



## Chapitre 7 : Quel est le rôle des technologies numériques dans la production ?

### Corrigé Etude de cas : Orange Bank

Orange Bank est une filiale de l'opérateur de téléphonie Orange. Lancée en novembre 2017, elle résulte du rapprochement entre Orange et Groupama Banque qui, pour l'occasion, a changé de nom.

L'assureur Groupama détient ainsi 35 % du capital de la banque en ligne. La particularité d'Orange Bank est d'être un service exclusivement proposé à distance et entièrement gratuit : c'est ce qu'on appelle une « néobanque ». Au moment de son lancement, Orange Bank s'est fixé un objectif de 2 millions de clients à l'horizon 2025. En octobre 2019, l'entreprise comptait 344 000 comptes ouverts.



A l'aide des documents répondez aux questions suivants :

#### 1. Identifiez le problème managérial d'Orange Bank.

Orange Bank est une néobanque (banque exclusivement en ligne) qui a été créée en 2017. Elle avait pour objectif d'atteindre 2 millions de clients d'ici à 2025. Or, le nombre de clients peine à augmenter et la rentabilité de l'entreprise n'est pas atteinte.

#### 2. Analysez les solutions mises en œuvre par l'opérateur pour répondre à ces difficultés.

L'opérateur a décidé de miser sur la dimension qualitative des clients ne parvenant pas à accroître son portefeuille de manière quantitative. En effet, comme la plupart des services offerts sont gratuits, la seule possibilité de la banque est de proposer des services payants à ses clients déjà conquis. C'est la volonté stratégique des dirigeants de la banque qui comptent mettre en place une telle tactique.

#### 3. Présentez l'outil Djingo développé par Orange Bank.

Djingo est le chatbot d'Orange Bank qui répond aux questions des clients.

#### 4. Expliquez le lien entre cet outil et l'intelligence artificielle.

Au gré des échanges entre les individus et le robot, le chatbot mémorise les réponses apportées et devient nécessairement plus compétent. Ainsi, le système est alimenté par l'intelligence de la machine, autrement dit l'intelligence artificielle.

#### 5. Montrez les enjeux de la mise en œuvre d'un tel outil pour l'entreprise.

Djingo permet de répondre aux désirs des clients de manière individualisée, et ce, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Il permet également de répondre à leurs questions. Cela favorise ainsi la personnalisation de la relation entre l'entreprise et les clients, et cela améliore la qualité du service proposé par la banque. Cela n'est donc pas sans conséquence sur l'image de marque de l'entreprise.