

CAS CLIENT

« Notre objectif est de devenir le n°1 en termes de recommandation client, ce qui implique une stratégie d'exploitation de la Data, mais aussi un travail très important mené sur l'expérience client. Nous devons aussi faire preuve d'agilité et adapter nos offres rapidement face à des clients dont les usages changent et qui vont de plus en plus vers un financement de l'usage, de préférence à l'acquisition. »

Franck Hugot, Responsable de l'équipe Web & Socles Digitaux, Crédit Agricole Consumer Finance

Filiale du groupe Crédit Agricole SA, Crédit Agricole Consumer Finance commercialise des offres de prêts bancaires, prêts revolving, et de location, notamment sur le marché automobile. Avec 9 540 collaborateurs dans 19 pays, +9 millions de clients et 88,5 milliards d'euros d'encours gérés, Crédit Agricole Consumer Finance (CACF) a à cœur de proposer une expérience du crédit 100 % digitale et 100 % humaine.



Client : Crédit Agricole Consumer Finance

Lieu : Massy, Essonne; France

Site web : www.ca-consumerfinance.com

Jahiant depuis : 2015

Les enjeux de la présence de Crédit Agricole Consumer Finance sur Internet

🎯 Objectif :

CACF propose des offres de crédit à la consommation sous sa marque Sofinco. Son site Sofinco.fr attire 1 million de visiteurs par mois, mais il ne constitue pas son unique canal de vente sur le digital. En effet, CACF propose ses offres via les services de partenaires comme Apple, La Redoute, FNAC, à qui il fournit des sites Web sur-mesure, avec des parcours de souscription à ses offres de prêts intégrés aux sites de ses partenaires.

CACF souhaitait disposer d'un CMS permettant de supporter l'ensemble de ces expériences clients, mais aussi capable de faire face à la montée du trafic mobile, très significative dans son secteur.

Sofinco.fr

1 million de visiteurs par mois

💡 Choix/bénéfices du projet :

En choisissant Jahia, CACF trouve une plateforme Java qui lui permet de réaliser un site web dynamique tel que les équipes l'avaient imaginé, tout en lui donnant la flexibilité nécessaire pour exploiter ses capacités à l'avenir.

Le besoin d'appuyer sa stratégie Web sur un CMS moderne a poussé Crédit Agricole Consumer Finance à s'intéresser à Jahia. Ce choix était d'autant plus évident à l'époque que les développements internes de la banque sont menés en langage Java, la technologie sous-jacente de la solution Jahia. En outre, Franck Hugot a pu bénéficier d'un bon retour d'expérience de la part de BforBank, la filiale des Caisses régionales du Crédit agricole qui mettait déjà en œuvre Jahia sur son site de banque en ligne.

Le déploiement de Jahia a été mené en méthode agile SCRUM, avec une attention toute particulière accordée à l'architecture technique. « En tant que banque, nous avons de lourdes contraintes en matière de sécurité » précise Franck Hugot.

CACF développe de plus en plus également de parcours clients pour des partenaires et des sites spécialisés qui font appel aux API Jahia en mode "Headless".

CACF cherche aujourd'hui à explorer toutes les capacités offertes par Jahia. C'est notamment le cas avec jExperience, la solution de personnalisation et d'A/B testing de Jahia. Celui-ci est interconnecté avec la solution de DMP (Data Management Platform) mise en place par Crédit Agricole Consumer Finance.