

Business case

Optimiser le fonctionnement du marché "entreprise" et son intégration avec les autres services de la banque d'un leader de la banque de détail

PRACTICE

Vente & Marketing

SECTEUR

Banque et assurance

DURÉE DE LA MISSION

4 mois

Notre client, leader de la banque de détail, souhaite décroquer son marché "entreprise" qui fonctionne comme une structure autonome au sein de la banque et générer plus de synergies avec d'autres marchés : Clientèle privée, PROS entrepreneurs...

KEPLER propose la mise en place d'une approche basée sur la conduite d'un autodiagnostic croisé avec une approche benchmark pour mettre en place des solutions d'optimisation du fonctionnement de son marché "entreprise".

Contexte

- Le marché "entreprise", par nature, a besoin de beaucoup de "travail à façon" avec un écosystème d'experts de la banque pour construire des solutions adaptées aux besoins spécifiques des entreprises (financements, pools, international, banque d'affaires...)
- Le fonctionnement actuel montre ses limites en termes de transversalité par manque de connaissance et d'intégration de la culture "entreprise" au sein des différents services

Objectif(s)

Maximiser l'efficacité du modèle de distribution

- Dans un contexte de fort développement, mieux intégrer le marché "entreprise" dans le fonctionnement de la banque

Méthodologie

1 Cadrer et préparer les travaux

- Définir le cadre de travail (sujets ouverts à co-construction, figures imposées...)
- Définir les modalités précises d'animation et de co-construction
- Accompagner les travaux d'analyse, d'autodiagnostic et de benchmark pour alimenter les ateliers

2 Animer et co-construire

- Accompagner les responsables d'activité dans la conduite de leur autodiagnostic
- Conduire les ateliers et les séances de co-construction, notamment sous format World cafés digitaux
- Traiter l'information et en décliner les nouvelles pistes de solutions
- Mesurer et traiter les impacts solution par solution retenue
- Définir les périmètres de tests et d'expérimentation ainsi que les critères de réussite
- Partager et faire décider (Directeur Général, CDD)

3 Tester, stabiliser et mettre en œuvre

4 Mesurer le résultat et améliorer

Leviers et outils

- **SWOT adapté aux caractéristiques de l'environnement**
- **Pitch prospectif à 10 ans**
- **Co-construction transversale banque / marché entreprise**



	Objectifs	Indicateurs
Stratégie	<ul style="list-style-type: none"> Clarifier l'orientation stratégique de l'entreprise Identifier les opportunités et les menaces Formuler des objectifs stratégiques 	<ul style="list-style-type: none"> Clarté de la vision Alignement des objectifs
Organisation	<ul style="list-style-type: none"> Structurer l'organisation pour atteindre les objectifs Clarifier les rôles et les responsabilités 	<ul style="list-style-type: none"> Clarté des rôles Alignement des responsabilités
Processus	<ul style="list-style-type: none"> Identifier les processus clés Optimiser les processus existants Créer de nouveaux processus 	<ul style="list-style-type: none"> Efficacité des processus Alignement des processus
Technologie	<ul style="list-style-type: none"> Identifier les technologies clés Adopter les technologies existantes Créer de nouvelles technologies 	<ul style="list-style-type: none"> Adaptabilité des technologies Alignement des technologies
Capital humain	<ul style="list-style-type: none"> Identifier les compétences clés Acquérir les compétences existantes Créer de nouvelles compétences 	<ul style="list-style-type: none"> Adaptabilité des compétences Alignement des compétences



Séance World café
Du Mercredi 18 Mars 2021

Direction des Entreprises, des Territoires & des Grands Investisseurs Privés

Tableau de données avec des lignes surlignées en jaune et une section bleue en bas à droite. Le tableau semble être un tableau de bord ou un tableau de suivi de projet.

61 propositions instruites issues des différents groupes de travail



Une nouvelle dynamique pour le marché avec une attractivité métier qui s'est fortement renforcée dans l'entreprise

« Le marché entreprise reste très particulier dans une banque de détail par ses faibles volumes et ses enjeux par client / repères / expertises sans mesure commune avec les activités dites "de masse".

Au-delà des apports de l'autodiagnostic et du benchmark externe, le challenge de cette mission a consisté à rapprocher les deux cultures sans freiner la dynamique en cours pour :

- Industrialiser / rationaliser quand c'était possible et améliorer le fonctionnement du marché
- Mutualiser des outils et des compétences adaptables sur les différents marchés
- Faire connaître le monde de l'entreprise pour décloisonner et susciter des vocations en interne

C'est au travers des animations mixtes en format World café que de nombreuses solutions simples, transversales et pragmatiques ont pu être identifiées au service de l'efficacité du marché Entreprise... et avec l'avantage d'être comprises par tous.

Notre valeur ajoutée a donc principalement porté sur l'animation de la démarche et la facilitation, plus que sur l'apport en technicité, au service de l'ancrage durable de nouvelles pratiques, de la transversalité et de l'agilité. »

Thierry Fouilland, Directeur associé
Leader Practice Ventes et Marketing

Nos bureaux

 **Visit Us** | [Kepler-consulting.com](https://www.kepler-consulting.com)



■ FRANCE

32 boulevard Haussmann
75009 Paris – France

info@kepler-consulting.com

Tel.: + 33 (0)1 44 75 05 35

■ USA

159 N. Sangamon Street, Suite 200
Chicago, IL 60607-2201 - USA

usa@kepler-consulting.com

Tél : + 1 (708) 969 1963

■ CHINE

Room 351, 3F, No.135 Yanping Road,
Jing'An District,
Shanghai, 200042, China

china@kepler-consulting.com

Tel.: +86 (0)21 - 6117 0311

■ INDE

#312, DBS Center, 31A, Cathedral Road
Nungambakkam, Chennai
600034 - India

india@kepler-consulting.com

Tel.: + 91 (0) 44 40 50 92 00



Contactez l'auteur

Thierry Foulland

thierry.foulland@kepler-consulting.com