

La digitalisation dans le secteur de la banque de détail en Suisse : la transformation digitale est en marche sous la pression des FinTech

Colombus Consulting présente les résultats de la première édition de l'étude « La digitalisation dans le secteur de la Banque en Suisse ».

L'étude a été réalisée au second semestre 2018, sur un panel de 25 banques sélectionnées en fonction de leur nombre de clients.

Accès complet sur <http://shift.colombus-consulting.com/fr/etude-digitalisation-banque-suisse/>

- **+11 Mio** de visites mensuelles sur l'ensemble du secteur bancaire suisse
- **7min**, c'est le temps moyen passé par sur le site web d'une banque
- **28%** du trafic Web provient des moteurs de recherche (organique ou payant)
- **41%** des applications disposent d'une note supérieure à 4 sur 5 dans les plateformes de téléchargement (iOS et Android)
- **+400'000** abonnés sur l'ensemble des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram et Youtube)
- **52%** des banques sont présentes sur Instagram

L'objectif de notre étude est de comprendre comment se comporte le marché de la Banque en Suisse en prenant en compte une vision à 360° sur les différents canaux et leviers digitaux : Web, Mobile, Marketing Digital et Social.

Notre démarche se veut également complète sur les médias digitaux, en considérant les POE (Paid, Owned, Earned), à savoir les médias payants (Paid), les sites, apps, pages ... appartenant aux marques (Owned), et le bouche à oreille généré par les (micros) influenceurs (Earned).

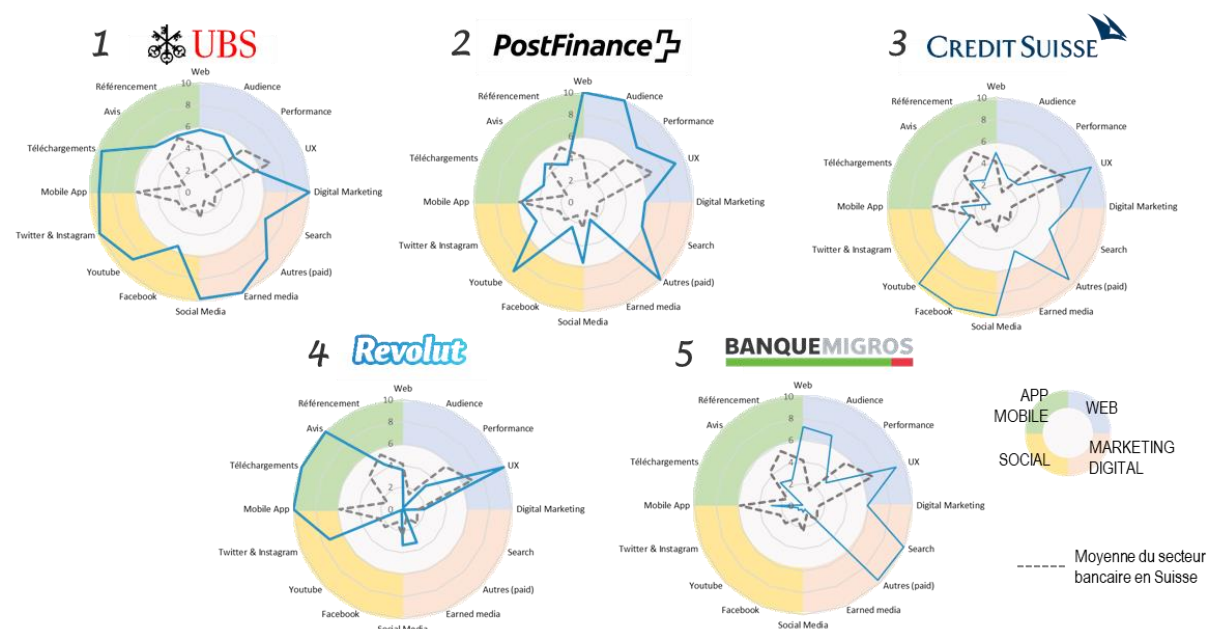
« La digitalisation de la relation client est devenue une réalité en quelques années, et l'omnicanal est désormais la nouvelle norme. Le secteur bancaire est au cœur de ces thématiques, avec en plus l'émergence de nouveaux acteurs FinTech qui s'ajoutent aux banques digitales existantes », note **Jean Meneveau, Directeur associé au sein de Colombus Consulting.**

« Les nouveaux entrants se font remarqués en devenant rapidement leader sur mobile. Cette percée s'est faite au détriment des banques traditionnelles, mais qui résistent tout de même très bien sur l'ensemble des domaines (web, mobile, social, marketing) », complète **Giuseppe Perfetto, Consultant au sein de Colombus Consulting et co-auteur de l'étude.**

Index Digital : La performance digitale globale du secteur

1a. Une mesure globale de la digitalisation des banques

Nous présentons ici le classement global issu de l'Index digital Columbus Consulting, mesurant la performance digitale à 360° des banques selon 30 indicateurs (web, mobile, marketing et social)*. Les résultats montrent sans surprise des situations très différentes entre les acteurs.



Tout d'abord, ce classement montre la bonne résistance des banques traditionnelles, mais les néo banques sont au pied du podium.

UBS arrive en tête du classement, avec un profil équilibré. La banque surpasse la moyenne du marché (en pointillé) sur quasiment toutes les dimensions. Nous observons néanmoins quelques points faibles, notamment sur la performance du site web.

PostFinance obtient la 2^{ème} place avec également un profil équilibré, avec une faiblesse relative sur le mobile (avis et référencement).

Le Crédit Suisse ferme le podium en se détachant surtout sur **les réseaux sociaux et le marketing digital** (Display notamment)

Les acteurs suivants ont des profils moins équilibrés et se caractérisent par des performances spécifiques :

- à la **4^{ème} place, Revolut** excelle principalement **sur le mobile** par la nature de son service « mobile only »
- à la **5^{ème} place, la Banque Migros** se distingue par quelques bons scores sur **son audience web et son marketing (search & display)**

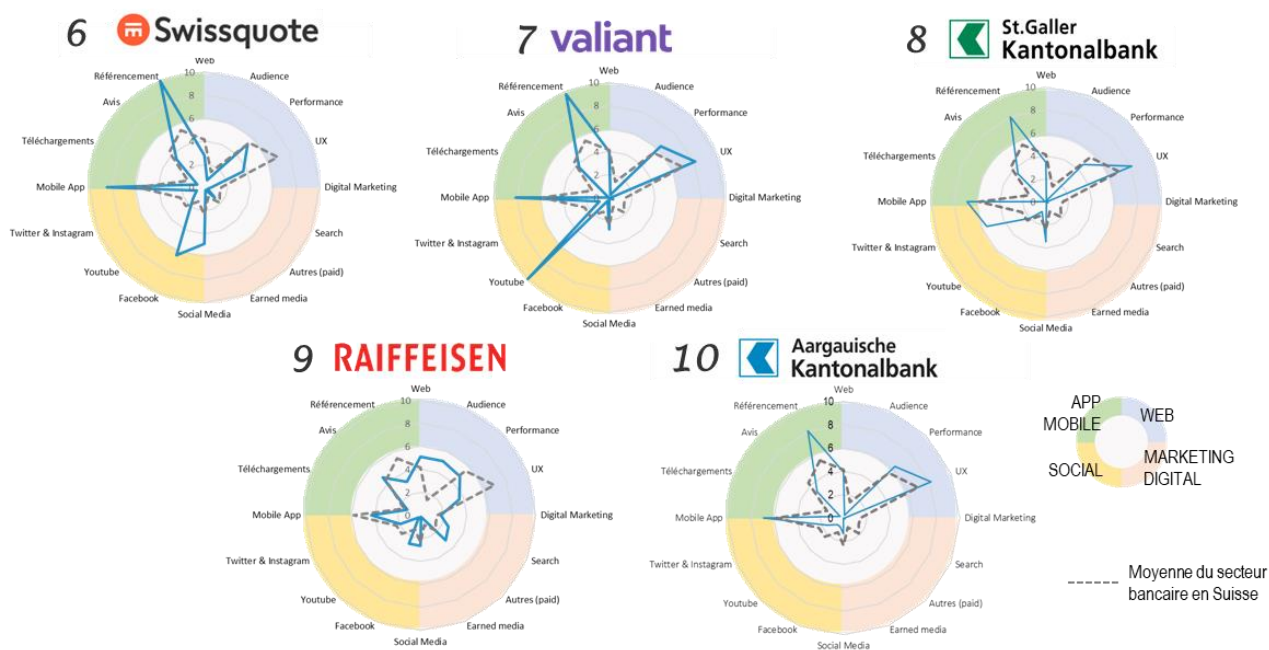
1b. Le classement des banques de taille moyenne

La suite de notre classement continue avec établissements de taille moyenne. Des challengers émergent, et viennent de différents horizons, banque digitale ou banques traditionnelles. Les banques cantonales arrivent dans cette partie du classement (avec une bonne représentation de la Suisse alémanique).

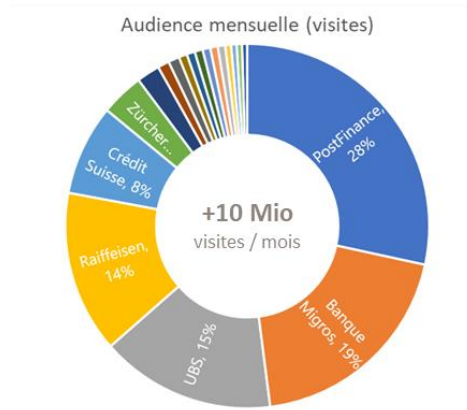
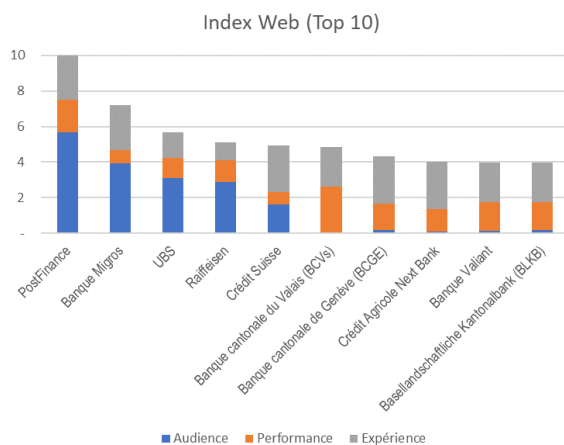
Les autres points marquants pour ces banques de taille moyenne sont résumés ci-après :

- à la **6^{ème} place, Swissquote** se détache sur **le mobile (référencement) et les réseaux sociaux (Facebook)**
- à la **7^{ème} place, la Banque Valiant** est mieux équilibrée, avec des **performances honorables sur le Web, Mobile et Social** (YouTube notamment)
- à la **8^{ème} place, la Banque Cantonale de St Gall** se distingue sur **le mobile et la bonne performance du site Web**
- à la **9^{ème} place, la Raiffeisen** démontre **une bonne présence Web** et reste dans la moyenne des autres domaines
- enfin à la **10^{ème} place, la Banque Cantonale d'Argovie** propose une **performance intéressante sur le Web et le Mobile** (référencement)

Les autres acteurs du classement ne sont pas présentés ici, mais certains sont indiqués dans la suite de notre étude, avec parfois de bons résultats sur certains points spécifiques (mobile ou réseaux sociaux).



2. Canal Web : les leaders de l'audience ne sont pas en tête sur la performance des sites ni sur l'expérience Web

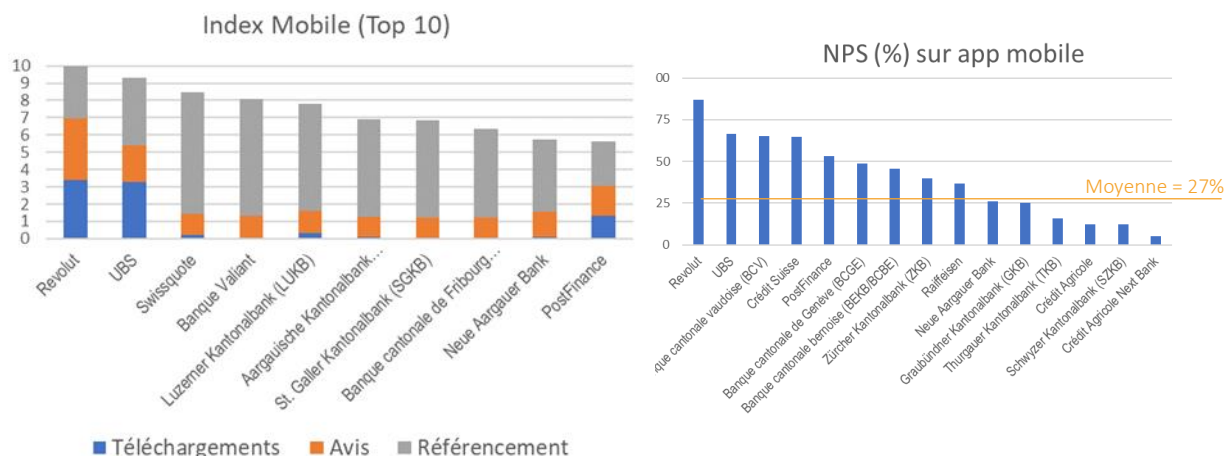


Les leaders de notre classement sur le Web se détachent tout d'abord par leur audience élevée, même si notre index prend en compte d'autres dimensions (performance, expérience).

Le Top 5 (PostFinance, Banque Migros, UBS, Raiffeisen, Crédit Suisse) **représente près de 90% de l'audience totale du secteur** (sur un total de plus de 10 millions de visites par mois). En revanche ces leaders de l'audience Web n'ont clairement pas les meilleurs résultats sur les indicateurs de performance (engagement, temps de chargement) et d'expérience sur le Web. Nous pouvons ainsi noter que la Banque Migros et le Crédit Suisse se démarquent par des piètres performances de temps de chargement (quasiment 3 secondes) et un taux de rebond de 50% et plus. Les deux indicateurs sont bien sûr liés, et montrent bien la difficulté pour les gros acteurs de proposer une performance en ligne avec les attentes des clients.

3. Applications mobiles : une percée des acteurs « mobile only » qui sont devenus rapidement les leaders

Notre analyse s'est appuyée sur les données des applications iOS et Android, en prenant en compte la fluctuation des parts de marché entre les 2 plateformes qui évoluent rapidement.



A la première place, nous trouvons un tout nouvel entrant issu de la **FinTech (Revolut) qui surclasse notre Index mobile**. Revolut se paie même l'audace de représenter près de 20% des avis et engagements sur les applications mobiles !

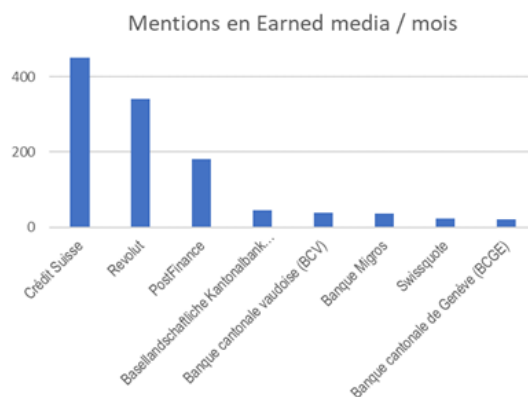
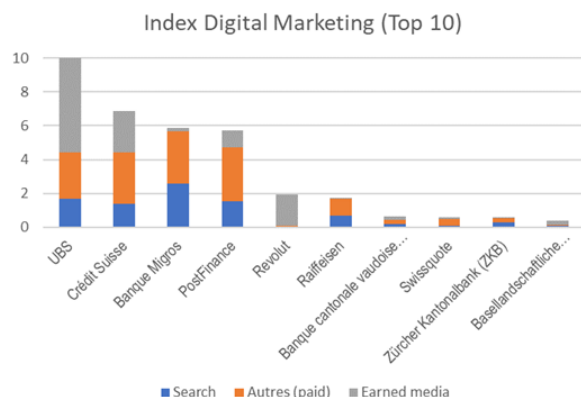
En seconde position, le **UBS semble également répondre aux attentes des clients sur mobile**. Ensuite, nous retrouvons des banques digitales (Swissquote) ou de taille moyenne (Banque Valiant, Banque cantonale de Lucerne). A l'exception d'UBS, les grands banques sont donc bien en retrait.

4. Le marketing digital : les leaders renforcent leur position en s'appuyant sur l'earned media

Pour mesurer la performance des stratégies marketing digital, nous avons pris le parti d'intégrer toutes les dimensions média : **Paid, Owned, Earned** afin de présenter une vue complète de la présence média des marques.

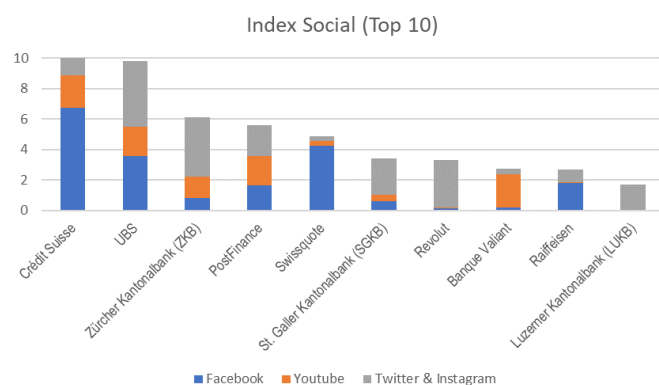
Au global, le **référencement sur les moteurs de recherche** (organique et payant), le « must have » dans une stratégie de marketing digitale, est visiblement bien en place chez les banques, avec tout de même une belle performance de la Banque Migros. Les autres canaux (display, emailing, social) montrent une grande disparité. Les meilleurs ont choisi la diversification et des priorités variables...

Enfin, **l'exploitation du Earned média est très hétérogène**, même si quelques banques se distinguent (UBS, Crédit Suisse)



5. Médias sociaux : les grandes banques résistent sur le marché suisse ... sauf sur Instagram

Nous avons distingué **les réseaux leaders sur les cibles B2C** comme Facebook et YouTube et les challengers comme Twitter et Instagram (même si Twitter reste faible sur les segments B2C).



Nous observons la **percée d'Instagram auprès des banques**, qui passe du statut de réseau récent à réellement émergent.

Les 2 grandes banques suisses (UBS et Crédit Suisse) occupent les 2 premières places, mais principalement grâce à leur base de fans Facebook avec un bon engagement. Les 2 banques représentent plus de 50% des fans et followers sur le secteur bancaire en Suisse. Crédit Suisse montre néanmoins une faiblesse est sa présence mineure sur Instagram, alors que ce réseau est devenu incontournable en franchissant le milliard d'utilisateurs au niveau mondial.

Conclusion : une digitalisation en marche, avec en cible l'omnicanalté

« Notre étude montre clairement que la digitalisation du secteur de la banque en Suisse est bien engagée avec des acteurs qui s'activent sur tous les fronts pour augmenter leur présence digitale sur un marché évidemment fortement concurrentiel. Le succès des FinTech pourrait dessiner l'avenir du secteur » conclut **Jean Meneveau**.

En effet, nous observons des acteurs comme Revolut avec un succès fulgurant, et d'un autre côté un secteur de la FinTech très actif en Suisse. Zurich se positionne même comme une des capitales de la FinTech en Europe avec presque la moitié des sièges de sociétés de la filière. Alors menace ou opportunité pour les banques de détail ?

Accès complet sur <http://shift.colombus-consulting.com/fr/etude-digitalisation-banque-suisse/>

Méthodologie

Cette étude a été réalisée par Columbus Consulting à partir de mesures sur le second semestre 2018 et sur un panel de 25 banques sélectionnées en fonction de leur taille :

- Les grandes banques : **Banque Migros, Crédit Suisse, PostFinance, Raiffeisen, UBS**
- Les banques cantonales : **Aargauische Kantonalbank (AKB), Banque cantonale bernoise (BEKB/BCBE), Banque cantonale de Bâle (BKB), Banque cantonale de Fribourg (BCF/FKB), Banque cantonale de Genève (BCGE), Banque cantonale de Neuchâtel (BCN), Banque cantonale du Valais (BCVs), Banque Cantonale Vaudoise (BCV), Basellandschaftliche Kantonalbank (BLKB), Graubündner Kantonalbank (GKB), Luzerner Kantonalbank (LUKB), Schwyzer Kantonalbank (SZKB), St. Galler Kantonalbank (SGKB), Thurgauer Kantonalbank (TKB), Zürcher Kantonalbank (ZKB).**
- Les autres banques de taille moyenne : **Banque Valiant, Crédit Agricole Next Bank, Neue Aargauer Bank**
- Les banques digitales **Banque Cler, Revolut, Swissquote**

Nous proposons un index digital pour mesurer la présence et la performance digitale à 360° des opérateurs selon 30 indicateurs :

- **Site Web** : audience, performance (rebond, temps de visite et chargement), Expérience client (design, contenus et fonctions)
- **App mobiles** : téléchargements et mises à jour, commentaires et notes, NPS (Net Promoter Score), référencement dans les stores
- **Réseaux sociaux** : Facebook, Youtube, Twitter, Instagram
- **Marketing digital** : référencement, display, email, réseaux sociaux, partenaires et earned média

Solutions utilisées :

Nous avons utilisé différents outils de collecte du marché, et avons retravaillé l'ensemble des données sous forme d'index permettant un benchmark simple et visuel du secteur. Les solutions choisies sont : **Alexa, Digimind, Decodeapps, Disconnect.me, Similar Web, Semrush.**

Contacts média:

Jean Meneveau | meneveau@colombus-consulting.com | 022 595 19 38

A propos de Columbus Consulting

Partenaire des organisations impliquées dans des changements majeurs, Columbus Consulting a l'ambition de réconcilier les intérêts économiques et humains des projets de transformation. Le cabinet, créé en 1999 et qui compte 170 consultants, est dirigé par Valérie Ader. Le Groupe Columbus Consulting se compose à ce jour du cabinet Columbus Consulting, de ses bureaux de Nyon, Paris, et Tunis.

shift.colombus-consulting.com