



24 janvier 2019

Le Crédit Mutuel Nord Europe lance [un nouveau site internet](#), conçu par ses clients

Avec une forte implication en faveur de ses territoires, le Crédit Mutuel porte la valeur de proximité dans son ADN de marque. Cette proximité, le CMNE veille à la retrouver aussi dans ses interfaces digitales en restant centré sur les besoins de ses utilisateurs. Avec 73% de connexions mobiles (application et site web sur mobile), il était essentiel d'adopter une nouvelle logique pour la refonte du [site cmne.fr](#), en pensant Mobile First*, simplification de la navigation et expérience utilisateur. Un lancement officiel qui a eu lieu le 23 janvier 2019 !

Un site qui appartient à ses clients

Le nouveau site cmne.fr a été réalisé dans une démarche innovante centrée sur l'humain, le Design Thinking.**

Depuis l'idéation jusqu'au design graphique, clients et prospects ont été partie prenante à toutes les étapes clés du projet. En interne, la co-création du site avec les utilisateurs finaux a permis de décloisonner les services, de favoriser l'intelligence collective et d'apporter des gains sur le temps de réalisation. Pour la mise en œuvre de cette démarche, l'équipe projet CMNE a été accompagnée en régie par l'agence Usabilis et pour l'intégration par l'agence Inouït.

Un site intuitif, utile et esthétique

Pour faciliter la navigation, l'ergonomie du site a été simplifiée. Si à la demande des utilisateurs, les pages d'accueil ont été épurées de toute publicité, les contenus pédagogiques sont eux plus nombreux tandis que trois entrées de recherche sont proposées (produits, moteur de recherche et univers de besoins). Autrefois distincts, les espaces professionnels et entreprises ont aussi été fusionnés. L'espace institutionnel, qui s'adresse à la presse, aux investisseurs et aux candidats, conserve les codes graphiques de l'espace commercial, mais a sa propre identité visuelle. L'espace personnel qui nécessite une identification reste lui identique.

Des évolutions au service des clients

Pour répondre aux nouveaux usages, la logique **Mobile First*** a été adoptée pour la refonte du site. Il propose des parcours pensés multicanal avec une orientation, selon les thématiques, vers les outils de souscription ou de simulation en ligne, le chat, le centre de relation clients ou les conseillers du CMNE. Le site est personnalisé en fonction de la segmentation client. L'affichage et la navigation, optimisés sur mobile, permettent de diffuser un seul contenu quel que soit le support.

Avec plus de 33 millions de connexions en un an sur le site cmne.fr, l'enjeu consiste à capter l'intérêt et à répondre aux besoins des 41% de clients, qui transitent sur la partie non identifiée du site, pour se connecter à leur compte.

“

En passant d'une logique produit à une logique service, nous avons tenu compte des besoins de nos utilisateurs tout en répondant à la stratégie de l'entreprise. Clients et prospects ont ainsi été partie prenante à toutes les étapes du projet : tests utilisateurs sur l'ancienne et sur la nouvelle version, ateliers sur l'arborescence, travaux sur la hiérarchie des informations ou sur la simplification des parcours... Une démarche innovante dans le secteur bancaire qui est parfaitement en adéquation avec les valeurs mutualistes qui fondent notre marque.

Eric CHARPENTIER, Directeur Général du CMNE

”

*Mobile First : le site est conçu en priorité sur mobile puis étendu sur ordinateur. Cela permet d'optimiser l'ergonomie et la lecture sur un smartphone.

**Design Thinking : il s'agit d'une méthodologie innovante qui permet de transformer les idées et les projets en actions réelles et en prototypes tangibles.

A propos du CMNE

Le Crédit Mutuel Nord Europe est un leader de la bancassurance sur les marchés des particuliers, professionnels, entreprises et associations. Banque mutualiste, elle dispose d'un statut coopératif transparent qui associe étroitement ses administrateurs et collaborateurs. Euro régional, le Groupe CMNE est présent en France sur 7 départements au nord de Paris mais également en Belgique avec sa filiale Beobank. Il s'organise autour de 2 pôles d'activité : la bancassurance et la gestion pour compte de tiers avec sa filiale La Française.

