



Microsoft Dynamics CRM

## 35 % de nouveaux clients en plus pour Keytrade Bank grâce à Microsoft Dynamics CRM comme moteur du projet « Member Get Member »

**Travi@ta**  
YOUR CRM EXPERTS  
Microsoft Dynamics CRM

“Microsoft Dynamics CRM nous permet de connaître de mieux en mieux nos clients. Notre objectif est d’instaurer un dialogue pertinent avec chacun.”

*Olivier Debehogne, Sales & Marketing Director, Keytrade Bank*

  
**KEYTRADE**  
BANK

Depuis 2007, le projet « Member Get Member » de Keytrade Bank récompense chaque client qui parraine de nouveaux membres. Keytrade Bank voulait aller encore plus loin dans cette campagne grâce à un accompagnement encore plus personnalisé. Or, cet accompagnement n’était possible qu’avec des informations concernant les actions de chaque client spécifique. Le lien entre le site Web MGM et la solution Microsoft Dynamics CRM mise en place par Travi@ta chez Keytrade Bank, a permis à cette campagne de connaître un succès inédit.

En 1998, VMS-Keytrade était le premier site d’investissement en ligne en Belgique. En 2002, VMS-Keytrade acquiert son statut bancaire après le rachat de RealBank et devient Keytrade Bank. À présent, Keytrade Bank fait partie du Groupe Crédit Agricole tout en gardant une parfaite autonomie et sa propre philosophie. Keytrade Bank reste ainsi le leader incontesté des transactions en ligne en Belgique, avec une large gamme de produits d’investissement.

pays: Belgique, Pays-Bas, Luxembourg, Suisse

secteur: Services Financiers - Banques

## profil

Keytrade Bank est depuis 10 ans le leader incontesté en Belgique des transactions bancaires et investissements en ligne, avec plus de 160.000 clients. La banque propose non seulement une gamme unique de produits sur les principales bourses mondiales, mais aussi un éventail complet de services bancaires en ligne : comptes à vue, comptes d'épargne, comptes à terme, cartes de débit et de crédit.

## défi

Keytrade Bank recherchait un moyen de mieux appréhender les différentes étapes du projet « Member Get Member », une initiative qui permet aux clients satisfaits (parrains) de Keytrade Bank d'attirer de nouveaux clients (parrainés) en récompensant à la fois ces anciens et nouveaux membres

## solution

Travi@ta a développé les workflows requis dans la solution existante Microsoft Dynamics CRM afin de soutenir le projet MGM. Ces flux comprenaient le transfert vers la base de données CRM des entrées sur la page d'accueil

## bénéfices

- La compréhension de chaque étape intermédiaire du projet MGM, comme base pour la correction stratégique des actions
- Des e-mails de rappel personnalisés pour les parrains et parrainés qui ne réagissent pas
- L'intégration d'un élément concours comme encouragement supplémentaire
- Un paiement plus rapide de la récompense et donc une charge de travail moins importante pour le helpdesk
- 35 % de nouveaux clients en plus, avec de faibles frais d'acquisition
- L'image à 360° du client est étendue grâce aux données MG

## software & services

Microsoft Dynamics CRM



Au cours des cinq dernières années, le nombre de clients de Keytrade Bank est passé de 60 000 à pas moins de 167 000 membres. Cette hausse est due, d'une part, à l'élargissement de la gamme de produits et, d'autre part, aux suites logiques d'un excellent service clientèle.

« En tant que banque « fair prices », nous récompensons nos clients pour leurs efforts. Ainsi, nous ne possédons pas de bureaux onéreux et les clients peuvent tout faire par eux-mêmes grâce à notre site Internet convivial et à un support technique facilement joignable. Keytrade Bank a été la première à rémunérer ses clients pour chaque transaction », précise Olivier Debehogne, Sales & Marketing Director.

Cet attachement entier de Keytrade Bank à l'expérience de l'utilisateur a encore été récemment récompensé par l'obtention d'un score incroyable de 4,6 sur 5 pour la nouvelle application iPad sur iTunes. L'entreprise compte aujourd'hui 120 collaborateurs et réalise un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros en Belgique, aux Pays-Bas, au Luxembourg et en Suisse. Les actifs moyens sous gestion (AUM pour leur signe en anglais) s'élèvent, quant à eux, à 6 milliards d'euros.

## Member Get Member : Les clients en tant qu'ambassadeurs satisfaits

Le Net Promotor Score (NPS) de Keytrade Bank - un score qui permet de mesurer la loyauté des clients - a montré que 55 % de la clientèle assignent un score de 9 ou 10 à la question suivante: « Sur une échelle de 0 à 10, dans quelle mesure recommanderiez-vous Keytrade Bank », où 10 correspond à la réponse « très probablement ». Ce score exceptionnellement élevé a inspiré le département marketing à créer le projet «Member Get Member» (MGM). Cette initiative récompense chaque client (parrain) qui apporte un nouveau client (parrainé), en lui offrant 30 euros de la part de Keytrade Bank. Et le nouveau client reçoit la même somme à titre de bienvenue. Keytrade Bank fait ainsi l'économie d'une campagne de publicité massive complètement dépersonnalisée, et peut donc continuer à offrir ses services au meilleur prix. De plus, le client est récompensé de ses propres efforts.

« Le projet MGM a été lancé fin 2007 et a déjà connu neuf « vagues » au succès exponentiel. Pour pouvoir maintenir les frais d'acquisition à un niveau peu élevé, il est essentiel d'automatiser correctement le processus. Pour les huit premières « vagues », nous avons utilisé une application sur mesure, qui permettait



« Grâce à Microsoft Dynamics CRM, le projet « Member Get Member » a connu une croissance de 35 % et sa dernière vague nous a fourni quelque 5000 nouveaux clients. »

*de g.à dr.: Christophe Bernard, Marketing CRM Officer et Olivier Debehogne, Sales & Marketing Director, Keytrade Bank.*

au nouveau client d'ouvrir un compte avec le code du parrain », explique Olivier Debehogne.

Or, cette application sur mesure avait l'inconvénient majeur de ne pas enregistrer les étapes intermédiaires: on ne savait pas combien de parrains avaient envoyé l'invitation à combien de parrainés, ni qui d'entre eux ouvraient effectivement les invitations ou qui les envoyaient à leur tour. De nombreuses informations précieuses se perdaient de cette façon.

« Étant donné que nous sommes convaincus de l'intérêt d'une promotion menée par nos propres clients, nous avons besoin de cerner au maximum chaque étape du projet MGM. Plus nous connaissons nos clients, plus nous pouvons les guider correctement », affirme Olivier Debehogne.

## Microsoft Dynamics CRM booste la neuvième vague MGM

Keytrade Bank travaille depuis 2010 avec Microsoft Dynamics CRM, un puissant système de gestion clients, fourni et mis en place par Travi@ta. Cet outil permet de conserver toutes les données des clients et de bénéficier de divers workflows pour le soutien des campagnes de vente (à distance).

Olivier Debehogne : « Nous croyons très fort aux cam-

pagnes personnalisées. Microsoft Dynamics CRM permet d'avoir les éléments nécessaires pour déclencher une action, et ce, à différents niveaux de la relation client. Le client ne perd jamais le contrôle du processus et détermine lui-même ce qu'il souhaite recevoir ».

En août 2012 Keytrade Bank a indiqué à Travi@ta ses souhaits particuliers autour du projet MGM. Travi@ta a ensuite coopéré de très près avec la Web agency pour développer un outil dans le CRM qui puisse intercepter toutes les actions d'un client sur la page d'accueil de la campagne et les enregistrer dans la base de données CRM. Une présentation attractive du site web a été associée à un plus grand confort d'utilisation. En outre, il y avait la possibilité pour le parrain d'envoyer un message personnalisé à son parrainé.

« Cet outil CRM a vraiment constitué le moteur de la neuvième vague du projet MGM. Et les résultats obtenus ont dépassé toutes nos attentes. Grâce à notre meilleure compréhension des actions de nos clients, nous avons pu envoyer des e-mails de rappel personnalisés automatisés, et ce conformément à la loi sur la protection des données à caractère personnel. Le nouveau site Web est aussi très attrayant et permet d'envoyer des e-mails à la fois manuellement, en tapant l'adresse, ou aux contacts Hotmail, Google et Yahoo. Et l'on peut d'un seul clic partager son code de parrain via Facebook ou Twitter.

RANK	NOMBRE DE PARRAINS	NOMBRE DE FILLEULS	GAIN
# 1	1	91	2730€
# 2	1	39	1170€
# 3	1	23	690€
# 4	2	18	540€
# 5	1	16	480€

**Votre code personnel :**  
**MM35211**

Votre ami doit mentionner ce code dans son formulaire d'ouverture de compte.

“Chaque semaine, nous informions les clients des rendements des cinq parrains les plus productifs. Cela a fonctionné du tonnerre.”

*Christophe Bernard, Marketing CRM Officer, Keytrade Bank*

pour plus d'informations

Microsoft: +32 (0)2 503 31 13 ou [www.microsoft.be](http://www.microsoft.be)

Keytrade Bank: [www.keytradebank.com](http://www.keytradebank.com)

**Travi@ta**  
YOUR CRM EXPERTS  
Microsoft Dynamics CRM

Tel. +32 (0)2 721 88 80

[www.traviata.eu](http://www.traviata.eu) - [info@traviata.eu](mailto:info@traviata.eu)

En plus, chaque semaine, nous informions les clients des rendements des cinq parrains les plus productifs. Cela a fonctionné du tonnerre », affirme Christophe Bernard, Marketing CRM Officer chez Keytrade Bank. « En outre, le paiement de la récompense se fait désormais de manière plus rapide et automatisée. Lors des vagues précédentes, ce processus était encore manuel et faisait perdre beaucoup de temps. Il entraînait de très nombreux appels au support technique ».

Grâce à Microsoft Dynamics CRM, le projet « Member Get Member » a connu une croissance de 35 % et la dernière vague nous a fourni plus de 5.000 clients supplémentaires », explique Olivier Debehogne.

## À propos de Travi@ta

Christophe Bernard : « Avec ce projet, Travi@ta a démontré à nouveau être un partenaire fiable ». L'analyse optimale du projet a permis de rendre l'outil disponible en moins d'un mois. Ce projet a impliqué de nombreux acteurs, à savoir : Travi@ta, la Web agency, et les départements ventes, informatique et marketing de Keytrade Bank. Tout s'est déroulé parfaitement grâce à la méthode de travail transparente et proactive de Travi@ta. Nous connaissons toujours à l'avance les étapes que Travi@ta allait mettre en place, leur impact sur notre système et le spécialiste qui allait se déplacer ».

## Comment Keytrade Bank envisage-t-elle l'avenir avec CRM ?

« Une campagne telle que MGM implique un trafic intense d'e-mails. Or, nous ne voulons pas importuner nos clients avec des communications qui ne s'appliquent pas à leur situation. Microsoft Dynamics CRM nous permet de connaître de mieux en mieux nos clients. Notre objectif est d'instaurer un dialogue pertinent avec chacun de nos clients », conclut Olivier Debehogne.

