

INTERNET

Du bon usage des partenariats

PRÉCURSEUR DE LA DISTRIBUTION de crédit au travers de sites comparatifs, Meilleurtaux.com annonçait au cours de l'automne 1999 que le recours des consommateurs à internet pour accéder au crédit et aux services financiers allait connaître un véritable envol. Aujourd'hui, le défi consiste à faire

des offres de qualité en jouant la carte de la personnalisation. Dans la volonté de bénéficier pleinement d'une logique de marketing «one-to-one», un logiciel d'analyse et de traitement des demandes, SICM (Solution intégrée de crédit et marketing), permet à chaque banque de mettre en œuvre, de façon autonome, sa propre politique commerciale et marketing, mais aussi de

risquer, et ceci sans mobiliser des effectifs comparables à ceux qu'il faudrait dans un traitement traditionnel.

Géré par chaque établissement, le logiciel est incrémenté des critères :

- de risque : taux d'endettement, apport personnel, CSP, quotient familial, durée...
- de segmentation marketing : géographique, âge, revenu, ...
- de produit : taux fixe, variable, crédit relais...
- de tarification.

Le logiciel est relié à une bibliothèque de propositions dans laquelle il puise les modèles adaptés à chaque cas. Un traitement complémentaire permet aux opérateurs de chaque banque d'intervenir directement pour compléter le traitement automatique. Dès lors, les

L'expertise acquise dans le domaine du crédit immobilier en ligne permet désormais à Meilleurtaux.com d'offrir aux banques partenaires du site des outils d'analyse marketing, mais aussi d'ouvrir ses prestations au crédit à la consommation.

propositions émises peuvent répondre à toutes les situations individuelles, et être enrichies afin d'élargir les services offerts par ce medium (assurances MRH, garantie revente, etc.).

A ce jour, plus d'une vingtaine de banques se sont engagées dans le processus, de tous statuts et de toutes dimensions, spécialisées ou à réseau, AFB ou mutualistes. Chacune d'entre elles a pu mettre en place une organisation correspondant à sa propre culture et aux moyens qu'elle désire allouer. Ainsi certaines ont choisi la centralisation du traitement des propositions, d'autres préfèrent le décentraliser en régions.

La prise en charge du prospect après sélection suit, elle aussi, des voies différentes : prise de rendez-vous en agence, pré-négociation avant rendez-vous, traitement centralisé par la «banque à distance». Ceci se déroule le plus souvent sur une plateforme mais aussi, parfois, dans un département spécialisé dans la prescription.

Cette forme de partenariat est soutenue par les réseaux qui y trouvent un accès à des prospects de qualité. La dimension marketing de l'approche, l'élargissement des propositions à d'autres produits de la banque, la prise en charge de plus en plus efficace du contact, permettent d'optimiser les taux de

concrétisation qui progressent constamment actuellement de 5 à plus de 10 % des sélections. Meilleurtaux.com apporte aux banques un support au niveau de l'exploitation de la base de données, la mise en place des outils d'interactivité, la différenciation qui leur permet d'acquérir une nouvelle clientèle.

LA RÉACTIVITÉ AVANT TOUT

L'analyse financière en temps réel des dossiers permet au futur client de mesurer la qualité de sa demande et de préparer le dialogue avec les banques. Après, l'expérience a montré qu'il était im-

“ Les propositions émises peuvent répondre à toutes les situations individuelles. ”

portant de s'appuyer sur la complémentarité des moyens de communication : les technologies nouvelles comme celles plus traditionnelles. Ainsi le «chat» permet à l'internaute de communiquer en direct avec les spécialistes de crédit du site, de même que le «call-back» lui permet de déposer le numéro de téléphone auquel il souhaite être rappelé au plus tôt. L'envoi de messages sur son mobile, les SMS, l'avertiront de la disponibilité des propositions. Mais dé-



HERVÉ SCHRICKE
Administrateur-
directeur général
Meilleurtaux.com
Omnigain

Profil des utilisateurs

Meilleurtaux.com enregistrait au cours du second trimestre 2000, près de 150 dossiers par jour calendaire, soit 225 par jour ouvré. Mais qui sont les consommateurs ? Et à quel objet cette demande de crédit est-elle attribuée ? La grande majorité des demandes concerne un

public de jeunes, 75 % ont moins de 40 ans : primo-accédants pour près de 50 % et CSP +, compte tenu de leur âge, avec des revenus supérieurs à 200 KF pour 75 % d'entre eux. Essentiellement urbaine, cette population vit à 48 % en Ile-de-France, mais le recrutement s'établit progressivement en Province (40 % en janvier).

85 % d'entre eux destinent leur crédit à l'acquisition de leur résidence principale dont 35 % ont signé un compromis de vente. Cette cible est donc sur le point de déménager. Le bien envisagé a une valeur moyenne supérieure à 1 million de francs, le montant moyen de crédit recherché s'élevant à 700 KF. Cette

première expérience en France a conduit à l'ouverture de deux sites en Belgique, l'un destiné à la population francophone, l'autre à la population de langue flamande. 600 dossiers ont été reçus au cours des trente premiers jours d'ouverture sur des profils de consommateurs comparables.

jà, la mise en place du «*call-back*» lui permettra d'entrer directement en contact avec les banques sélectionnées. Le téléphone et le contact en direct avec l'interface humaine restent incontournables, d'où la mise en place sur le site d'un *web-call center*.

OUVERTURE AU CRÉDIT À LA CONSOMMATION

Dans la logique de portail financier ouvert à l'ensemble des produits et services financiers aux particuliers, Meilleurtaux.com a ouvert son site de crédit à la consommation en France fin août

avant de l'étendre à la Belgique, puis d'ouvrir d'autres services, toujours dans une logique d'offre de choix aux consommateurs et de partenariat avec les banques, en tant qu'intermédiaire et outil de marketing sur l'ensemble de l'Europe continentale. ■