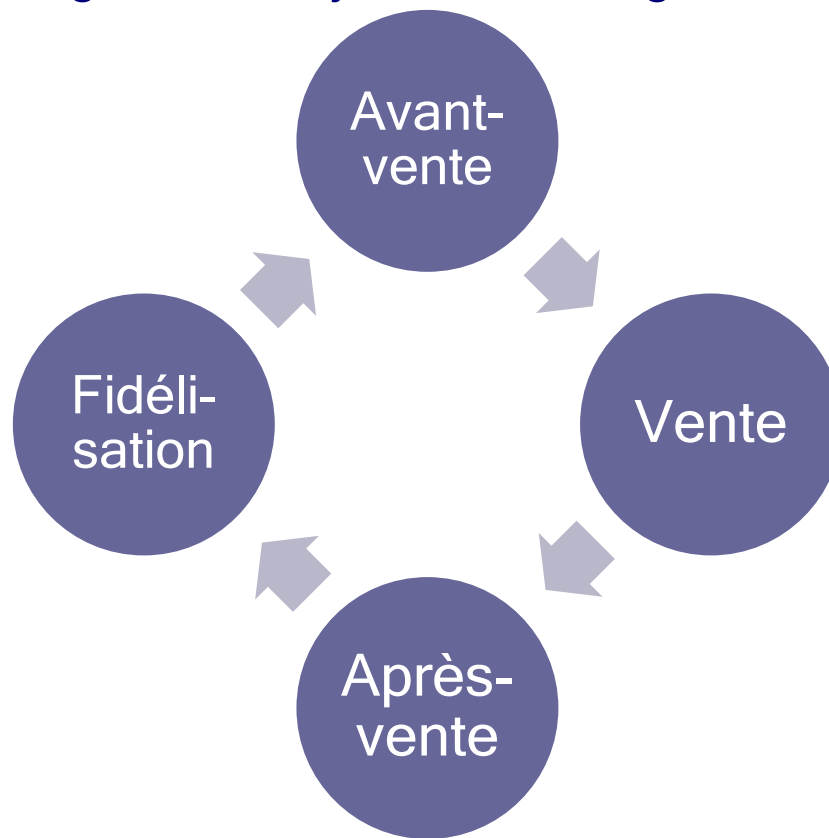
Comme aux États-Unis, d'abord pour leur image !
Prendre la parole sur les réseaux était devenu indispensable

Mais cette présence est construite,

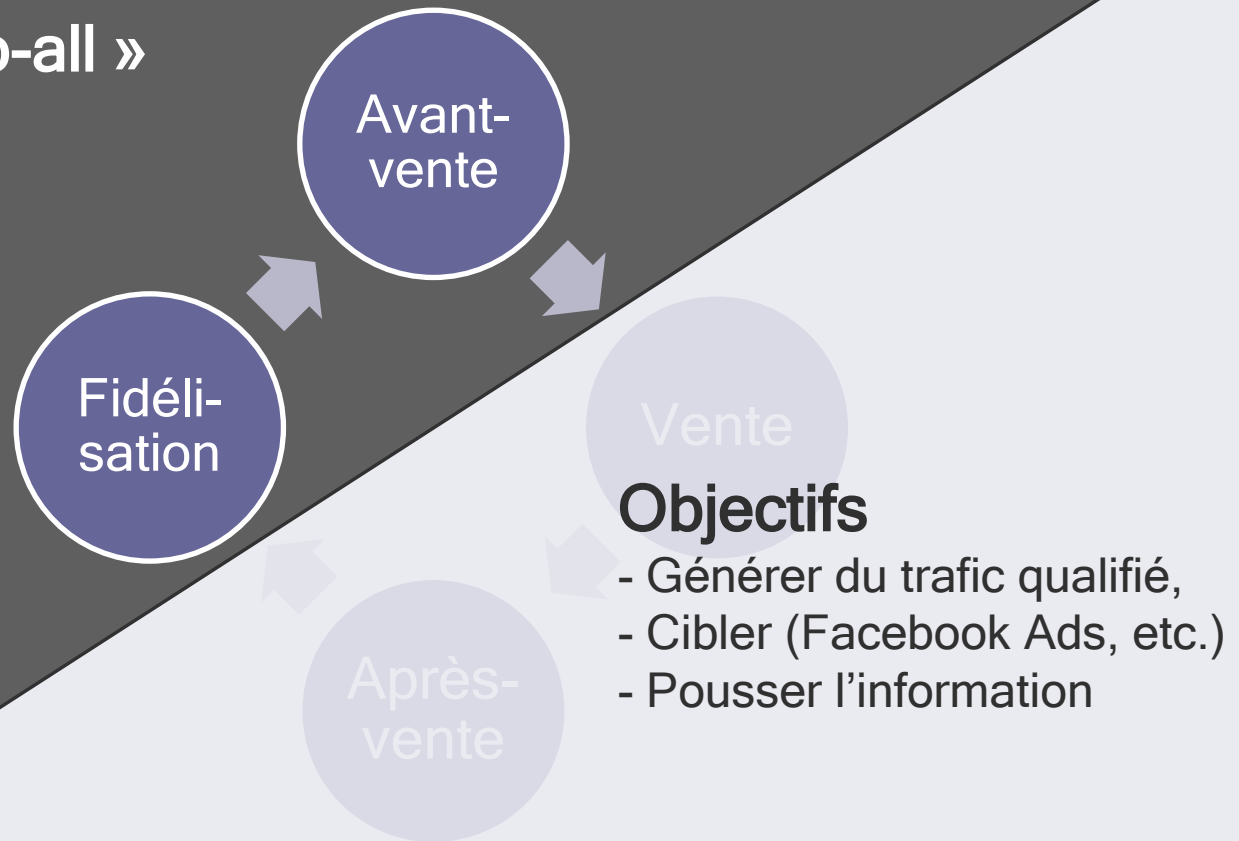
Et répond à des enjeux bien définis



1 La stratégie et les enjeux des banques, Identifiés sur l'intégralité du cycle marketing



Relation « 1-to-all » et « all-to-all »



« La communauté s'auto-régule pour faire émerger les meilleurs contenus. »

Nicolas Montétagaud, Directeur Marketing – Boursorama

« Sur Facebook, il faut savoir s'adresser à des groupes qui ont les mêmes centres d'intérêt. »

Chantal Petrachi, Directrice de la Communication – Banque Populaire

LCL Etudiants » e.Banker
Banque/Institution financière

PILE OU FONCE !

ET SI LE BANQUIER C'ÉTAIT VOUS ?

e.BANKER*

Un jeu proposé par **LCL**

Entrez dans la peau d'un conseiller bancaire et découvrez les principaux métiers de la banque !

COMMENT DEVENIR E.BANKER* ?

1. Je remplis des missions au quotidien
2. Je satisfais mes clients
3. Je développe mon expérience

JOUER

Les meilleurs e.Bankers* seront tirés au sort et remporteront des cadeaux High-Tech !

À GAGNER :

- 3 MacBook Air® 1,4 GHz 11,6" LED 64 Go (999,90 € l'un)
- 2 iPad® 2 16Go Wifi (499 € l'un)
- 1 iPod touch® 64Go (419 €)

Grands Jeux Facebook

Un jeu proposé par **LCL**

Mur
Infos
Pile ou fonce !
e.Banker
Salons étudiants
Quiz
Articles
Évènements

À propos de
Bienvenue sur la page LCL Etudiants ! Soyez les premiers informés de nos c...
Plus

9 701 personnes aiment ça

« Farmville » like
LCL

Recherche

ME OVER !

VOTRE SCORE : 375
• 51 PARFAITS OBTENUS
= 885

MERCI DE VOTRE PARTICIPATION !

REJOUER

PARTAGER MON SCORE

VOIR LE CLASSEMENT DU JOUR

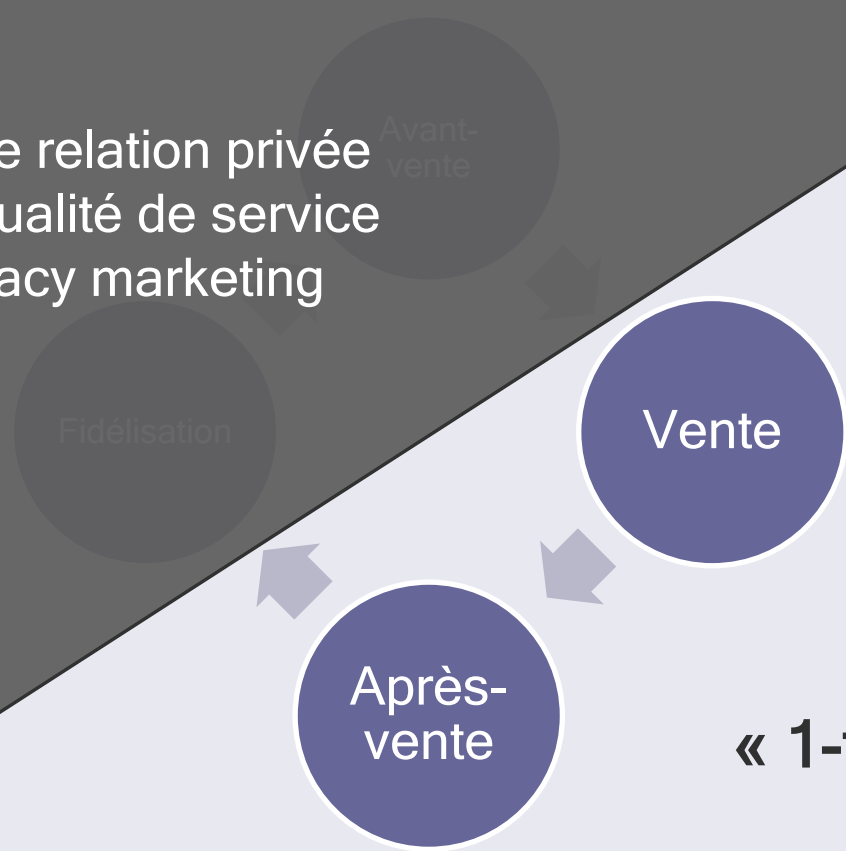
CLIQUEZ CI-DESSOUS POUR AUGMENTER VOS CHANCES

ING Direct Game

Casual Game
ING Direct

Objectifs

- Revenir vers une relation privée
- Rechercher la qualité de service
- Susciter l'advocacy marketing



Relation
« 1-to-1-to-all »

« Il faut aussi savoir entendre la critique et laisser les internautes diffuser leur message. »

Virgine Fauvel, Responsable Banque en Ligne – BNP Paribas



Relation par chat Tookam.com

Vente flash sur Twitter Crédit Agricole

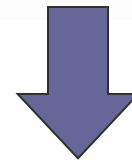
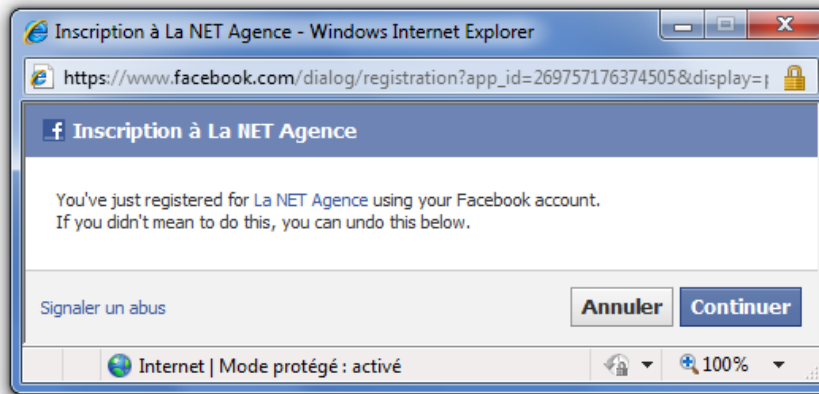
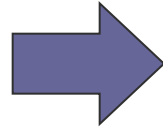


CA_Toulouse31 Crédit Agricole 31

VENTE FLASH ! Le Crédit Agricole Toulouse 31 vous propose une offre exceptionnelle du 13 au 16 avril 2011 sur... <http://fb.me>

[/Noyikx7](#)

5 Avr



App Facebook
NetAgence BNPP

- Mur
- Emplacements
- Infos
- La Rencontre Cinéma
- Devenir client de La NET...**
- Bienvenue
- Photos
- Vidéo
- PLUS =

À propos de


Bienvenue sur la page fan La NET Agence de BNP Paribas | Devenir fan et v...

Plus


129 688

personnes aiment ça

Ouvrez votre compte à La NET Agence en quelques clics

 Le formulaire d'inscription a déjà été rempli avec les informations de votre profil Facebook pour vous faire gagner du temps.

Nom et données publiques :

 Estelle Bellezza Rajmpa
 131 ami(e)s

Anniversaire :

29 mai 1985

Adresse électronique :

estellebellezza85@hotmail.com

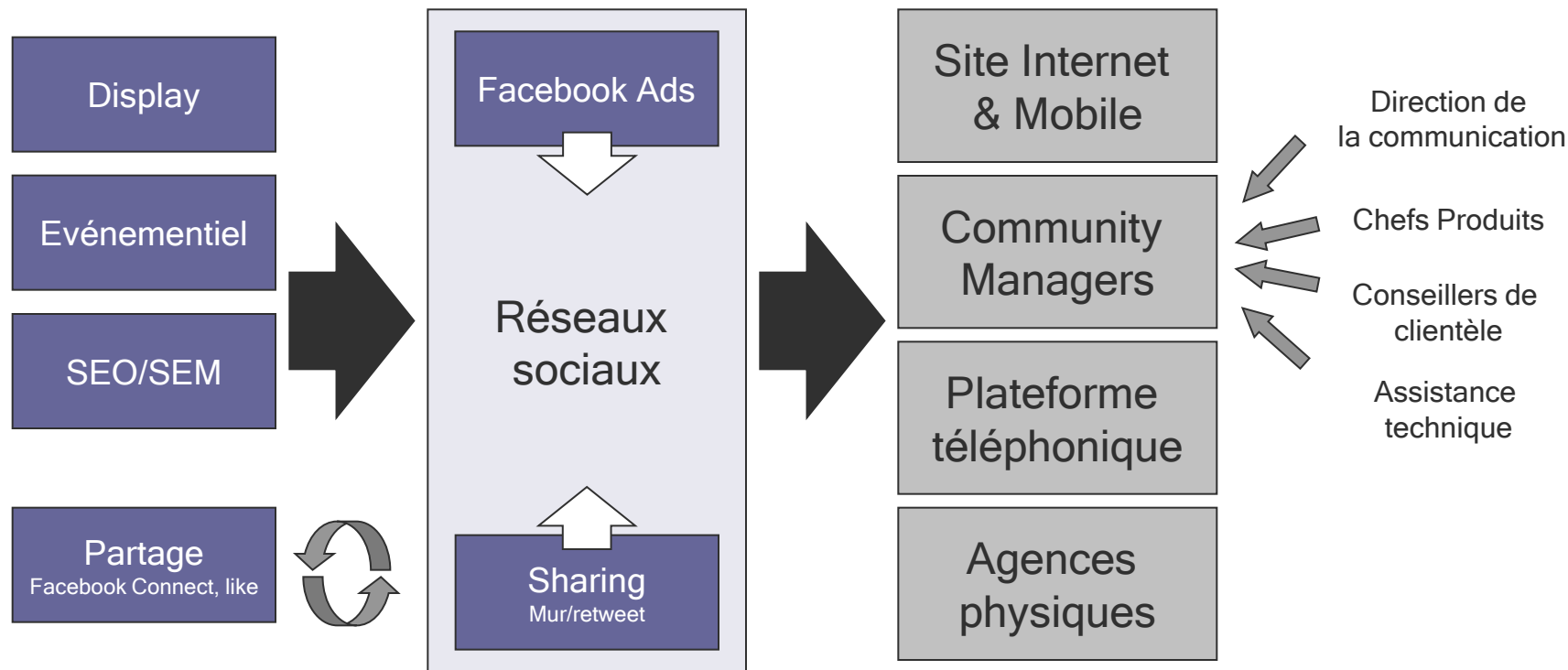
Inscription

Soyez le premier de vos amis à vous inscrire !

2

L'organisation,

A appréhender sur toute la chaîne de distribution multicanal



1. Initier le trafic qualifié

2. Convaincre sur les réseaux

3. Transformer en multicanal

4. Partager en interne

3 Le dispositif, Aller au-delà de Facebook & Twitter !



Euh 18H trop tard on ferme à 17h le soir



AppStore
Caisse d'Epargne

Youtube / Dailymotion
Monabanq

Ne fonctionne plus!! ★★★★★
par EVonZ - Version 1.4.1 - 22 août 2011

Faudrait penser à tester l'appli en pré-production!! Ne fonctionne plus depuis la MAJ. Ils sont opérationnel!!

1 sur 1 utilisateur(s) ont trouvé cet avis utile

Service non disponible via mobile ★★★★★
par emmantonin - Version 1.4.1 - 21 août 2011

Service non disponible via mobile s'affiche depuis la MAJ. Faites quelque chose



**Du conseil sur-mesure pour transformer et optimiser
vos environnements bancaires les plus complexes**

www.csaconsulting.fr

csaconsulting
80, avenue de la Grande Armée, 75017 Paris
Tél. : +33 (0)1 56 60 20 00
Fax : +33 (0)1 56 60 20 70
www.csaconsulting.fr