



5 manières dont les plateformes d'intégration peuvent aider votre entreprise à développer de nouvelles opportunités

Si vous vous souciez de votre croissance et de la satisfaction de vos clients, vous avez tout intérêt à vous pencher sur les plateformes d'intégration. Voici cinq manières dont elles peuvent vous aider à saisir de nouvelles opportunités, en rendant toutes vos ressources et capacités accessibles, en co-crédant de la valeur avec des partenaires, et en offrant des expériences innovantes à vos clients.

1. Améliorer l'expérience client et augmenter le chiffre d'affaires

D&B Direct transmet directement les données et les analyses de Dun & Bradstreet aux applications d'entreprise de ses clients. Ensemble, cette expérience pratique et cette valeur ajoutée renforcent les relations client, tout en stimulant la croissance de la société.

En s'appuyant sur une gouvernance centralisée et sur la réutilisation de ses ressources et capacités digitales, le groupe multinational Erste a créé « **George** », un assistant financier digital servant près de 6 millions d'utilisateurs européens.

Valeur générée : fidélité client, nouvelles sources de revenus

2. Encourager la co-création en interne et en externe

Avec 5 000 développeurs alimentant un catalogue unique, **HM Health Solutions** aide 12 régimes d'assurance santé américains à créer des expériences client personnalisées pour 11 millions de membres.

Les partenaires d'Erste Group s'appuient sur un catalogue central pour créer et tester de nouveaux produits et services sur le marché, destinés aux 15 millions de clients de la banque.

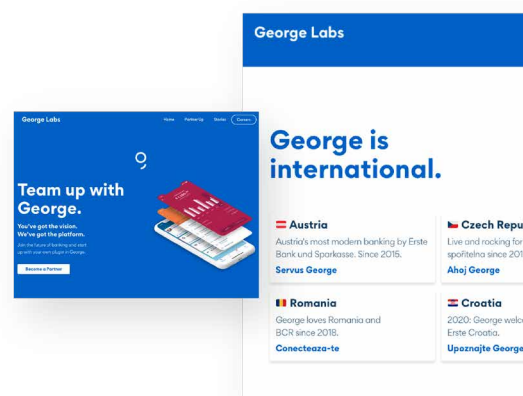
Valeur générée : co-création, détection précoce des nouvelles tendances

3. Accélérer le «time-to-value» à moindre coût

En déployant une plateforme d'intégration ouverte dans un Cloud hybride, **NOV Inc.** a réduit le time-to-value de ses nouveaux services de 90 %.

ENGIE a développé un hub de données central permettant à ses 26 divisions d'accéder à des données communes, ce qui a réduit les achats de données redondants de 60 %.

Valeur générée : montée en gamme/vente croisée, réponse plus rapide à la demande client

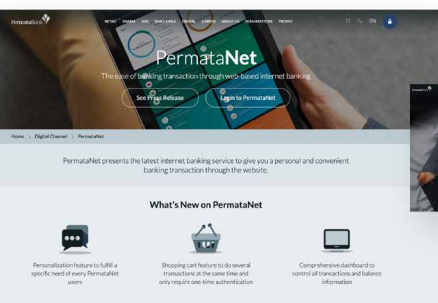


4. Atteindre des marchés inexploités et accélérer la croissance

La plateforme de **OneHealthPort** connecte 75 000 prestataires de santé, y compris des petits cabinets médicaux ayant des ressources limitées, pour accélérer les paiements et améliorer les soins.

En exposant ses offres à des partenaires Fintech sur une plateforme d'intégration ouverte, **PermataBank** peut désormais atteindre les consommateurs sans comptes bancaires traditionnels. La société a quadruplé son acquisition de clients en l'espace de trois ans seulement, sans avoir à ouvrir de nouvelles succursales ou à embaucher des effectifs supplémentaires.

Valeur générée : nouveaux clients, écosystème en pleine croissance



Comment ces clients ont-ils réussi ?
Pour le savoir, consultez nos
ETUDES DE CAS



5. Inventer de nouveaux modèles économiques

A l'heure où les clients privilégient de plus en plus les canaux digitaux, **BNP Paribas Personal Finance** s'est équipée d'une plateforme d'intégration pour s'adapter à ces nouvelles préférences, en proposant ses produits via un réseau de partenaires comme des distributeurs et des concessionnaires automobiles.

Highmark a créé **HM Health Solutions** pour partager ses capacités et son expertise en toute sécurité avec d'autres prestataires de soins de santé. A ce jour, la plateforme d'intégration a traité 205 millions de demandes de remboursement, avec un taux de validation de 90 %.

Valeur générée : croissance commerciale, position de leader sur le marché



Etes-vous prêt(e) à faire avancer vos projets digitaux ?

Lisez **Relever les défis**, la première partie de notre *Guide de survie pour la transformation digitale : générer de la valeur à l'aide d'une plateforme ouverte*

Télécharger le guide →