

ZOOM SUR

Arnaud LE GALL

Directeur des Partenariats Cofidis France



Le paiement comme levier d'une expérience client réussie

Avec 10 millions de clients et plus de 1000 enseignes partenaires, Cofidis est depuis près de 40 ans l'un des principaux acteurs majeurs du crédit et du paiement fractionné.

Cofidis propose aujourd'hui la gamme de solutions la plus large du marché et met son ingénierie technique et digitale au service de ses partenaires commerçants et e-commerçants pour améliorer leur conversion.

CARTE D'IDENTITÉ



- NOM DE L'ENTREPRISE : COFIDIS
- SITE WEB : www.cofidis-retail.fr
- NOMBRE DE PARTENAIRES : + de 1000 marchands
- IMPLANTÉE DANS 9 PAYS
- FILIALE DU CRÉDIT MUTUEL ALLIANCE FÉDÉRALE



Présentation de COFIDIS

Pourriez-vous nous présenter la Direction des partenariats que vous dirigez ?

Nous avons en charge toutes les activités BtoB (des solutions de paiement au crédit) visant à accompagner nos partenaires commerçants et e-commerçants à transformer leurs ventes, augmenter leurs paniers moyens et fidéliser leurs clients. Nous avons toujours eu pour objectif de développer des services innovants et adaptés aux besoins des consommateurs et des marchands.

Notre mission est d'améliorer l'expérience d'achat de nos partenaires commerçants et e-commerçants pour transformer leurs ventes, augmenter leurs paniers moyens et fidéliser leurs clients. En outre, accélérer leur business. Concrètement, cela consiste à proposer des services innovants et adaptés aux nouvelles tendances de consommation, donc aux be-

soins des consommateurs et des marchands. Pour ce faire, nous développons des **solutions de paiement fractionné et de crédit qui mettent l'expérience client et le meilleur de la technologie au cœur des parcours d'achat.**

Quelles évolutions du commerce constatez-vous ?

Le marché du paiement s'est particulièrement accéléré ces dernières années en réponse à une évolution majeure des modes de consommation.

Avec le développement du e-commerce, la consommation est devenue omnicanale. Aujourd'hui, **16% des achats des Français sont réalisés sur Internet.** Il faut donc pouvoir offrir aux consommateurs des parcours d'achat homogènes et sans couture. Cette maîtrise de l'omnicanalité requiert un savoir-faire technique pour permettre une expérience client fluide et mémorable.

Les Français sont aussi davantage à la recherche de solutions de facilité de paiement qui leur permettent de gérer et maîtriser leur budget. L'engouement pour ces nouvelles solutions, notamment auprès des jeunes acheteurs, pousse et renforce l'exigence des commerçants à investir dans l'expérience du paiement.

Ces solutions chez Cofidis, nous les maîtrisons bien. Par nos 40 ans d'expertise, nous pouvons répondre aux besoins de chaque typologie de commerçant. Nous offrons des parcours cohérents, pensés « mobiles first » qui soient simples, rapides et fiables, quel que soit le canal.

Quelles sont les offres Cofidis ? Quelles sont leur valeur ajoutée ?

Nous disposons de l'offre la plus large du marché : Gamme Omnicanale (paiement en 3 ou 4 fois par carte bancaire, financement

... / ...

Cofidis

La Relation client chez COFIDIS

plus long jusqu'à 75 000 euros, location de biens comme avec l'enseigne Le Roi du Matelas, Crédit / LOA /LLD sur l'automobile...). Autrement dit, toutes les modalités de financement sont disponibles. Par ailleurs, nous sommes capables à travers nos offres d'adresser l'ensemble des contextes de vente : en point de vente, sur le web ou encore à domicile et même dans des contextes de vente entre particuliers. Enfin, conscients du développement de l'usage du mobile (notamment grâce au QR code), tous nos parcours sont aussi construits **en mobile first**, s'adaptant ainsi aux nouveaux usages.

Comment êtes-vous organisés ?

Nos équipes sont organisées par secteur d'activité : e-commerce (marketplace et site web), retail, automobile, etc.

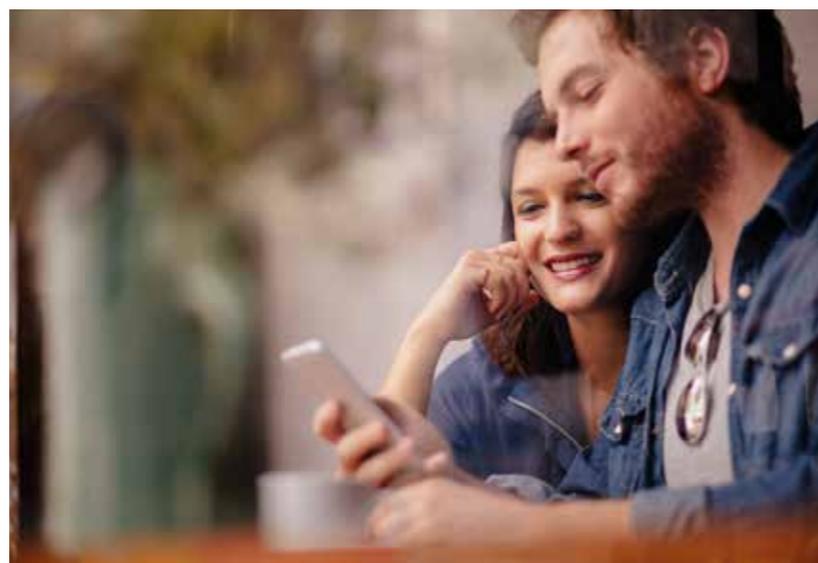
Avec cette organisation, nous pouvons accompagner le développement de chacun de nos partenaires au quotidien.

Nos collaborateurs sont aussi en proximité puisqu'installés aux quatre coins du territoire, ils peuvent être extrêmement réactifs et en capacité de répondre rapidement aux besoins de nos points de vente.

En complément, une équipe est centralisée au siège. Elle a pour mission la construction des offres, le marketing, la gestion du risque et de la fraude. Nous apportons également **une importance particulière dans l'accompagnement.**

En effet, aujourd'hui nous savons que nos partenaires sont particulièrement attentifs à notre **approche servicielle**, à l'ergonomie des parcours et leurs transformations (conversion), à la robustesse de nos plateformes informatiques et digitales, ainsi qu'à la proximité géographique de nos conseillers quel que soit le pays.

Notre **excellence relationnelle** est d'ailleurs confirmée par les récompenses que nous recevons : nous avons été élu Service Client de l'Année 8 fois dont 7 années consécutives. Et pour aller encore plus loin, nous avons une culture d'entreprise basée sur la symétrie des attentions. Nous nous sommes vu décerner le Label « Équipe heureuse, clients heureux », par



l'Académie du Service en 2021, suite à un audit réalisé auprès des clients, des collaborateurs et des dirigeants de l'entreprise.

Comment les pratiques de consommation évoluent-elles ? et quel a été l'accompagnement de Cofidis durant la crise ?

La crise liée au Covid n'a fait qu'accélérer une évolution des pratiques de consommation déjà visible auparavant.

Cette pandémie a engendré deux nouveaux points majeurs : concernant le digital, **l'explosion du e-commerce, couplé à une hausse du panier moyen en ligne** (selon l'étude FEVAD de Février 2021, le e-commerce représentait au premier trimestre 2021 14% de parts de marché).



« La crise liée au Covid n'a fait qu'accélérer une évolution des pratiques de consommation déjà visible auparavant. »

Ce que nous avons mis en place en 3 semaines seulement.

Quels sont les impacts et quelles évolutions à venir ?

Le marché du retail et du e-commerce connaît une véritable transformation, caractérisée par le commerce connecté.

Notre enjeu est de nous adapter à cette mutation, en proposant, grâce à notre **expertise digitale et omnicanale**, des solutions de paiement à nos partenaires afin d'accélérer leur business.

Dans le cadre du développement de l'économie de la fonctionnalité, où l'on ne paye plus le bien mais son usage, nous avons déployé cette année une solution de location longue durée qui est testée chez un premier partenaire, le Roi du Matelas. Dans ce domaine, nous avons aussi pour cible d'autres secteurs adaptés à ces nouveaux usages.

L'autre grande tendance que l'on voit arriver est celle de l'achat de **seconde main, marché en très fort développement**, qui devrait peser plus de 50 milliards d'euros dans deux ans et sur lequel Cofidis s'investit beaucoup tant en termes de réflexion produit que de parcours de souscription. Souscrire à un crédit en magasin, c'est une chose.

... / ...



Faciliter un achat entre particuliers - à crédit ou via des facilités de paiement - est sensiblement différent. Dans ce cadre, nous avons noué des alliances avec un certain nombre d'acteurs, dont la fintech Tripartie, qui sécurise les transactions entre particuliers.

Amazon Pay a choisi Cofidis pour intégrer, pour la première fois en France, le paiement en 4 fois par carte bancaire. Pouvez-vous nous expliquer pourquoi ?

Après l'intégration d'une première solution de crédit renouvelable privative en mai 2020, Cofidis

vient d'étendre à nouveau son partenariat et propose désormais le paiement fractionné aux utilisateurs d'Amazon Pay. Ces derniers peuvent régler leurs achats (à partir de 60 euros) en

4 fois par carte bancaire et de manière parfaitement sécurisée, sur de nombreux sites marchands, tels que Le Coq Sportif, Kiabi, Atlas for men et Willemse...

« Le paiement fractionné plébiscité par les Français »

- Panier moyen de paiement fractionné : 350€
- 3x ou 4X CB : un critère de choix déterminant pour ¼ des Français
- 64% auraient renoncé ou reporté leur achat si le paiement 3x ou 4x CB n'avait pas été proposé

#I COLLECT FOR
PROTÉGER MON TERRAIN DE JEU
Pauline Ado



INDIVIDUELLEMENT,
nous avons tous une raison d'agir.

COLLECTIVEMENT,
nous nous battons pour protéger l'Océan.

QUELLE EST LA VÔTRE ?
REJOIGNEZ LES INITIATIVES OCÉANES
INITIATIVESOCEANES.ORG #OCEANINITIATIVES #ICOLLECTFOR

