



**BNP
PARIBAS**

CAS CLIENT

Transformation Numérique chez
BNP : Vers un Routage Optimisé
des Requêtes Clients

Secteur
Banque

Solutions
Mailbot

BNP PARIBAS



Un projet ambitieux de transformation numérique mené par BNP Paribas :



- Pour améliorer le traitement des demandes clients
- Utiliser l'Intelligence Artificielle pour les router directement au service compétent, et pour assister le conseiller dans sa réponse
- La démarche initiale était un « big bang » : déploiement complet sur toute la banque de détail (Particuliers et Professionnels), la banque privée, et le segment des entreprises
- Les ateliers avec les métiers ont fait émerger une approche plus agile, qui a par exemple permis de déployer en priorité les plateformes (Hello Bank, les Centres de Relations Clients...)
- En partenariat avec Worldline, et sa solution CONTACT

Le problème

Lancé avec ambition, le projet de transformation numérique de BNP visait à révolutionner le routage des requêtes clients, promettant une amélioration substantielle de l'efficacité et de l'expérience utilisateur dans les secteurs du retail, de la banque privée et du corporate. Envisagée comme une transformation globale, cette initiative se voulait **le catalyseur d'une évolution majeure dans la gestion des interactions client**.

Mais **le projet s'est heurté à des difficultés tant humaines que techniques, conduisant à une réévaluation du projet** :

- **Gestion du projet** : La complexité et l'ambition du projet initial ont entraîné des difficultés de mise en œuvre, nécessitant **la division du projet en trois initiatives distinctes : retail, banque privée et corporate**
- **Défis techniques et humains** : Les limitations des solutions existantes, notamment celles fournies par Worldline. Le segment Corporate a notamment souhaité s'affranchir des solutions de Worldline, jugées inadéquates en termes d'ergonomie et de fonctionnalités.
- **Adaptation et agilité** : Le besoin de trouver un compromis entre les possibilités offertes par la solution, les capacités internes de BNP, et les contributions possibles d'OWI, souligne l'importance de l'agilité dans l'adaptation aux exigences du projet.

Cette phase de recalibrage stratégique a mis en lumière l'importance d'une approche modulaire et agile dans la conduite de projets



La démarche

Face aux défis rencontrés durant la phase initiale, BNP a su réorienter son projet de transformation numérique vers une solution plus pragmatique et efficace. Cette adaptation a permis de mettre en place une série de mesures et de collaborations qui ont significativement amélioré le traitement des requêtes clients.

- **Déploiement progressif** : La stratégie a été réajustée pour favoriser un déploiement par étapes, en commençant par les segments Retail et BPF, où les requêtes les plus critiques et maîtrisées ont été priorisées. Cette approche phasée a abouti à une extension réussie du projet à CRC et Hellobank, 2 ans après le lancement initial.
- **Personnalisation et agilité d'OWI** : La collaboration entre OWI, Worldline et BNP a introduit une flexibilité remarquable dans le projet, permettant d'adresser spécifiquement les besoins uniques de chaque segment :
 - **Assistance au conseiller** : L'intégration sélective du module d'aide à la réponse a optimisé le soutien fourni aux conseillers là où il était le plus nécessaire.
 - **Macro-motifs et processus spécifiques** : L'identification de 200 macro-motifs par processus a facilité une gestion plus fine des requêtes, améliorant la rapidité du routage, la standardisation des réponses, et une meilleure compréhension des tendances client.
 - **1 Processus = 1 base de connaissance** :
 - 4 processus ont été développés pour le segment retail et 1 pour BP, chacun étant adapté aux particularités et exigences de ces segments.
 - L'alignement d'un processus spécifique à une base de connaissance dédiée a renforcé l'efficacité et la personnalisation de la réponse client, avec une fiabilité supérieure à 98%.
- **Partenariat avec Worldline** : La décision de réévaluer la collaboration avec Worldline pour les segments moins adaptés à leurs solutions a marqué un tournant, privilégiant des alternatives plus ergonomiques et économiques.

Contact & Information



Lamia HAMANI

Ingénieure Commerciale Grands Comptes

lamia.hamani@owi-tech.com

0698415491



OWI est un éditeur logiciel français qui améliore l'expérience client des Grands Comptes avec des ROI mesurés par nos clients entre 30 et 200%.

OWI a mis au point une Intelligence Artificielle de compréhension du langage (NLP) qui repose sur une innovation NLU et un machine learning frugal en approche Inductive Logic Programming.

Parce-que l'IA OWI est la plus fiable, nous prenons l'engagement contractuel d'une fiabilité supérieure à 95%.

Déployée en mode SaaS ou OnPremise, la technologie OWI est disponible en Callbot, Chatbot, Mailbot et Smartform.

