



HAL
open science

Cofidis : veille de la concurrence et des marchés : mise en place d'une veille concurrentielle et stratégique sur le média Internet

Charlotte Bruge

► To cite this version:

Charlotte Bruge. Cofidis : veille de la concurrence et des marchés : mise en place d'une veille concurrentielle et stratégique sur le média Internet. Sciences de l'information et de la communication. 2002. dumas-01556340

HAL Id: dumas-01556340

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01556340>

Submitted on 10 Nov 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

BRUGE CHARLOTTE

MAITRISE SID

UFR IDIST

COFIDIS : VEILLE DE LA CONCURRENCE ET DES MARCHES :
Mise en place d'une veille concurrentielle et stratégique sur le média Internet

Responsable professionnel : Céline MOTTE

Responsable pédagogique : Marie DESPRES-LONNET

Année scolaire 2001/2002 .

Stage effectué de janvier à juin 2002.



REMERCIEMENTS	4
INTRODUCTION.....	5
A. PRÉSENTATION DE COFIDIS	6
1. COFIDIS :	6
2. LES PRODUITS :	7
- <i>Quelques explications concernant le crédit</i> :	7
- <i>Les produits Cofidis</i> :	7
3. ORGANISATION INTERNE.....	10
a. <i>organigramme</i> :	10
b. <i>le service « produits et services »</i> :	10
c. <i>le service concurrence</i> :	11
La mission du chargé de la veille des marchés et de la concurrence :	11
Ma lettre de mission de stagiaire en veille des marchés et de la concurrence sur le media Internet.....	12
B. LA MISE EN PLACE DE LA VEILLE CONCURRENTIELLE	13
1. LA VEILLE CONCURRENTIELLE : PRINCIPES GÉNÉRAUX	13
a. <i>Définition</i> :	13
b. <i>Les différents types de veille</i> :	13
La veille technologique	14
La veille économique aussi appelée veille commerciale, concurrentielle ou environnementale	14
La veille stratégique	14
c. <i>Méthodologie de veille</i> :	15
d. <i>Mise en place de la liste des sources d'information utilisées</i>	17
2. MISE EN PLACE DE LA VEILLE CONCURRENTIELLE SUR LE MEDIA INTERNET :	19
a. <i>La liste des concurrents sur lesquels porte la veille</i> :	19
b. <i>Un premier rapport d'étonnement concernant ces concurrents directs</i> :	21
Contacts	22
c. <i>La mise en place des observatoires de la concurrence</i> :	23
- Historique et évolution des sites concurrents :	23
- les partenariats :	24
- La publicité:	26
a. L'achat de mots-clés.....	26
b. Les bandeaux publicitaires	27
- l'e-mailing :	27
o Principes :	27
o Les notions de « permission » importantes :	28
o Mise en place de la veille sur le-mailing :	28
3. LA DIFFUSION DE L'INFORMATION :	29
C. VERS UNE VEILLE STRATÉGIQUE	30
1. DÉFINITION :	30
2. LA MÉTHODOLOGIE DE VEILLE STRATÉGIQUE	31
- <i>Synthèse d'une étude</i>	31
Notion de signal faible	31

<u>Les différentes étapes :</u>	31
- <u>Applications à Cofidis</u>	33
3. <u>ENJEU CAPITAL POUR L'ENTREPRISE</u>	34
- <u>Plan à 5 ans :</u>	34
- <u>Nécessité de s'ajuster au marché :</u>	34
- <u>Exemple d'étude du marché avant une éventuelle offre :</u>	35
<u>CONCLUSION</u>	36

Remerciements

Je tenais à remercier Céline MOTTE, chef de service « Produits et services », Nadia HAMIDOU et Anne-Charlotte KUSBERG, chargées de la veille des marchés et de la concurrence pour le temps qu'elles ont concédé à me former sur les spécificités du marché ainsi que pour leurs conseils méthodologiques.

Introduction

Dans un premier temps, ma mission a consisté à me former sur les spécificités de Cofidis et de ses produits financiers. J'ai donc étudié le site Internet en détails, analysé les communications en presse...

Puis je me suis consacrée à l'étude des caractéristiques des organismes financiers en général ainsi que sur le vocabulaire spécifique aux produits mais aussi au marketing direct. Après cette première phase de formation et de mise à niveau en ce qui concerne le marketing direct et son application au secteur particulier des organismes financiers, j'ai pu m'intéresser à la veille de la concurrence et des marchés d'un point de vue informationnel.

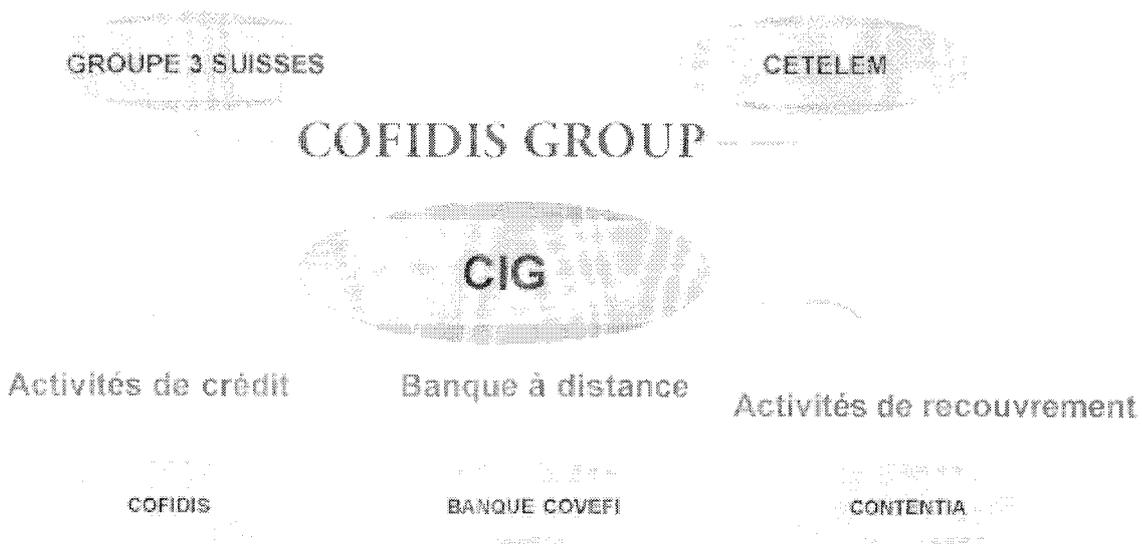
Une cellule de veille de la concurrence et des marchés fonctionne bien au sein de Cofidis mais il s'avérait que le media Internet n'était pas couvert par cette veille. Il s'agissait donc pour moi, d'analyser le fonctionnement de cette cellule dans son fonctionnement global pour reprendre certains mécanismes de base essentiels pour la création d'une veille, mais également de comprendre les spécificités d'une veille sur Internet par rapport à une veille de type « presse » ou « TV » afin de modifier certaines procédures.

A. Présentation de Cofidis

1.cofidis :

COFIDIS est une filiale de deux groupes français importants : Les 3 Suisses et le CETELEM et a été créé en 1982 afin de :

- doter les sociétés du groupe 3 Suisses d'un instrument de crédit efficace.
- Satisfaire une importante attente de la clientèle désireuse de faciliter ses achats.



2.les produits :

- Quelques explications concernant le crédit :

➤ Un prêt se caractérise par 4 données principales :

La somme empruntée , que l'on appelle le capital	Le taux de crédit , c'est-à-dire le pourcentage permettant de calculer les intérêts à payer	La durée du crédit : plus il est long, plus le montant des intérêts est élevé	La charge de remboursement qui, selon la périodicité, sera une mensualité, une trimestrialité ou une annuité
---	--	--	---

➤ Les différents crédits :

- Crédits affectés : Les prêts dits affectés sont accordés en vue de l'achat d'un bien (crédit voiture par exemple) ou d'une prestation déterminée.

- Prêts personnels : Vous utilisez les sommes prêtées comme vous le souhaitez, et elles ne sont pas affectées à un usage particulier.

- Crédits permanents : C'est une réserve de crédit d'une durée d'un an renouvelable que vous utilisez quand et comme vous voulez et qui se reconstitue au fur et à mesure des remboursements

- Les produits Cofidis :

Cofidis propose des produits diversifiés qui facilitent le financement d'achats dans différents catalogues, magasins ou qui répondent à un besoin de trésorerie.

• Les cartes distributeurs :

- **La Carte 4 Etoiles**, créée en 1982, permet aux clients d'échelonner le règlement de leurs achats effectués dans les différents catalogues du groupe 3 Suisses : Septentrion, Le Club des créateurs de beauté, Excédence , Vitrine magique...

- **La carte Héline**, créée en 1993 est la carte de paiement du catalogue du même nom. Son fonctionnement est identique à celui de la carte 4 Etoiles.
- **La carte Ténor**, créée en 1992, est à l'origine réservée pour le financement des achats sur le catalogue Blanche Porte. En 1995, COFIDIS souhaite innover et fait de la carte Ténor une "carte " multi-vépiciste ". Cette carte permet alors à ses détenteurs d'avoir accès à plusieurs spécialistes de vente à distance aux activités variées : JouéClub Express, Decerny, M6 Boutique, Livosges, Sedao, La Table Ronde, GT21, Condrac Electronic, Matin Vert, A Vos Marques, Yves Poiroy.
- En 1995 également, en partenariat avec CETELEM, **la carte COFIDIS Aurore** est proposée aux clients. Elle est un moyen de paiement dans tous les magasins et enseignes affiliés au réseau Aurore en France (+ de 120 000).

- Les prêts non affectés

Ces produits ont été créés afin de répondre aux besoins de trésorerie des clients, rapidement, discrètement, en toute simplicité.

- **La formule LIBRAVOU** voit le jour en 1986. Elle permet au client de disposer d'une réserve d'argent qui se reconstitue au fur et à mesure de ses remboursements. Les titulaires y puisent à leur gré en fonction de leurs besoins. Grâce aux moyens modernes de commercialisation (marketing direct), la formule Libravou devient très vite le produit " Phare " de COFIDIS qui a été distingué par l'obtention du label " qualité crédit ", gage d'une qualité de services pour la clientèle.

- En 1997, COFIDIS propose le “ **Prêt à Modeler** ”. Ce **crédit amortissable** permet de répondre à un besoin de trésorerie sans avoir recours au crédit renouvelable. Il s’adresse aux clients soucieux de financer un projet, sur une durée précise et avec une mensualité attribuée, sans avoir à justifier de son affectation. En 2000, le petit prêt COFIDIS a été créé suivant le même principe.

- Les prêts spécifiques

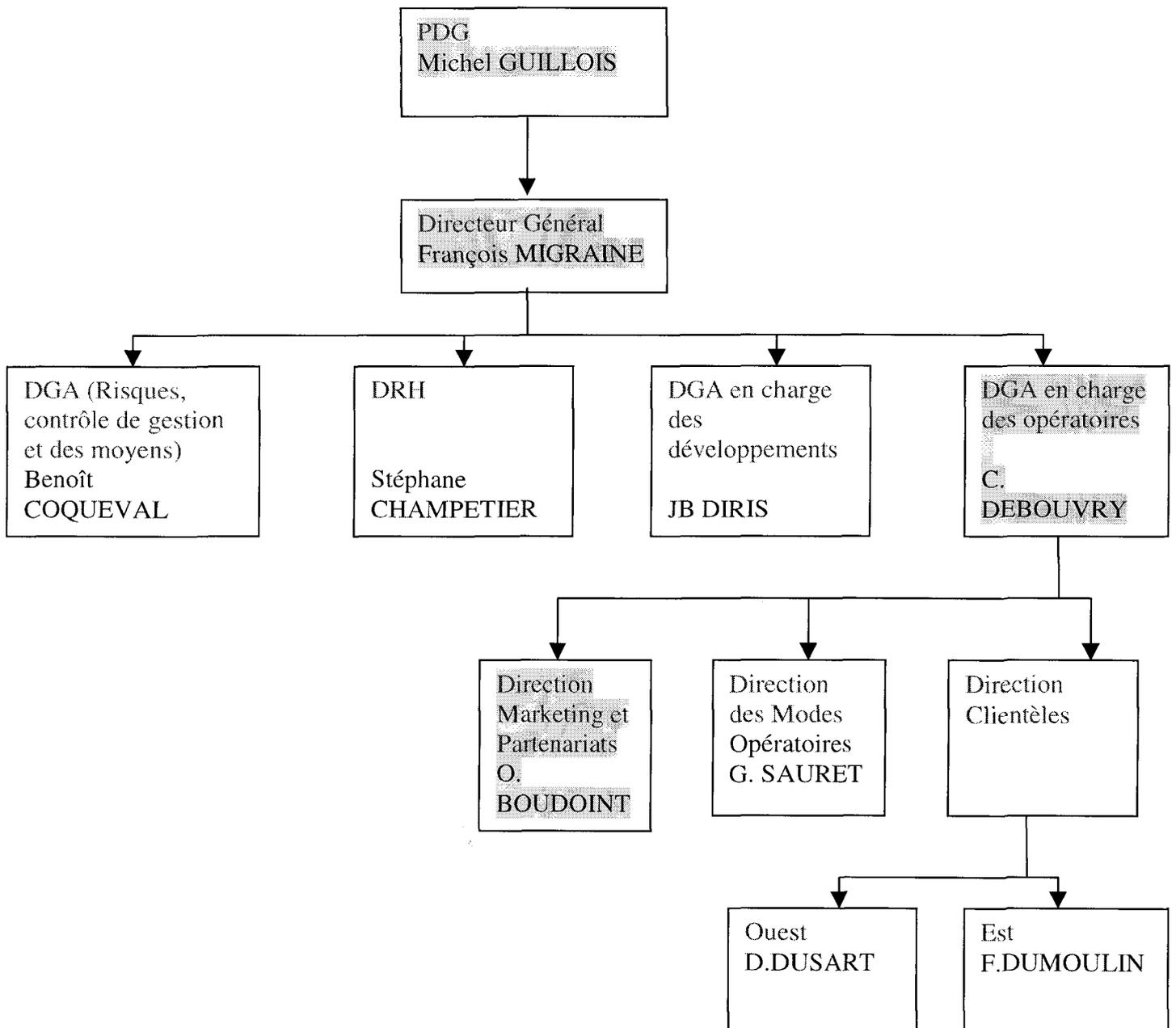
Afin de mieux répondre aux attentes de ses clients, COFIDIS a aussi conçu des crédits amortissables affectés, destinés au financement d’achats plus importants : réalisation de travaux, achats de voiture...

Ces crédits sont commercialisés sous les noms de : **Crédit Personnalisé COFIDIS**, Prêt Avance Auto et Prêt Avance.

En partenariat avec EDF et AIRWELL, COFIDIS a créé les comptes “ Projelec ” et “ Coficlim ”, proposés dans le cadre de l’amélioration de l’habitat.

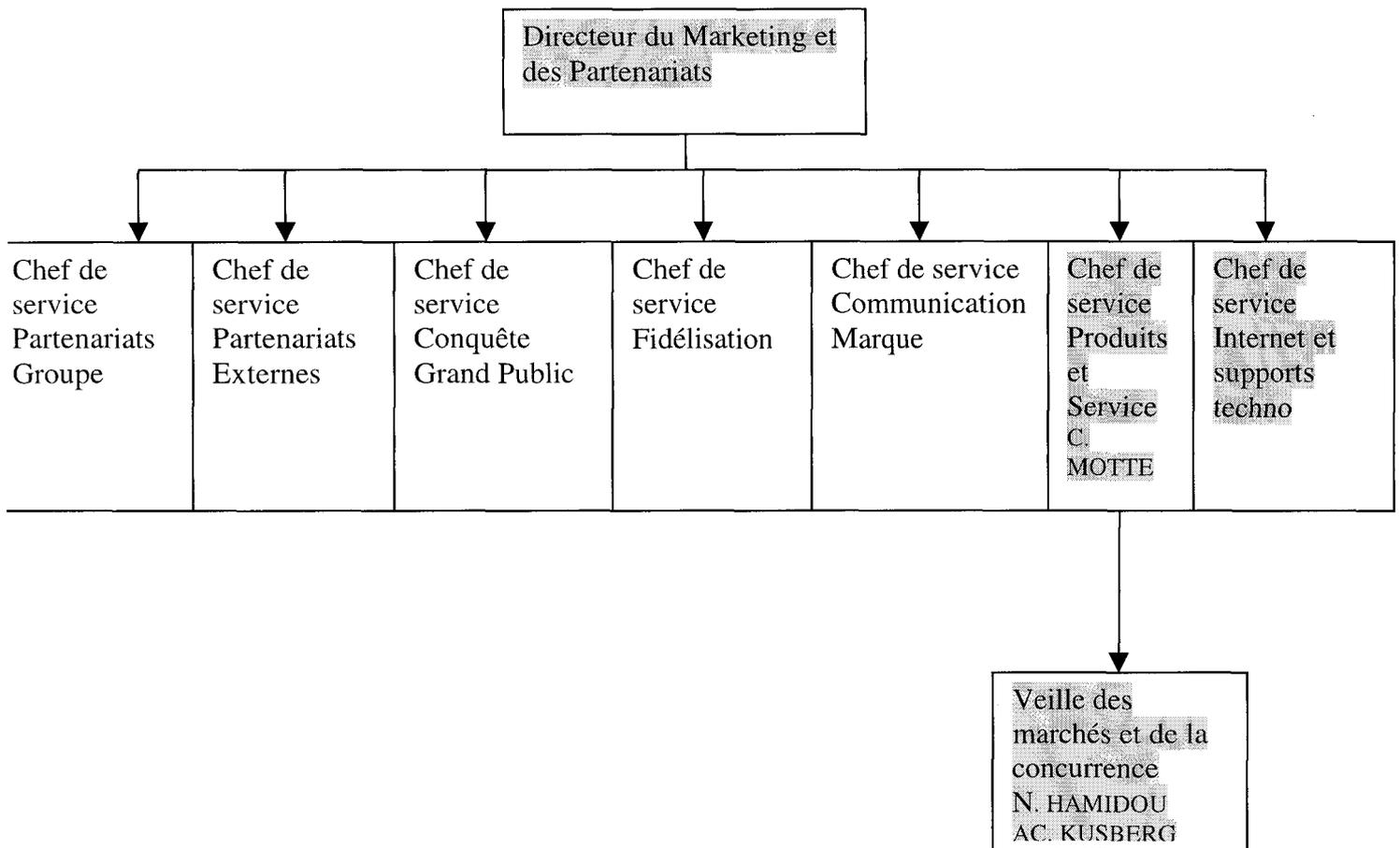
3. organisation interne

a. organigramme :



b. le service « produits et services » :

Le service Concurrence se situe au sein de la direction « Marketing et Partenariat », dans le service « Produits et services ».



c. le service concurrence :

Il est composé de deux chargés de veille : Nadia HAMIDOU et Anne-Charlotte KUSBERG et de moi-même pendant la durée de mon stage.

La mission du chargé de la veille des marchés et de la concurrence :

Sous la responsabilité du chef de Service Produits et Services et dans la cadre des objectifs du plan à 5 ans, le chargé de la Veille des Marchés et de la Concurrence contribue à observer l'environnement concurrentiel de Cofidis et de ses marchés potentiels.

Il garantit la veille du secteur du crédit à la consommation.

Pour cela :

- il observe et traite l'information relative à l'environnement concurrentiel de Cofidis : sociétés financières en priorité mais aussi banques et grands distributeurs,
- il surveille et étudie dans le détail l'offre produit (crédit, assurance crédit, services associés), la cible, la communication, les promotions, les plans de campagne (acquisition, fidélisation, animation)
- il organise et met en œuvre le recueil de l'information (au sein de l'entreprise et auprès des bases de données extérieures) et assure l'animation du domaine au sein de l'entreprise
- il met à jour quotidiennement les piges presse, TV, marketing direct...
- il effectue des études plus pointues ponctuelles sur les stratégies commerciales des sociétés concurrentes ou autres
- il réalise les bilans semestriels et annuels.

Il garantit une réponse rapide aux besoins précis et ponctuels des différents acteurs de l'entreprise

Il garantit la diffusion de l'information à l'ensemble de l'entreprise

Il garantit le suivi et l'accès aux informations recueillies et traitées, sur le long terme.

Il participe à la veille stratégique du secteur finances (banque, assurance, carte de paiement...) et des nouvelles technologies (monétique, téléphonie, Internet...)

Ma lettre de mission de stagiaire en veille des marchés et de la concurrence sur le media Internet.

- Il s'agit de veiller les sites concurrents :

sur le plan du contenu informatif, de la présentation, de la communication, des fonctionnalités... Pour cela il convient de créer un « point 0 » des sites concurrents pour garder un historique des évolutions.

à développer

- veiller sur ce qui engendre la génération de trafic :

1. Les partenariats :

- Quels sont les partenaires et affiliés des concurrents

- Observer les rubriques partenaires des sites, regarder s'ils proposent des liens vers leurs sites réciproques.

2. Référencement :

Quelle est la stratégie des concurrents en matière d' « achats de mots-clés » ?

Il s'agit avant tout de mettre en place une veille qui soit pérenne en établissant une méthodologie de veille ainsi que des observatoires de la concurrence qui puissent être mis à jour.

Une méthodologie de veille stratégique doit aussi être élaborée.

B. la mise en place de la veille concurrentielle

1. La veille concurrentielle : principes généraux

a. Définition :

|| La veille concurrentielle consiste en l'analyse des données factuelles opportunes sur lesquelles la direction peut fonder ses décisions et ses stratégies. Elles sont obtenues par l'analyse de l'industrie et impliquent la connaissance de tous les acteurs du secteur; par l'analyse de la concurrence, c'est-à-dire de ses forces et de ses faiblesses. Elles nous renseignent aussi sur la compétitivité de l'entreprise. Il s'agit de comprendre le milieu compétitif, de pouvoir anticiper les intentions des concurrents et des clients, les actions des gouvernements et ainsi de suite.

b. Les différents types de veille :

Il existe trois types de veille, même si, dans la pratique, les frontières ne sont pas nettes.

La veille technologique

Il s'agit d'une veille à court terme : 6 mois ?

Elle répond aux questions suivantes : qui fait quoi, où, comment, et avec quelles normes ?

- Étude des acquis scientifiques et techniques, des performances des produits et des services
- Lecture de survol de l'inventaire général à la recherche de tendances
- Écoute anticipatrice des signaux annonciateurs de l'évolution technique (résultats des recherches fondamentales)
- Définition de l'innovation (recherches appliquées)

La veille économique aussi appelée veille commerciale, concurrentielle ou environnementale

Il s'agit d'une veille à moyen terme : 18 mois ?

Elle est plus restreinte que la précédente, mais en revanche plus spécialisée quant aux réponses recherchées: que fait la concurrence ? Elle cherche à réduire le niveau d'incertitude commerciale.

- Recherche des nouveaux produits et des marchés émergents dans des secteurs économiques précis
- Analyse de la stratégie de la concurrence : les clientèles, les fournisseurs, les avantages compétitifs, les occasions.
- Réflexion sur les besoins du consommateur, en particulier sur ses résistances socioculturelles

La veille stratégique

(Source : <http://www.mmedium.com/veille/veille/type.html>)

C'est une veille à long terme : 2 ou 3 ans

Elle répond aux questions : quelle décision doit-on prendre concernant tel axe de

développement, quels sont les marchés qui s'ouvrent et, en particulier, quels sont les secteurs prometteurs ?

- Analyse de la conjoncture et de l'environnement politique : impact de la mondialisation
- Établissement du calendrier des investissements et d'un plan de société
- Gestion de la planification

c.Méthodologie de veille :

Différentes étapes sont constitutives d'une méthodologie de veille. Il s'agit de :

1. Définir ce sur quoi on veille : déterminer les concurrents, observer les modifications de leurs sites, de leurs produits, de leurs communications...



2. Collecter l'information : La recherche d'informations peut s'effectuer sur de nombreux supports : Internet, livres, revues, magazines, journaux, travaux de recherche, thèses...

Devant la multiplicité des informations, il faut cependant veiller à ne pas se disperser mais à sélectionner ses sources en fonction des thématiques recherchées.

Il est possible de différencier les informations en 3 catégories :

1. l'information blanche : publique et accessible.
2. l'information grise : qui peut être trouvée de manière indirecte
3. l'information noire, qui relève plus de l'espionnage industriel.

3. Traiter l'information : l'analyser, lui donner une valeur ajoutée, créer des observatoires. Il s'agit de les mettre à jour périodiquement

afin qu'ils restent pertinents mais qu'ils permettent de conserver les données antérieures.

Il faut expliciter les simples observations en données formelles exploitables, souligner les grands changements, les comparer avec sa propre stratégie.

4. Diffuser l'information :

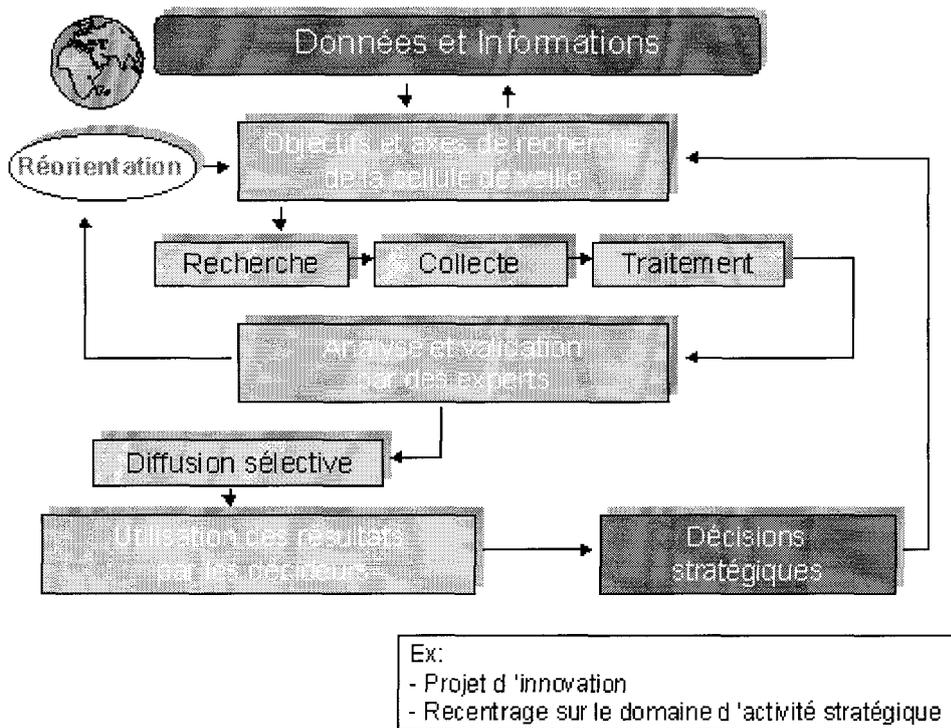
Deux modèles ont été retenus :

- le mail pour les informations urgentes et qui suscitent la réactivité.
- La synthèse tous les 15 jours rappelant les principaux changements.

5. Faire le point avec les personnes concernées par cette veille : les informations sont-elles suffisamment claires, complètes...

6. Assurer la pérennité de cette veille : c'est à dire la réorienter en fonction des attentes et des nouveaux besoins, s'assurer que les informations collectées soient bien stockées et classées de manière intelligible par quiconque.

Voici un schéma récapitulatif de la veille qui nous amènera à la veille stratégique (3ème Partie).



d. Mise en place de la liste des sources d'information utilisées

Cette sélection des sources d'information est une étape très importante.

Il s'agit de sélectionner des sources couvrant différents domaines, de façon à recevoir les informations régulièrement sans pour autant en être submergé.

- Des informations sur l'e-business en général

- www.journaldunet.com :

- on y trouve l'actualité quotidienne,
- les chiffres clés,
- des dossiers,
- Des sélections de sites,
- Des interviews des acteurs du commerce électronique
- Il est gratuit

- www.atelier.fr :

- news quotidiennes de l'Atelier de veille technologique de la BNP-Paribas.
- Possibilité de s'inscrire à la revue de presse de Christine Weissrock :
www.atelier.fr/mailling.html
- Gratuit

- www.net2one.fr

- Possibilité de recevoir gratuitement des informations personnalisées par thèmes choisis sur 250 sources disponibles.
- J'ai choisi les mots-clés « crédit », « sms », « internet »
- Le mot-clé « sms » me permet de veiller sur ce nouveau moyen de communication qui commence à être de plus en plus utilisé en marketing direct, certaines informations sont très utiles dans le cadre de la veille stratégique.

- www.lesinfos.com

- synthèse de l'actualité du hightech et de l'internet.
- gratuit

- www.linternaute.com

- Actualités sur Internet en particulier et ses usages.

- Des sources plus spécifiques au crédit :

- www.lecredit.com

- Toute l'actualité du crédit sur Internet, les nouveautés
- Possibilité de s'inscrire à la lettre d'information.

- www.testepourvous.com

- Actualités, ce site permet de comparer les différents produits du marché (dont les cartes de crédit, l'assurance...)
- Permet de calculer le montant de crédit (simulation)
- Il est composé de dossiers intéressants sur différents thèmes dont les différents organismes de financement.

- Des sources plus spécifiques au marketing :

- AbcNetmarketing.com

- Revue de presse du commerce et marketing électroniques
 - veille marketing ou grandes évolutions de l'économie digitale.

- Dmnews.net

- L'actualité de l'action marketing et de la relation client

- Un site spécialisé dans la vente à distance :

- www.fevad.com

Site de la Fédération des entreprises de vente à distance.

- Ainsi que les informations présentes sur les sites des courtiers et concurrents.

2. Mise en place de la veille concurrentielle sur le media Internet :

a. La liste des concurrents sur lesquels porte la veille :

Cette liste a été établie en fonction des résultats de requêtes effectuées sur différents moteurs de recherche avec des mots-clés comme « crédit », « crédit à la consommation », « prêt ».

Cette première liste a ensuite été recoupée par celle déjà constituée pour la veille « presse et radio, tv ».

N'ont été retenus que les concurrents directs de Cofidis, c'est à dire les organismes de crédit à la consommation et non les banques, leurs stratégies étant trop différentes pour intéresser la veille concurrentielle.

Les courtiers feront l'objet d'une étude plus suivie pour ce qui est de l'e-mailing mais une veille concurrentielle et donc un observatoire les concernant ne serait pas pertinent puisque les enjeux sont différents.

Les concurrents directs :

Cetelem

Cofinoga

Covefi

Sofinco

Mediatis

Finaref

Barclaycard

123credit.com

carrefourfinances.com

GE CAPITAL BANK

Les courtiers :

Credit-on-line

credilic

Meilleurtaux

Selectaux

Votreprêt

Panoranet

Pretweb

unifinance

Discountis.com

- b. Un premier rapport d'étonnement concernant ces concurrents directs :

Différents critères ont été retenus pour comparer ces sites.

Dans un premier temps, j'ai analysé toutes les fonctionnalités qui pouvaient être proposées sur ces différents sites.

Puis j'ai réfléchi sur les fonctionnalités que l'internaute était susceptible d'attendre d'un site de crédit à la consommation, en me mettant en situation de cliente potentielle.

Je me suis aidée, pour recouper et compléter mes critères, d'enquêtes « questionnaires de satisfaction » entreprises par certains concurrents durant la période de mon stage.

Il a été retenu pour un premier rapport d'étonnement concernant les concurrents :

Analyse du contenu institutionnel : sur un site particulier en .com ou sur le site commercial.

Accès direct au contenu

Présentation du groupe

Rapport annuel

Chiffres clés

Déclinaison de la gamme

Moteur de recherche interne

Ressources Humaines

Communiqué de presse

Baromètre de la consommation européenne

langue

Pour le contenu plus commercial :

Fonctionnalités CREDIT :

Demande de crédit en ligne

Préacceptation en ligne

Calcul des mensualités

Impression en ligne du contrat
Gestion de compte client
Consultation de comptes
Demande de financement en ligne

Services annexes:

FAQ
Proposition de newsletter
Proposition de voyages
Proposition de cartes postales
quizz
Jeux
Proposition de Fonds d'écrans
Achats sur le site

Contenu informationnel crédit:

Conseils gestion de budget
Questionnaire de satisfaction ponctuellement
Explication des différents crédits
Glossaire

Contacts

Mail
Courrier
Téléphone

Autres fonctionnalités pratiques présentes sur le site :

Plan de site
Bouton Retour vers page d'accueil
Moteur de recherche interne

Ressources humaines

Partenaires du groupe

Ce rapport d'étonnement réalisé en tout début du stage a permis d'établir un premier bilan de ce que proposaient ou non les concurrents et de comparer ces fonctionnalités au site de Cofidis.

Ce rapport est joint en annexe 1.

Certaines propositions à l'issue de cette observation ont été faites sur des fonctionnalités basiques à mettre en place sur le site de Cofidis.

- c. La mise en place des observatoires de la concurrence :

- Historique et évolution des sites concurrents :

Selon PATEYRON Emmanuel dans *La veille Stratégique*, il est intéressant de suivre ses concurrents sur le long terme, car des recherches ponctuelles n'en donnent qu'une vision tronquée.

C'est pourquoi, pour chaque acteur déjà remarqué et sélectionné pour la veille, un observatoire de son site internet est réalisé. Il s'agit de pouvoir conserver un historique des politiques menées pour l'évolution du site web de chaque concurrent. Chaque modification peut être intéressante pour repérer les choix stratégiques des concurrents : fréquence des changements, récurrence d'une stratégie, d'une promotion, d'une charte graphique adaptée aux saisonnalités....

Dès cette observation, il est assez aisé d'identifier :

- les sites des concurrents qui jouent plus sur l'aspect bancaire comme Barclaycards, avec des couleurs très sobres ou

- des sites plus orientés vers le « marketing direct » comme Finaref ou Sofinco ou
- des sites qui jouent sur leur particularité comme 123credit.com qui axe sa communication sur la spécificité du support Internet.

Chaque changement peut dévoiler une réorientation stratégique, le site de Finaref par exemple, complètement retransformé en avril 2002 s'est réorienté vers une politique multi-services beaucoup plus visible, en communiquant sur des services annexes comme la prévoyance.

Annexe 2 : Historique des sites concurrents

- les partenariats :

De plus en plus se développent sur Internet des partenariats entre différents sites, qu'ils fassent partie du même groupe, du même secteur ou qu'ils développent un service complètement différent. Cette pratique permet de doper la fréquentation du site en question.

Notions de partenaires et affiliés :

En effet, les affiliés ne sont pas toujours des partenaires au sens premier où on l'entendait. Pour l'affiliation, il suffit que l'affilié propose sur son site un lien vers l'affilieur. Dans notre situation, il n'est pas nécessaire de préciser si le concurrent observé est affilié ou partenaire du site rencontré (cette différence est d'ailleurs dans certains cas difficile à établir). Nous parlerons donc toujours de partenariat au sens large du terme.

Un programme d'affiliation se décompose en deux parties :

La première où l'affilieur est un site à l'origine du programme.

La seconde est composée de sites partenaires ayant adhéré au-dit programme.

En échange de la présence de l'affilieur sur le site de l'affilié, l'affilieur rémunère ce dernier en fonction d'un résultat prédéterminé, les résultats les plus souvent recherchés par des programmes d'affiliations sont :

- le trafic
- l'adhésion ou l'acquisition de profils
- la commission sur le chiffre d'affaire généré.

Un programme d'affiliation doit permettre de :

- créer de la visibilité pour un site, une marque ou un produit
- générer des ventes
- acquérir de nouveaux membres, visiteurs ou clients.

Selon une newsletter connue dans le monde du marketing (*La lettre du marketing*), l'affiliation est la stratégie marketing la plus efficace pour atteindre ses objectifs d'audience. Elle devrait représenter selon l'institut d'étude Jupiter, plus de 54 % des sources d'achat en ligne en 2004.

L'intérêt est plutôt porté sur la liste des partenaires établie par nos concurrents, l'importance de celle-ci, le choix des enseignes, la façon de communiquer ce partenariat mais aussi la réciprocité du partenariat. Il est en effet intéressant d'observer si le site partenaire établit lui aussi un lien vers le concurrent et donc d'analyser la réciprocité de l'échange.

J'ai donc mis en place un observatoire des partenariats des concurrents en observant dans quelle mesure cet accord était exploité.

En effet, un acteur comme Cofinoga multiplie les liens vers des sites partenaires mais ceux-ci ne sont pas toujours réciproques, puisque sur certains de ces sites partenaires, aucun lien vers Cofinoga ni même la mention du site n'est présente.

Cet observatoire est mis à jour dès qu'un nouveau partenariat est révélé. (Annexe 3)

- La publicité:

a. L'achat de mots-clés

Altavista, Google, Nomade, Lycos, Tiscali...les principaux moteurs de recherche et annuaires du web affichent systématiquement, en tête des pages de résultats de requêtes, une sélection de liens « sponsorisés » qui pointent vers des sites commerciaux en corrélation avec la demande de l'internaute. Une situation qui révèle une pratique de plus en plus prisée par les annonceurs : l'achat de mots-clés en rapport avec leur marque ou leur produits. A l'inverse des bannières de publicité *_support de publicité le plus répandu à l'heure actuelle sur le web, mais la tendance évolue vers un changement_* ces liens sponsorisés ne sont pas facturés au coût pour mille pages affichées (CPM), mais au coût par clic (CPC). Un mode de facturation à la performance qui se double d'un modèle de vente aux enchères, lequel propose le meilleur positionnement au plus offrant.

Par rapport à une publicité classique, cette formule présente l'avantage de s'adresser à des internautes déjà ciblés puisqu' intéressés par le domaine en question depuis leur requête.

Un observatoire de l'achat de mots-clés est intéressant pour voir comment se situent les concurrents, quel part investissent-ils pour se positionner lors de requêtes, est-ce leur priorité, à quelles périodes ?

Tout ceci est clairement lisible depuis un tableau présentant les différents moteurs de recherche et annuaires ainsi que les concurrents qui apparaissent lors de requête du style « crédit », « prêt », « revolving » sur ces sites.

Il s'agit toutefois de recouper ces tests par plusieurs requêtes à intervalles de temps car la présence de cookies sur l'ordinateur peut modifier les publicités en fonction de l'historique.

Certains prestataires proposent un service très poussés de la veille concurrentielle en matière de publicité sur le net.

Le Baromètre LemonAd de la publicité sur Internet fait chaque mois un état des lieux et livre les tendances de la pub online au travers d'une dizaine d'indicateurs tels que l'évolution du nombre de campagnes, les campagnes par secteur d'activité, le top des annonceurs, le top des sites supports...

A la suite d'une période de deux semaines où j'ai testé ce service gratuitement, il a été décidé de ne pas souscrire d'abonnement, bien que ce service soit très intéressant. En effet, cet abonnement coûte très cher et au vu de l'évolution de la publicité par Internet, il a été décidé qu'une veille mensuelle effectuée manuellement suffirait pour se rendre compte des grandes tendances en matière de publicité sur Internet.

Cet observatoire est joint en annexe. (Annexe 4)

b. Les bandeaux publicitaires

Pour les mêmes raisons que celles évoquées précédemment, il a été décidé qu'une alternative existait à l'abonnement de Lemonad.

Un site gratuit : www.filsdepub.com permet de visionner toutes les bannières et bandeaux des sites concurrents et même des partenaires classés par ordre alphabétique, dans la rubrique « galerie ».

Il est intéressant d'observer une nouvelle campagne publicitaire car celle-ci peut révéler un changement de stratégie, une dynamique de changement.

- l'e-mailing :

o Principes :

Le concept de l'e-mailing diffère peu de celui du mailing traditionnel. Les notions d'acquisition de prospects, qui permet de conclure les premières relations commerciales, et de fidélisation de nouveaux clients sont toujours au cœur du processus. Seul le canal de communication change.

Celui-ci présente des atouts considérables, tout d'abord un gain de temps dans la réalisation des campagnes et dans leur envoi, mais aussi un gain de coût, estimé entre 10 et 25 % selon les différents prestataires.

De plus, les outils disponibles fournissent des fonctions avancées de personnalisation. Le média Internet favorise la diffusion d'informations « percutantes » telles que des messages animés, des photos, des vidéos.... **Les outils permettent de mesurer efficacement l'impact d'une action marketing.** Par exemple, il est possible de savoir si les messages ont été réceptionnés, mais surtout s'ils ont été lus, ce qui est impossible dans un processus classique. L'entreprise peut connaître précisément le cheminement des envois et les manipulations effectuées sur un e-mail au cours d'une campagne. Les trackings disponibles au sein des solutions agissent comme de véritables radars qui vont indiquer, en fonction du paramétrage souhaité, les actions exécutées par les internautes. Les informations recueillies permettront alors de connaître précisément l'impact d'une campagne. Les tests préalablement réalisés seront utilisés pour finaliser la campagne et cela, dans des temps records.

- **Les notions de « permission » importantes :**

Le Spamming (envoi de masse d'e-mailing promotionnels à des personnes avec lesquelles l'expéditeur ou l'annonceur n'a jamais eu de contact, sans autorisation du destinataire.) est en passe d'être interdit, notamment au travers d'une directive communautaire qui envisage d'opter pour le principe de l'opt-in. En France, le cadre législatif de la prospection électronique n'est pas encore défini mais une loi devrait mettre fin à l'opt-out d'ici peu.

Opt-in : consentement actif et positif préalable de la part de l'internaute pour recevoir des offres par e-mail, des newsletters...

Opt-out : utilisation d'une adresse sans le consentement préalable et actif de la personne.

- **Mise en place de la veille sur le-mailing :**

- Enjeux :

Analyser les propositions des concurrents en matière d'e-mailing :

- quels fichiers sont loués par quels concurrents ?
- Comment communiquent-ils ? La proposition est-elle spécifique au media Internet ?

- **Contexte :**

Il est très difficile de savoir de manière exhaustive quels fichiers sont loués par quels concurrents, ces données sont introuvables sur Internet, il n'existe pas comme pour les mailing papier (Dafsa) ou pour la publicité (lemonad) de prestataires spécialisés dans l'e-mailing.

- **Objectifs :**

Par conséquent, le moyen le plus efficace actuellement pour avoir les e-mailings consiste à se créer des boîtes de réception mails et de laisser une adresse mail différente sur les sites des concurrents, de leurs partenaires, des courtiers. En analysant les retours de mails, on peut connaître la stratégie utilisée par les concurrents (quelle cible, quelle fréquence, quelle communication).

Je me suis inscrite sur ces différentes boîtes de réception avec les mêmes critères d'âge (22 ans), de résidence (Lille).

En **annexe 5** sont joints les résultats de cette étude complète comprenant les mails reçus et les analyses de leur communication.

3. la diffusion de l'information :

Pour les informations importantes nécessitant d'être réactif, un mail d'informations est envoyé dès que l'information est rencontrée.

Ce mail est adressé à toutes les personnes concernées, le plus souvent à la responsable du service « Produits et services », du service « Internet » ainsi qu'aux personnes concernées par

l'information : fidélisation, prospection...., ainsi qu'aux autres personnes du service « veille de la concurrence et des marchés ».

De plus, j'envoie de façon plus formelle une synthèse d'informations qui paraît tous les mois, reprenant systématiquement les informations nouvelles du mois, de manière méthodique suivant différentes rubriques :

- Actualités
- De la concurrence
- Du média
- Nouveautés sur les sites
- Partenariats
- Achats de mots-clés
- Publicité
- Emailing

De plus, les observatoires sont mis à la disposition de tous, via le serveur « Triton ». En effet, ces tableaux pouvant être utiles à de nombreuses personnes, ils sont toujours accessibles. De cette façon, les savoirs collectés par une personne du service le sont pour l'ensemble du service. Ceci nécessite de surcroît un certain effort de mise en forme et d'explicitation non négligeable dans un souci de rationalisation maximal.

C. Vers une veille stratégique

1. Définition :

Peu importe le nom qu'on lui donne : vigie, intelligence d'affaires et, en anglais, «business intelligence» ou encore «competitive intelligence» ...

La veille stratégique est le processus informationnel par lequel l'entreprise se met à l'écoute anticipative de son environnement socio-économique dans le but créatif d'ouvrir des fenêtres d'opportunités et de réduire les risques liés à l'incertitude. La veille stratégique peut comprendre plusieurs facettes dont la veille technologique n'est qu'un des exemples.

Le caractère récent de la veille stratégique nécessite quelques recherches d'information sur les recherches en cours.

2. La méthodologie de veille stratégique

- Synthèse d'une étude

LESCA Humbert, professeur des universités (Grenoble), et CASTAGNOS Jean-Claude, chercheur au CNRS (Grenoble) ont publié une étude très intéressante, disponible à cette adresse : <http://www.esa.upmf-grenoble.fr/etudiants/veille/index2.htm>

L'article dont je me suis inspirée pour cette synthèse est intitulé :

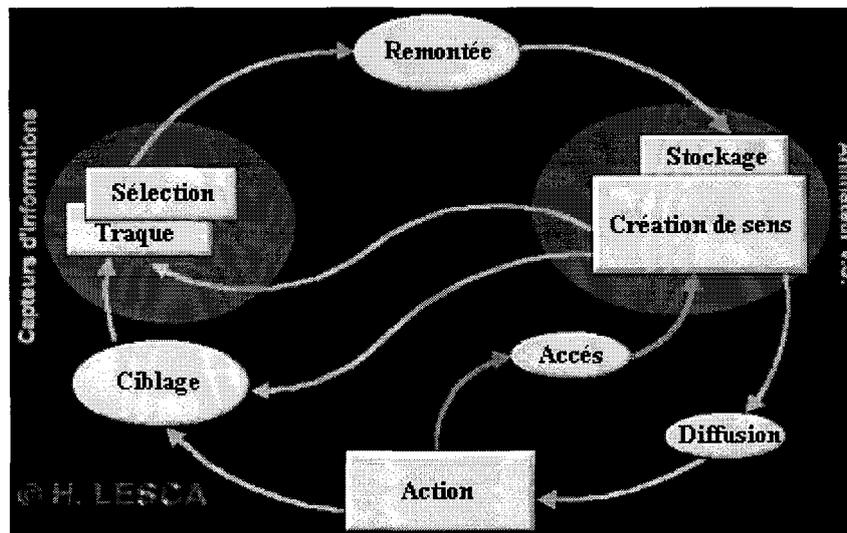
Capter les Signaux faibles de la veille stratégique : comment amorcer le processus ? Retours d'expérience et recommandations.

Notion de signal faible

Un signal faible ou un « signe d'alerte précoce » est une information, un indice qu'il faut interpréter mais qui peut devenir un événement important pour l'avenir d'une firme. Il s'agit donc d'augmenter les chances de capter les signes d'alerte précoces. En d'autres mots, il faut concevoir des procédures spécifiques pour accroître la probabilité d'être en mesure de donner l'alarme en présence d'un événement émergent. On peut alors définir « la veille stratégique comme le processus volontariste par lequel l'entreprise (ou une partie de celle-ci) traque et assimile des informations à caractère anticipatoire sur les changements de son environnement socio-économique, dans le but de se ménager des opportunités d'affaires et d'agir vite et au bon moment ».

A handwritten signature, possibly 'ry', is written in black ink. To its left, a hand-drawn arrow points towards the left.

Les différentes étapes :



Voici l'explicitation des différentes étapes :

- **CIBLAGE** : afin d'obtenir les meilleurs résultats, au moindre coût et en y consacrant le moins de temps possible, *il faut bien cibler l'effort de veille stratégique.*

- **TRAQUE**: une fois que l'on est capable de déterminer ce que l'on veut savoir, il faut organiser la recherche d'informations anticipatives et spécialement les informations informelles résultant des contacts relationnels. *Il faut savoir où et comment aller chercher les informations.*

- **SELECTION**: les informations résultant de la traque sont "*Brutes*". Pour rendre efficace la sélection des informations anticipatives et pour réduire les surcharges d'information : *On doit "prendre ou jeter" l'information sachant qu'une information inutilisée est une information perdue.*

- **REMONTEE**: il faut remonter les informations depuis les capteurs d'informations vers l'animateur de la Veille Stratégique.

- **STOCKAGE** : pour avoir une trace du travail effectué dans les phases antérieures et pour permettre la création de sens, il faut stocker les informations anticipatives et les connaissances résultant de la Veille Stratégique.

- **CREATION DE SENS**: il faut traiter les informations collectées par la Veille Stratégique. Plus précisément, il faut produire de la signification utile pour guider l'action, à partir d'informations incertaines et fragmentaires.

- **ACCES / DIFFUSION** : le but étant de rendre efficace la diffusion des informations auprès des utilisateurs potentiels, mais aussi de rendre efficace l'accès aux informations de la part des utilisateurs potentiels. Donner de la signification aux informations collectées doit aussi servir de "*Feed Back*" pour vérifier et approfondir les phases de "Ciblage" et de "Traque" du processus de veille stratégique qui devient alors un **PROCESSUS D'APPRENTISSAGE**.

- Applications à Cofidis

1. La phase de ciblage :

Certains domaines ont été retenus pour faire l'objet de veille stratégique.

Il s'agit essentiellement des nouvelles technologies et des pratiques qui en résultent :

- SMS (Short Message Service)
- Internet
- Wap
- ainsi que les nouvelles applications marketing que ces nouveaux supports peuvent engendrer.

2. La traque :

Elle est basée sur la lecture des newsletters de ces trois principales revues en ligne :

- a. www.linternaute.com
- b. www.net2one.fr
- c. www.journaldunet.com

De plus toutes les informations informelles sont à interpréter. Pour cela, tous les collaborateurs sont invités à participer à la veille. Chaque mail reçu (E-mail ou support papier), chaque contact extérieur de la part d'un collaborateur est susceptible d'être intéressant pour la veille.

3. La sélection / Remontée /Stockage

Les informations remontent donc au service « veille » et sont analysées et vérifiées pour être formalisées.

Les informations sont ensuite utilisées (objets d'études), conservées pour une recherche ultérieure ou rejetées si elles sont non pertinentes pour la veille stratégique.

4. Création de sens :

Elles font ensuite l'objet d'une analyse, qui fournit une valeur ajoutée à l'information. Il s'agit d'interpréter les informations, souligner l'apparition d'une nouvelle tendance.

5. Diffusion :

Ces synthèses sont envoyées aux personnes concernées (ciblage en fonction de la nature de l'information).

Elles sont de plus accessibles depuis le serveur pour toute personne qui aurait besoin de les consulter.

3. Enjeu capital pour l'entreprise

- Plan à 5 ans :

Le chargé de la Veille des Marchés et de la Concurrence sous la responsabilité du chef de Service « Produits et Services » contribue à observer l'environnement concurrentiel de Cofidis et de ses marchés potentiels dans la cadre des objectifs du plan à 5 ans.

- Nécessité de s'ajuster au marché :

Une des priorités de l'entreprise est de ne pas se laisser dépasser par son marché et par ses concurrents.

exemple : création de la carte bancaire.

Après une étude approfondie du marché, il est apparu que la plupart des concurrents proposaient une carte bancaire. Un des projets de Cofidis a donc été de proposer La Carte Bleue Cofidis.

Mais un des enjeux de la veille des marchés et de la concurrence est également de vérifier que le marché est porteur avant de lancer une offre :

En effet, avant de lancer une nouvelle offre, il s'agit d'évaluer les chances que celle-ci a de fonctionner. Il faut donc :

1. Analyser l'état actuel du marché pour voir si l'offre s'inscrit dans une tendance observable ou pas.
2. Analyser la part que la concurrence a déjà acquise ou pas.

- Exemple d'étude du marché avant une éventuelle offre :

Voici une demande classique d'analyse de marché, réalisée pendant la durée de mon stage et à laquelle j'ai participé avec N. HAMIDOU :

Avant de réaliser une éventuelle offre packagée auprès des entreprises suivantes : First Assur (Assurances), Wanadoo (internet), Hewlett Packard (informatique) et SMS (logistique), il s'agit d'analyser :

1. L'état du marché en équipements informatiques :
taux de pénétration, niveau d'équipements,
potentiel.
2. Les offres packagées existantes sur le marché : type
d'offres (matériel, assurance, services, livraison,..)
et plus spécifiquement le type d'offres crédits
associées (établissement, durée, taux,...).

A l'issue de cette étude (jointe en annexe) il apparaît que :

Le marché des packs est un marché arrivé à maturation (cf taux d'équipement des foyers français).

Il était en pleine expansion en 1999-2000 et permettait à de nouveaux acteurs de se positionner. A l'heure actuelle, c'est un marché où se situent les plus gros fournisseurs d'accès avec des phénomènes de concentration importants (cf reprise par TISCALI des

activités de INFONIE, de FREESBEE et de LIBERTYSURF) et où les acteurs émergents ont stoppé leurs activités (cf le fiasco de Net-Up, filiale D'Avenir Telecom et la cession des activités de Stock-com, 1^{er} grossiste de Bouygues Telecom, avec Diligo Et Tootifree au Club-Internet)

A noter, pour être rentable sur ce marché, il faut générer des gros volumes et avoir des moyens de distribution énormes.

Le positionnement de Cofidis sur ce marché semble donc difficile s'il n'est pas relayé par un gros fournisseur d'accès via des moyens de distribution conséquents car

- le marché est à maturation (potentiel faible)
- le marché a un faible niveau de rentabilité vu les t.e.g (taux effectif global) pratiqués
- De plus, on constate une forte présence de Sofinco en partenaire financier (légitimité obtenue certainement par une offre-produit adaptée cf la « Réserve Multimedia » et une stratégie de rentabilité différente de celle de Cofidis).

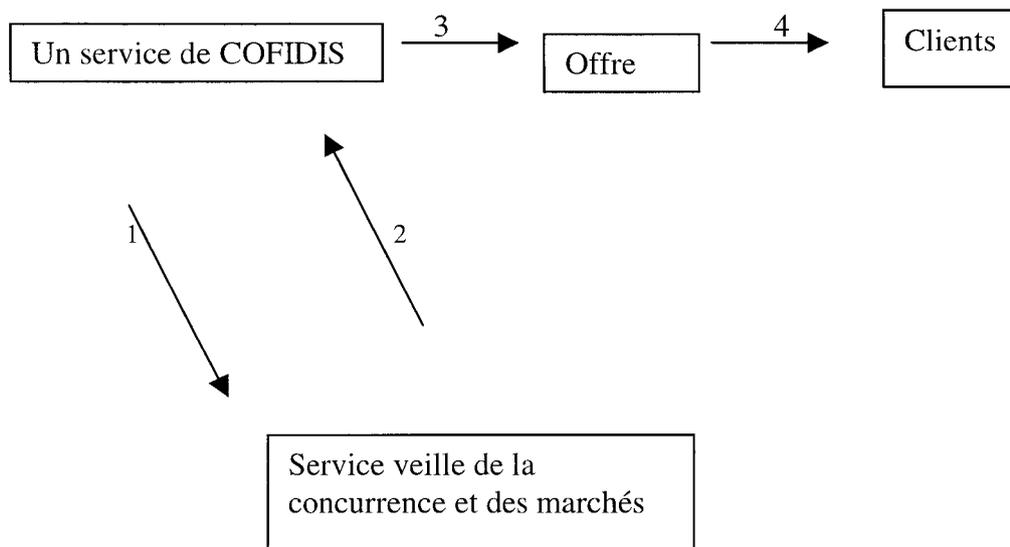
Par contre, des enjeux forts en terme de fichiers apparaissent puisque pour WANADOO et TISCALI on a respectivement 3 millions et 1.1 millions d'abonnés.

Ces études préalables à toute offre révèlent donc si le marché est porteur ou ne l'est pas et influencent l'orientation de l'offre.

CONCLUSION

A l'issue de ce stage, je pense que ce schéma résume de façon pertinente l'intérêt et les enjeux d'une cellule de veille au sein de Cofidis.

Schéma récapitulatif du fonctionnement du service de veille des marchés et de la concurrence :



3. demande d'étude de l'état du marché et de la concurrence
4. résultat de l'analyse
5. Adaptation de l'offre aux résultats de l'analyse

BILAN PERSONNEL

La mise en place de la veille de la concurrence et des marchés sur le média Internet est donc désormais incluse dans la cellule « veille » qui analyse donc tous les médias aujourd'hui. La présence d'une cellule de veille déjà bien conçue a été essentielle pour la réussite de ce stage, car cela m'a permis de me former sur les méthodologies à suivre et de m'initier aux questions préalables à l'élaboration d'un processus de veille.

Ce stage a donc été l'occasion pour moi de m'attacher à la mise en place d'une mission. J'ai développé certaines expériences de réflexion et de méthodologies dans ce domaine où ces compétences sont primordiales.

L'autonomie et la confiance qui m'ont été concédées ont été très appréciées, donnant par là-même encore plus d'intérêt à la mission qui m'était confiée.

ANNEXES

Annexe 1 :

ANALYSE COMPARATIVE DES SITES DE COFIDIS ET DE SES CONCURRENTS

RAPPORT D'ETONNEMENT

Analyse des sites institutionnels :

	COFIDIS	CETELEM	COFINOGA	GE.COM
Site institutionnel	oui	oui	oui	oui
Accès direct au contenu	oui	Non (introduction dynamique)	oui	Oui
Présentation du groupe	oui	oui	Oui	Oui
Rapport annuel	non	oui	A télécharger	Oui
Chiffres clés	Oui	oui	Oui	Oui
Déclinaison de la gamme	oui	non	oui	Oui
Moteur de recherche interne	non	non	Oui (recherche par mots clés)	Oui
Ressources Humaines	oui	oui	Non (pas d'offres d'emplois)	Oui
Communiqué de presse	oui	oui	Oui	Oui
Baromètre de la consommation européenne	oui	Oui +Tendances spécifiques par pays+ études sur distribution	Oui +tendances marketing	Non
langue	français	français	français	anglais

Données institutionnelles intégrées aux sites commerciaux :

	COVEFI	SOFINCO	MEDIATIS	FINAREF	BARCLAYCAR D	123crédit.com
Animations sur homepage	non	non	non	Logo animé	Non	non
Présentation du groupe	oui	oui	oui	oui	Lien vers Barclays	non
Rapport annuel	non	Non mais synthèse des résultats	non	non		non
Chiffres clés	non	Oui	Non	oui		non
Déclinaison de la gamme	oui	oui	oui	oui	Oui	oui
Ressources humaines	oui	non	non	oui	Non	non
Communiqué de presse	oui	oui	oui	non	Non	oui
Baromètre de la consommation européenne	non	oui	non	non	Non	non

Les données institutionnelles de carrefourfinances.com sont présentes mais sur le site de carrefour.com

Analyse des sites commerciaux

	COFIDIS	CETELEM	COFINOGA	COVEFI	SOFINCO	MEDIATIS	FINAREF	BARCLAYCARD	123crédit.com	Carrefourfinances.com Lancement en avril 2002	GE CAPITAL BANK
Site commercial	oui	oui	Oui	oui	oui	oui	oui	Oui	oui	oui	Oui
Fonctionnalités CREDIT											
Demande de crédit en ligne	oui	oui	Renvoi vers mediatiss si pas client Cofinoga	oui	oui	oui	oui	Oui	oui	Oui	Oui
Préacceptation en ligne	Oui mais si refus, pas de proposition inférieure	Réponse retournée ultérieurement		oui	Oui(réserve couleurs) : proposition à un montant <	oui	non	OUI	oui	?	Non
Calcul des mensualités	oui	oui	NC	oui	oui	oui	oui	OUI	oui	?	Non
Impression en ligne du contrat	non	non			Non (par courrier)	non	non	oui	oui	?	Non
Gestion de compte client	oui	oui	Oui	oui	oui	oui	oui	Oui	oui	Oui	Non
Consultation de comptes	Oui	oui	oui	oui	oui	oui	oui	Oui		?	Non
Demande de financement en ligne	oui	oui		non		oui		oui		?	Non
Services annexes:											
FAQ	oui	oui	non		oui		non		oui	Non	Non
Proposition de newsletter	oui	non	oui	oui	non	non	non	Non	non	Non	Non
- Proposition de voyages	Via un lien	Via un lien	Via liens	non	non	Via un lien	non	Non	non	Non	Non
-Proposition de cartes postales	oui	non	Non	non	non	non	non	Non	non	Non	Non
-quizz	oui	non	Non	non	non	non	non	Non	non	Non	Non
Jeux	Oui	Non	Non	non	non	non	non	Non	non	Non	Non
Proposition de Fonds d'écrans		non	Non	oui	non	oui	non	Non	non	Non	Non
Achats sur le site	Via un lien	Via un lien	Via liens	non	non	Via un lien	non	Non	Non	Non	Non
Conseils gestion de budget					oui				Oui	Non	Non
Questionnaire de satisfaction Ponctuellement	Oui (02/02)	Non	Non	non	non	non	non	Non	non	Sur le site de carrefour.fr (avril 2002)	Non
Explication des différents crédits	oui	Non	Sur site institutionnel	non	non	oui	oui	non	Oui	Non	Oui
Glossaire	oui	Oui	Non	non	oui	oui	non	Non	oui	Non	Non
Contacts	oui	Oui	Oui	oui	oui	oui	non	oui	oui	Oui	Oui

Mail	oui	Oui	Contact le plus proche du lieu de résidence du client	Oui	oui	oui	oui	Oui	Oui	?	Oui
Courrier		Non		Oui	non	oui	oui	Non	Oui	oui	Oui choix de l'agence la plus proche
téléphone		non		oui	Demande d'appel	Demande d'appel	N°tel précisé	oui	Oui	oui	
Autres fonctionnalités présentes sur le site											
Ressources humaines	oui	Oui	Non	oui	non	non	oui	non	Non	Lien vers carrefour.fr RH	Oui
Partenaires du groupe	oui	oui	Oui	oui	non	non	oui	Non	non	Non	La centrale.fr présent (logo)
Bouton Retour vers page d'accueil	non	oui	Oui	non	oui	non	non	Oui	non	Non	Oui
Plan de site	oui	Non	Non	oui	non	non	non	Non	Non	Oui	Non
Charte graphique agréable	oui	Pas de cohérence + menu déroule trop vite	Intéressante	oui	oui	monotone	sobre	Sobre	Oui	Oui	Oui
Moteur de recherche interne	non	non	non	non	non	oui	non	Non	non	non	non

Impressions :

Cetelem

Site traditionnel dans sa conception (frames) et sa présentation. Assez peu ludique.
Les couleurs sont institutionnelles.

Covefi

Tout l'espace n'est pas utilisé sur la page d'accueil.
Les couleurs sont agréables et les pages présentées par la suite sont assez sobres.

Sofinco

Page d'accueil moderne (pas de frames), le contenu informatif est limité mais très clair et bien présenté dès la première page.
Mais le site est peu ludique.

Médiatis

Site très peu moderne et froid, il est peu attractif. Les frames sont trop présentes.
Toutefois le contenu informatif est clair et accessible à tous. La cible n'est pas la même que pour Cofinoga.

Cofinoga

Site très moderne et intéressant dans sa présentation (pas de frames)
La page d'accueil reste toujours en fond et des fenêtres s'ouvrent quand on active un lien.
Conception intéressante.
Sur le site institutionnel : des publications très intéressantes : [L'œil](#), [Echange](#) et [Audience](#).
(communication de leurs réalisations en interne)

Finaref

La page d'accueil n'optimise pas tout l'espace, site qui paraît peu professionnel (de grandes bandes à gauche et à droite de la homepage sont inoccupées, ce qui donne l'impression d'un contenu peu riche).
Mais le contenu informatif des autres pages du site est clair.
Le Logo est quant à lui intéressant car attire le regard sur leur marque.

* Ce site a été complètement refondu en mai 2002, il est désormais plus ergonomique, attractif et plus clair.
L'espace est bien aménagé.

Barclaycard

Site très sobre qui correspond à une volonté d'épuration et de transparence mais le site en devient assez triste et peu ludique.

Créatis

Absence de site

Des idées pour le site de Cofidis

Service proposé par un concurrent :

- Un site comme celui de Sofinco, lors d'une demande de crédit à laquelle ils ne peuvent pas répondre, propose en ligne une proposition à un montant inférieur. Ayant demandé un revolving de 3 000 €, ils m'ont proposé un crédit de 1 600 € de façon quasi instantanée.
- 123crédit.com propose une impression du contrat en ligne et la liste des pièces justificatives à fournir pour pouvoir les préparer au préalable.

Sur le site en lui-même :

- un bouton vers la page d'accueil en plus de la possibilité de cliquer sur le logo serait intéressante car ce retour ne va pas de soi pour une personne peu initiée sur internet.
- un moteur de recherche interne comme Médiatis-Cofinoga facilite la recherche d'information pour un nouveau client.
- un plan de site sur un modèle arborescent (cf Covefi :pièces jointes) mais adaptée à la base étoilée de Cofidis permettrait de visualiser plus vite la partie recherchée.
- Proposer un organigramme comme celui de Cofinoga (pièces jointes) sur le site institutionnel.

Pour faciliter la navigation :

- Chercher à favoriser la recherche de certaines rubriques : ex : l'accès à la newsletter est difficile à trouver.
- Agrandir l'accès à l'espace client pour le rendre plus visible.
- Simplifier le contenu textuel de la homepage, lors du premier contact j'ai passé beaucoup de temps à chercher l'accès aux « Cartes de paiement Cofidis ». La rubrique « Simplifiez vous les soldes sur catalogues, en magasin, sur Internet » n'est pas forcément explicite pour un nouveau client. Il en est de même pour la réserve d'argent.

En bref, le contenu du site est très riche, l'aspect ludique est présent (beaucoup plus que sur les sites concurrents) mais l'orientation dans le site vers une information recherchée ne va pas de soi pour une personne non initiée.

Annexe 2 : Historique des sites concurrents

23credit.com			01/02 à 04/02
Fonctionnalités crédit	Prospe	Demande de crédit en ligne	o
		Préacceptation en ligne	o
		Calcul des mensualités	o
		Impression en ligne du contrat	o
	Fidélisation	Gestion de compte client	o
		Consultation de compte client	o
		Demande de financement en ligne	o
Crédit reconstituable	Réserve d'argent	o	
Produits	Crédit amortissable	Prêt perso	o
		Prêt travaux	o
		Prêt auto	o
Services annexes	Conseils	Conseils gestion de budget	o
		Explication des différents crédits	o
Partenaires			n
Options du site	FAQ		o
	Proposition de newsletter		n
	Quizz		n
	jeux		n
	Proposition de voyages		n
	Questionnaire de satisfaction		n
	Glossaire		n
	RH		n
	Plan de site		n
	Moteur de recherche interne		n
	Bouton retour vers page d'accueil		o
Moyens de contact proposés	Mail		o
	Courrier		o
	Téléphone		o

Barclaycards			01/02 à 04/02
Fonctionnalités crédit	Prospe	Demande de crédit en ligne	o
		Préacceptation en ligne	o
		Calcul des mensualités	o
		Impression en ligne du contrat	o
	Fidélisation	Gestion de compte client	o
		Consultation de compte client	o
		Demande de financement en ligne	o
Cartes	Carte Barclaycards		o
Services annexes	Conseils	Conseils gestion de budget	n
		Explication des différents crédits	n
Partenaires			n
Options du site	FAQ		n
	Proposition de newsletter		n
	Quizz		n
	Jeux		n
	Proposition de voyages		n
	Questionnaire de satisfaction		n
	Glossaire		n
	RH		n
	Plan de site		n
	Moteur de recherche interne		n
	Bouton retour vers page d'accueil		o
	Mail		o
Moyens de contact proposés	Courrier		n
	Téléphone		o

Fonctionnalités crédit	Prospe	Demande de crédit en ligne	
		Préacceptation en ligne	
		Calcul des mensualités	
	Fidélisation	Impression en ligne du contrat	
		Gestion de compte client	
		Consultation de compte client	
		Demande de financement en ligne	pas encore dispo (redirection vers n°tel ou magasin)
Produits	Crédits renouvelables	Trésorerie	o
		déco	o
	Crédits amortissables	vacances loisirs	o
		auto	o
Cartes	Carte Pass		o
Produits annexes	Placement	Carrefour Optimal	o
	Conseils	Conseils gestion de budget	n
		Explication des différents crédits	n
Services annexes	FAQ		n
	Proposition de newsletter		n
	Quizz		n
	Jeux		n
	Proposition de cartes postales		n
	Proposition de fonds d'écran		n
	Proposition de voyages		n
	Questionnaire de satisfaction		sur le site carrefour.fr (04/02)
	Glossaire		n
Options du site	RH		sur carrefour.fr
	Plan de site		o
	Moteur de recherche interne		n
	Bouton retour vers page d'accueil		n
Moyens de contacts proposés	Mail		n
	Courrier		o
	Téléphone		o

catelom			01/02 à 04/02
Fonctionnalités crédit	Prospe	Demande de crédit en ligne	o
		Préacceptation en ligne	n
		Calcul des mensualités	o
		Impression en ligne du contrat	n
	Fidélisation	Gestion de compte client	o
		Consultation de compte client	o
		Demande de financement en ligne	o
Produits	Crédits renouvelables	Multi vitamines	o
	Crédits amortissables		
Cartes	Carte auto		o
	Terroirs et saveurs		o
	axedis		o
	carte plein foot		o
	Vacances loisirs		o
	Travaux déco		o
	Micro clic		o
	Amis des animaux		o
	Conseils	Conseils gestion de budget	n
	Explication des différents crédits	n	
Partenaires	direct assurances		o
	CMV		o
	E-boutix.com		o
Services annexes	FAQ		o
	Proposition de newsletter		n
	Quizz		n
	Jeux		n
	Proposition de cartes postales		n
	Proposition de fonds d'écran		n
	Proposition de voyages		via liens
	Questionnaire de satisfaction		n
	Glossaire		o
Options du site	RH		o
	Plan de site		n
	Moteur de recherche interne		n
	Bouton retour vers page d'accueil		o
Moyens de contacts proposés	Mail		o
	Courrier		n
	Téléphone		n

COFINOGA				
		01/02 à 04/02		mi-avril 2002
Fonctionnalités crédit	Prospe	Demande de crédit en ligne	renvoi vers Mediatis si pas client Cofinoga	
		Préacceptation en ligne		
		Calcul des mensualités		
		Impression en ligne du contrat		
	Fidélisation	Gestion de compte client	o	o
		Consultation de compte client	o	o
		Demande de financement en ligne	NC	
		Crédits renouvelables	Challenger	
Produits	Crédits amortissables	Espace		Voir Mediatis
	Cartes	Carte Cofinoga "mes enseignes préférées"	o	o
		Galerie Lafayette	o	o
		Conseils	o	o
		Calculer son budget	o	o
		Explication des différents crédits	Sur le site institutionnel	
Services annexes	FAQ		non	n
	Proposition de newsletter		o	o
	Quizz		n	n
	Jeux		n	n
	Proposition de cartes postales		n	n
	Proposition de fonds d'écran		n	n
	Proposition de voyages		Via des liens	
	Questionnaire de satisfaction		01/03 : calcul des ir	Enquête de satisfaction pour détenteur c
Options du site	Glossaire			n
	RH			n
	Plan de site			n
	Moteur de recherche interne			n
	Bouton retour vers page d'accueil		o	
Moyens de contact proposés	Mail			
	Courrier			
	Téléphone			Contact le + proche du lieu de résidence

Covefi			01/02 à 04/02	01-mai
Fonctionnalités crédit	Prospe	Demande de crédit en ligne	o	
		Préacceptation en ligne	o	
		Calcul des mensualités	o	
		Impression en ligne du contrat	n	
	Fidélisation	Gestion de compte client	o	
		Consultation de compte client	o	
		Demande de financement en ligne	nc	
Produits	Crédits renouvelables	Complicio	o	
		Mensualis	o	
		Auto moto	o	
	Crédits amortissables	Travaux	o	
		Immo	o	
Produits annexes		Carte bleue Divine		o + impression en ligne du contrat
	Epargne vie Covefi	Impression du contrat en ligne	o	
		Conseils		
			Conseils gestion de budget	n
		Explication des différents crédits	n	
Partenaires	direct assurances		o	
	CMV		o	
	E-boutix.com		o	
Services annexes	FAQ		o	
	Proposition de newsletter		n	
	Quizz		n	
	Jeux		n	
	Proposition de cartes postales		n	
	Proposition de fonds d'écran		n	
	Proposition de voyages		via liens	
	Questionnaire de satisfaction		n	
	Glossaire		o	
	Options du site	RH		o
Plan de site			n	
Moteur de recherche interne			n	
Bouton retour vers page d'accueil			o	
Moyens de contacts proposés	Mail		o	
	Courrier		n	
	Téléphone		n	

FINARE			01/02 à 04/02	mi-avril 2002
Fonctionnalités crédit	Prospe	Demande de crédit en ligne	o	o
		Préacceptation en ligne	n	n
		Calcul des mensualités	o	o
		Impression en ligne du contrat	n	n
		Gestion de compte client	o	o
		Consultation de compte client	o	o
		Demande de financement en ligne		
Produits	Crédits renouvelables	Challenger	o	o
	Crédits amortissables	Espace	o	o
Cartes Privatives	Kangourou			o
	Fnac			o
	Cyrillus			o
	Conforama			o
	Printemps			o
	Surcouf			o
	Conseils	Conseils gestion de budget		
Services annexes		Explication des différents crédits	o	o
		Essentiel Accident	n	o
		Prévoyance vie	o	o
		Protection Revenus	n	o
		Relais Hospitalisation	n	o
Partenaires	Fnac		o	o
	La Redoute		o	o
	Mistergooddeal		o	o
	Printemps		o	o
	Surcouf		o	o
	Vertbaudet		o	o
	Daxon		o	o
	Rushcollection		o	o
	Conforama		o	o
	Kadeos		n	o
	Cyrillus		n	o
	FAQ		n	n
	Proposition de newsletter		n	n
Services annexes	Quizz		n	n
	Jeux		n	n
	Proposition de cartes postales		n	n
	Proposition de fonds d'écran		n	n
	Proposition de voyages		n	n
	Questionnaire de satisfaction		n	n
	Glossaire		n	n
Options du site	RH		o	o
	Plan de site		n	n
	Moteur de recherche interne		n	n
	Bouton retour vers page d'accueil		n	n
Moyens de contacts proposés	Mail		o	o
	Courrier		o	o
	Téléphone		N° tel précisé	n°tel précisé

GE capital Bank			01/02 à 04/02
Fonctionnalités crédit	Prospe	Demande de crédit en ligne	o
		Préacceptation en ligne	o
		Calcul des mensualités	n
		Impression en ligne du contrat	n
	Fidélisation	Gestion de compte client	n
		Consultation de compte client	n
		Demande de financement en ligne	n
Produits	Crédits renouvelables	Compte dispo	o
		prêt perso	o
	Crédits amortissables	auto moto	o
		immo	o
Cartes	GE Sovac	o	
Produits annexes	Assurances	o	
Partenaires	Conseils	Conseils gestion de budget	n
		Explication des différents crédits	o
	Lacentrale,fr	o	
Services annexes	FAQ	n	
	Proposition de newsletter	n	
	Quizz	n	
	Jeux	n	
	Proposition de cartes postales	n	
	Proposition de fonds d'écran	n	
	Proposition de voyages	n	
	Questionnaire de satisfaction	n	
	Glossaire	n	
Options du site	RH	o	
	Plan de site	n	
	Moteur de recherche interne	n	
	Bouton retour vers page d'accueil	o	
Moyens de contacts proposés	Mail	o	
	Courrier	o	
	Téléphone	o	

Mediatis			01/02 à 04/02
Fonctionnalités crédit	Prospe	Demande de crédit en ligne	o
		Préacceptation en ligne	o
		Calcul des mensualités	o
		Impression en ligne du contrat	n
	Fidélisation	Gestion de compte client	o
		Consultation de compte client	o
		Demande de financement en ligne	nc
Produits	Crédits renouvelables	Crédit conso mediatis	o
	Crédits amortissables	travaux	o
		auto moto	o
		projets	o
Services annexes	Conseils	Conseils gestion de budget	n
		Explication des différents crédits	o
Partenaires			nc
Options du site	FAQ		n
	Proposition de newsletter		n
	Quizz		n
	Jeux		n
	Proposition de voyages		via liens
	Questionnaire de satisfaction		n
	Glossaire		o
	RH		n
	Plan de site		n
	Moteur de recherche interne		o
	Bouton retour vers page d'accueil		n
Moyens de contact proposés	Mail		o
	Courrier		o
	Téléphone		demande d'appel

Sofinco			01/02 à 04/02
Fonctionnalités crédit	Prospe	Demande de crédit en ligne	o
		Préacceptation en ligne	o
		Calcul des mensualités	o
		Impression en ligne du contrat	n
	Fidélisation	Gestion de compte client	o
		Consultation de compte client	o
		Demande de financement en ligne	nc
Produits	Crédits renouvelables	Réserve couleurs	o
		Réserve multimédia	o
	Crédits amortissables	prêt perso	o
		prêt plume	o
		auto moto	o
		travaux	o
		sénior	o
		Conseils	Conseils gestion de budget
Partenaires		Explication des différents crédits	n
			n
Services annexes	FAQ		o
	Proposition de newsletter		n
	Quizz		n
	Jeux		n
	Proposition de voyages		n
	Questionnaire de satisfaction		04-avr
	Glossaire		o
Options du site	RH		n
	Plan de site		n
	Moteur de recherche interne		n
	Bouton retour vers page d'accueil		o
Moyens de contacts proposés	Mail		o
	Courrier		n
	Téléphone		demande d'appel

Annexe 3 : Partenariats

COVEFI				Réciprocité : présence de Covefi sur le site du partenaire			
Présence sur le site				Réciprocité : présence de Cofinoga sur le site du partenaire			
des partenaires suivants	Logo	page texte	Lien actif	logo	page texte	lien actif	remarques
UCB	O	n	n	n	n	n	
NEXX Assurances	O	N	N	O	O	O	
CNP assurances	O	N	N	N	N	N	
ADECCO	O	N	N	N	N	N	
WELDOM	O	N	N	N	N	N	
OFUP	O	N	N	N	N	N	
cofinoga				Réciprocité : présence de Cofinoga sur le site du partenaire			
Présence sur la page				Réciprocité : présence de Cofinoga sur le site du partenaire			
des partenaires suivants	Logo	page texte	Lien actif	logo	page texte	lien actif	remarques
mediatis.fr	n	N	O	N	N	N	
galerielafayette.com	n	n	O	n	n	non actif	
monoprix.fr	n	n	O	n	n	n	
geant.fr	n	n	O	n	n	n	
petit-casino.fr	n	n	O	n	n	n	
supercasino.fr	n	n	O	n	n	n	
telemarket.fr	n	n	O	n	n	n	
alainafflelou.com	n	n	O	n	n	n	
cdiscout.com	n	n	O	n	n	n	mention de la carte Cofinoga
comtessedubarry.com	n	n	O	n	n	n	
c-macave.com	n	n	O	n	n	n	
go-sport.fr	n	n	O				site non disponible
intersport.fr	n	n	O	n	n	n	
komogo.fr	n	n	O	n	n	n	
mollat.com	n	n	O	n	n	n	
newman.fr	n	n	O	n	n	n	
nicolas-wines.com	n	n	O	n	n	n	
phox.fr	n	n	O				site non disponible
pronuptia.com	n	n	O	n	n	n	
atlas-meubles.tm.fr	n	n	O	n	n	n	carte Atlas
crozatier-meubles.tm.fr	n	n	O	n	n	n	
fly-meubles.tm.fr	n	n	O	n	n	n	
gedimat.fr	n	n	O	n	n	n	carte Gedimat
jardiland.fr	n	n	O	n	n	n	

bierrapport.fr	n	n	o	n	o	n	
points.fr	n	n	o	n	n	n	
fr;piaggio.com	n	n	o	n	n	n	
securitest.fr	n	n	o	n	n	n	
speedy.fr	n	n	o	n	n	n	
totalfinaelf.com	n	n	o	n	n	n	
airfrance.fr	n	n	o	n	n	n	
visi	n	n	o	o	o	o	
bluegreen.com	n	n	o	n	n	n	
carlsonwagonlit.com	n	n	o	n	n	n	
c-mesvacances.fr	n	n	o	n	n	n	
formule-golf.com	n	n	o	n	n	n	
lafayettevoyages.com	n	n	o	n	n	n	
parcaterix.fr	n	n	o	n	n	n	
sncf.com	n	n	o	n	n	n	
sunelia.com	n	n	o	n	n	n	
vvf-vacances.fr	n	n	o	n	n	n	
choicehotels.fr	n	n	o	n	n	n	
hairclub.fr	n	n	o	o	n	n	mention possibilité de paiement carte Cofinoga
taxis bleus.com	n	n	o	o	o	o	
demenageurs-01.com	n	n	o	o	o	o	
FINAREF							
daxon	o	n	o	n	n	n	
fnac	o	n	o	n	n	n	
la redoute	o	n	o	n	n	n	carte Kangourou
mister gooddeal	o	n	o	n	n	n	carte PPR
printemps	o	n	o	n	n	n	carte printemps
surcouf	o	n	o	n	n	n	
vertbaudet	o	n	o	n	n	n	
conforama	o	n	o	n	n	n	carte conforama
rushcollection	o	n	o	n	n	n	
cetelem							
direct assurances	n	n	n	o	o	o	lien vers simulation
CMV	N	N	O	N	N	N	
E-boutix.com	n	n	o	n	n	o	
MEDIATIS							
FREE	n	n	mention non active	n	n	n	
CREDIT CLUB	n	n	mention non active	o	n	n	
MEILLEURTAUX	n	n	mention non active	n	n	n	
ZEBANK	n	n	mention non active	o	n	n	
CREDIT ONLINE	n	n	mention non active	o	o	n	

123credit.com (NETVALOR)							
EUROFIL	n	n	n	n	n	n	envoi d'un mailing courrier aux clients eurofil proposant une réserve de trésorerie
egg				n	n	n	
MSN	n	n	n	n	n	n	
ZEBANK							
axa	o	texte	n	n	n	n	
bnp paribas	o	texte	n	n	n	n	
crédit lyonnais	o	texte	n	n	n	n	
dexia	o	texte	n	n	n	n	
la fédérale continentale	o	texte	n	n	n	n	
invesco	o	texte	n	n	n	n	
selectfund	o	texte	n	n	n	n	
dresdner rcm gestion	o	texte	n	n	n	n	
fidelity investments	o	texte	n	n	n	n	
sbe	o	texte	n	n	n	n	
abbey national	o	texte	n	n	n	n	
de particulier à particulier	o	texte	n	n	n	n	
cofidis	o	texte	n	n	n	n	
sofinco	o	texte	n	n	n	n	
cetelem	o	texte	n	n	n	n	
mediatis	o	texte	n	n	n	n	
banque woolwich	o	texte	n	n	n	n	
homevillage.com	o	texte	n				
badenia	o	texte	n				
club 14	o	texte	n	n	n	n	
reflex assurances	o	texte	n	n	n	n	
direct assurance	o	texte	n	n	n	n	
axa courtage	o	texte	n				
cgu courtage	o	texte	n				
IPH	o	texte	n				
fininfo	o	texte	n	n	n	n	
bridge	o	texte	n				
aof	o	texte	n				
investir	o	texte	n	n	n	n	
lafourmi@cdiscoutpro,c	n	n	n	o	o	o	présence de zebank dans les mailings de cdiscout
ECREDITLYONNAIS							
MSN	N	N	N	N	N	n	
ING DIRECT							
KELKOO	n	n	n	n	n	n	
cybercmn.com (crédit mutuel)							
free	o	o	o	n	n	n	

COFIDIS, le crédit en ligne [demande de financement, service financier, emprunt, prêt] - Microsoft Internet Explorer fourni p

Échier Édition Affichage Favoris Outils ?

Adresse http://www.cofidis.fr/credit/commun

Liens Col'NET WebGED

Recherche Messenger Y! Signets Mon Yahoo! Yahoo! Finance Y! Courrier Actualités Shopping

COFIDIS

Jusqu'à 09/05/02

contact plan aide e-mail

Se détendre

Planète COFIDIS

COFIDIS recrute

COFIDIS Group

Espace client

Vos comptes en ligne

Donnez vie à vos projets auto, travaux

Une réserve d'argent de 1000 à 4000 € + Un cadeau offert pour l'ouverture définitive du crédit

Ne payez pas votre prêt

TEST

Demandez votre crédit en ligne Réponse de principe immédiate

Par le site

Logiciels

Démarrer Boîte de réception... Microsoft Word 1er portail Françai... Microsoft Excel TR: 3000 Euros p... 3000 Euros pour s... COFIDIS, le cr... 15:53

Cetelem : des cartes de crédit et des crédits à la consommation pour financer vos projets - Microsoft Internet Explorer fourni

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Adresse <http://www.cetelem.fr/>

Liens [Cof'NET](#) [WebGED](#)

Search - Yahoo! Companion: Sign in My Yahoo! News Entertainment Sports Shopping Finance

cetelem
votre crédit sur internet

VISITEZ L'UNIVERS DEDIE A VOTRE PROJET

- MAISON
- VOITURE
- LOISIRS ET PASSIONS
- CARTES DE CREDIT
- CETELEM ET L'EURO

LIENS:

- RECRUTEMENT
- ACHATS SUR LE NET
- SITE INSTITUTIONNEL

Services:

- VOTRE COMPTE
- Prêt express

Service Client

Voiture

Donnez des ailes à vos projets...
du 1^{er} au 31 mai 2002

Le glossaire financier... comprendre son crédit...

Demande de prêt en ligne

5.9% TNC

Logiciels

Démarrer Boîte de réception - M... Infos - Message <http://fr.f149.mail.yah...> Microsoft Word Microsoft Word Cetelem : des car... 11:10

Cofinoga, point de vente, réseau de boutique en ligne : paris boutique... - Microsoft Internet Explorer fourni par COFIDIS

Echier Edition Affichage Favoris Outils ?

Adresse http://www.cofinoga.fr/

Liens Cof' NET WebGED

Recherche Messenger Y! Signets Mon Yahoo! Yahoo! Finance Y! Courrier Actualités Shopping

cofinoga.fr
votre allié dans l'art d'acheter

> Près de chez vous

> Vos Projets, tout de suite !

cliquez, **ici** - TOUT SUR VOTRE CARTE

> Vos Préférences
les meilleures offres de vos magasins

envie de partir ?

> VOS COMPTES

> CONTACTEZ-NOUS

s'miles LES BONS PLANS POINTS CIEL

COFINOGA CALCULEZ VOTRE IMPÔT

ENVIE DE PARTIR

Logiciels

Démarrer Boîte de réception - Micro... Microsoft Word Cofinoga, point de ve... Microsoft Excel 15:22

banque en ligne Covefi : credit bancaire, livret d'epargne et compte jeune. - Microsoft Internet Explorer fourni par COFIDIS

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Adresse http://www.covefi.fr

Liens Cof NET WebGED

Recherche Messenger Y! Signets Mon Yahoo! Yahoo! Finance Y! Courrier Actualités Shopping



45 € offerts (295,18 frs) cliquez ici

Jusqu'à 1000 Euros à gagner pour vos vacances

Espace Voile

Espace Mag

A la Une Régime matrimonial : le bon contrat

Actualités Mariage, congés, actu ...

Espace Détente

Vous êtes différent, nous aussi

C'est parce que le besoin de chacun est différent que nous vous apportons des solutions personnalisées

MES COMPTES EN DIRECT

n° de client ou de compte

code secret

Démonstration

Etudes de prêts en ligne

Ouvrir un compte

Découvrez nous Nos Solutions financières Etudes de prêts en ligne Ouvrir un compte Nos Trois Espaces Contacts

Logiciels

Démarrer Boîte de réception - Micro... Microsoft Word banque en ligne Cov... Microsoft Excel 15:23

Credit et pret personnel en ligne : Sofinco - Microsoft Internet Explorer fourni par COFIDIS

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Adresse http://www.sofinco.fr/

Liens Cof NET WebGED

Recherche Messenger Y! Signets Mon Yahoo! Yahoo! Finance Y! Courrier Actualités Shopping

SOFINCO
construisons vos rêves

Vos Projets
→ Nos prêts

- ▶ Prêt Auto/Moto
- ▶ Prêt Personnel
- ▶ Prêt Travaux/Déco
- ▶ Prêt Senior
- ▶ Prêt Plume

Comment choisir ?

Réponse immédiate

Calculez votre budget auto

Contacts @

Les Offres Spéciales

Réalisez tous vos projets !
Taux à partir de **6,90%** **15 500 €**

Espace Client

Où en est mon dossier ?
Gérer mes prêts en ligne

Infos
→ **Pratiques**

- Les guides
- Conditions d'accès
- Sécurité sur le site

Informations légales | Partenariat | Webmaster | Site institutionnel

Logiciels

Démarrer Boîte de réception - Micro... Microsoft Word Credit et pret personn... Microsoft Excel 15:33

Médiatis - Le crédit qui vous prête aussi de l'attention - Microsoft Internet Explorer fourni par COFIDIS

Fichier Edition Affichage Favoris Outils 2

Adresse http://www.mediatis.fr/

Liens Cofit NET WebGED

Recherche Messenger Y! Signets Mon Yahoo! Yahoo! Finance Y! Courrier Actualités Shopping

médiatis

Le confort des crédits profite aussi de l'attention

Lundi 27 mai 2002

DEMANDEZ VOTRE CRÉDIT EN LIGNE AVEC MEDIATIS

Demandez un crédit en ligne Ou en est votre dossier ? Services Infos consommateur Espace clients

Tous nos crédits

- Le crédit conso
- Le crédit travaux
- Le crédit auto/moto
- Regroupement de crédits
- La carte Médiatis
- Le crédit prolois

Evénements

- **Demandez un crédit en ligne!** une première réponse **immédiate!**
- **Passer à l'euro en douceur!**
- **Téléchargez nos fonds d'écrans!**

Les bons plans

- **Faites vous plaisir!** C'est le mot d'ordre de Médiatis, qui sélectionne pour vous chaque mois de nouveaux produits. 2 clics suffisent pour les découvrir et en profiter.

Tous les Bons Plans de Mai c'est maintenant!

Qui sommes-nous? Informations légales Protection de la vie privée Contactez-nous Recherche **GO**

Webmaster: webmaster@mediatis.fr Conception graphique: income.net Intégration, développement et hébergement: [suv.purmedia](http://suv.purmedia.com)

Logiciels

Démarrer Boîte de réception - Micro... Microsoft Word Médiatis - Le crédit q... Microsoft Excel 15:35

Finaref, le crédit, l'assurance, l'épargne - Microsoft Internet Explorer fourni par COFIDIS

Echier Edition Affichage Favoris Outils ?

Adresse http://www.finaref.fr/

Liens Cof NET WebGED

Recherche Messenger Y! Signets Mon Yahoo! Yahoo! Finance Y! Courrier Actualités Shopping

FINAREF

Finaref Nos produits Votre compte Boutique

Nouveau

- Pour assurer vos proches, découvrez nos produits de prévoyance.

Rapide

- Demandez votre crédit en ligne !

Partenaires

- Bienvenue à Cyrilfus et Kadeos !

La gamme Finaref

Financez vos projets

Protégez vos proches

Espace client

- Consultez et gérez votre compte
- Découvrez vos offres personnalisées
- Effectuez vos opérations en ligne

Financez vos projets

Protégez vos proches

Nouveautés et bonnes affaires

[Informations générales et sécurité du site](#) | [Information Euro](#)

Logiciels

Démarrer Boîte de réception - Micro... Microsoft Word Finaref, le crédit, l'as... Microsoft Excel 15:35

Barclaycard France - Microsoft Internet Explorer fourni par COFIDIS

Fichier Edition Affichage Favoris Outils 2

Adresse http://www.barclaycard.fr/

Liens Cof NET WebGED

Recherche Messenger Y! Signets Mon Yahoo! Yahoo! Finance Y! Courrier Actualités Shopping

BARCLAYCARD
Changez votre vision du crédit

- Offre de Bienvenue
- Votre carte Barclaycard
- Informations
- Informations Légales
- Encore plus d'avantages
- Service Clients
- Barclays
- Contact



Bienvenue chez
Barclaycard

Souscrivez ! **Rapide**

Actualités

Microsoft Word

Démarrer Boîte de réception - Micro... Microsoft Word Barclaycard France - ... Microsoft Excel 15:33

123credit.com, 123 credit prêt pour l'achat - Microsoft Internet Explorer fourni par COFIDIS

Fichier Edition Affichage Favoris Outils 2

Adresse http://www.123credit.com/

Liens Cof NET WebGED

Recherche Messenger Y! Signets Mon Yahoo! Yahoo! Finance Y! Courrier Actualités Shopping

123credit.com Le crédit qui dit toute la vérité 0811 020 123
PRIX APPEL LOCAL à partir d'un poste fixe

Nos conseils pour bien vivre le crédit

Nos réponses à vos questions

A chaque besoin son crédit

Quelle est votre capacité d'emprunt ?

Espace client

Les réserves d'argent

Les prêts personnels
de 6000 à 21 500 €

Le crédit auto

Le crédit travaux

SUSCRIVEZ votre crédit
Réponse immédiate

1 « Vous souscrivez en quelques minutes seulement »

2 « Nous vous donnons une réponse de principe immédiate »

3 « Choisissez votre offre de crédit personnalisée »

Démarrer Boîte de réception - Micro... Microsoft Word 123credit.com, 123 c... Microsoft Excel 15:23

Carrefour : Service Financier - Microsoft Internet Explorer fourni par COFIDIS

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Adresse http://www.carrefourfinances.com/

Liens Cof NET WebGED

Recherche Messenger Y! Signets Mon Yahoo! Yahoo! Finance Y! Courrier Actualités Shopping

services financiers
Carrefour

Accédez à votre compte

Liste des magasins Carrefour

Retrouver dans la rubrique CGV nos Conditions Générales de Vente

Site Carrefour RH

Accédez à une nouvelle génération d'épargne **+9%**

Découvrez nos offres de Prêts

Bienvenue sur **carrefourfinances.com**

Découvrez nos Placements

Contacts Qui sommes-nous? Plan du site Mentions légales C.G.V

Démarrer Boîte de réception - Micro... Microsoft Word Carrefour : Service Ft... Microsoft Excel 15:36

GE Capital Bank - Microsoft Internet Explorer fourni par COFIDIS

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Adresse http://www.gecapitalbank.fr/

Liens Col'NET WebGED

Recherche Messenger Y! Signets Mon Yahoo! Yahoo! Finance Y! Courrier Actualités Shopping



GE Capital Bank

www.gecapitalbank.fr

GE.com Page d'accueil GE Monde Emploi Nous contacter

Vos rêves?

- Prêt Personnel
- Compte Disponible
- Credit Auto/Moto
- Credit Immobilier
- Assurances
- Nos agences

Avez-vous l'argent pour vos rêves?



Bienvenue chez GE Capital Bank.

Si vous avez besoin d'assistance pour choisir le produit qui répond à vos besoins, cliquez n'importe où sur les images ci-dessus et nous vous guiderons pour que vous puissiez faire le meilleur choix possible.

[Demande de crédit](#)

Nos Offres



Votre carte bancaire

Vous souhaitez "Liberté" d'espèces?
Conditions d'acceptation du crédit, [cliquez ici](#)

© General Electric Company 1997-2002

Démarrer Boîte de réception... Microsoft Word 1er portail Françai... Microsoft Excel TR: 3000 Euros p... 3000 Euros pour s... GE Capital Ba... 15:57

Annexe 4 : Achats de mots-clés :Exemple de la grille du 25/02/02

	Msn Search	WANADOO	ANTISEARCH	YAHOO	LYCOS	Nomade	Google	AOL	Looksmart	ALTAVISTA	VOIL
<u>COFIDIS</u>		Crédit : bandeau						Crédit : rubrique notre sélection	Crédit : rubrique Sponsors (sélection)	Crédit : liens partenaires en pages 2,3	
CETEM COFINOGA COVEFI										Dans la sélection Finances : pub Covefi	
SOFINCO				Crédit : Offre partenaire encart à droite.							
MEDIATIS					Crédit, prêt, crédit conso, emprunt : bandeau médiatis						
FINAREF BARCLAYCARD CORTAL				Prêt, crédit conso : bandeau							
AXA 123CREDIT.COM											

La concurrence : quel retour suite à une demande de crédit en ligne ?

J'ai effectué des demandes de crédit en ligne par Internet chez les concurrents afin d'étudier leur réactivité.

Les demandes ont été faites avec les mêmes critères :

- Salarié en CDI depuis le 01/2000, revenu de 1500 € nets par mois
- Ancienneté bancaire depuis le 01/1995
- Locataire (300 € de loyer mensuel).
- Célibataire sans enfants

	Le 19/02/02	Le 29/03/02	30/03	3/4	4/4	10/04	11/04
Cofinoga C_brugge81@hotmail.com	Demande des offres par mail : Réception d'un mail d'enregistrement de la demande 19/02/02	Demande d'une carte chez galerieslafayette.com Accusé reception de la demande de carte en quelques minutes+demande de confirmation le 29/03/02	Relance par mail sur des compléments d'information				
Covofi C_bruges@hotmail.com	Demande d'inscription à la newsletter Pas de réponses	Réinscription à la newsletter + étude de prêt en ligne Résultat : l'étude du prêt nécessite un délai, la réponse me parviendra dans quelques jours par courrier		Lettre de refus de demande de Complicio.			

Sofinco C_bruige@hotmail.com	Demande de renseignements par mail sur les produits Mail conseillant de prendre contact par téléphone ou en agence 19/02/02	Demande de prêt en ligne Préacceptation immédiate + envoi d'un mail de confirmation avec la liste des pièces justificatives à joindre au contrat		Offre préalable de crédit reçue mais pour un montant de 1500 € au lieu des 3000 € demandés *	Relance e-mailing	Relance e-mailing, présence d'un lien pour qu'un conseiller rappelle téléphoniquement.	
Barclaycards C_bouge@hotmail.com	Demande de renseignements par mail Mail précisant l'envoi d'une documentation par courrier 19/02/02	Demande d'un crédit en ligne Réponse négative immédiate (pas d'envoi de mail)					
Zebank C_brug8@hotmail.com	Demande de documentation			Reçu le 03/04 un dossier Zebank *			
Cetelem C_brug2@hotmail.com		Demande de prêt en ligne Préacceptation en ligne (+mail envoyé immédiatement)					
Finaref C_brug4@hotmail.com		Demande de prêt en ligne Réponse sous quelques jours par courrier (pas de mail)		Lettre de refus de demande de compte Challenger, en PS : est précisé que les documents fournis ont été détruits par souci de confidentialité.			
123credit.com c_brug@hotmail.com		Demande de prêt en ligne L'étude nécessite d'être approfondie,	Mail de refus mais proposition de réorientation vers Cofidis				

		la réponse ne peut être immédiate et sera envoyée ultérieurement par mail					
GE Capital Bank						Simulation d'une réserve d'argent en ligne	Mail de refus
Carrefourfinances.com <u>C_bruge27@hotmail.com</u>				Demande de prêt en ligne indisponible le 11/04 inclus	Envoi de la page à un ami : adresse mail communiquée depuis <u>www.carrefour.fr</u> +réponse à un questionnaire sur site carrefour.fr		
Médiatis <u>C_bruge3@hotmail.com</u>		Demande de prêt en ligne. Confirmation de la demande de prêt, le dossier sera envoyé par courrier		Reçu le 03/04 un dossier compte médiatis daté du 29/03 Acceptation d'un découvert en compte de 3000€ *		Relance d'e-mailing, mention d'un numéro de téléphone où il est possible d'appeler pour tout renseignement.	

Suite à ces demandes par mail, certains courriers postaux me sont parvenus, j'en ai analysé le contenu.

*Médiatis :

dossier reçu composé

- d'une lettre d'explication sur le découvert en compte, ainsi que de la liste des documents à renvoyer :
 - contrat
 - photocopie pièce d'identité
 - dernier bulletin de salaire
 - dernière facture téléphone
 - RIB
 - Chèque annulé

- d'une page d'informations personnelles à renvoyer (comprenant une autorisation de prélèvement)
- L'offre préalable d'ouverture de crédit à compléter et renvoyer.
- Cette même offre à conserver par l'emprunteur
- Une notice d'information sur le contrat d'assurance à conserver.
- Une enveloppe vierge non timbrée

Remarque : pour une demande faite par Internet, il n'apparaît pas dans le mailing de moyen de contact par ce media.

*Zebank :

dossier reçu composé de :

- demande d'ouverture de compte
- fiche tarifs Zebank
- un dossier Zebank “ bienvenue dans le premier hypermarché bancaire... ” :

➤ Communication axée sur 5 points :

1. plus de choix et de transparence
2. plus d'économies
3. plus de simplicité et de pédagogie
4. plus de proximité
5. plus de tranquillité.

➤ L'encart Crédits : “ plus de transparence pour éviter le pièges ” et au moins 3 solutions provenant de 3 organismes différents.

Les partenaires du crédits sont : Cetelem et Banque Woolwich mise en avant par un logo mais aussi : Abbey International, Badenia, Cofidis, Crédipar, Mediatris, SBE, Sofinco...

- Dépôt de signature : Il faut apposer 2 fois sa signature.
- Une lettre T
- Un imprimé de transfert de portefeuille.
- Un livret de conditions générales.
- Pièces à joindre :
 - photocopie recto verso de carte d'identité
 - original de dernière facture EDF ou France telecom
 - chèque libellé à Zebank d'un montant minimum de 150 €
 - Si demande de carte Visa à débit différé, ou carte Visa premier ou autorisation de découvert, joindre aussi : copie des 3 derniers bulletins de salaire.
 - Si transfert de compte titres ou d'un PEA, joindre la demande de transfert de portefeuille complétée, datée, signée.

*Sofinco :

lettre de confirmation d'une réserve couleurs pour un montant de 1500 € au lieu des 3000 € demandés.

- Une offre préalable de crédit à remplir en double exemplaire (un à conserver)
- Pièces à joindre en photocopie :
 - recto verso de carte d'identité
 - Dernière facture EDF ou téléphone de moins de 3 mois.
 - 2 derniers bulletins de salaire
 - dernier avis d'imposition en 4 volets
 - RIB
- Enveloppe non timbrée.

COMMENTAIRES

- Il apparaît une grande disparité entre les différents concurrents quant au suivi des mails qu'ils adressent.

Sofinco et Mediatis relance beaucoup par mail suite à une demande de prêt en ligne :
en dix jours 2 relances pour Mediatis et 3 pour Sofinco.

- Pour une demande de prêt avec les mêmes conditions, les résultats sont différents :

Refus :

covefi, Barclaycards, Finaref, 123credit.com, GE Capital Bank,
123credit.com redirige l'internaute vers Cofidis.

Acceptation :

- Cetelem, Mediatis
- Sofinco : acceptation pour un montant inférieur : 1500 € au lieu des 3000 € demandés.

- PARTENAIRES

Quels mailings nos concurrents peuvent-ils envoyer aux abonnés des newsletters de leurs partenaires ?

Je me suis inscrite aux newsletters des partenaires de certains organismes financiers, afin d'observer les e-mailings reçus en matière de publicité. Pour cela, j'ai créé des boîtes de réception mail sous des adresses différentes pour connaître la provenance exacte de l'offre : quel organisme financier exploite quel fichier ?

Organismes financiers	29/03 : inscription aux newsletters des partenaires	Retour :
Cofinoga C brugge81@hotmail.com	Bhv.fr : c_brugge10@hotmail.com c-macave.com : c_brugge11@hotmail.com go-sport.com : c_brugge12@hotmail.com mollat.com : c_brugge13@hotmail.com newman : c_brugge14@hotmail.com nicolas : c_brugge15@hotmail.com jardiland : c_brugge16@hotmail.com c-mesvacances.com : c_brugge17@hotmail.com parcaterix.com : c_brugge18@hotmail.com	
Covefi C bruges@hotmail.com	Adecco : c_brugge5@hotmail.com Weldom : c_brugge6@hotmail.com	
Sofinco C bruige@hotmail.com		
Barclaycards C bouge@hotmail.com		
Zebank C_ brugge8@hotmail.com	Lafourmi@ediscount : c_brugges@hotmail.com	Relance tous les 2 à 3 jours d'un mailing ediscount contenant une offre zebank
Cetelem C brugge2@hotmail.com		
Finaref C brugge4@hotmail.com		
123credit.com c brugge@hotmail.com		

Carrefourfinances.com C_bruge27@hotmail.com		
Médiatis C_bruge3@hotmail.com	Meilleurtaux : c_bruge7@hotmail.com Zebank : c_bruge8@hotmail.com Credionline : c_bruge9@hotmail.com	

Il apparaît que je n'ai pas reçu de mailings publicitaires concernant ces organismes financiers provenant de mon inscription aux newsletters de leurs partenaires. Sauf pour lafourmi@cdiscout.fr, où je reçois deux fois par semaine des publicités de Zebank.

COURTIERS

Quels mailings nos concurrents peuvent-ils envoyer à des adresses laissées chez des courtiers.

Ne sont mentionnés dans la rubrique " partenaires " que les concurrents directs et non toutes les banques effectivement partenaires.

courtier	partenaires	Adresse mail laissée	Par ce moyen :	Retour mails
Credit-on-line	Ge capital bank Cofinoga Mediatis Unifinance	C_bruge24@hotmail.com	Inscription à newsletter Confirmation d'inscription à newsletter	
crediclic	Mediatis 123credit	C_bruge19@hotmail.com	Simulation de prêt N°dossier : 17984663 Mot de passe : HJCQDE	04/04 : demande de complément d'information : ville de naissance et profession Or ces rubriques ne sont pas présentes sur le questionnaire.
Meilleurtaux		C_bruge20@hotmail.com	Newsletter Confirmation d'inscription	
Selectaux		C_bruge21@hotmail.com	Inscription au pense bête selectaux, doit me rappeler de demander un crédit	
Votreprêt		C_bruge22@hotmail.com	Simulation prêt	

Panoranet		<u>C_brug23@hotmail.com</u>	Simulation prêt N°dossier : IRYMG Refus de prêt	
Pretweb		<u>C_brug25@hotmail.com</u>	Newsletter Confirmation d'inscription	
unifinance		<u>C_brug26@hotmail.com</u>	Demande de documentation par e-mail	
Discountis.com	Ge capital bank	<u>C_brug28@hotmail.com</u>	Simulation de prêt Pas de réponse immédiate possible	

Quelques précisions supplémentaires sur ces quelques courtiers :

Source : www.linternaute.com

Sites	Types de crédit	Banques partenaires	Inscription et demande de financement	Informations	Services et outils
<u>123crédit</u>	-Réserve d'argent -Crédit auto/moto -Prêts personnels -Crédit travaux	Non précisé	Demande de financement en ligne, sécurisée et gratuite, sans besoin de s'inscrire.	Rubrique actualité	Simulateurs pour chaque type de crédit et pour modifier divers paramètres : le montant, la durée du crédit ou les mensualités.
<u>Créditclie</u>	- Crédit immobilier - Crédit auto/moto - Crédit étudiant -Crédit travaux - crédits revolving "reserve d'argent".	-Crédit Agricole -Crédit immobilier de France -Abbey National -FisrtAssur -Banque Populaire -Comptoir des Entrepreneurs - La Hénin, - Société de Banque et d'Expansion	Demande de financement en ligne, personnalisée, sécurisée et gratuite, sans besoin de s'inscrire.	Actualités (prix de l'immobilier, spécial étudiants, évolution des taux...)	-Simulateurs de calculs (prêt à taux zéro, frais de notaire, impôt sur le revenu...) -Lexique

<u>Discountis</u>	Crédit immobilier	Lyonnaise de banque, CIC banque, Caisse d'Epargne Bourgogne, Banque Populaire de l'Ouest, Crédit Immobilier de France...	Demande de financement en ligne, gratuite et sécurisée. Obligation de s'inscrire au préalable (identifiant + mot de passe)	Actualités	Simulateurs pour calculer prêt à taux zéro, mensualités. Petites annonces
<u>Meilleurtaux</u>	Crédit immobilier Crédit à la consommation (travaux, auto/moto)	Banque Courtois Banque Populaire (Nord, Bretagne, Rhônes- Alpes, PACA,...) Caixa Banque CCF, Crédit du Nord, Société de Banque et d'Expansion, Comptoir des entrepreneurs La Hélin, Caisse d'Epargne IDF- Paris, Banque Woolwich...	Demande de financement en ligne, sécurisée et gratuite, sans besoin de s'inscrire.	Actualités (frais de notaire, TVA, évolution des taux...) + interview d'un professionnel Guide de l'emprunteur (Prêt à taux 0, assurances, taux fixe ou révisable...)	Calculettes (vos mensualités, votre capacité d'endettement, frais de notaire, prêt à taux zéro...) Lexique Espace conseils (questions/réponses) demande de financement sécurisée
<u>Selectaux</u>	Crédit immobilier Crédit travaux	Non précisé	Demande de financement en ligne, sécurisée et gratuite, sans besoin de s'inscrire.	Guides de conseils thématiques : "Financer son projet", "comment acheter ?", " la fiscalité"	Lexique Annuaire de sites thématiques (électroménager, sanitaires, décoration et jardins, peintures, revêtement...) Guide de l'immobilier (prix loyers et taux) Accès WAP
<u>Votreprêt</u>	Crédit immobilier Crédit travaux	Plus de 35 banques au total dont : Abbey National, Banques Populaires (suivant régions) BNP, Caisses d'Epargne (suivant régions), Crédit Lyonnais, Crédit Agricole, Crédit Mutuel, Société Générale...	Demande de financement en ligne, sécurisée et gratuite, sans besoin de s'inscrire.	Conseils par rubrique : financer sa maison, entreprendre des travaux, refinancer un crédit existant, acheter un bien professionnel...	Rubrique pratique "les bonnes affaires" Lexique 4 services spécialisés : Conseil accession Conseil défiscalisation Conseil travail Conseil capital

Autres sites : fournisseurs d'accès, messagerie, moteurs de recherche....

J'ai également laissé une adresse mail sur ces sites mais n'ai pas reçu d'e-mailing concernant les organismes financiers.

Site	Adresse laissée	commentaires
Yahoo	C_bruge@yahoo.fr	Ouverture d'un compte Yahoo
Caramail	Charlotte.bruge@caramail.com	Ouverture d'un compte Caramail
SFR	C_bruge30@hotmail.com	Inscription newsletter

Il apparaît donc que ce moyen n'est pas très efficace pour pouvoir recevoir les e-mailings des concurrents. Un moyen plus satisfaisant est de demander la participation de tous les collaborateurs de l'entreprise qui nous envoient les e-mailings qu'ils reçoivent. Cela permet d'élargir les critères d'âge, de résidence, de revenus, auxquels je ne correspondais pas nécessairement.

En exploitant la coopération des collaborateurs nous recevons désormais un à deux e-mailings par semaine ce qui nous permet d'analyser les communications utilisées.

Voici un exemple d'une analyse de communication utilisée en e-mailing

GE Capital Bank > Crédit-on-line

Réception d'un message sur un compte Yahoo via crédit-on-line pour une offre d'un compte disponible.

- La communication est très classique, non spécifique au web, proche d'un mailing papier traditionnel. Seule la mention " cliquez ici " est spécifique au média.
- Une offre spéciale de bienvenue : pendant 2 mois, vous ne réglez que les intérêts sur la somme utilisée soit 1€ par mois pour 100€ utilisés.
- 4 axes de communication :
 - Pratique : vous utilisez votre capital disponible comme il vous plaît.
 - Gratuit : pas de frais de dossier
 - Simple : une ouverture de compte simplifiée
 - sans surprise : des mensualités légères connues à l'avance
- Mise en avant d'un tableau des mensualités en fonction du solde.
Possibilité de demande de compte en ligne gratuitement et sans engagement.

Avec le Compte Disponible
recevez jusqu'à **3000 €***
19 678,71 Francs

Votre Offre spéciale
Bienvenue
Pendant 2 mois, vous ne réglez que
les intérêts sur la somme utilisée soit

1€** par
mois
Pour 100 € utilisés

- ✓ **PRATIQUE**
Dépenses coup de coeur, projets ...
Vous utilisez votre capital disponible comme
il vous plaît ...
- ✓ **GRATUIT**
Pas de frais de dossier
- ✓ **SIMPLE**
Une ouverture de compte simplifiée
- ✓ **SANS SURPRISE**
Des mensualités légères connues à l'avance

HHaa, vous
ne le saviez
PAS !



Jusqu'à **3000 €***

		Jusqu'à 760 € (9 996,78 F)	761 € à 1524 € (9 997,03 F)	1525 € à 2200 € (12 237,03 F)	2201 € à 3000 € (19 678,71 F)
Votre solde	0 €				
Vous réglez par mois	0 €	30 € (196,79 F)	60 € (393,57 F)	90 € (590,36 F)	120 € (787,15 F)



Le barème de mensualités

Faites une demande de compte disponible
en ligne gratuitement et sans engagement

CLIQUEZ ICI

01 58 13 57 99
ou téléphonez nous au :



GE Capital Bank

Crédit On Line a choisi pour vous comme partenaire bancaire GE Capital Bank,
héritière d'une expérience de plus de 80 ans en matière de crédit.

Le coût total du crédit varie selon son utilisation. TEG annuel hors assurance facultative jusqu'à 1524 Euros (9 996,78 F) 18,60 % (soit un TEG mensuel de 1,55 %), au-delà : 16,80 % (soit un TEG mensuel de 1,40 %). Conditions de l'ouverture de crédit d'un an renouvelable au 01/01/2002.

* Vous devez avoir plus de 18 ans et moins de 80 ans, ne pas figurer sur un fichier d'incidents de paiement (ni votre conjoint s'il est co-emprunteur), sous réserve d'acceptation de votre dossier par le Prêteur GE Capital Bank partenaire de Crédit On Line et après expiration du délai légal de rétractation de 7 jours.

** Pendant 2 mois, vous réglerez d'abord les intérêts sur la somme utilisée (au TEG mensuel hors assurance facultative de 1% soit un TEG annuel de 12% soit 1 Euro par mois pendant 2 mois pour 100 Euros (655,96 F) utilisés) puis le capital utilisé, soit par mensualités définies dans le tableau de fonctionnement de votre compte (cf. le tableau), soit en une seule fois (pour, dans cet exemple, un coût total du crédit de 2 Euros (13,12 F)).

Offre valable pour une première utilisation de votre compte disponible avant le 29/03/2002 pour une première mensualité à 30 jours.

Aucun versement, de quelque nature que ce soit, ne peut être exigé d'un particulier, avant l'obtention d'un ou de plusieurs prêts d'argent.

Le prêteur : GE Capital Bank - Tour Europlaza - 20, avenue André Prothin - La Défense 4 - 92063 Paris La Défense Cedex. Société en Commandite par Actions au capital de 195 707 459 Euros. 784 393 340 R.C.S. Nanterre.