

Trade. *Transformed.*[®] ou le commerce *transformé*

METTRE À PROFIT 26 ANNÉES D'EXPÉRIENCE EN FINANCEMENT COMMERCIAL

ÉTAPES IMPORTANTES

1984- CGI lance sa suite de produits TradeLine, encore utilisée aujourd'hui par de nombreuses banques dont Bank of America, Barclays Bank, Wells Fargo Bank, Comerica Bank, RBC Banque Royale et Banque Scotia.

2001- L'Australia New Zealand Bank (ANZ) est le premier client à utiliser Proponix^{MD}, la plateforme qui offre l'éventail complet des fonctionnalités pour le financement commercial selon un modèle de prestation de logiciels-services.

2008- CGI lance Proponix360^{MC}, une version plus complète de Proponix qui traite l'ensemble des activités de financement commercial et de chaîne d'approvisionnement financière.

2009- CGI ajoute les fonctionnalités de gestion des comptes clients et de la trésorerie à la plateforme Proponix360.

2010- CGI dévoile la nouvelle marque de commerce Trade360^{MC} choisie pour remplacer Proponix360.

LES BANQUES COMMERCIALES QUI SAISISSENT L'OCCASION OFFERTE PAR LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT FINANCIÈRE TRANSFORMERONT LEURS ACTIVITÉS ET DEVIENDRONT DES ENTREPRISES QUI S'ADAPTENT ET S'INTÈGENT AUX STRATÉGIES DE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT À ÉVOLUTION RAPIDE DE LEURS CLIENTS.

La transformation retient beaucoup l'attention, et à juste titre puisque le changement est à l'ordre du jour. Toutefois, il y a peu de domaines où le changement est aussi omniprésent que celui du commerce mondial. De grands courants de transformation, façonnés par l'économie mondiale émergente, ont tout changé : la manière dont les clients de la banque mènent leurs affaires, ce qu'ils attendent de leurs banques et l'économie mondiale des services bancaires. Ces forces convergentes redéfinissent les activités commerciales bancaires ainsi que ses modèles d'affaires et de fonctionnement.

Les banques doivent fournir une nouvelle génération de solutions de chaîne d'approvisionnement, qui sont de plus en plus en demande, et accroître le rendement de l'ensemble de leurs activités commerciales. Très souvent, la technologie de la banque ne suffit pas à la tâche. Elle ne procure pas les solutions de chaîne d'approvisionnement requises pour fidéliser la clientèle et accroître les revenus et ne soutient pas les modèles d'affaires et de fonctionnement nécessaires pour réduire les coûts.

TRANSFORMER POUR FIDÉLISER LA CLIENTÈLE ET ACCROÎTRE LES REVENUS

La mondialisation influe sur le rendement de la chaîne d'approvisionnement

Dans un marché de plus en plus mondialisé, il est plus difficile que jamais pour les entreprises de demeurer concurrentielles. Soumises à de fortes pressions, elles doivent saisir les occasions de s'approvisionner et de vendre leurs produits à l'échelle mondiale; cependant, la transition d'un approvisionnement régional à une approche mondiale a eu un effet négatif sur le fonds de roulement et le rendement de la chaîne d'approvisionnement des entreprises.

Des difficultés à suivre les livraisons de commandes empêchent les acheteurs de prévoir avec précision les dates de livraison et de paiement. Pour compenser, ils sont obligés de constituer des stocks plus importants pour prévenir les ruptures et de détenir plus d'encaisse afin d'assurer la disponibilité de fonds pour respecter leurs obligations de paiement. Les tactiques traditionnelles, qui consistent à insister auprès des vendeurs pour qu'ils prolongent les délais de paiement, ont eu l'effet involontaire de faire grimper les prix, de dégrader les relations avec les vendeurs et de créer une instabilité au sein des fournisseurs.

Ces facteurs rendent plus ardues les paiements à la date d'échéance. En raison de leur emplacement géographique et de leur taille, les vendeurs n'ont souvent pas accès à un financement à court terme à un coût raisonnable. De plus, la pression exercée par les acheteurs pour prolonger les délais de paiement aggrave la situation en entraînant des hausses de prix ou en obligeant les fournisseurs à se retirer du marché.

Des solutions de chaîne d'approvisionnement pour le secteur bancaire sont nécessaires.

La chaîne d'approvisionnement financière (CAF) offre aux banques une occasion unique de transformer leurs activités afin de fournir à leurs clients des solutions complètes de chaîne d'approvisionnement. Les acheteurs et les vendeurs recherchent les banques qui voient au-delà des produits traditionnels d'atténuation des risques, comme les lettres de crédit, pour offrir de nouveaux services novateurs, axés sur la chaîne d'approvisionnement, qui optimisent le fonds de roulement et améliorent l'efficacité du traitement. Confrontées aux défis financiers et de traitement inhérents aux chaînes d'approvisionnement, les entreprises clientes demandent à leurs banques de leur fournir un éventail plus diversifié de solutions comprenant la CAF, les comptes ouverts assistés ainsi que la gestion des comptes fournisseurs, des comptes clients et de la trésorerie. La majorité des banques trouvent que leurs vieilles technologies rigides sont incapables de répondre aux nouveaux besoins des clients. Les leaders d'opinion croient que l'approche gagnante consiste à fournir ces solutions sur une plateforme mondiale, intégrée et unique. CGI partage cet avis et déploie rapidement ces solutions sur sa plateforme de commerce mondial Trade360. Toutes les solutions y sont offertes, à l'exception des solutions de gestion des comptes fournisseurs, dont le développement est en cours.

TRANSFORMER POUR ACCROÎTRE L'EFFICACITÉ ET RÉDUIRE LES COÛTS

Restructuration des activités et du service à la clientèle

Les banques doivent modifier radicalement leurs structures de coûts afin de demeurer concurrentielles dans l'économie mondiale. Les économies de coûts passent par la transformation des modèles de fonctionnement et de service à la clientèle de la banque. Grâce à la technologie, les banques peuvent fournir un service à la clientèle avec une présence locale réduite, rationaliser les processus, regrouper le travail d'arrière-guichet dans des sites à moindres coûts et fournir des solutions complètes sur une plateforme unique. La banque peut ainsi améliorer ses niveaux de service tout en réduisant les coûts des activités internes.

La transformation requiert plus que la technologie

Bien que la technologie joue un rôle important en permettant aux banques de soutenir pleinement leurs clients commerciaux dans l'achat et la vente de biens, la technologie n'est pas à elle seule la solution. Les banques doivent harmoniser cette technologie à leurs stratégies d'affaires et aux processus correspondants.

La transformation du commerce exige un leadership éclairé, une évolution technique rapide et une mobilisation, à tous les échelons, face au changement organisationnel. Cette démarche fondamentale visant à changer la culture, les processus et la technologie d'une entreprise transforme les banques. Dorénavant, elles ne sont plus des fournisseurs qui répondent à seulement une fraction des besoins commerciaux de leurs clients, mais sont plutôt des partenaires à part entière offrant des solutions pour l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement de leurs clients.

La plateforme de commerce mondial Trade360 procure des capacités de traitement de bout en bout pour doter les banques des outils nécessaires à un rendement de classe mondiale, comme celui dont les clients actuels de CGI tirent avantage.

PROFIL DE L'ENTREPRISE

La raison d'être de CGI est de satisfaire ses clients et de contribuer à leur croissance et à leur succès. Depuis plus de 30 ans, nous appuyons nos clients en leur rendant des services de grande qualité et en les aidant à relever les défis auxquels ils font face.

Figurant parmi les chefs de file du secteur des services en TI et en gestion des processus d'affaires, CGI regroupe 31 000 professionnels répartis dans plus de 100 bureaux dans le monde. Nous fournissons à nos clients la combinaison de valeur et de savoir-faire qui répond le mieux à leurs besoins en alliant judicieusement les partenariats à l'échelle locale et des options de prestation de services à l'échelle mondiale.

Pour nous, réussir signifie aider nos clients à améliorer leur position concurrentielle et à se distinguer par leurs résultats.

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS

Courriel

banking.solutions@cgi.com

Site Web

www.cgi.com/banques