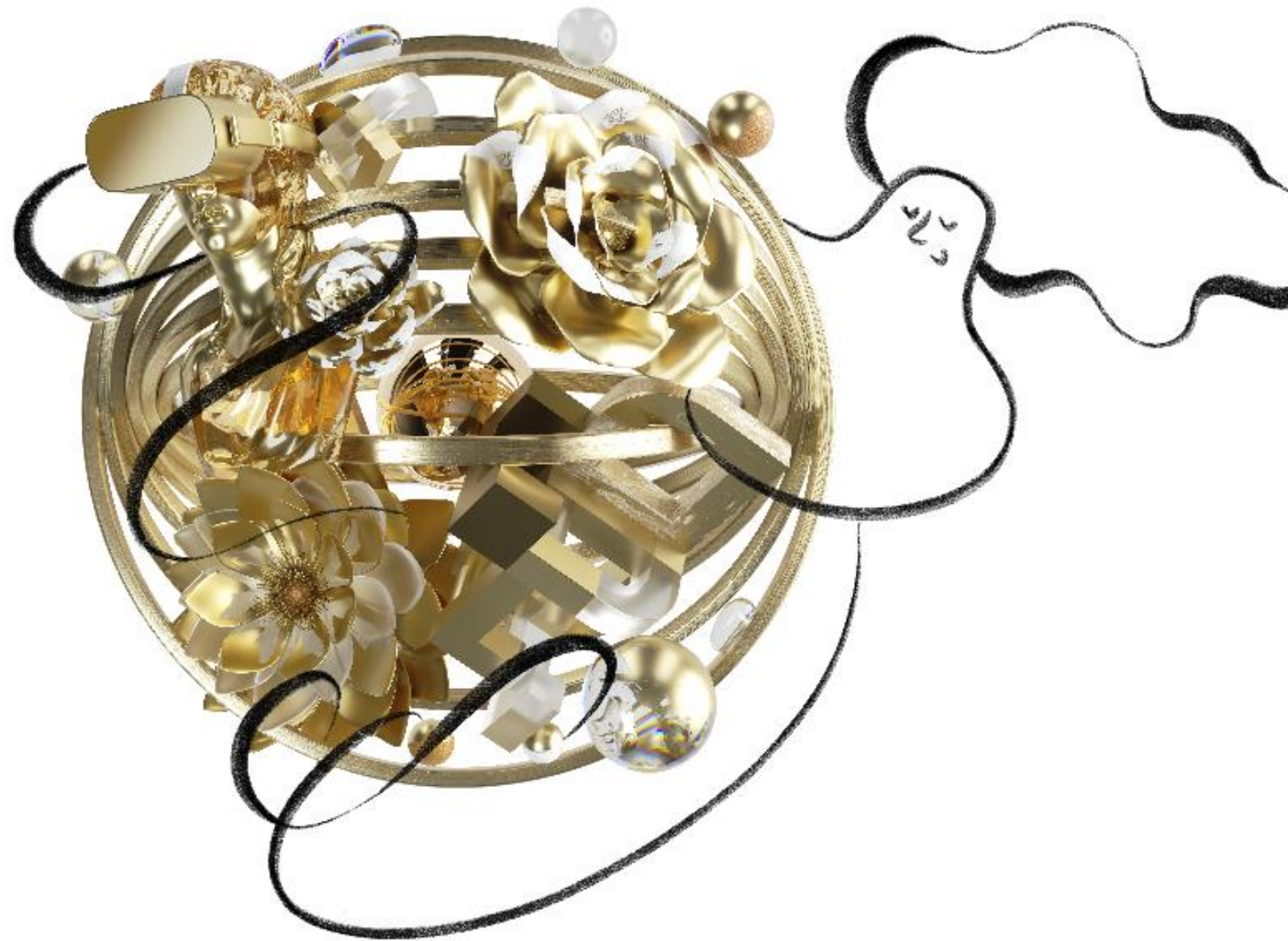


# Étude sur la maturité numérique du secteur bancaire 2022

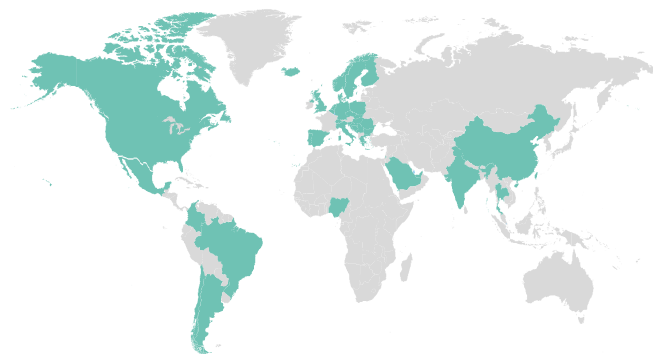
Défis et opportunités pour le secteur  
bancaire : une perspective suisse

**Deloitte.**



L'étude sur la maturité numérique du secteur bancaire de Deloitte est la référence mondiale en matière de canaux bancaires numériques.

Pour cette cinquième édition, Deloitte a analysé 304 banques dans 41 pays du monde entier, dont dix en Suisse. À l'évidence, si au cours des deux dernières années, les banques suisses ont toutes amélioré leur score de maturité, les championnes du numérique continuent d'innover à un rythme bien plus rapide. Les banques suisses risquent donc de perdre du terrain.



41 pays

304 banques

1200 fonctions



10 banques suisses

# À propos de l'étude

Pour réaliser une analyse approfondie de la maturité numérique des banques, nos chercheurs ont recouru à la technique du client mystère afin d'obtenir des informations que seule la détention d'un compte réel permet d'obtenir et d'évaluer plus de 1200 fonctionnalités de canaux numériques (site web public, e-banking et application mobile) pour chaque banque. En combinaison avec l'étude de marché consacrée aux besoins de la clientèle, réalisée sur la base de sondages, et avec une analyse détaillée de l'expérience utilisateur (UX), cette étude fournit une perspective unique sur les stratégies et les meilleures pratiques des leaders du numérique.

La Suisse a perdu sa position de leader dans le groupe des championnes du numérique et figure à présent à la 21<sup>e</sup> place du classement mondial. L'analyse explique pourquoi les banques suisses perdent du terrain et présente les mesures qu'elles devraient prendre pour améliorer leur position.

3 | Copyright © 2023 Pour plus d'informations, veuillez contacter Deloitte Global.

## Aperçu des résultats pour la Suisse



### Résultat 1

Les banques suisses innovent moins rapidement que les championnes du numérique



### Résultat 2

Les banques suisses n'ont pas instauré un processus moderne entièrement numérisé de bout en bout pour l'ouverture de comptes



### Résultat 3

Les lacunes des ventes numériques limitent les opportunités de croissance



### Résultat 4

Les banques suisses offrent trop peu de services intégrés autres que bancaires



### Résultat 5

Les banques « challengers » sont pionnières en matière d'expérience utilisateur et d'innovation



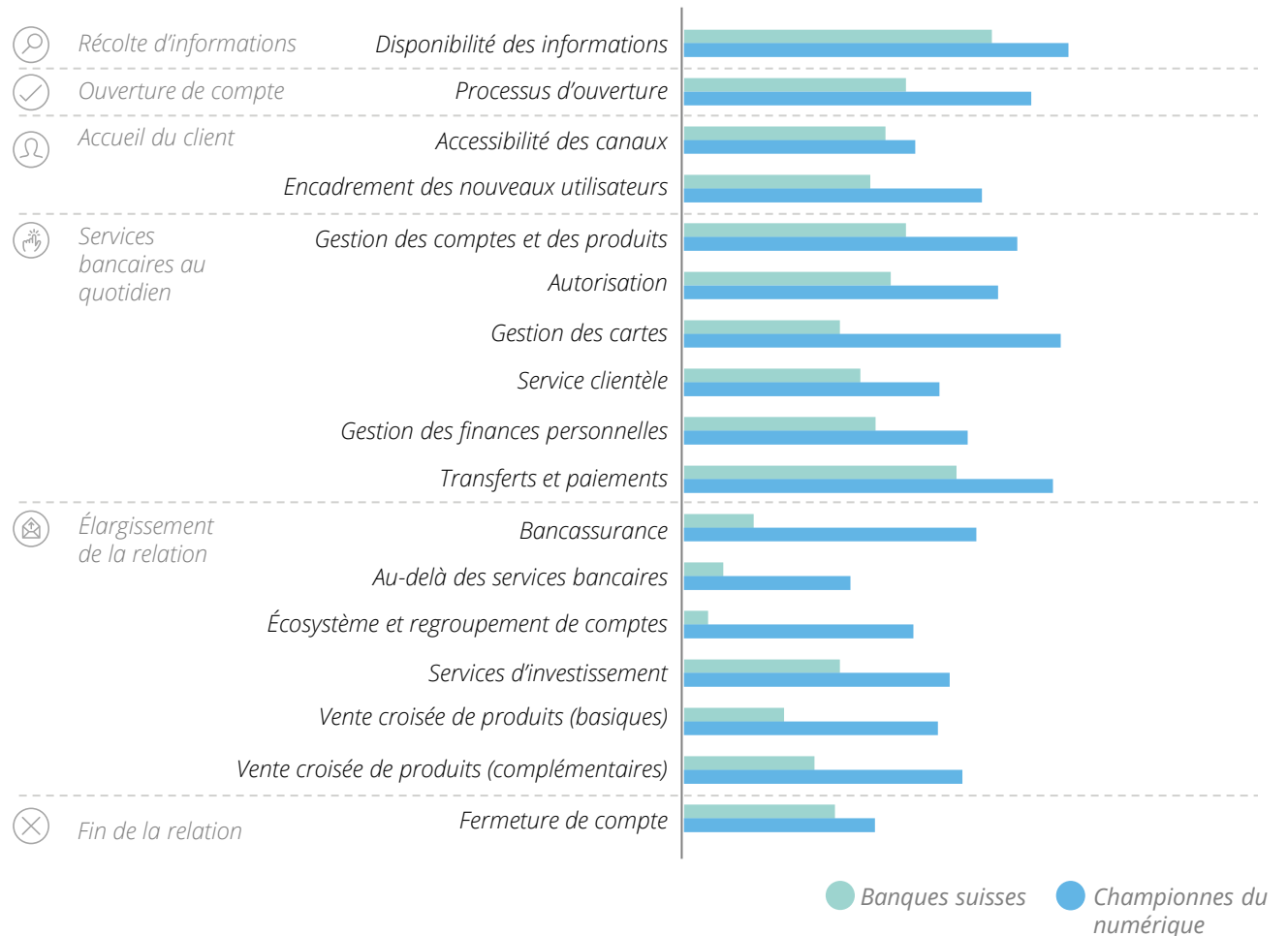
## Résultat 1

# Les banques suisses innovent moins rapidement que le groupe des championnes du numérique

Les banques suisses ont pu améliorer leur score de maturité numérique dans toutes les catégories de fonctionnalités analysées. Toutefois, la plupart des championnes du numérique ont innové en offrant bien plus rapidement davantage de fonctionnalités pour tous les canaux numériques, si bien que la Suisse a reculé du 18<sup>e</sup> rang en 2020 à la 21<sup>e</sup> place en 2022. Dans la présente étude, seule une banque parmi les 30 championnes du numérique est suisse. Les banques suisses risquent de ne plus pouvoir répondre aux attentes croissantes de la clientèle et de garantir à la fois une expérience utilisateur satisfaisante et un éventail suffisant de fonctionnalités répondant à ses besoins quotidiens.

Les banques suisses sont à la traîne dans toutes les catégories par rapport aux championnes du numérique, qui innovent plus rapidement.

Score de maturité numérique par sous-catégorie <sup>1</sup>



<sup>1</sup> Données pour 30 banques classées « championnes du numérique » et 10 banques suisses examinées dans l'édition 2022. Certaines catégories (simplification de la saisie des données, validation en temps réel, informations sur l'état de l'application) comportent plus d'un élément.



## Résultat 2

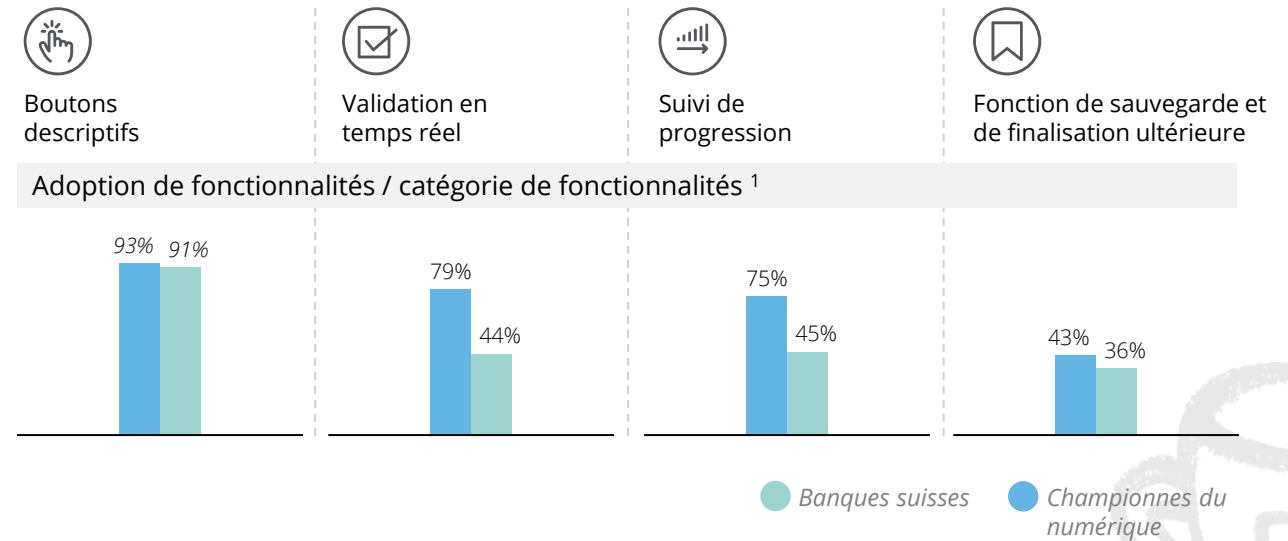
Les banques suisses n'ont pas instauré un processus moderne entièrement numérisé de bout en bout pour l'ouverture de comptes

Aujourd'hui, les consommateurs et les consommatrices sont à la recherche d'une expérience bancaire fluide, alliant facilité d'utilisation et disponibilité immédiate. Ils veulent pouvoir ouvrir un compte en quelques minutes, où qu'ils se trouvent, et commencer à l'utiliser sur-le-champ. Ils souhaitent aussi avoir la possibilité de consulter leur solde et leurs opérations et de recevoir des informations en temps réel. Les banques suisses sont souvent incapables d'offrir une telle expérience fluide à l'ouverture d'un compte. Leurs canaux mobiles et Internet manquent de fonctionnalités par rapport aux championnes du numérique. Ainsi, la validation en temps réel des données saisies et le suivi de la progression sont encore rudimentaires. Les banques suisses risquent dès lors de perdre des clients au cours du processus d'ouverture de compte.

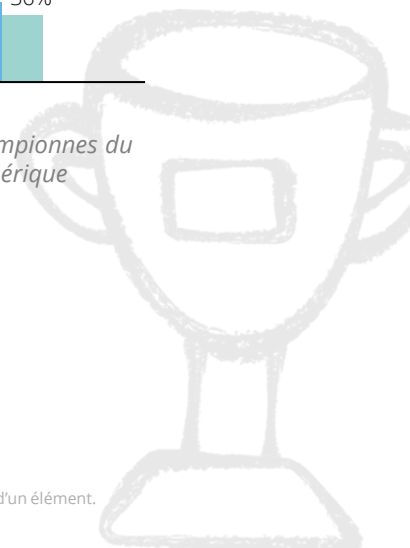
Copyright © 2023 Pour plus d'informations, veuillez contacter Deloitte Global.

Tout au long du processus d'ouverture de compte, les banques suisses n'offrent pas assez de fonctionnalités numériques

% de fonctionnalités offertes par les banques



<sup>1</sup> Données pour 30 banques classées « championnes du numérique » et 10 banques suisses examinées dans l'édition 2022. Certaines catégories (simplification de la saisie des données, validation en temps réel, informations sur l'état de l'application) comportent plus d'un élément.





## Résultat 3

# Les lacunes des ventes numériques limitent les opportunités de croissance

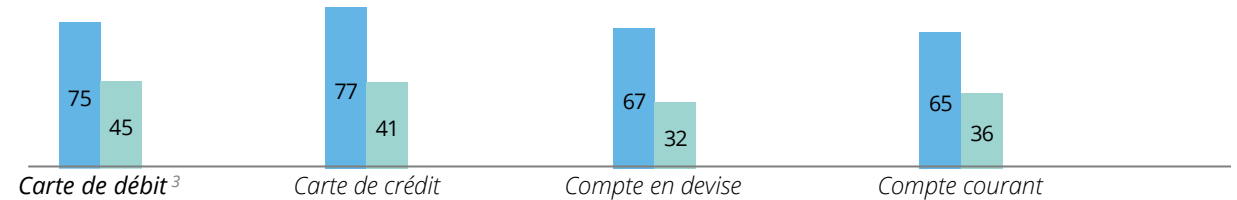
Les canaux numériques offrent une belle opportunité aux banques de pratiquer la vente croisée et incitative de produits auprès de leur clientèle. La performance des banques suisses a été comparée à celle des championnes mondiales du numérique pour chacune des trois catégories de produits suivantes : produits transactionnels ; épargne et investissement ; crédit.

Par rapport aux championnes du numérique, les banques suisses ne répondent pas aux attentes dans l'ensemble des trois catégories de produits.

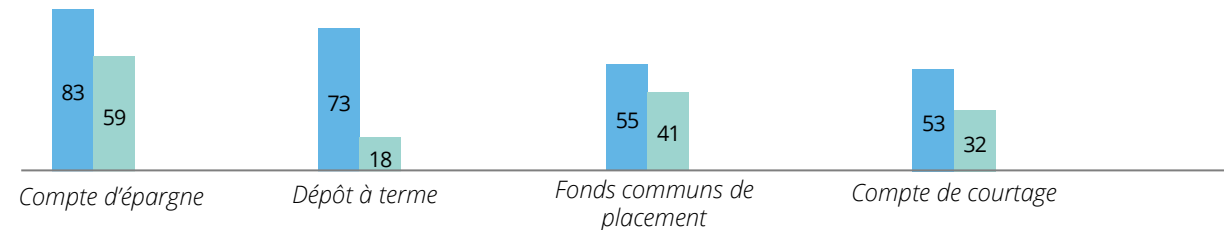
Les banques suisses ne répondent pas aux attentes dans l'ensemble des trois catégories de produits.

*% de banques offrant une méthode d'ouverture de produit de bout en bout pour les canaux mobiles ou Internet <sup>1</sup>*

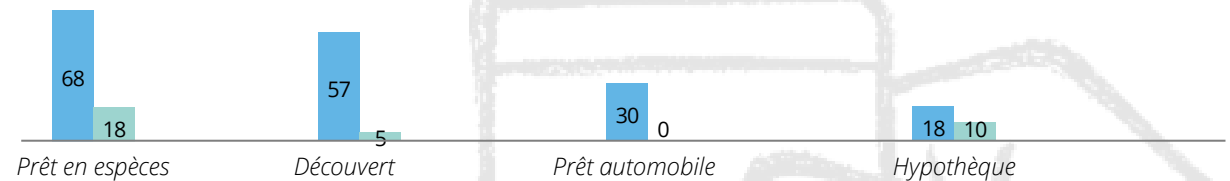
### Produits transactionnels



### Épargne et investissement



### Crédit



● Banques suisses ● Championnes du numérique

<sup>1</sup> Le résultat est une moyenne pour les canaux mobiles et Internet.

<sup>2</sup> Données pour 304 banques examinées dans l'édition 2022, y compris 30 championnes et [x] autres banques.

<sup>3</sup> Chez de nombreuses championnes du numérique, une carte de débit est émise automatiquement avec un compte. Cela peut entraîner une diminution du score réel.



## Résultat 4

# Les banques suisses offrent trop peu de services intégrés autres que bancaires

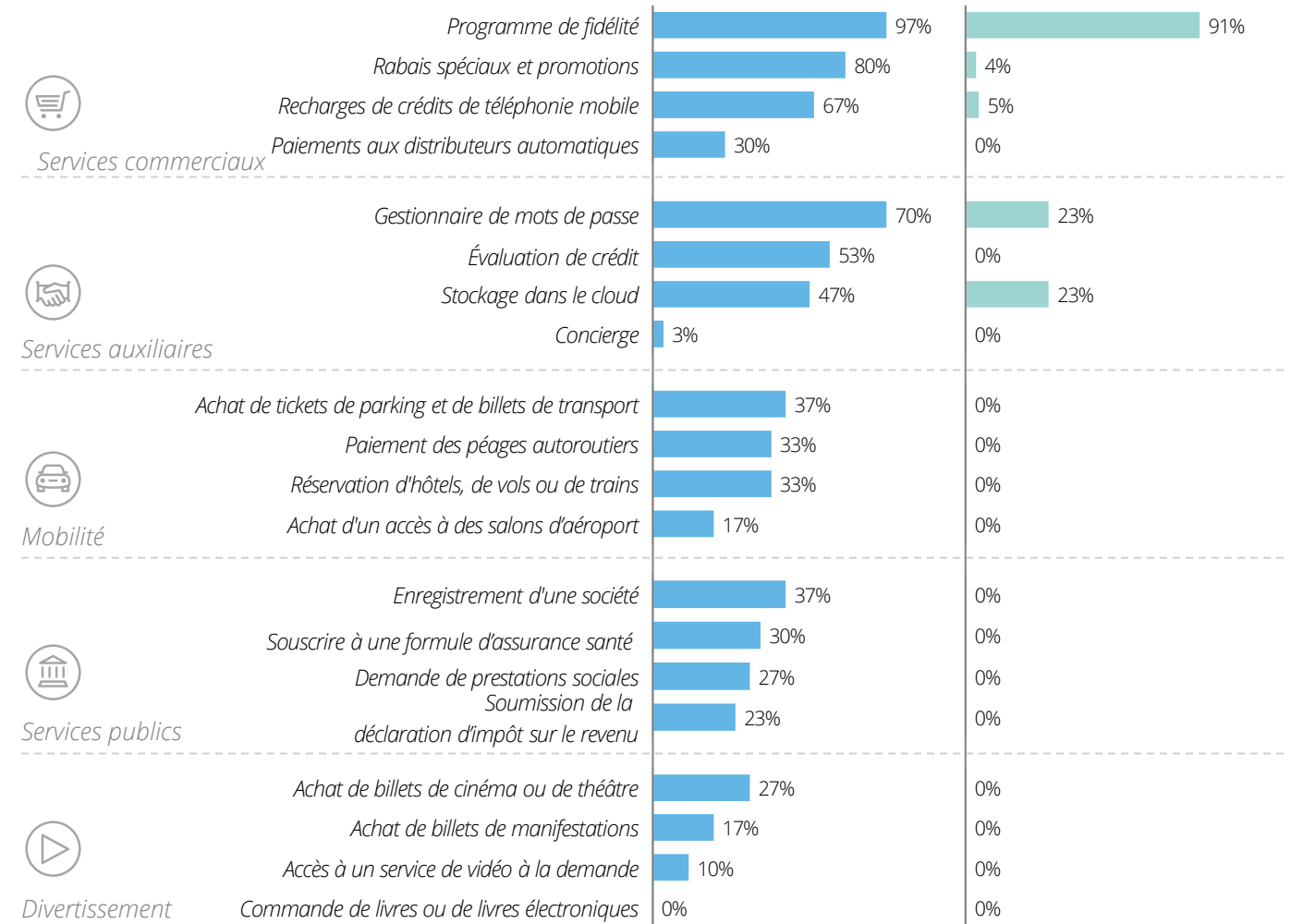
Pour être compétitives sur le marché et renforcer l'engagement et la loyauté des clients, les banques ne devraient pas se contenter de leur proposer des services bancaires traditionnels. Elles doivent offrir des fonctionnalités et des solutions innovantes.

Force est de constater que les championnes du numérique offrent un éventail de fonctionnalités qui va au-delà du cadre bancaire, à savoir des services commerciaux, de mobilité ou même de divertissement. Les banques suisses n'offrent pourtant qu'un nombre très limité de services commerciaux et auxiliaires en lien avec l'activité bancaire. De ce fait, elles passent à côté d'opportunités pour renforcer l'engagement de la clientèle et développer une infrastructure susceptible de porter des efforts personnalisés et basés sur des données en matière de marketing et d'engagement de la clientèle.

7 | Copyright © 2023 Pour plus d'informations, veuillez contacter Deloitte Global.

## Les banques suisses ne proposent que des services commerciaux et auxiliaires

Top des services à valeur ajoutée par catégorie, % de banques offrant la fonctionnalité donnée <sup>1</sup>



● Banques suisses ● Championnes du numérique

<sup>1</sup> Données pour 30 banques classées « championnes du numérique » et d'autres banques examinées dans l'édition 2022



## Résultat 5

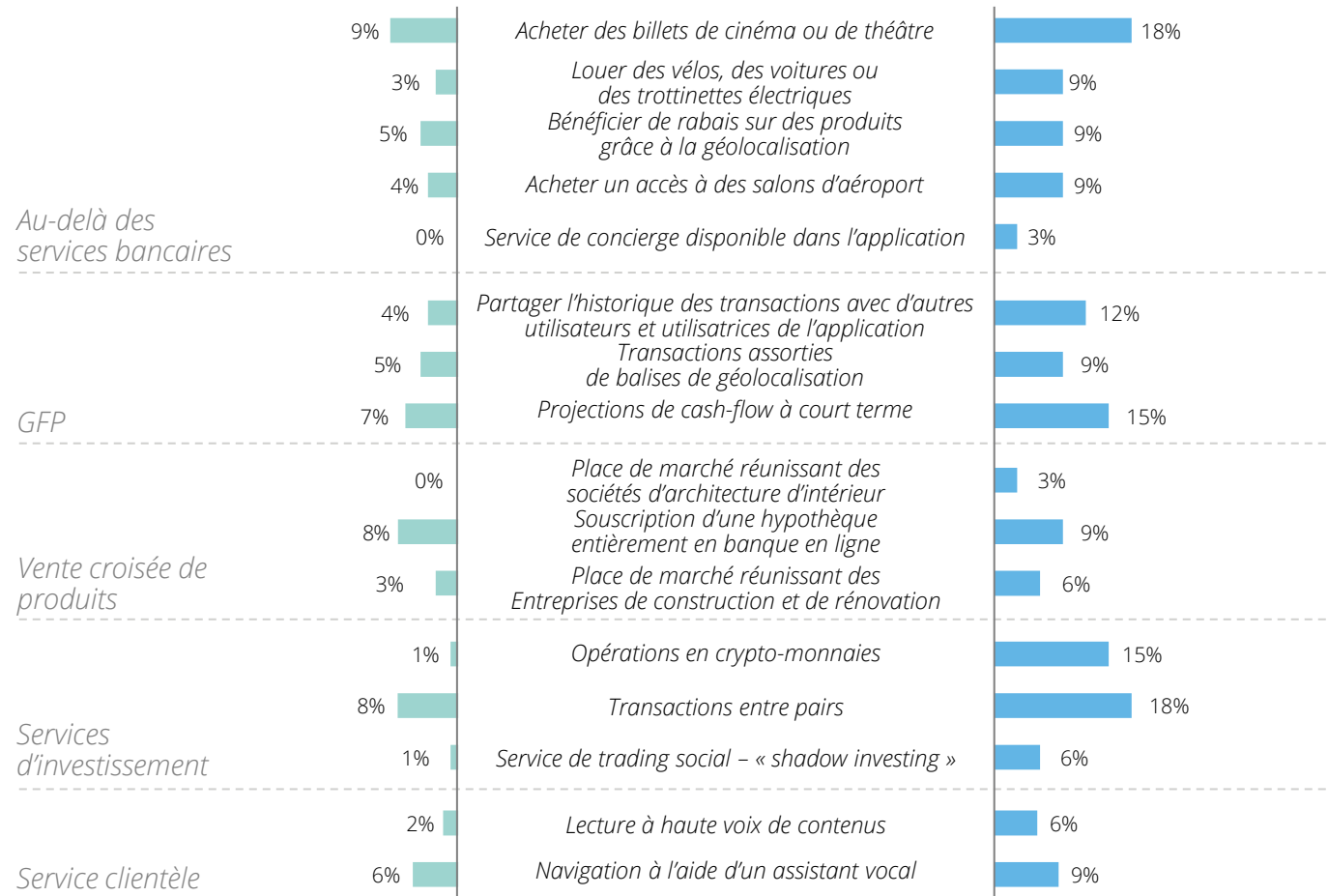
# Les banques « challengers » sont pionnières en matière d'expérience utilisateur et d'innovation

En matière d'expérience utilisateur et d'ergonomie, les banques « challengers » réalisent un meilleur score que les banques traditionnelles et ce, toutes fonctionnalités confondues. Avec des produits purement basés sur des applications, elles parviennent à créer une expérience numérique parfaitement fluide. De plus, ces banques émergentes attirent la clientèle avec des fonctions extrêmement innovantes et sont capables de répondre à ses attentes bien plus rapidement que leurs concurrentes. Les banques « challengers » ont aussi une longueur d'avance en matière d'ergonomie. Elles profitent de la popularité enracinée des services bancaires numériques et mobiles auprès d'une nouvelle génération de clients et clientes. Si le secteur bancaire dans son ensemble continue de développer ses offres numériques, ce sont principalement les banques « challengers » qui lancent des fonctionnalités innovantes.

8 | Copyright © 2023 PwC. Pour plus d'informations, veuillez contacter Deloitte Global.

Les « challengers » sont plus susceptibles de se démarquer en adoptant des solutions innovantes

% de banques offrant une fonctionnalité<sup>1</sup> donnée pour une sélection de fonctionnalités innovantes<sup>2</sup>



● Banques historiques ● Banques émergentes

<sup>1</sup> Données pour 270 banques classées « banques historiques » et 34 banques classées « banques challengers » examinées dans l'édition 2022  
<sup>2</sup> Fonctionnalités innovantes mises en œuvre dans moins de 10% des banques analysées



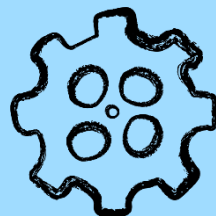
# Trois impératifs pour que les banques suisses puissent retrouver une position de leader



## **Investir davantage dans une expérience utilisateur de bout en bout pour égaler les championnes du numérique**

Afin de tirer pleinement parti des canaux numériques pour pratiquer de la vente croisée et incitative, les banques suisses doivent apprendre des championnes du numérique et investir dans une expérience numérique de bout en bout. Le processus d'accueil est une étape critique dans l'acquisition de clients et

pourtant, il s'agit rarement d'un processus numérisé parfaitement fluide. Cet investissement doit être une priorité absolue pour les banques désireuses d'offrir une expérience clientèle fluide et intégrée qui ne s'arrête pas à la porte d'entrée de la banque.



## **Développer une stratégie globale interactive en priorité pour les appareils mobiles**

La clientèle suisse adopte de nouvelles pratiques bancaires et d'investissement ; les appareils mobiles deviennent leur moyen privilégié d'interaction. La consolidation des applications dont les clients ont besoin pour interagir avec leur banque est un prérequis important pour les banques suisses. Aujourd'hui, les clients

doivent souvent utiliser une multitude d'applications mobiles pour effectuer des opérations bancaires et d'investissement ou retourner sur le net depuis un ordinateur de bureau, ce qui peut être déroutant, chronophage et à tout le moins peu enthousiasmant.



## **Penser au-delà des services bancaires pour accroître l'engagement de la clientèle**

Les banques suisses doivent élargir leur gamme de produits en proposant autre chose que des services bancaires traditionnels. Elles peuvent s'inspirer des championnes du numérique, qui offrent une grande variété de produits et de services pour répondre à tous les besoins financiers personnels de leur clientèle.

# Contacts

Vous avez des questions ou des observations sur les résultats de notre étude ?  
N'hésitez pas à nous contacter ! Nos spécialistes en banque numérique restent à votre disposition pour en discuter.



**Cyrill Kiefer**  
Associé

[cykiefer@deloitte.ch](mailto:cykiefer@deloitte.ch)



**Johnathan Herrle**  
Directeur

[jherrle@deloitte.ch](mailto:jherrle@deloitte.ch)



**Reto Roellin**  
Directeur

[rroellin@deloitte.ch](mailto:rroellin@deloitte.ch)



**Thierry Hediger**  
Manager

[thediger@deloitte.ch](mailto:thediger@deloitte.ch)



**Lisa Peyer**  
Senior Consultant

[lpeyer@deloitte.ch](mailto:lpeyer@deloitte.ch)