

# La Banque Populaire de l'Ouest dynamise sa stratégie géomarketing

Sous l'impulsion d'une nouvelle direction, la Banque Populaire de l'Ouest a choisi de s'équiper des outils de géomarketing de GEOCONCEPT afin de redéfinir les secteurs de ses agences et valoriser ses études d'implantation grâce à des rapports cartographiques locaux.

**BANQUE POPULAIRE  
DE L'OUEST**  
BANQUE & ASSURANCE



## Le challenge de la Banque Populaire de l'Ouest : mettre le géomarketing à la portée des directeurs d'agences

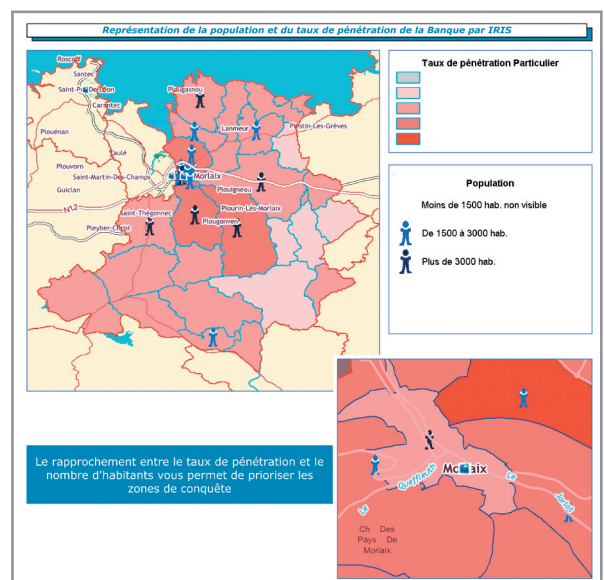
Depuis plus de 20 ans, la Banque Populaire de l'Ouest (BPO) utilise des outils de géomarketing pour réaliser ses études d'implantation et optimiser la sectorisation commerciale de ses 140 agences.

En 2012, une nouvelle équipe dirigeante est mise en place et décide de mener une réflexion autour de l'usage du géomarketing et fixe trois objectifs :

- impliquer chaque directeur d'agence en lui fournissant des rapports cartographiques locaux décrivant ses secteurs, au profit d'une prospection ciblée,
- donner une dimension géographique aux nouveaux projets,
- poursuivre les études d'implantation en analysant les zones à fort potentiel et les comportements des clients.

La BPO lance alors une étude de marché pour sélectionner un nouveau prestataire, qui devait proposer une solution optimale pour la création de rapports géomarketing simples et visuels.

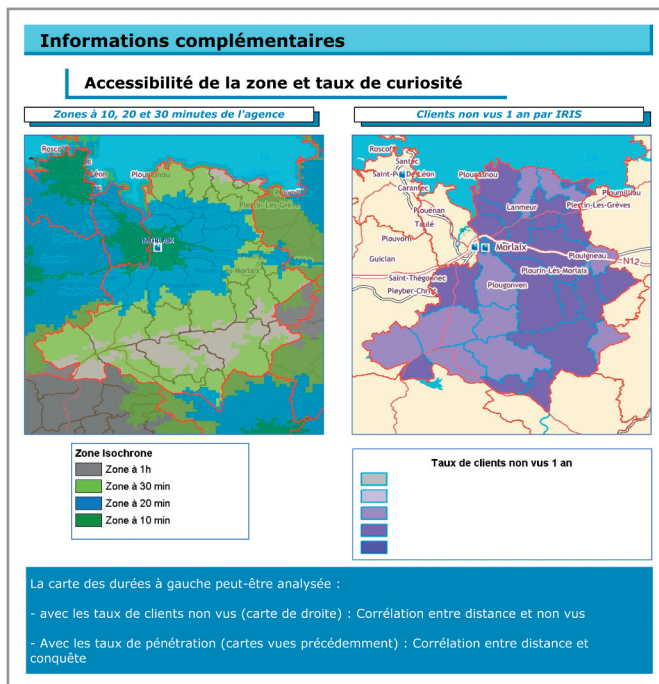
Ces rapports, incluant des analyses sectorielles, devaient être fournis par le département géomarketing aux 140 directeurs d'agences, afin de leur permettre d'acquérir une meilleure connaissance de leur territoire et de prioriser les zones d'action.



### A propos de la Banque Populaire de l'Ouest

- Banque régionale sur 7 départements
- 140 agences bancaires
- Réparties en 9 groupes
- 360 000 clients
- 20 ans d'expérience en géomarketing

## La réponse adaptée: Geoconcept Sales & Marketing



### Le mot d'ordre pour la BPO : simplicité !

« Le résultat va bien au-delà de nos espérances. La solution de GEOCONCEPT nous a permis de simplifier considérablement les données géomarketing de notre réseau en les rendant ultra lisibles et pertinentes pour les décideurs locaux », explique Damien Rouland, Chargé d'Etudes géomarketing à la Banque Populaire de l'Ouest.

Grâce au module de reporting qui propose notamment un système de bandeau judicieux pour une mise en forme optimale, la lecture et l'accès aux informations sont facilités. A noter que des options de personnalisation sont également disponibles au sein de l'outil en fonction des requêtes et des problématiques abordées.

Grâce à la standardisation des rapports, chaque directeur d'agence peut comparer ses résultats avec ceux du groupe et ainsi acquérir une très bonne visibilité sur ses performances et son potentiel. Il dispose désormais de tous les outils pour maîtriser son propre développement commercial et prioriser ses zones d'action.

La solution *Geoconcept Sales & Marketing* a été retenue pour ce projet, notamment pour ses performances et sa simplicité d'utilisation qui rend l'outil très intuitif.

Suite à un import des données du système informatique et à un géocodage des clients, la solution a été rapidement implémentée. Elle permet aujourd'hui au département géomarketing de la BPO de générer une sectorisation pour chaque agence qui dispose de son propre territoire. Des études sur le potentiel et les performances commerciales sont ainsi réalisées, en comparant notamment les analyses entre les différents territoires.

En outre, la solution intègre un module de reporting permettant la génération automatique de rapports en PDF.

Grâce à ce module, les 140 agences travaillent à partir d'un même modèle de rapport offrant la possibilité de travailler à différentes échelles et d'associer du texte à des graphiques, des tableaux ou encore des cartes pour une lisibilité optimale.

En parallèle de ce projet de rapports locaux et en complément des études de fond menées de manière récurrente, la BPO travaille sur d'autres chantiers géomarketing avec GEOCONCEPT, comme par exemple la définition de zones de prospection pour certains conseillers mobiles dédiés à la clientèle professionnelle.

