



# Crédit Mutuel Nord Europe utilizza i propri dati digitali per migliorare la performance di vendita

Il gruppo bancario unifica e attiva i propri dati digitali per permettere una maggiore efficacia dei customer journey

**Tassi di risposta +200% nelle campagne con trigger email rispetto alle normali campagne segmentate**

**Tasso di apertura 66% e tasso di clic 14% in media**

**Tempi di implementazione delle campagne tagliati: da diversi giorni ad alcune ore**

## UNA RETAIL BANK PRESENTE IN 3 PAESI

Crédit Mutuel Nord Europe (CMNE) è un leader nella fornitura di servizi bancari e finanziari retail attivo nel nord della Francia, in Belgio e in Lussemburgo.

CMNE ha un'elevata presenza territoriale con 255 punti vendita nella sola Francia e offre i propri servizi ad oltre 1,6 milioni di soci-clienti.

## MIGLIORARE L'EFFICACIA DELLE VENDITE CROSS-CHANNEL

Come diverse altre aziende del settore bancario, CMNE si trova ad affrontare una riduzione del traffico fisico presso i punti vendita.

Oggi, meno del 20% dei suoi clienti visitano regolarmente le sue sedi commerciali. Infatti, il passaggio al digitale e i cambiamenti nello stile di vita hanno spostato la maggior parte delle transazioni generali sugli sportelli automatici e sull'internet banking.

Di conseguenza, il settore sta cercando di aiutare i clienti a scoprire i nuovi prodotti senza l'intermediazione personale di un funzionario clienti.

## SFRUTTARE IL TRAFFICO E I DATI WEB

• La maggior parte di visite non vanno oltre l'area di gestione dei conti correnti del sito; il tempo speso nelle aree più tipicamente commerciali del sito è minimo.

• Le limitazioni di sicurezza unite alle elevate aspettative dei clienti in materia di privacy dei dati rendono difficile allineare dati digitali e dati CRM.

## ASSUMERE UN APPROCCIO DI MARKETING GUIDATO DAI DATI

CMNE ha mosso i suoi primi passi nel marketing comportamentale basato sui trigger a metà del 2014.

Incoraggiata dai risultati, la società desiderava fare un uso più ampio di tale approccio. Rémi Deltombe, Project Manager Digital/e-CRM di CMNE spiega: "Per maggiore flessibilità e per estendere il processo, abbiamo iniziato a strutturare la nostra raccolta dei dati e la loro attivazione con Commanders Act."



Commanders Act ci fornisce una piattaforma complessiva di gestione dei dati su misura per i processi rigorosi e per i requisiti di sicurezza del nostro ambiente di retail banking.”

### ALLINEARE L'APPROCCIO DIGITALE E CRM

CMNE gestisce diversi touchpoint nei confronti dei propri clienti esistenti e potenziali: punti vendita, funzionari di assistenza clienti, invio di posta, SMS, internet, app mobile, social network ed email. Al fine di riconciliare i dati CRM con i dati digitali senza compromettere la sicurezza, è stato implementato un ID cliente cifrato.

“Siamo in grado di unire i nostri approcci di CRM e di web marketing. Le capacità di gestione dei dati di Commanders Act ci consentono di implementare campagne più rilevanti e automatizzate, basate su trigger comportamentali che dimostrano un interesse, invece che sulla semplice definizione dei target”, dichiara Rémi Deltombe.

CMNE può ora fondere i propri dati digitali con i dati CRM per fornire un percorso di audit completo, il tutto rendendo totalmente anonimi i dati in transito.

### RISULTATI

L'azienda adesso raccoglie dati dei clienti unificati, che utilizza per migliorare la personalizzazione del sito. In particolare, l'azienda può rilevare l'intento online per organizzare customer journey cross-channel coerenti ed efficaci.

“Commanders Act ci fornisce una piattaforma complessiva di gestione dei dati su misura per i processi rigorosi e per i requisiti di sicurezza del nostro ambiente di retail banking. Abbiamo tagliato i tempi necessari per impostare i trigger e, soprattutto, abbiamo a disposizione una soluzione efficace per raccogliere, elaborare e sfruttare i nostri dati”, afferma Rémi Deltombe.

Le nuove campagne multicanale che utilizzano trigger comportamentali forniscono tassi di risposta 3 volte superiori rispetto alle classiche campagne segmentate (tasso di apertura 66% e tasso di clic 14%). Adesso, sono necessarie solo alcune ore per impostare nuove campagne, rispetto ai diversi giorni richiesti in precedenza.

<p><b>1 - Interesse per l'acquisto di un'auto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Query di ricerca sui motori: "acquisto auto"</li> <li>Naviga le aree "Acquistare un'auto" del sito</li> <li>Visita la pagina "Assicurazione auto"</li> </ul> <p><b>Il nostro obiettivo</b> aiutarli a scoprire il prodotto "prestito auto"</p> <p><b>Leva</b> banner sul sito</p>	<p><b>2 - Interesse per un prestito auto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Visita la pagina del prodotto "Prestito auto"</li> <li>Usa il calcolatore dei pagamenti</li> </ul> <p><b>Il nostro obiettivo</b> guidarli al modulo di sottoscrizione</p> <p><b>Leva</b> trigger email</p>	<p><b>3 - Intento di sottoscrivere</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Visita la prima pagina del modulo senza arrivare alla pagina di conferma</li> </ul> <p><b>Il nostro obiettivo</b> incoraggiare le sottoscrizioni! Convertire l'interesse in azione.</p> <p><b>Leva</b> una telefonata da parte di un funzionario di assistenza clienti</p>
--	--	--

SOTTOSCRIZIONE

Esempio di un customer journey multicanale reso possibile:  
rilevare i clienti che dimostrano interesse per un prestito auto e guidarli alla conversione.



COMMANDERS ACT

WWW.COMMANDERSACT.COM

PARIS | LONDON | AMSTERDAM | MUNICH | MADRID | MILAN

Questo opuscolo ha finalità puramente informative. Commanders Act non fornisce alcuna garanzia, esplicita o implicita, all'interno del presente documento. Commanders Act è un marchio registrato negli Stati Uniti e in altri paesi. Vari nomi di prodotti e servizi citati nel presente documento possono essere marchi commerciali di Commanders Act. Tutti gli altri nomi di prodotti e servizi menzionati possono essere marchi commerciali dei rispettivi proprietari.  
Copyright © 2017 Commanders Act - Tutti i diritti riservati.



**Rémi Deltombe**, Project Manager  
Digital Marketing, Crédit Mutuel Nord Europe

### SFIDE:

- Mantenere una relazione efficace con i clienti nonostante il ridotto traffico fisico nei punti vendita, con meno del 20% di clienti che li visitano regolarmente.
- Sfruttare i dati dal sito internet e dall'app mobile, che attraggono 6 milioni di visite mensili.
- Stabilire una connessione tra i dati di navigazione e i dati cliente nel rispetto delle limitazioni relative alla sicurezza.

### RISULTATI:

- Uno strumento efficace per raccogliere e associare i dati (data layer e flussi di dati).
- L'unificazione dei dati CRM e dei dati comportamentali migliora la rilevanza delle campagne per incrementare le vendite.
- Le campagne personalizzate mediante l'utilizzo di trigger comportamentali forniscono tassi di risposta 3 volte superiori rispetto alle campagne segmentate.
- Notevole miglioramento del time-to-market.

### SOLUZIONI COMMANDERS ACT IMPIEGATE



DataCommander



MixCommander



TagCommander

