



**Communiqué de presse**

Paris le 4 octobre 2022

## **La Banque Postale mise sur un accompagnement personnalisé de ses clients alliant innovation technologique, proximité et qualité de service**

**La satisfaction et la fidélisation des clients sont des enjeux stratégiques et prioritaires pour La Banque Postale. Afin d'offrir une qualité de service optimale et traiter ses 10 millions d'appels entrants par an, l'entreprise a misé sur l'association complémentaire de l'humain et du virtuel : son callbot, nommé Lucy, assiste les conseillers clientèle en période de pics d'appels ponctuels et s'adapte à toutes les typologies de clients.**

**Forte de ses nouveautés, La Banque Postale a été récompensée en 2022, pour son innovation en matière de stratégie clients et pour son ancrage territorial avec un service client 100% localisé en France. La Palme de la Relation Client lui a été décernée par l'Association Française de la Relation Client (AFRC).**

*« La Banque Postale a l'ambition de devenir la banque préférée des Français. Afin de répondre au mieux et au plus vite aux attentes de nos clients, nous avons pris le parti de combiner « conseillers humains » et « intelligence artificielle ». Lucy est le 1er callbot déployé en France qui traite des motifs de consultation de compte bancaire et renseigne sur les opérations en cours et à venir. Il nous permet de renforcer l'attention portée à nos clients, en particulier ceux en situation de vulnérabilité, et de gagner en efficacité. Je suis particulièrement fière du prix attribué par l'AFRC, qui vient récompenser l'investissement quotidien des équipes pour améliorer notre qualité de service et le choix de domicilier nos centres d'appels en France, en lien avec notre ADN de banque citoyenne. »* indique **Sandrine Beltran, Directrice des services Relations Clients La Banque Postale**

### **Lucy, le nouveau callbot conversationnel de La Banque Postale qui atteint un taux de satisfaction client de plus de 89%**

Afin d'accompagner au mieux sa clientèle en situation de vulnérabilité, La Banque Postale s'est dotée d'un callbot nommé Lucy, traitant des motifs d'appels relatifs à la gestion de compte et à la consultation de solde. Chaque début de mois, lors du versement des prestations sociales, La Banque Postale reçoit 30% d'appels supplémentaires. Les clients en situation de fragilité ont besoin d'être rassurés sur leur solde et l'arrivée d'un versement CAF ou Pôle Emploi. Afin d'absorber ce pic d'appels, La Banque Postale a mis en place le callbot Lucy, une technologie innovante 100% française. Lucy adapte le débit de sa voix si elle détecte que le client est un sénior. Si elle ne comprend pas l'intention du client ou si le client le demande expressément, Lucy transfère automatiquement l'appel à un conseiller en conservant le contexte et l'authentification de l'appelant.

Lucy a été récompensée cette année par un CX Awards, trophée or, dans la catégorie chatbot et selfcare.

### **La Banque Postale, première banque à avoir obtenu la certification pour un service client 100% localisé en France**

Ce label « Marque de Garantie AFRC Relation Client 100% France » décerné par l'AFRC valorise les entreprises qui s'engagent dans les territoires français et permet de maintenir et développer l'emploi dans l'hexagone.

Les 22 services Relation Client de La Banque Postale sont implantés en France où elle emploie 3 000 collaborateurs qui prennent en charge les sollicitations clients à distance. La notion de « provenance » d'un service au client est aujourd'hui un critère de décision de consommation important au même titre que le prix ou la qualité du service.

**La Banque Postale est la première banque certifiée « Marque de Garantie AFRC Relation Client 100% France ».** Cette certification récompense l'engagement durable, financier et social de La Banque Postale, banque citoyenne, au service de l'économie française.

### **La Palme de la Relation Client décernée à La Banque Postale**

La Palme de la Relation Client a été décernée cette année à La Banque Postale par un jury de professionnels de la Relation et de l'Expérience Client, de spécialistes du marketing et de représentants d'associations professionnelles. Organisé par l'AFRC, la remise de cette distinction vise à récompenser les organisations les plus innovantes en matière de stratégie client. La Banque Postale a ainsi été primée pour son programme de transformation lancé depuis 18 mois visant à optimiser ses outils, son organisation et ses processus.

### **A propos de La Banque Postale :**

La Banque Postale forme, avec ses filiales dont CNP Assurances, un bancassureur européen de premier plan, 11ème de la zone euro par la taille du bilan. Son modèle d'affaires diversifié lui permet d'accompagner 20 millions de clients personnes physiques et morales avec une gamme complète accessible à tous. Filiale du Groupe La Poste, La Banque Postale est une banque de proximité, présente sur tout le territoire avec 17 000 points de contacts dont 7 300 bureaux de poste. Leader de la finance durable, elle figure aux 1ers rangs des agences de notation extra-financière. Avec son plan stratégique « La Banque Postale 2030 », La Banque Postale se fixe l'ambition de devenir la banque préférée des Français, avec une offre intégrée et omnicanale de services de bancassurance articulée autour de trois marques distinctes : La Banque Postale, sa banque au quotidien, Ma French Bank, sa banque 100% mobile et Louvre Banque Privée, sa banque patrimoniale. Forte de son identité citoyenne, La Banque Postale se positionne au service d'une transition juste, répondant aux enjeux environnementaux, sociétaux, territoriaux et numériques.

### **Contact presse :**

Caroline Gin – [caroline.gin@laposte.fr](mailto:caroline.gin@laposte.fr) – 06 10 25 04 47