COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 6 juillet 2015

La Banque Postale lance sur Facebook des pages dédiées à ses conseillers, au service de la proximité avec leur clientèle.

Depuis le début du mois de juin 2015, La Banque Postale développe sa présence sur les réseaux sociaux en expérimentant des pages Facebook dédiées aux conseillers de la Banque.

Présente sur les réseaux sociaux depuis 2011, La Banque Postale a su construire une des plus importantes communautés bancaires de son secteur et l'une des plus engagée. Après le lancement du premier SAVine bancaire, de sa web série « *comme le disent les gens* » qui a fait d'elle la banque la plus regardée en 2014 sur YouTube en France, ou encore de la première campagne marketing temps-réel bancaire avec le hashtag #àMonEchelle, La Banque Postale continue sur cette dynamique en étant la première banque française à doter des conseillers de pages Facebook. Renforçant son image de banque citoyenne, proche de ses clients, innovante et dynamique, ces pages Facebook intitulées « *Conseiller La Banque Postale* » et personnalisées au nom de chaque conseiller leur permettent de renforcer encore davantage leur proximité avec leur clientèle directe dans une démarche d'animation temps réel.

Pour l'accompagner dans ce dispositif, La Banque Postale a choisi **Hearsay Social**, éditeur de logiciel leader pour les banques, assurances et sociétés de services financiers. Grâce à Hearsay Social, les conseillers disposent d'un outil simple et efficace pour appréhender au mieux leur présence sur les réseaux sociaux dans une démarche de *Social Selling*.

Pour le moment, un peu plus de cinquante conseillers, représentatifs des différents profils existants au sein de La Banque Postale, sont individuellement présents sur Facebook avec leur propre page professionnelle. Via Hearsay Social, ils ont accès à une bibliothèque de contenus préparés en amont par l'équipe digitale : le temps passé sur les réseaux sociaux est optimisé et les interactions avec leurs clients sont pertinentes. Ils reçoivent également des alertes lorsque les clients partagent des informations sur des événements importants de leur vie tels qu'un mariage ou une naissance. Pour chaque situation, du contenu est pré-rédigé, ce qui permet une très grande réactivité, mais aussi un haut degré de personnalisation de la relation client, avec un message adapté et envoyé au moment opportun.

« Nous sommes ravis d'accompagner La Banque Postale dans sa stratégie digitale innovante dans le secteur bancaire, déclare Olivier Maire, Sales Director France chez Hearsay Social. Nous sommes d'autant plus fiers de collaborer avec La Banque Postale qu'elle est la 1ère banque de détail en France à déployer ainsi ses conseillers sur les réseaux sociaux de manière aussi structurée. »

En utilisant des pages Facebook dédiées, La Banque Postale souhaite approfondir la qualité de la relation qu'elle entretient avec ses clients sur les réseaux sociaux en donnant une nouvelle dimension à sa relation client digitale : « Nos démarches sur les réseaux sociaux ont toujours été animées par l'ambition d'apporter du service réel aux clients et de l'utilité, avec cette expérimentation nous allons un cran plus loin en renforçant encore davantage la proximité entre La Banque Postale et ses clients en leur offrant un mode de relation nouveau avec leur conseiller, au plus proche de leur usage quotidien d'internet » ajoute Thomas Salviejo, Responsable de la communication digitale, des médias digitaux et de l'acquisition à La Banque Postale.

A propos de La Banque Postale

La Banque Postale, filiale du groupe La Poste est présente sur les marchés de la banque de détail, de l'assurance et de la gestion d'actifs. Banque et citoyenne, elle accompagne ses clients dans une relation bancaire durable avec une gamme complète de produits et services accessibles, à un tarif raisonnable. Banque de proximité et de service public, La Banque Postale répond aux besoins de tous: particuliers, entreprises, professionnels et secteur public local. Elle est au service de ses clients à travers le réseau des bureaux de poste, sur Internet et par téléphone dans une relation totalement multicanal.

La Banque Postale, c'est :
- 5, 673 milliards d'euros de PNB
- 10,8 millions de clients actifs
- 423 000 clients Entreprises, Collectivités et Associations
- Plus de 7,7 millions de cartes bancaires
- 17 000 points de contact

Chiffres à fin 2014

La Banque Postale sur le digital
Site labanquepostale.fr / entre 45 et 49 millions de visites par mois / site public entièrement responsive design
Des applications mobiles, une application tablette.
Page Facebook La Banque Postale et page « C'est quoi les bayes par La Banque Postale » : 243 372 fans
Twitter @labanquepostale (10 134 followers / compte SAV uniquement)
Laboratoire d'innovation clients : 47 000 super-utilisateurs inscrits
Page Youtube dédiée : https://www.youtube.com/user/labanquepostale
Page YouTube « comme le disent les gens » https://www.youtube.com/user/commeledisentlesgens
Et aussi sur Dailymotion et Tumblr : http://lescoupsdecoeurdelabanquepostale.tumblr.com/

Chiffres à Juin 2015

A propos de Hearsay Social

Hearsay Social fournit la Suite Sociale Prédictive pour les conseillers financiers et agents d'assurance dans les plus grandes institutions financières mondiales, parmi lesquelles 7 des 10 entreprises leaders dans le secteur telles que New York Life, Raymond James, Vanguard et Penn Mutual. Hearsay Social équipe plus de 115.000 agents et conseillers à travers le monde, en leur permettant de se mettre en relation avec le client mobile et social d'aujourd'hui sur Facebook, LinkedIn, Twitter, Google+ et les sites mobiles. Les conseillers disposent d'une analyse unique du profil de leurs clients grâce aux signaux multicanaux et la bibliothèque prédictive de contenu leur permet de partager le bon contenu au bon moment. Les fonctionnalités d'intégration et de supervision de la solution aident les équipes de conformité et de surveillance au sein des entreprises à se conformer aux régulations du secteur et à la politique de l'entreprise.

Hearsay Social, partenaire stratégique de l'EFMA (European Financial Management Association) et des organismes financiers américains LIMRA et SIFMA (Securities Industry and Financial Markets Association) a déjà levé près de 51 millions de dollars auprès de la société de capital-risque Sequoia Capital, de l'association américaine New Enterprise Associates (NEA), et de hauts dirigeants issus de Facebook, Twitter, et Google. Hearsay Social, dont le siège est basé dans la Silicon Valley, est également présente activement à New-York, Chicago, Atlanta, Austin, Toronto, Londres, Paris, Munich et Hong Kong.

Suivez-nous!

. Blog Hearsay Social : http://hearsaysocial.com/blog/

. Facebook : https://facebook.com/hearsaysocial

· Twitter : https://twitter.com/hearsaysocial

· LinkedIn : http://linkedin.com/company/hearsay-social

· Google+ : http://plus.google.com/+HearsaySocial