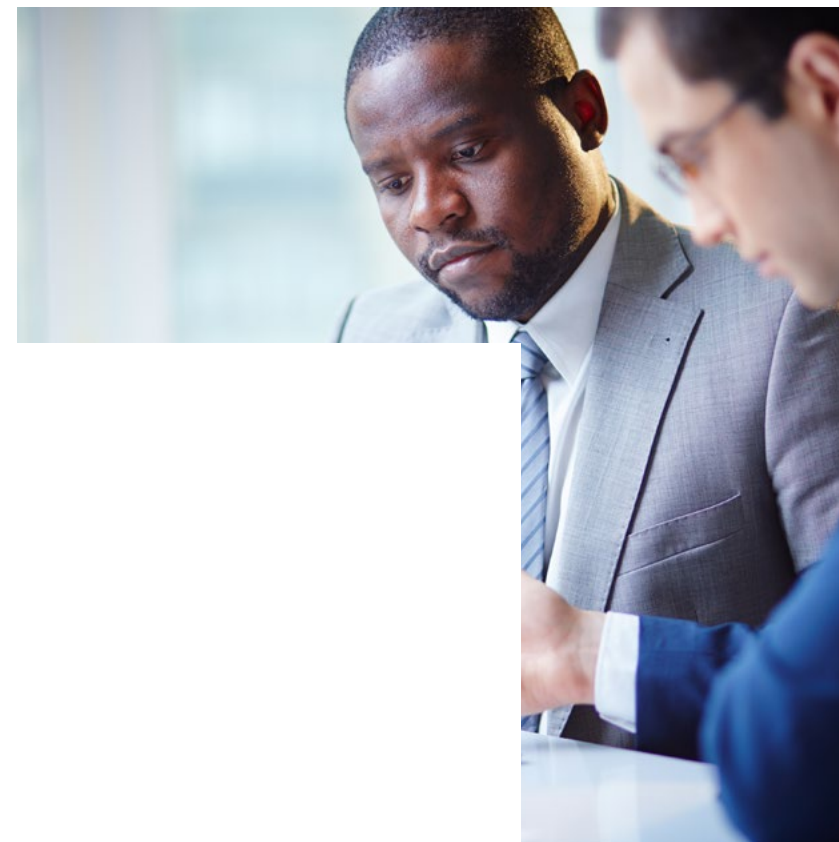


# Banques de services aux entreprises et de transactions

Les banques de services aux entreprises et de transactions accélèrent leur virage numérique et rattrapent enfin leurs pairs des autres secteurs bancaires. L'an dernier, seulement 60 % d'entre elles avaient mis en place des stratégies numériques d'entreprise. Cette année, 97 % des banques du secteur sont dotées de telles stratégies qui, étant donné leur caractère évolutif, s'avèrent toutefois fructueuses dans seulement 17 % des cas pour le moment.

Ce ne sont là que quelques-unes des constatations faites par les hauts dirigeants des banques de services aux entreprises et de transactions cette année. Lisez la suite pour en savoir plus sur les principales tendances et priorités des entreprises de ce secteur. Vous trouverez également des recommandations quant aux principales actions qu'elles peuvent adopter dès maintenant pour accélérer leur virage numérique.



# Accélérer l'adoption de stratégies numériques pour offrir une meilleure expérience client de bout en bout

Pour répondre aux nouvelles demandes des clients découlant de la pandémie mondiale, les banques de services aux entreprises et de transactions ont intensifié leurs efforts de transformation numérique et d'automatisation en 2021 pour relever ces nouveaux défis et offrir une meilleure expérience de bout en bout tant aux clients qu'aux employés. Face à la fermeture de leurs bureaux, les hauts dirigeants ont dû rapidement renoncer aux interactions en personne avec leur clientèle et se tourner vers des canaux de libre-service numériques. Par conséquent, le pourcentage de hauts dirigeants ayant recours à des stratégies numériques d'entreprise est passé de 60 % en 2020 à 97 % cette année.

L'attention accrue accordée à la numérisation a permis d'investir dans de nouveaux modèles d'exploitation axés sur le client, d'améliorer l'automatisation des processus et l'innovation, en plus de placer à nouveau la réduction des coûts et la cybersécurité au cœur des priorités. L'intérêt des hauts dirigeants pour les solutions infonuagiques et les services en mode délégué est également plus marqué en 2021, alors qu'ils envisagent des approches de prestation de services de TI plus économiques.

Chaque année, nous rencontrons des hauts dirigeants d'entreprises clientes du monde entier pour connaître leur point de vue sur les tendances qui ont une incidence sur leur organisation et leur secteur d'activité. Grâce à La voix de nos clients CGI, nous analysons ces résultats pour fournir des perspectives exploitables par secteur d'activité afin de comparer les meilleures pratiques, y compris les attributs des leaders du numérique. Ce rapport résume les tendances et les priorités qui se sont dégagées de nos conversations dans le cadre de La voix de nos clients 2021 avec 69 hauts dirigeants des banques de services aux entreprises et de transactions, et formule des recommandations à l'intention des banques pour accélérer leur virage numérique.

## À propos des perspectives

En 2021, nous avons rencontré 1 695 dirigeants des fonctions d'affaires et informatiques (TI). Ce résumé présente des exemples de perspectives recueillies auprès de 69 hauts dirigeants d'entreprises clientes du secteur des banques de services aux entreprises et de transactions.

### Données démographiques issues des entrevues

---

**54 %** leaders affaires      **46 %** leaders TI

---

**59 %** direction      **41 %** opérations

---

Au cours des six dernières années, dans le cadre de La voix de nos clients CGI, nous avons mené 7 470 conversations avec des clients et recueilli un million de données au sein des secteurs et des marchés géographiques où nous exerçons nos activités. Nos données de référence anonymes reflètent les perspectives de 5 500 organisations clientes situées dans des pays représentant 68 % des dépenses mondiales en TI, tous secteurs d'activité confondus.

# Principales tendances et priorités

La réglementation et les normes de sécurité demeurent la tendance dominante pour 2021, alors que les principales priorités d'affaires et de TI sont axées sur le client.

---

## Principales tendances

- 1 Renforcement et modification de la réglementation et des normes de sécurité
- 2 Réduction des coûts pour s'adapter aux nouvelles économies bancaires
- 3 Avancées technologiques et adoption de nouvelles technologies

---

## Principales priorités d'entreprise

- 1 Adoption d'un modèle opérationnel axé sur les clients
- 2 Optimisation des activités pour réduire les coûts
- 3 Conception de produits et services novateurs adaptés aux attentes des clients, aux besoins de l'entreprise et aux changements réglementaires

---

## Principales priorités en TI

- 1 Numérisation et automatisation des processus d'affaires pour améliorer l'expérience client de bout en bout
- 2 Protection grâce à la cybersécurité
- 3 Prise en compte de l'évolution de l'environnement de paiement



# 10 principales perspectives pour les banques de services aux entreprises et de transactions

1

## **La réduction des coûts pour s'adapter aux nouvelles économies bancaires constitue une tendance à la hausse en 2021.**

La réduction des coûts est passée de la troisième à la deuxième tendance la plus marquée cette année en réponse aux changements du marché, notamment l'incidence des paiements en temps réel sur les activités des banques, qui forcent les hauts dirigeants à transformer et à optimiser leurs activités.

2

## **L'orientation client devient la principale priorité d'affaires, suivie de la réduction des coûts et l'innovation.**

En 2021, l'adoption d'un modèle d'exploitation axé sur les clients remplace l'optimisation des activités pour réduire les coûts en tête de liste des principales priorités d'affaires. La réduction des coûts grâce à l'optimisation glisse au deuxième rang, ce qui cadre avec la principale tendance du secteur cette année. L'innovation en matière de produits et services occupe toujours la troisième place sur l'échelle des priorités d'affaires, alors que d'une année à l'autre, les banques de services aux entreprises et de transactions cherchent à diversifier leur offre.

3

## **Les banques de services aux entreprises et de transactions ont rattrapé leurs pairs des autres secteurs bancaires au chapitre des stratégies numériques.**

Cette année, 97 % des hauts dirigeants indiquent être dotés de stratégies de numérisation. Cette hausse importante par rapport à l'année précédente (60 %) s'explique par le fait que les banques de services aux entreprises et de transactions font face à des pressions croissantes pour établir leur présence en ligne. Elles se retrouvent donc pour la première fois sur un pied d'égalité avec leurs pairs du secteur des banques de détail (97 %) et celui des marchés des capitaux (92 % du côté des investisseurs et 97 % du côté des firmes de courtage), ce qui souligne l'importance des technologies numériques dans la sphère bancaire actuelle.

4

## **Bien que 97 % des hauts dirigeants disposent maintenant de stratégies numériques, la plupart attendent encore d'en constater les résultats.**

La plupart des hauts dirigeants ayant lancé des stratégies numériques d'entreprise en 2020 attendent toujours de récolter le fruit de leurs efforts. Seulement 17 % d'entre eux affirment avoir tiré des avantages de leurs stratégies numériques en 2021. Les banques européennes connaissent pour leur part plus de succès que leurs homologues nord-américains, puisque 20 % disent avoir constaté des résultats contre seulement 11 % en Amérique du Nord.



## 10 principales perspectives pour les banques de services aux entreprises et de transactions

### 5 La prise en compte de l'évolution des paiements et la conformité aux nouveaux règlements font partie des priorités en TI cette année.

Les hauts dirigeants mentionnent deux nouvelles priorités en TI cette année : la prise en compte de l'évolution de l'environnement des paiements et la conformité aux nouveaux règlements. Ces priorités occupent respectivement le troisième et le quatrième rang. La numérisation et l'automatisation des processus pour améliorer l'expérience client constituent de nouveau la principale priorité en TI, suivie de la cybersécurité.

### 6 La sécurisation des plateformes infonuagique gagne en importance cette année alors que les banques de services aux entreprises et de transactions cherchent à investir dans de nouvelles applications et infrastructures.

L'importance accordée à plusieurs facteurs essentiels à la protection de la banque, comme le suivi des actifs de données, la sensibilisation des employés et la détermination des actifs fondamentaux, a considérablement diminué en 2021. Un facteur précis — la sécurisation des plateformes infonuagiques — a toutefois gagné en importance (+6 %), car les banques de services aux entreprises et de transactions se tournent vers l'informatique en nuage pour créer de nouvelles possibilités.

### 7 L'innovation du modèle d'affaires constitue le principal domaine d'investissement en innovation ciblé, suivie de la protection de la banque et de ses clients.

Le recours à de nouvelles technologies et à des partenariats pour renouveler le modèle d'affaires est le domaine d'investissement en innovation le plus cité pour les trois prochaines années, tandis que la protection de la banque et de ses clients se classe au deuxième rang. Les données, l'automatisation et les paiements viennent ensuite s'ajouter, dans l'ordre, à la liste des domaines prioritaires.



### 8 Les solutions infonuagiques demeurent l'une des principales tendances en matière de dépenses en TI, alors que les hauts dirigeants continuent de travailler à la modernisation des applications et à la migration vers le nuage.

L'adoption de nouveaux modèles de prestation de services en TI, comme le nuage, se classe au deuxième rang des tendances en matière de dépenses informatiques cette année. Dans le même esprit, les hauts dirigeants se concentrent sur la modernisation des applications et la migration vers le nuage. Ainsi, 82 % prévoient de moderniser au moins 21 % de leur portefeuille d'applications au cours des deux prochaines années, et 60 % de migrer au moins 21 % de leurs applications vers le nuage.

## 10 principales perspectives pour les banques de services aux entreprises et de transactions

9

### **Près de la moitié des hauts dirigeants croient disposer d'une chaîne d'approvisionnement technologique agile.**

Cette année, 21 % des répondants considèrent que la chaîne d'approvisionnement technologique de leur organisation est très agile, alors que moins de 9 % lui accordent une faible cote d'agilité. Le quart de tous les hauts dirigeants croient que leur chaîne d'approvisionnement représente une importante contrainte pour l'atteinte de leurs priorités en TI.

10

### **La grande majorité des hauts dirigeants considèrent la capacité des ressources internes et la culture organisationnelle comme des obstacles majeurs à la transformation numérique.**

Les banques de services aux entreprises et de transactions sont continuellement en quête de talents. Cette année, 84 % des hauts dirigeants jugent que la capacité des ressources internes freine leur transformation numérique et la réalisation de leurs priorités d'affaires, tandis que 81 % mentionnent devoir faire face au défi que représentent «la culture organisationnelle et la capacité de transformation».



# Leaders du numérique au sein du secteur des banques de services aux entreprises et de transactions

Depuis plusieurs années, la transformation numérique des banques de services aux entreprises et de transactions progresse lentement comparativement aux autres secteurs bancaires. Nous constatons cependant une accélération importante cette année. L'an dernier, 60 % des organisations affirmaient avoir une stratégie numérique d'entreprise en place. Cette année, ce pourcentage s'élève à 97 %.

Les hauts dirigeants qui constatent l'incidence positive de leurs stratégies numériques sur leurs activités ont plusieurs attributs communs qui les distinguent de ceux qui en sont à la phase d'élaboration ou de mise en œuvre. Le plus important est leur capacité à harmoniser efficacement leurs priorités d'affaires et de Ti. Cette année, 86 % relèvent une parfaite adéquation entre leurs priorités, comparativement à seulement 52 % chez ceux qui en sont aux premières étapes de leur virage numérique.

De plus, parmi les hauts dirigeants qui déclarent avoir atteint les résultats escomptés, 83 % se disent au fait des lois et règlements sur la protection des données personnelles, comparativement à 74 % chez ceux qui en sont à la phase d'élaboration ou de mise en œuvre.





# 5 recommandations pour atteindre vos principales priorités

1

**Poursuivre l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies numériques** pour répondre aux besoins des clients et demeurer concurrentiels. Si le virage numérique des banques de services aux entreprises et de transactions avait tendance à progresser lentement en comparaison avec les autres secteurs bancaires, la pandémie a forcé leurs hauts dirigeants à emboîter le pas par nécessité. Face aux pressions croissantes des clients et des employés pour une offre de services numériques accrue, les banques de services aux entreprises et de transactions ont lancé de nouvelles initiatives numériques pour pallier les fermetures de bureaux et autres impacts de la pandémie. Même si nous constatons cette année une baisse du pourcentage de hauts dirigeants qui constatent les résultats de leurs stratégies numériques, cela s'explique par le fait que ces stratégies continuent d'évoluer. Les banques doivent maintenir le cap en continuant d'élaborer et de mettre en œuvre des initiatives numériques, tout en mesurant soigneusement leur incidence positive et leur efficacité.

**Cas probant** – CGI a pour mandat d'aider une grande banque mondiale à consolider tous ses canaux numériques en un seul modèle d'interaction numérique pour ses entreprises clientes, à automatiser un vaste éventail de processus d'affaires et à mettre en œuvre un traitement automatisé des transactions. Grâce à ces changements transformationnels, la banque a été en mesure d'améliorer sa fidélisation des clients, sa croissance des revenus et sa réduction des coûts.





## 5 recommandations pour atteindre vos principales priorités

2

**Continuer d'investir dans de nouvelles applications et infrastructures** afin d'améliorer l'efficacité opérationnelle et de favoriser la croissance. Alors que plus de la moitié des hauts dirigeants disent avoir augmenté leurs dépenses dans ce domaine en 2021, nous constatons une hausse correspondante de leur intérêt pour les solutions infonuagiques et les services en mode délégué. Le nuage leur offre l'extensibilité et le contrôle des coûts à long terme dont ils ont besoin, alors que les services en mode délégué leur donnent accès à une expertise et ouvrent la voie à des économies d'échelle, y compris des pistes de mise à niveau simplifiées. Enfin, l'adoption de ces deux tactiques permet aux hauts dirigeants de favoriser la performance et l'innovation avec plus de facilité et de fiabilité, ce qui d'ailleurs explique pourquoi les organisations tirent davantage parti de ces approches en 2021.

**Cas probant** — Grâce à CGI, une grande banque canadienne a été la première à se doter d'un environnement en nuage public mixte (Microsoft Azure et Amazon Web Services) pour le traitement des paiements en intégrant harmonieusement la plateforme CGI All Payments en tant que service aux systèmes existants. La banque devait moderniser son infrastructure de traitement des paiements pour se préparer aux changements réglementaires à venir, réduire la complexité et les coûts, et resserrer la sécurité. CGI All Payments a permis à la banque de tirer parti de tous les avantages de la modernisation sans toutefois nécessiter le remplacement des systèmes en place. De plus, l'environnement mixte de traitement des paiements bancaires permet à la banque d'éviter toute interruption de service.

⊕ Apprenez-en davantage sur notre approche de migration vers le nuage public :  
[Migrer les paiements vers le nuage public grâce à CGI All Payments](#)



## 5 recommandations pour atteindre vos principales priorités

3

**Miser sur l'automatisation améliorée des processus** plutôt que sur une simple automatisation robotique des processus (RPA) pour générer plus de valeur. Bien que la RPA demeure une approche très pratique, un nombre accru de hauts dirigeants investissent dans l'automatisation améliorée des processus en 2021 en vue de réaliser des gains encore plus importants. Ce premier type d'automatisation permet d'optimiser les processus de base, comme la saisie du nom d'un client, et le deuxième des processus plus complexes et à valeur ajoutée, comme ceux qui nécessitent habituellement une interaction humaine. Par exemple, l'automatisation améliorée des processus peut permettre de recueillir des renseignements supplémentaires sur le client afin d'obtenir un meilleur portrait de ses habitudes et de mieux cerner ses besoins. Non seulement cette approche favorise l'efficacité, mais elle permet aux banques d'offrir une meilleure expérience client.

**Cas probant** — L'année dernière le Congrès des États-Unis a mis en place le Paycheck Protection Program (PPP) pour soutenir les petites entreprises les plus durement touchées par la pandémie de COVID-19. Les banques américaines ont dû s'organiser rapidement pour commencer à traiter les prêts du PPP, y compris une grande banque régionale du sud-ouest du pays qui a fait appel à CGI. Lorsque le PPP est entré en vigueur, la banque a été inondée par un volume extrêmement élevé de demandes de prêts. Pour arriver à gérer ce volume, elle devait mettre en place un processus automatisé de soumission de prêt — rapidement. CGI est intervenue pour l'aider à relever ce défi en tirant parti de l'automatisation robotique des processus (RPA). Notre équipe a développé trois assistants RPA qui placent automatiquement les demandes de prêts dans une file d'attente, en valident les données et soumettent les demandes dans le site E-Tran de la SBA.

⊕ Consultez notre étude de cas : [CGI aide une banque américaine à automatiser le traitement des demandes de prêts des petites entreprises désireuses de profiter du Paycheck Protection Program](#)



## 5 recommandations pour atteindre vos principales priorités

4

**Continuer de se concentrer sur la création d'une expérience client et employé de qualité supérieure** grâce à la numérisation et aux données. Comparativement à d'autres secteurs bancaires, les banques de services aux entreprises et de transactions ont toujours eu tendance à miser davantage sur les interactions en personne. En raison des fermetures de succursales et de bureaux liées à la pandémie de COVID-19, elles ont toutefois été contraintes de se tourner vers des canaux et outils de libre-service numériques, et de recourir à l'automatisation au profit de la fidélisation des clients existants — et de la rétention des employés qui les servent —, mais aussi pour créer une expérience client concurrentielle pour l'avenir. Les données contribuent également de plus en plus à améliorer l'expérience client. Elles permettent aux banques de prendre de meilleures décisions dans des domaines essentiels comme la gestion des liquidités, la gestion de trésorerie et les prévisions de trésorerie. En augmentant le volume de données exploitables, les banques peuvent mieux évaluer les besoins de leurs clients et offrir des services à valeur ajoutée pour y répondre.

**Cas probant** — CGI a collaboré avec une grande banque pour optimiser son architecture d'applications mobiles afin de lui permettre d'offrir à ses clients une expérience bancaire mobile exempte de tout tracas et d'accroître sa vitesse de mise sur le marché de nouvelles fonctionnalités. La banque utilisait une application mobile et les services d'arrière-guichet d'un fournisseur tiers pour servir ses clients dans différentes régions. L'ajout de nouvelles caractéristiques nécessitait toutefois beaucoup de temps. Dans le cadre de sa transformation numérique, la banque s'est tournée vers CGI pour l'aider à concevoir et à mettre en œuvre sa propre application mobile et ses propres services d'arrière-guichet. Maintenant que ces nouvelles solutions sur mesure sont en place, la banque est en mesure de traiter 40 000 demandes par heure, d'offrir ses services en tout temps et d'attirer de nouveaux utilisateurs (200 000 nouvelles personnes à ce jour), en plus de réduire ses coûts pour des services de fournisseurs de TI tiers et d'assurer l'extensibilité de ses services d'arrière-guichet au moyen du nuage.

5

**Multiplier les initiatives de développement durable** pour accroître les occasions de « faire mieux en faisant le bien ». De plus en plus, les firmes de courtage du secteur des marchés des capitaux, tout comme les banques de détail, mettent l'accent sur la responsabilité sociale et recherchent des occasions de stimuler la croissance des revenus grâce à des initiatives de développement durable. Les banques de services aux entreprises et de transactions disposent de possibilités similaires. Par exemple, elles peuvent rattacher les prêts aux efforts en matière de développement durable des clients en offrant des taux d'intérêt et des modalités de remboursement avantageux à ceux qui démontrent leur engagement envers la durabilité. De plus, elles peuvent proposer d'investir dans des programmes de développement durable axés sur les clients pour non seulement établir des relations avec eux et les fidéliser, mais aussi générer des revenus d'investissement tout en ayant une incidence positive sur l'environnement.

⊕ Lisez l'article [Faire de la responsabilité sociale un facteur de différenciation dans le financement commercial \(1<sup>re</sup> partie\)](#)

# À propos de CGI

## **Allier savoir et faire**

Fondée en 1976, CGI est l'une des plus importantes entreprises de services-conseils en technologie de l'information (TI) et en management au monde.

Nous sommes guidés par les faits et axés sur les résultats afin d'accélérer le rendement de vos investissements. Pour nos 21 secteurs d'activité cibles et à partir de plus de 400 sites à l'échelle mondiale, nos 80 000 professionnels offrent des services-conseils complets, adaptables et durables en TI et en management. Ces services s'appuient sur des analyses mondiales et sont mis en œuvre à l'échelle locale.

Pour obtenir un ensemble complet des perspectives sectorielles  
La voix de nos clients CGI et consulter l'un de nos experts, visitez le site [cgi.com/fr/voix-de-nos-clients](https://cgi.com/fr/voix-de-nos-clients) ou communiquez avec nous : [info@cgi.com](mailto:info@cgi.com).

