

<https://www.francetransactions.com/actus/news-finances/crowdsourcing-le-credit-agricole-ile-de-france-incite-ses-clients-a-confier.html>



# #Crowdsourcing : le Crédit Agricole Ile-de-France incite ses clients à confier leurs idées d'amélioration de services

Publication date: mardi 12 septembre 2017



- 0 Actualités - 2 Actualités financières -

---

Copyright © Guide épargne et placements pour 2021 - Tous droits réservés

---

Le Crédit Agricole d'Ile-de-France lance sa plateforme de crowdsourcing en partenariat avec la start-up Braineet dès le 12 septembre 2017. Sa vocation ?

Permettre aux clients de dialoguer avec leurs marques pour innover et identifier au mieux leurs attentes.

## **La banque régionale met ses clients au cœur de l'innovation**

Première banque à utiliser Braineet, « réseau social des idées » facilitant le dialogue entre les marques et les consommateurs, le Crédit Agricole d'Ile-de-France offre la possibilité à ses clients d'échanger, de partager et de donner leur avis sur l'offre commerciale de l'entreprise. Ce forum public en ligne permettra à la banque régionale de mieux comprendre les besoins des consommateurs et d'anticiper les nouveaux usages de la Banque.

## **Donner ses meilleures idées pour tenter de gagner un iPhone ?**

Pour inciter les clients à mettre à profit leur expérience et leur créativité au service de l'innovation, la Caisse Régionale lancera une série de 5 challenges. Le premier challenge « Quel service inédit vous offrir ? » consistera à échanger des idées de services innovants. Les 40 000 membres de la communauté Braineet et les clients du Crédit Agricole d'Ile-de-France auront alors la possibilité d'interagir entre eux, de commenter et de liker les meilleurs posts. Les meilleurs posts seront sélectionnés par la marque qui utilisera le nombre de likes comme indicateur. Pour ce premier challenge, le gagnant remportera un iPhone 8.

## **Comment ça marche ?**

Intuitive et simple d'utilisation, la plateforme Braineet permet aux consommateurs de poster leurs idées - aussi appelées « brainees » - en un rien de temps depuis le site web ou l'application mobile. A l'instar de Twitter, les publications doivent tenir en 140 caractères et commencer par la phrase « Et si », marque de fabrique de la jeune start-up. Les clients peuvent suivre leurs amis et s'abonner à des thèmes qui les passionnent pour enrichir les interactions avec les autres marques présentes.

A travers ce nouveau partenariat avec une startup parisienne, le Crédit Agricole d'Ile-de-France montre sa volonté d'innover et de soutenir l'innovation en collaborant avec les meilleurs acteurs de son territoire au service de ses clients Franciliens.