

BPCE Financement booste la conversion grâce à la personnalisation en temps réel

BPCE Financement, spécialiste du crédit à la consommation dédié aux clients particuliers du Groupe BPCE, cherchait à transformer un moment peu fréquent mais à forte valeur dans le cycle de vie client en une véritable opportunité de conversion.

Avec Tealium, BPCE Financement a combiné données historiques et données temps réel pour personnaliser son espace de gestion du crédit renouvelable et faire de chaque visite un moment plus pertinent, plus efficace et à plus forte valeur ajoutée.



Défi : transformer des visites peu fréquentes en opportunités de conversion

Pour BPCE Financement, l'espace de gestion du crédit renouvelable est stratégique, car c'est là que les clients initient leur financement, alors même qu'ils ne le consultent en moyenne que **3 à 4 fois par an**. Chaque visite est donc rare, mais décisive dans le cycle de vie client.

En parallèle, l'équipe savait que les canaux d'activation traditionnels, comme l'email, le SMS ou les réseaux sociaux, devenaient moins efficaces, l'attention des clients y étant de plus en plus difficile à capter. BPCE Financement constatait également que cet espace de gestion avait historiquement été conçu comme un environnement essentiellement transactionnel, dédié à des actions comme le

remboursement anticipé, la modulation d'échéances ou la consultation de documents, plutôt que comme un environnement de conversion proactive.

Le défi était donc clair : capter l'attention du client au moment exact où elle compte, saisir cet instant de manière intelligente avec des offres plus personnalisées, et améliorer à la fois la conversion et l'expérience client.

BPCE Financement poursuivait également deux objectifs internes précis : faire progresser la part digitale du crédit renouvelable de **56 % à 70 % d'ici 2026**, et porter son **score de satisfaction TS-I à 60**.

“ Au départ, la part digitale du crédit renouvelable était de 56 %, avec un objectif de 70 % à l'horizon 2026. Ce n'est pas uniquement lié à la personnalisation, mais tout ce que nous avons mis en place avec Tealium nous a largement permis d'atteindre, voire de dépasser, cet objectif. ”

Hélène Dubois-Darthenay, Chef de Projets Digitaux & Web Analytics



De 170 000
à plus d'1
million de
visites en ligne
par mois

Solution : combiner données historiques et données en temps réel pour une personnalisation plus intelligente

BPCE Financement a utilisé Tealium comme socle de sa stratégie de collecte de données, de gestion du consentement et d'orchestration des données client. À mesure que le programme se développait, les capacités de Customer Data Platform de Tealium ont permis à l'équipe de faire évoluer la segmentation et la création d'audiences pour la personnalisation, afin d'activer des expériences plus pertinentes dans le parcours client, avec rapidité et maîtrise.

L'approche reposait sur la combinaison de plusieurs dimensions de connaissance client, notamment le comportement utilisateur, les données de relation client, l'engagement produit et les signaux d'intention. Plutôt que de s'appuyer sur une personnalisation générique, BPCE Financement a utilisé Tealium pour réagir à ce que le client faisait dans l'instant, tout en mobilisant la connaissance acquise lors des interactions précédentes.

L'un des premiers cas d'usage a suivi le renouvellement de l'espace de gestion du crédit renouvelable, lorsque le nombre de visites est passé de 170 000 à plus d'1 million par mois. **Pour distinguer les nouveaux visiteurs des utilisateurs déjà familiers avec l'espace, BPCE Financement a importé les données Adobe Analytics dans Tealium, construit des audiences précises et déclenché un tutoriel adapté uniquement lorsqu'il était pertinent.**

Au-delà de ce cas d'usage, la personnalisation dans l'espace de gestion visait à orienter chaque client vers la bonne action suivante, qu'il s'agisse d'être mis en contact avec un conseiller, d'entrer dans un parcours de financement ou de consulter une offre promotionnelle. Concrètement, cela a permis de faire évoluer cet espace d'une simple page d'accueil vers une expérience plus proactive et contextualisée, alignée sur le profil et le comportement de chaque client.

“

Tealium est avant tout un choix d'entreprise. Historiquement, c'est notre socle technique pour la collecte de données analytics et la gestion du consentement. Aujourd'hui, Tealium est notre fondation et notre chef d'orchestre pour les différents outils analytics. Dès lors que Tealium nous a permis de faire évoluer la segmentation et la création d'audiences pour la personnalisation, le choix s'est imposé naturellement.

”

Mathilde Alzon-Paresys,
Responsable Innovation & Digital

Résultats : un impact mesurable sur la conversion, le financement et la satisfaction

Le partenariat entre BPCE Financement et Tealium a généré un impact business mesurable sur la conversion, les volumes de financement, la génération de contacts et la satisfaction.

Indicateurs clés de performance

- **+2 700 contacts confirmés par mois** sont désormais générés par une personnalisation unique **proposant aux clients éligibles une augmentation de leur montant maximum autorisé.**
- **70 à 85 M€ de volume de financement digital additionnel par an** ont été générés en 2025 sur trois cas d'usage liés au crédit renouvelable.
- Cet impact sur le financement s'est traduit par **11 M€ de Produit Net Bancaire sur le crédit renouvelable** en 2025, soit **+6 M€ par rapport à 2024.**
- La part de la production digitale en crédit renouvelable a atteint **72 %**, soit **+5 points vs 2024**, dépassant l'objectif initial de **70 % fixé pour 2026.**
- Le score de satisfaction **TS-I a atteint 64**, soit **+5 points vs 2024**, là aussi au-dessus de l'objectif **2026 fixé à 60.**



Premiers résultats des cas d'usage

Le premier cas d'usage autour du tutoriel a également démontré la valeur de combiner les données historiques et données en temps réel dans l'environnement Tealium, avec :

- +8 % de rétention,**
- +9 % d'engagement dans le tunnel de financement**
- +5 % d'activation du bouton d'assistance en ligne.**

C'est ce qui se produit lorsque la personnalisation est appliquée avec précision plutôt qu'en volume. En orchestrant les données client historiques et données en temps réel avec Tealium, BPCE Financement a transformé une visite rare en un moment de conversion, de valeur client et d'impact financier mesurable.

Pourquoi cette stratégie pose les bases d'un succès durable

Ces résultats ne reposent pas uniquement sur la technologie. BPCE Financement identifie quatre facteurs clés de succès : **la qualité des données, l'expertise nécessaire pour positionner la personnalisation là où elle crée de la valeur, une collaboration transverse étroite et un fort soutien de la direction.** Des données fiables et accessibles ont donné à l'équipe la base nécessaire pour segmenter avec précision et agir avec confiance, tandis qu'une démarche rigoureuse d'expérimentation itérative lui a permis d'affiner un nombre limité de cas d'usage à fort impact. La coordination entre les équipes Digital Studio, Data, Marketing, Conformité et Juridique de BPCE, combinée à un soutien fort du management, a également créé un socle évolutif pour étendre cette approche à davantage de parcours et de produits.

Avec Tealium comme socle, BPCE Financement est désormais en position d'étendre à l'échelle de l'entreprise une approche de la conversion plus intelligente et pilotée par la donnée, à travers les produits, les parcours et les futurs cas d'usage alimentés par l'IA.