

CAS CLIENT

Twelv appliqué au secteur de la banque, de l'assurance et de l'immobilier

L'exemple du Crédit Agricole Toulouse 31



1 - Présentation du Crédit Agricole Toulouse 31

Banque coopérative, leader en **banque, assurance et immobilier**, le Crédit Agricole Toulouse 31 offre à ses 475 000 clients l'accès au plus important réseau du territoire, avec une centaine d'agences bancaires. Acteur majeur de l'emploi local, il compte, en 2021, **1 400 collaborateurs**

Le Crédit Agricole Toulouse 31 possède une identité forte et spécifique dans son secteur. La Caisse Régionale opère sur des **marchés matures** et hautement **concurrentiel**. Premier partenaire de l'économie départementale, le Crédit Agricole Toulouse 31 apporte ses services à un **tiers** des habitants et des entreprises en Haute-Garonne.

Le Crédit Agricole Toulouse 31 est une entité du groupe Crédit Agricole.

Le modèle **mutualiste** lui offre un positionnement et des valeurs différenciantes de la concurrence. Forte de ses sociétaires elle agit en **proximité** en étant fortement impliquée dans l'accompagnement de son **territoire** et intégrée à son développement économique et sociétal : Climat (la transition énergétique), cohésion sociale, transitions agricole et agroalimentaire.

Le CA31 est une entreprise multisite composée d'un site administratif et d'agences réparties sur son territoire, Elle s'appuie sur ses **coéquipiers** occupant de nombreux métiers différents, riches en **expertises** et en **savoir-faire**. Elle est pourvoyeuse d'emploi (151 recrues en 2022), développe de nouveaux métiers (data, digital, immobilier, accompagnement des transitions énergétiques...) et est fortement impliquée dans la montée en compétence de ses co-équipiers (8500 jours de formation en 2022).

L'environnement économique (Haute-Garonne)

Dynamique géographique

+ 18 000 habitants/an



1^{er} rang des territoires

Entre 2008 et 2018, la population a progressé de **+14%**
Moyenne des CR : 5%

Richesse par habitant

Revenu moyen annuel : 21 989 €



3^{ème} rang des territoires

des Caisses régionales à fin 2015

2 - Problématiques rencontrées

La CR Toulouse 31 se positionne fortement sur la **compétence et l'humain**, éléments stratégiques dans son secteur. Elle investit dans la **formation** (budget supérieur aux exigences réglementaires) et s'inscrit dans une réflexion constante sur les problématiques de **compétences** qui constituent son cœur de valeur. Les métiers de la banque, de l'assurance et de l'immobilier sont à la fois **relationnels et techniques**.

- Comment **structurer et homogénéiser** l'adoption des **processus** liés aux outils métiers dans un contexte de mutation de marché (digital, nouveaux marchés) ?
- Comment maîtriser un nombre de **connaissances** conséquentes, en croissance et en constante évolution afin d'apporter un **service** de qualité **rentable** ?
- Comment **capitaliser** sur les connaissances des experts et sécuriser la **connaissance** de l'entreprise dans une organisation complexe ?
- Comment **faciliter l'intégration** des nouvelles recrues et les mobilités fonctionnelles ?

Globalement la problématique rencontrée raisonne avec la structure actuelle du marché du travail (pyramide des âges, mobilités) génératrice de **risques opérationnels** (experts sortants de l'organisation vs nouvelles recrues à intégrer). Autre point, l'**adaptation** constante au marché opéré par le Crédit Agricole Toulouse 31 génère une évolution constante de ses **processus** et usages, accentuant l'importance de la **conduite du changement**.

Ces éléments ont été **validés** et qualifiés lors du **diagnostic** réalisé par les équipes Twelv, préalablement au déploiement de la plateforme.

Il est important de noter également que les organisations matures de plus de 500 collaborateurs disposent d'un **écosystème informatique** fourni et hérité. Dans notre cas la banque a été une des premières industries à s'informatiser ce qui demande une haute **adaptabilité collaborateur** sur le sujet (Outils simples et pensés utilisateur côtoyant des outils complexes parfois anciens).



3 - Les solutions apportées

L'intégration de notre plateforme s'inscrit dans cette démarche de **simplification** et de mise à disposition d'une **connaissance flash et ciblée** sur des points de valeur précis. Twelv est intégré dans le parcours utilisateur d'acquisition de connaissance (Chatbot, points d'entrée SI). Une Api a été mise à disposition afin d'**automatiser** les arrivées et les départs de collaborateurs.

La plateforme Twelv est intégrée et **personnalisée** aux codes et à la culture de l'organisation. Le pilotage est assuré par le service organisation qui dispose d'une vue **transversale** de la chaîne de valeur.

Le déploiement collaborateur est effectif depuis mars 2021.

Le rôle de notre plateforme est d'offrir un cadre permettant de :

- Mettre à disposition des bonnes **pratiques réglementaires** à jour,
- Offrir au fonction de back et middle office un **outil** permettant à ses **experts** la possibilité de **diffuser** massivement leurs expertises techniques de façon **ludique et opérationnelle** (procédure),
- Réduire la charge des **fonctions supports** de premier niveau,
- Identifier et/ou conforter l'identification des **experts métiers**,
- Montrer que CA T31 se positionne comme un employeur avec des valeurs humaines (partage, collaboratif) en confortant la **marque employeur**.



En choisissant Twelv je pensais avoir trouvé une solution pour **développer** les **compétences** de mes collaborateurs en lien avec les outils du quotidien. Je me rends compte aujourd'hui que Twelv apporte bien plus en rendant mon organisation **collaborative** et **auto-apprenante**. Au-delà d'une communauté, nous possédons désormais tous les atouts pour réussir nos défis de **transformation** à venir. ”



Stéphane Boullay,
Directeur de
l'humain et de la
transformation -
Crédit Agricole
Toulouse 31

4 - Les résultats obtenus

Les indicateurs ci-dessous sont déclinés par axes :

- **Axe engagement :**

65% des collaborateurs du site administratif se sont connectés en moyenne 4 fois à la plateforme depuis début de l'année. **42%** sont des contributeurs **engagés** (producteur ou évaluateur de contenus). Les contenus créés ont également une audience de plus de 300 commerciaux.

Notre client **encourage** les experts métiers à pousser des formats **opérationnels** court comme mode de fonctionnement afin de leur permettre de **réduire le temps** de support. La **simplicité d'utilisation** de la fonctionnalité de création de contenu de notre plateforme, **simple et sécurisante**, permet à tous de **partager son savoir**.

Le diagnostic que nous avons réalisé en amont, sur la base du volontariat, nous à permis d'identifier **60 collaborateurs volontaires**, motivés et concernés par la dimension collaborative et la recherche d'efficacité présente dans Twelv. Ce groupe d'ambassadeur, présent dans toutes les organisations, a **catalysé le déploiement** de la plateforme.

- **Axe connaissance :**

120 contenus sont déjà disponibles et consultés plus de **3000 fois**. Ce qui montre que le besoin de support et la demande sont bien présents.

Nos données nous permettent de dire qu'un expert qui partage via Twelv gagne **33 heures de support** par an par contenu (en moyenne sur une année un contenu est consommé par 30 utilisateurs différents, à 6 reprises, pour un temps de lecture moyen de 5 minutes. Soit **15h de gagnées par contenu** rien que sur l'aspect partage d'une expertise). Le contenu créé est visé par l'expert qui **partage sa connaissance** ainsi que le niveau de **satisfaction** de la **communauté** (voir Axe amélioration continue ci-dessous).

- **Axe compétence :**

289 compétences sont déclarées dans la plateforme. Cet indicateur permet de **cartographier** la connaissance de l'organisation. A ce jour **1/3** sont **certifiées** par la communauté.

La plateforme permet de **valider** la connaissance d'un **expert** par la communauté. Cela offre à nos clients une **cartographie** dynamique du **savoir interne**, validée par l'usage des **utilisateurs** et ainsi venir nourrir divers chantiers d'entreprise comme par exemple la GPEC ou les projets transverses.

- **Axe amélioration continue :**

La diversité des **contenus** proposés dans la plateforme est le reflet des **besoins** exprimés par l'organisation et ses collaborateurs. Les 3 grandes familles de contenus sont : 32%, liés aux **outils métiers** ; 30% portent sur les **outils du quotidiens** (bureautique), 20% les **procédures**. Récemment de nouveaux contenus font leur apparition autour des **Soft Skills** (orientées business).

A noter que l'**amélioration continue** native dans la plateforme permet d'assurer un niveau de satisfaction collaborateurs élevé, de **4.7/5**, grâce à l'adéquation « besoin exprimé / réponse d'expert proposée ». C'est un vecteur de **valorisation** des experts.



Pour aller plus loin

Vous souhaitez échanger autour de vos problématiques de **montée en compétences** et de **formation interne** ?

Vous voulez découvrir comment nous répondons à votre cas **spécifique** ?

Prenez rendez-vous