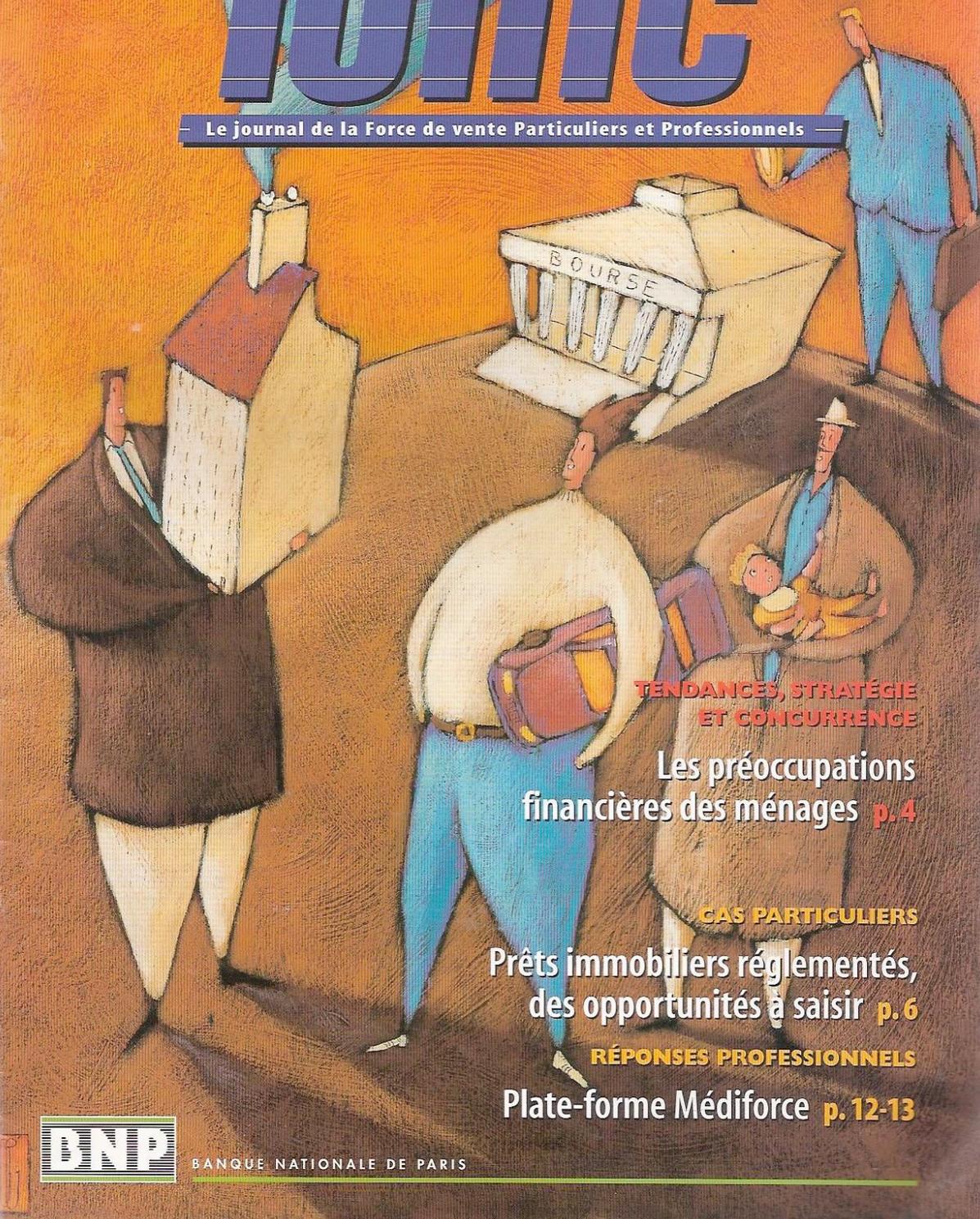


Mai 1998

n° 7

Tonic

Le journal de la Force de vente Particuliers et Professionnels



**TENDANCES, STRATÉGIE
ET CONCURRENCE**

**Les préoccupations
financières des ménages p.4**

CAS PARTICULIERS

**Prêts immobiliers réglementés,
des opportunités à saisir p.6**

RÉPONSES PROFESSIONNELS

Plate-forme Médiforce p.12-13



BANQUE NATIONALE DE PARIS

Une offre toujours plus diversifiée

Ni conquête ni fidélisation de clients sans offre performante. Dans ce domaine, la BNP fait feu de tout bois durant ce trimestre.

L'événement de ce second trimestre est, à n'en pas douter, le lancement de Situation. Six ans après la sortie de Présence, nous disposons ainsi d'un nouvel outil pour renforcer nos liens avec nos clients Particuliers, grâce à une offre de relevés de compte à forte valeur ajoutée.

Situation : une offensive à grande échelle

La banque au quotidien est un enjeu essentiel pour installer dans la durée la relation avec nos clients. En proposant une vision incomparablement plus claire du fonctionnement du compte, ainsi que des informations globales sur l'ensemble des avoirs, avec des écritures classées par nature d'opérations et une synthèse sur 12 mois, Situation représente un nouveau concept de suivi des flux et du patrimoine. Un "plus" qu'une clientèle active et consommatrice de banque au quotidien est prête à payer, en contrepartie des facilités et du confort que cela lui procure.

Outil de fidélisation, de resserrement des liens entre le client et la banque, Situation va mobiliser nos efforts sur une très large échelle, avec notamment l'appui d'un mailing adressé à 900 000 clients. L'ampleur de l'opération de lancement, précédée de la formation de 10 000 commerciaux, témoigne du caractère institutionnel de cette nouvelle offre. Il nous faut l'installer en profondeur dans notre gamme, dès sa sortie.

Les crédits, toujours

Les crédits figurent bien sûr toujours parmi nos priorités, avec là encore des nouveautés de poids. La première est le lancement, en juin, de notre première offre de crédit personnalisé auto. Par

rapport aux prêts personnels, le nouveau produit proposera des avantages spécifiques : le différé d'amortissement, des garanties annexes et des services associés liés à l'automobile.

Par ailleurs, dans l'autre grand domaine du crédit qu'est le crédit revolving, la dynamique Provisio se mettra une nouvelle fois au diapason de notre partenariat avec Roland-Garros, dont nous allons célébrer les 25 ans. Cela sera l'occasion d'une action promotionnelle à la veille des vacances, période des plus propices, chacun le sait, à tout ce qui concerne la consommation, et donc, pour nous, période favorable au placement de nouveaux Provisio et à l'augmentation de ses utilisations.

Enfin, nos efforts en matière de crédits immobiliers se poursuivront avec un nouvel atout, l'enrichissement de Sésame. Il nous appartient d'en tirer profit, pour communiquer sur notre capacité à accompagner nos clients dans l'analyse et la préparation de leur projet immobilier, autour de produits orientés grand public. L'objectif est d'accroître notre présence sur le marché des prêts à taux 0 et des PAS, dont la clientèle potentielle va bien au-delà des seuls ménages aux revenus modestes.

appuyer sur la montée en charge de la plate-forme Médiforce. Autres axes prioritaires : la télématique (hors professions de santé) et la monétique commerçants.

La télématique professionnelle, dont les ventes et le parc sont en stagnation, bénéficiera d'une vaste opération de marketing direct qui présentera une offre complète (BNP Net Professionnels, Téléservice BNP Professionnels et BNP Flash) devant répondre aux attentes des clients. La monétique fera, quant à elle, l'objet



01 41 97 24 08

Utilisez ce numéro de fax pour nous contacter et envoyer vos suggestions.



Professionnels : Médiforce, télématique et monétique

Pour relever le défi majeur que représente l'informatisation des professions de santé et saisir les opportunités ainsi offertes d'augmenter notre présence sur ce marché, nous pourrons nous

d'une opération de placement de contrats, dans la continuité des efforts menés avec succès depuis un an.

Intervenant au moment où nous allons retirer les bénéfices de nos efforts de constitution de foyers d'exploitation, et où notre gamme d'outils va de nouveau être enrichie, avec Mac 2 et BMG Professionnels, ces actions ouvrent de réelles perspectives de conquête. □

BNP en Ligne: appels sortants, appels gagnants

Par le biais des émissions d'appels, BNP en Ligne assure les relances d'automatismes auprès des clients. L'occasion de détecter de nouveaux besoins et d'en faire part au réseau. Avec des résultats.

En octobre 1997, BNP en Ligne a mis en place une plateforme dédiée aux émissions d'appels. Sa vocation : assurer par téléphone la relance d'automatismes (PEL arrivant à échéance, clients ayant récemment atteint leur majorité, terme des crédits à la consommation, etc.) et effectuer d'autres opérations de marché à la demande du réseau.

Sur l'ensemble de ces contacts – pas moins de 40 000 appels mensuels –, les téléconseillers BNP en Ligne pratiquent une écoute active de la clientèle afin de repérer les besoins, en complément du sujet initial de l'appel. A certaines occasions, d'ailleurs, les clients eux-mêmes font part de leurs attentes ; les téléconseillers saisissent l'opportunité pour donner un suivi commercial à cet échange.

De la saisie sur Synthèse Client à la prise de rendez-vous

Le suivi intervient de diverses façons. Ainsi, les téléconseillers entrent systématiquement les informations recueillies dans Synthèse Client. Au-delà, les synergies avec le réseau vont jusqu'à la prise



de rendez-vous en agence. A la suite de leur conversation, les téléconseillers remplissent un fax de prise de rendez-vous – sur lequel sont indiqués le nom du client, son segment et la date de rendez-

vous souhaitée –, qu'ils envoient à l'agence du client. Lorsque l'entretien requiert la présence d'un spécialiste (conseiller en Patrimoine Financier ou chargé d'Affaires Professionnels, par exemple), le contact avec l'agence se fait par téléphone pour aménager ce rendez-vous.

Déjà des concrétisations

Bien des exemples pourraient illustrer cette synergie. Parmi les plus récents : celui de cette cliente du Val-de-Marne contactée par BNP en Ligne à l'occasion d'un PEL à échéance. « Son père venant de décéder, cette dame m'a questionnée sur la succession, explique Karine Le Goff, téléconseillère. J'ai pris contact avec l'agence de Bonneuil-sur-Marne après avoir entré ces nouvelles données dans Synthèse Client. Un rendez-vous avec un conseiller Patrimonial a eu lieu par la suite, avec de très bonnes chances pour que la BNP gère cette succession d'environ un million de francs. »

Autre exemple : celui d'un prêt immobilier. En contact avec BNP en Ligne en mars 1998, une cliente des Hauts-de-Seine fait alors part de son souhait d'acquérir une résidence secondaire. Déjà bénéficiaire d'un prêt immobilier, elle en sollicite un second alors qu'elle dispose déjà de propositions de la concurrence. « BNP en Ligne a obtenu un rendez-vous dans la journée avec notre agence, souligne Catherine Gaudio (Rueil-Gare). Le téléconseiller nous a appelés le lendemain pour savoir si l'entretien était positif. Une collaboration et un suivi excellents. »

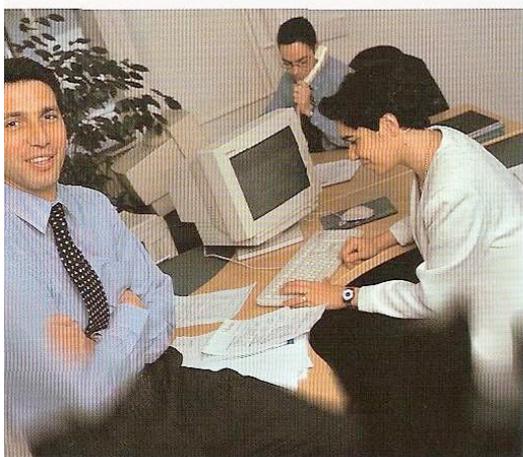
Enfin, BNP en Ligne peut également aider le réseau sur certaines opérations spécifiques, en relançant les clients difficiles à joindre, cette démarche venant en complément des relances effectuées par les commerciaux. □

Saisir les opportunités

Même si les synergies entre BNP en Ligne et le réseau portent exclusivement sur les clients Particuliers, l'occasion peut quelquefois avoir d'heureuses répercussions sur le marché des Professionnels, comme l'illustre l'exemple de ce client de Seine-et-Marne. Contacté à l'occasion d'une opération commerciale sur Provisio, il a évoqué une création éventuelle de société lors de sa conversation avec le téléconseiller. Lequel a obtenu un rendez-vous sur ce sujet avec le chargé d'Affaires Professionnels de Lognes, Alain Grandhomme. « Ce rendez-vous devrait déboucher sur une ouverture de compte professionnel, avec un achat de local à la clé », souligne ce dernier. Sans compter, bien sûr, l'ouverture d'un Provisio, déjà effective.

Plate-forme Médiforce: un atout majeur pour la BNP!

Spécialisée dans un domaine où les banques ne sont pas reconnues légitimes par les praticiens, la plate-forme Médiforce guide les médecins, prospects ou clients, dans la démarche d'informatisation de leur cabinet... et de choix de services bancaires associés.



Eddy Jabès, responsable de la plate-forme Médiforce: « Nous montrons aux médecins qu'ils peuvent accéder, via Internet, aux services de banque à distance mis en place à leur intention par la BNP. »

les médecins tout au long de leur démarche d'informatisation», explique Christophe Moulin.

Des solutions pour chaque besoin

« Nous contactons tous les médecins dont les coordonnées nous sont transmises par les chargés d'affaires Professionnels. Nous leur envoyons un questionnaire destiné à mieux cerner leurs méthodes de travail et les fonctions qu'ils souhaitent informatiser. Ce qui nous permet de leur proposer une solution informatique adaptée à leurs besoins », explique Eddy Jabès. Ces contacts sont également l'occasion de dédramatiser l'informatique et d'expliquer aux praticiens le parti qu'il peuvent en tirer dans leur vie privée comme professionnelle. « Nous leur montrons qu'ils peuvent accéder, via Internet, à des sites à vocation médicale, pour échanger des informations avec des confrères ou faire de la formation continue, et aux services de banque à distance mis en place à leur intention par la BNP, comme l'espace Santé », ajoute Eddy Jabès, qui sensibilise également ses interlocuteurs à la possibilité de percevoir les règlements de leurs patients par carte bancaire. Tous ces contacts font l'objet d'un compte rendu détaillé envoyé aux chargés d'affaires Professionnels. « Sont précisés le profil, les besoins, le type de matériel et de

financement vers lesquels s'oriente le praticien. Ce qui permet au chargé d'affaires Professionnels de poursuivre son action commerciale dans les meilleures conditions », souligne Alain Corrèges, de DRF.

Un travail de longue haleine

Reste que plusieurs mois peuvent s'écouler avant que le médecin ne prenne la décision de s'équiper. « Pour maintenir le contact, explique Eddy Jabès, nous l'invitons à des conférences-débats autour de l'informatisation des cabinets médicaux, nous lui proposons de venir tester un logiciel ou un matériel dans notre showroom, nous l'orientons vers un organisme spécialisé pour suivre une formation à l'informatique... »

La plate-forme monte en charge rapidement et contacte aujourd'hui une quarantaine de praticiens par jour. □

BNP-Médiforce: histoire d'un partenariat

Créée en 1986 par le docteur Marc Azazi pour répondre aux besoins de ses confrères, Médiforce (16 salariés, 15 000 adhérents) est partenaire de la BNP depuis 1989. Une relation devenue exclusive en 1993 lorsque la BNP entre à son capital. « Bien implantée au sein du monde médical, spécialisée dans l'information, le conseil et les services aux professionnels de santé, Médiforce nous a permis de nous imposer sur ce marché », souligne Christophe Moulin. Un marché dont la BNP est aujourd'hui leader, avec 25% de parts et 70 000 clients professionnels de santé, dont 40 000 médecins et dentistes.

Février 1998. Eddy Jabès, responsable de la plate-forme Médiforce, a un contact avec un médecin généraliste, membre d'un cabinet de groupe des Yvelines. Le praticien souhaite s'informatiser. « Nous lui avons proposé d'étudier la mise en place d'un réseau informatique pour l'ensemble du cabinet », explique Eddy Jabès. Résultat? Le praticien l'a fait entrer en contact avec ses onze confrères. Quatre d'entre eux ont, depuis, ouvert un compte à la BNP. « Tous les contacts ne se concrétisent pas aussi rapidement ! », reconnaît Christophe Moulin, de Produits et Marchés. Ne serait-ce que parce que bon nombre de praticiens demeurent réticents à la perspective de devoir télétransmettre à partir du 1^{er} janvier 1999 leurs feuilles de soins vers les caisses primaires d'assurance maladie, conformément à la loi sur la maîtrise des dépenses de santé. « La plate-forme Médiforce permet de transformer ce processus imposé en acte volontaire et réfléchi d'achat, en guidant

Une collaboration **croisée**

L'informatisation des cabinets médicaux est aussi l'occasion de promouvoir les solutions de financement de la BNP !

En 1997, les crédits accordés par la BNP aux professionnels de la santé, dans le cadre de l'offre Médiforce-BNP, ont représenté 1,5 MdF, dont 500 MF apportés par Médiforce. Une contribution que l'informatisation des cabinets médicaux devrait développer !

«Lorsqu'un médecin souhaite informatiser son cabinet, nous ne nous contentons pas de l'orienter vers la plate-forme informatique. Nous l'informons également sur les solutions de financement», explique Jacques Pastré, chargé d'affaires Professionnels à Bordeaux-Chapeau Rouge. Le médecin souhaite profiter de la possi-

bilité d'amortir fiscalement son investissement ? « Nous lui présentons les formules de crédit classique comme le Crédit Equipement Informatique. A moins qu'il ne souhaite s'équiper en plusieurs fois. Dans ce cas, nous l'orientons plutôt vers le crédit Réserve, qui lui permet d'emprunter au fur et à mesure de ses besoins », précise Jacques Pastré.

Synergie Médiforce/chargés d'affaires Professionnels

Lorsque le médecin préfère faire face à des charges mensuelles déductibles,

l'équipe de la plate-forme l'informe sur les différentes formules de financement locatif, comme le crédit-bail ou la location. « Nous le sensibilisons aux nouveaux produits, comme la location évolutive proposée par BNP Bail, en mettant en valeur la possibilité de déduire les loyers de ses bénéfices et d'obtenir un matériel disposant des dernières évolutions techniques, souligne Eddy Jabès, responsable de la plate-forme informatique Médiforce. C'est aussi l'occasion de promouvoir des services à valeur ajoutée, tels que la monétique et BNP Net santé. »

Résultat ? Lorsque le chargé d'affaires de la BNP contacte le praticien, celui-ci a déjà tous les éléments pour faire son choix. Reste à réussir l'essentiel, c'est-à-dire concrétiser ! □

Médiforce dans les régions : une expertise au service du réseau

Proximité, réactivité, efficacité. Tels sont les maîtres mots de la synergie instaurée entre les antennes régionales de Médiforce et les agences BNP. L'exemple de Médiforce Lyon.



Lionel Cornède, responsable de l'antenne Médiforce de Lyon.

«**E**n février 1997, l'antenne régionale Médiforce de Lyon nous apprend qu'un gynécologue de la ville souhaite acquérir un véhicule. Nous le contactons aussitôt pour lui proposer une solution de financement. Il accepte et nous confie quatre mois plus tard le financement d'un rachat de clientèle d'un montant de 500000 F», raconte Philippe Bouquerand, responsable du bureau de Sainte-Foy-lès-Lyon.

Une vision globale

Installée depuis 1994, l'antenne lyonnaise de Médiforce est devenue un interlocuteur privilégié des professionnels de la santé des régions Rhône-Alpes, Bourgogne et Auvergne. « Notre ancrage régional nous permet, en liaison avec le réseau

BNP, de les rencontrer lors des manifestations locales, de les inviter à des réunions ou à des conférences-débats, et de mener des actions dans les facultés de médecine de la région », explique son responsable, Lionel Cornède.

Autant d'occasions de prendre connaissance de leurs projets professionnels ou privés ! Un pharmacien souhaite s'installer ? « Nous lui proposons d'étudier son projet. Nous vérifions que le prix d'achat de l'officine qu'il convoite est en rapport avec le chiffre d'affaires escompté. Nous l'aidons à mettre en place un montage financier adapté à sa situation comptable et fiscale. Et nous attirons son attention sur les aspects juridiques de son projet », précise Lionel Cornède. Résultat ? « Lorsque Médiforce nous transmet des dossiers de prospects, nous avons toutes les informations nécessaires pour finaliser l'opération », sou-

ligne Philippe Bouquerand. Sans oublier que le correspondant de Médiforce est précieux pour connaître les tendances des taux proposés aux professionnels de la santé par la concurrence ! Cette synergie fructueuse a amené la BNP et Médiforce à développer ce maillage régional en créant à la mi-97 une antenne régionale à Lille. D'autres créations dans quelques grandes villes de province sont à l'étude. □

Philippe Bouquerand, responsable du bureau de Sainte-Foy-lès-Lyon : « Médiforce, une source d'information pour finaliser nos opérations. »

