

Miser sur l'open-innovation et l'agilité : le pari gagnant de Sofinco

Pour refondre ses parcours clients, Sofinco, marque commerciale de Crédit Agricole Consumer Finance, spécialiste du crédit à la consommation, a fait le choix de l'open-innovation et de la collaboration avec des startups. Objectif : allier le meilleur des deux mondes, c'est-à-dire associer la souplesse et l'agilité des startups avec l'expérience, la réputation et la force de frappe d'un grand groupe aux 15 millions de clients. Explications.

Temps de lecture : minute

21 décembre 2022

"En 2019, nous avons cherché à faire évoluer notre site et nos parcours clients, en menant trois transformations de front : celle de l'architecture technique, celle de l'image de marque et celle de la fluidité des parcours", se souvient Ophélie Robin, la responsable Digital & Innovation de [Sofinco](#).

Pour mener ces trois chantiers sans les aborder "en silos", l'open innovation s'est rapidement imposée comme une solution, d'autant plus que cet objectif ambitieux était couplé à un autre impératif : gagner en agilité pour avancer plus rapidement et mieux répondre aux attentes des clients.

"À l'époque, nous étions sur des "cycles en V" traditionnels, avec des projets de 18 mois. La transformation a aussi consisté à revoir les méthodes de travail pour adopter les méthodes agiles, être capable de refondre un parcours en quelques mois et 'penser client' à chaque étape", ajoute-t-elle, en citant un exemple de ce changement d'approche :

"avant, on passait du temps à faire des benchmarks pour voir ce que faisaient les autres. Là, nous avons inversé le regard : on observe ce que font les clients".

Équipes projet

Afin d'intégrer des startups et leurs expertises à ses différents chantiers, la filiale du Crédit Agricole a fait notamment le choix de s'appuyer sur un concours annuel : "Start & Pulse", dont la septième édition a eu lieu en 2022. Celui-ci s'adresse à des startups de moins de six ans, déjà développées, qui ont dépassé la phase de POC et proposent des solutions aux problématiques proposées chaque année par le groupe.

Accessibilité, connaissance client, satisfaction... Les sujets d'amélioration sont en effet nombreux et nécessitent souvent des expertises pointues. *"Avant, nous avions envie de tout développer, pour être propriétaires de chacune de nos solutions, aujourd'hui, les startups irriguent tous nos parcours, avec la particularité d'être des experts de leurs sujets",* explique Ophélie Robin.

"L'idée géniale de Sofinco est de créer des équipes projet, entre collaborateurs du groupe et startup, avec des phases de préparation en commun. On a donc pu, dès la phase préparatoire du pitch, valider ensemble le cas d'usage, avoir un premier prototype fonctionnel, valider des aspects juridiques et techniques", détaille Zied Haj-Yahia, le cofondateur et CEO d'Alloreview, qui a gagné le concours en 2021 avec sa solution de collecte d'avis clients par la voix et le texte.

Effet accélérateur

Chaque année, comme Alloreview, une centaine de startups postulent à ce concours. Une dizaine de dossiers sont retenus, avec la quasi-certitude de voir leur cas d'usage déployé. *"Même si en tant qu'établissement de*

crédit, nous avons de forts enjeux de conformité et de sécurité, qui peuvent parfois ralentir les choses, notre souhait est que les collaborations avec les startups s'enclenchent rapidement après leur pitch. Si au bout de six mois, rien ne se passe, tout le monde a perdu son temps", souligne Ophélie Robin, qui insiste également sur le caractère gagnant-gagnant de la relation : Sofinco est un vrai client avec lequel les startups peuvent co-construire leur solution et la déployer à grande échelle.

Ubble, finaliste de Start & Pulse en 2019, a profité à plein de cet accélérateur. *"Quelques mois à peine après le concours, nous avons pu lancer l'AB test de notre solution dans leurs parcours auprès de véritables clients, et non pas sur un panel de beta-testeurs",* explique Mikaël Boulon, VP de ce spécialiste de la vérification d'identité en ligne, récemment racheté par le britannique Checkout.com. Ubble a ensuite été rapidement déployé au sein des différents parcours clients de Sofinco et de ses entreprises partenaires. Dernier cas d'usage en date : l'intégration aux parcours de souscription de paiement fractionné, directement chez les e-commerçants partenaires de l'établissement de crédit.

Mais ce n'est pas tout : *"au sein du groupe Crédit Agricole, Crédit Agricole Consumer Finance joue un rôle de pionnier et ce partenariat nous a ouvert d'autres portes. Pour tous nos clients, c'est aussi un gage de réassurance : Sofinco nous a fait confiance sur des cas d'usages très exposés à la fraude, avec des enjeux de conversion importants, et donc avec un vrai impact sur son P&L. C'est un label de qualité pour nos solutions",* explique-t-il.

Amélioration continue

Ainsi, avec le déploiement des méthodes agiles chez Sofinco et le recours à l'open innovation, les évolutions sur les sites et applications mobiles sont mises en ligne beaucoup plus rapidement que par le passé, sans

pour autant faire l'impasse sur les enjeux de sécurité et de conformité. Le tout en s'inscrivant dans le cadre d'un processus d'amélioration continue, pour les startups comme pour le groupe. *"Sofinco a joué un rôle important dans l'évolution de notre solution. En nous faisant remonter leurs besoins et les retours des utilisateurs, ils ont beaucoup nourri notre roadmap"*, souligne notamment Mikaël Boulon.

Pour les clients, la fluidité des parcours s'en trouve grandement améliorée, ce qui bénéficie également à l'image de la marque. Par exemple, sur le sujet des avis clients, sur lequel Sofinco a travaillé avec Alloreview, l'impact est déjà très visible. Avant l'intégration, les avis négatifs dominaient sur le web, car seuls les mécontents s'exprimaient. Après la mise en place d'Alloreview, c'est l'inverse.

Autre motif de fierté pour les équipes : outre Sofinco en France, les autres marques de Crédit Agricole Consumer Finance se classent désormais en tête de podium du Benchmark UX de Google dans la catégorie Crédit en France, en Italie, en Allemagne et au Portugal, avec une augmentation des notes chaque année. Le parcours client de Sofinco est ainsi noté 17,5/20 par Google... contre 9/20 en 2019 !