



FOCUS CLIENT

## BANQUE POPULAIRE LORRAINE CHAMPAGNE : du parrainage qualifié pour une conquête garantie

L'année 2007 marque la fin de l'ancien dispositif de parrainage déployé par la BANQUE POPULAIRE LORRAINE CHAMPAGNE. Elle souhaite alors affiner la qualification de ses parrains, élargir l'offre cadeaux, optimiser la gestion des dotations, tout en créant un outil stimulant pour ses clients et collaborateurs.

En partenariat avec le GROUPE RHINOS, Marie MAUCHOFFÉ (communication externe) et Céline BOUS (direction marketing) ont donné un second souffle au concept de captation et fidélisation des clients de la banque. Une initiative qui porte ses fruits depuis 3 ans.



**Céline BOUS**  
Direction marketing  
BANQUE POPULAIRE  
LORRAINE CHAMPAGNE



**Marie MAUCHOFFÉ**  
Communication externe  
BANQUE POPULAIRE  
LORRAINE CHAMPAGNE

### De quelle manière cette collaboration avec RHINOS a-t-elle commencé ?

**Céline BOUS :** « En 2008, nous avons mis en place un observatoire de la concurrence mais nous étions également en veille sur les actions des autres Banques Populaires. Nous nous sommes rapprochés de la BP Val de France qui avait développé un dispositif de parrainage sur lequel le retour d'expérience était probant. La plateforme Web servant de support à l'opération était dynamique, attractive et innovante. Le catalogue mis à disposition des parrains et filleuls proposait une profusion de cadeaux. Par ailleurs, la conquête externe de prospects prenait forme et l'outil développé par RHINOS servait les intérêts stratégiques de fidélisation des clients. L'outil nous a immédiatement séduits. En quête d'un programme de parrainage novateur, la BANQUE POPULAIRE LORRAINE CHAMPAGNE avait trouvé précisément le dispositif répondant à ses besoins. Nous avons néanmoins quelques ajustements et modifications à réaliser afin d'adapter l'appli aux spécificités de notre entité. Dans cette optique, nous avons alors pris contact directement avec le GROUPE RHINOS. »

### Le Groupe RHINOS a-t-il su répondre à vos exigences ?

**Marie MAUCHOFFÉ :** « Au préalable, nous avons élaboré en interne un brief précis qui devait s'inspirer de l'outil développé pour la BANQUE POPULAIRE VAL DE FRANCE. Nous souhaitions en outre personnaliser notre programme avec un nom spécifique, une baseline propre ("Parrainez vos proches et offrez-vous des cadeaux"). Nous avons opté pour un graphisme très charté. En 2008, l'univers de PLANÈTE PARRAINAGE était le fruit de photos et d'illustrations au tracé simple et convivial pour représenter la planète et la clientèle ciblée. Nous avons mis en avant l'offre cadeaux au centre de la page d'accueil du site [www.planeteparrainage.fr](http://www.planeteparrainage.fr) grâce à des visuels réalistes. Par ailleurs, dans notre cahier des charges, nous avons insisté sur l'automatisation du système afin de faciliter

son utilisation. La solution proposée par RHINOS nous a apporté totale satisfaction. »

### Quels avantages présente aujourd'hui la plateforme Web, née de votre collaboration avec RHINOS ?

**C.B. :** « Dans le cadre de notre ancien système de parrainage, les entrées en relation n'étaient pas qualifiées. Trop rudimentaire, l'outil de suivi et de relance ne permettait pas d'affiner le profil des clients. Autre problème : le réseau n'avait que très peu de visibilité sur les parrains et leurs gratifications (chèques cadeaux à valoir sur un produit ou service BPLC ou cumulables). Par ailleurs, le cumul desdits chèques les faisait accéder à un catalogue de récompenses réduit proposant 10 présents seulement. La gestion en interne s'avérait trop lourde, le système étant totalement manuel. »

### Votre programme a aujourd'hui 3 ans. A-t-il connu des évolutions ?

**M.M. :** « Nous avons tout récemment procédé à un relooking total. L'univers n'a pas été bouleversé puisque la planète est un élément graphique que les participants au dispositif retrouveront, mais les couleurs sont plus acidulées. Nous avons davantage valorisé les cadeaux, qui prennent plus de place sur la page d'accueil. Des pop-up et des animations flash dynamisent la navigation de l'internaute. Sur les conseils de RHINOS, nous avons revu l'offre du catalogue de dotations. Les trois quarts des clients commandent toujours les mêmes cadeaux. Inutile par conséquent de leur proposer une gamme trop large ou une pléthore de produits qui ne les intéressent pas. Nous leur offrons néanmoins le choix parmi 60 cadeaux pour chaque niveau atteint, que nous renouvelons régulièrement. »

**Céline BOUS :** « Aujourd'hui, notre dispositif sert les intérêts d'une priorité stratégique pour la BANQUE POPULAIRE LORRAINE CHAMPAGNE : la conquête externe de clients. RHINOS a mis en place un dispositif assurant le suivi des parrainages et ne nécessitant plus d'intervention humaine

pour la gestion des cadeaux. Si les chargés de clientèle sont dispensés de cette tâche, il n'en demeure pas moins qu'ils conservent une visibilité et un lien avec les parrains et filleuls. Le dispositif demeure fédérateur puisque tout notre réseau de vente est impliqué et assume un rôle d'ambassadeur pour en assurer la promotion. Au total, 1 000 collaborateurs segmentés à hauteur de 75 % sur le marché des particuliers et de 25 % sur celui des professionnels, sont acteurs de Planète Parrainage. »

### Sur quelles conditions repose le parrainage pro et particuliers ?

**C.B. :** « Tout dépend du profil des clients, les règles de validation diffèrent. Les particuliers doivent être titulaires d'une convention de compte ou d'une carte haut de gamme afin de faciliter leur activation dans un délai de 3 à 6 mois. Quant aux professionnels, la condition d'équipement est différente pour tenir compte de leur spécificité. Les clients qualifiés peuvent être ceux qui disposent, par exemple, d'un produit d'épargne salariale. »

### Quel bilan dressez-vous après ces 3 ans ?

**M.M. :** « Le feed-back de nos chargés de clientèle est excellent. Globalement, ils font état d'un outil convivial, bien utilisé et ergonomique. Le parrainage nous permet de gagner aujourd'hui près de 2 500 nouveaux clients actifs par an. »

**C.B. :** « Le programme de parrainage cadre parfaitement avec la conquête externe, l'une des priorités de notre plan à moyen terme. Nous faisons en sorte d'obtenir et d'affiner les profils de nos meilleurs prescripteurs et les incitons à nous recommander de nouveaux filleuls. PLANÈTE PARRAINAGE nous permet par ailleurs d'animer les clients qui nous ont fait des recommandations mais qui n'ont pas encore bénéficié de leurs dotations. La visibilité est donc totale, tant pour nous que pour nos clients. » ■

Retrouvez cet article sur :  
[www.rhinos.fr/bplc](http://www.rhinos.fr/bplc)

# Motiver c'est notre métier



Crédit photo : © Gail Shottlander

**GROUPE RHINOS**  
AGENCE CONSEIL



**Pierrick BRIAND**  
Président  
Groupe RHINOS

### Pouvez-vous nous parler de la nouvelle campagne de communication du Groupe RHINOS ?

Déclinée autour de l'emblème historique du rhinocéros, la nouvelle campagne de communication du Groupe RHINOS a opté pour un slogan optimiste reposant sur un jeu de mots percutant. L'accroche adresse en effet un clin d'œil au cœur de métier de l'agence, la stimulation.

Cette année, l'agence a choisi de remplacer ses coordonnées par un QR code. Une stratégie multi-media visant un triple objectif :

- Apporter des informations complémentaires sur l'agence et ses prestations
- Créer un lien direct avec les lecteurs prospects
- Permettre d'analyser l'efficacité de la campagne

Pour rappel, l'agence compte 55 collaborateurs sur ses sites de La Rochelle et Paris. Avec une santé financière au beau fixe, le Groupe RHINOS enregistre une croissance annuelle de 47%.



### Repères

Activités :  
Banque multi-canal

Effectif :  
1 800 collaborateurs

Produit net bancaire 2010  
(consolidé) en milliers d'€ :  
293 947 euros