



HSBC

LES
SINCH
AWARDS

« HSBC est l'un des premiers groupes de services bancaires et financiers au monde. Nous sommes au service d'environ 40 millions de clients à travers nos activités mondiales : Wealth and Personal Banking, Commercial Banking, et Global Banking and Markets. Notre réseau couvre 63 pays et territoires en Europe, en Asie, au Moyen-Orient et en Afrique, en Amérique du Nord et en Amérique latine.

Notre marque a toujours été perçue comme étant accessible aux plus aisés alors que nous offrons des solutions à tous types de portefeuille. L'enjeu d'éducation et de sensibilisation est plus que d'actualité. »

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Banque & Gestion de patrimoine

CHARGÉ DE PROJET

Sabrina GIRY FERNANDEZ

Head of CRM & Customer
Development

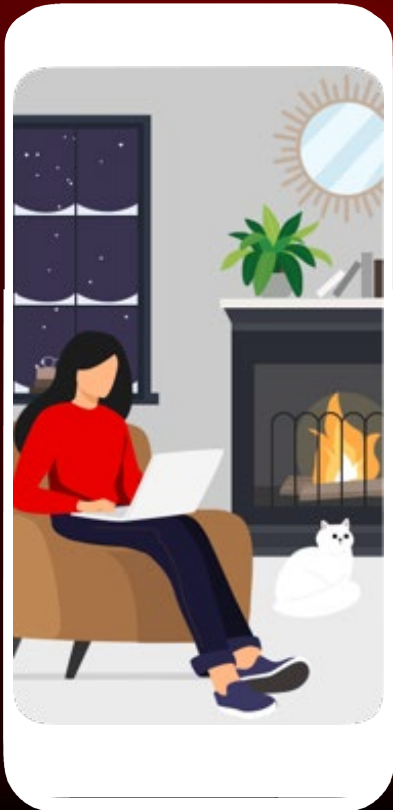




HSBC

Comment renforcer notre image de banque patrimoniale auprès de nos clients ?

LES
SINCH
AWARDS



Vidéo
personnalisée
par SMS

X 1,6
De retour sur
investissement

+ 23%
De revenu
incrémental

CONTEXTE

Le début d'année est un temps fort propice pour les banques. La prise de bonnes résolutions incite généralement les individus à optimiser leurs investissements. C'est un temps fort important pour que HSBC se positionne comme partenaire idéal pour accompagner leurs clients dans leur prise de décision.

SOLUTION

Les équipes Sinch ont proposé d'utiliser le SMS comme canal d'approche pour plus d'instantanéité et de retour client couplé à une vidéo personnalisée pour favoriser la compréhension de l'offre d'accompagnement, mais aussi pour véhiculer une expertise sans faille. En effet, la vidéo personnalisée mettait en lumière les différents types d'accompagnement d'HSBC sur les produits d'investissements, ainsi que la mise à disposition d'un conseiller expert. Afin de personnaliser au mieux le contexte, le prénom, le sexe, les animations étaient personnalisées. Cela permettait à l'utilisateur de se projeter dans ses projets d'investissement au mieux.

Sur les 46 000 Clients, 8% ont cliqué sur le lien du SMS, ce qui a permis de réaliser des ventes générant un ROI positif de x1.6 sur nos produits d'investissements. Nous avons aussi mis en place une population témoin qui ne recevait de vidéo personnalisée, ce qui a permis de mettre en lumière que la vidéo personnalisée a générée un increment de 23% de revenus supplémentaires.



HSBC

LES
SINCH
AWARDS

Vision

« La vidéo personnalisée a clairement apporté une valeur supplémentaire à HSBC, non seulement en termes business mais aussi en termes de Branding et de qualité de service.

Ces résultats ont été le déclic sur l'intérêt de la personnalisation. Après, deux scénarios à succès avec l'intégration d'une vidéo personnalisée, nous souhaiterions industrialiser ce nouveau format désormais et l'intégrer dans des canaux encore plus de proximité, comme Whatsapp par exemple. »

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Banque & Gestion de Patrimoine

CHARGÉ DE PROJET

Sabrina GIRY FERNANDEZ

Head of CRM & Customer
Development

