

RAIFFEISEN

**MISE
EN ŒUVRE
DE LA
STRATÉGIE
DU GROUPE**

**Document de mise en
œuvre de la stratégie du
Groupe Raiffeisen 2025**

Mai 2022

Contexte

Mise en œuvre ciblée de la stratégie du Groupe Raiffeisen 2025

En 2020 le Groupe Raiffeisen a adopté la stratégie «Raiffeisen 2025» dans le cadre d'un large processus participatif. L'année 2021 a marqué le lancement de la mise en œuvre. Au cours de la première année de la mise en œuvre de la stratégie, Raiffeisen a pu acquérir une précieuse expérience et atteindre les premiers jalons. Dans le cadre d'un examen ordinaire de la stratégie, la Direction de Raiffeisen Suisse a renforcé l'objectif, a procédé à un recentrage du calendrier de la mise en œuvre et a précisé le volume d'investissement et l'utilité.

Le présent document décrit les éléments renforcés en complément du document de base de la stratégie du Groupe:

- Objectif et facteurs de différenciation
- Champs d'action retenus
- Planification de la mise en œuvre jusqu'en 2025



Objectif et facteurs de différenciation

Le numéro UN auprès des clientes et des clients

L'objectif «Raiffeisen – le numéro UN auprès des clientes et des clients» décrit une orientation conséquente vers la clientèle à tous les niveaux et dans tous les secteurs du Groupe Raiffeisen. A cet effet, Raiffeisen mise sur les forces existantes en tant que leader de la satisfaction de la clientèle et les développe davantage.



Proche

Nous sommes **là** où sont nos clientes et nos clients. **De manière hybride**: à la fois en personne comme en ligne.

Nous consacrons notre **temps** à notre clientèle. Nous **comprendons** ses besoins mieux que toute autre banque.



Orientée solutions

Nous offrons un conseil **personnalisé, complet et pragmatique**.

Nous proposons des solutions bancaires et liées au secteur financier **faciles à comprendre** et prenons les **décisions sur place**.



Entrepreneuriale

Nous sommes **convaincus** de la qualité de nos solutions, nous les utilisons et les **recommandons**.

Nos Banques ainsi que nos collaboratrices et collaborateurs **se distinguent par leur esprit d'entreprise**. Nous **investissons** dans nos collaboratrices et collaborateurs afin qu'ils **s'épanouissent** sur le plan personnel et professionnel.



Coopérative

Nous sommes guidés par nos **valeurs**¹.

Nous **positionnons activement** notre marque et l'ancrons dans la **société** – aux niveaux local et national.

Cet objectif renforcé se base sur la vision de la stratégie du Groupe Raiffeisen 2025: «Raiffeisen, la Banque coopérative innovante qui rassemble».

¹ Les valeurs entrepreneuriales de Raiffeisen sont la crédibilité, la durabilité, la proximité et l'entrepreneuriat. De même, Raiffeisen s'inspire également des valeurs coopératives que sont le libéralisme, la démocratie et la solidarité.

Champs d'action

Opérationnalisation de l'objectif le long des champs d'action

Les champs d'action, critiques pour la réussite, décrivent la mise en œuvre des différents facteurs de différenciation.

Le **facteur de différenciation «proche»** est principalement défini par deux champs d'action. Premièrement, il faut créer plus de temps pour les clientes et les clients grâce à l'efficacité. A cet égard, l'accent est mis sur une standardisation étendue, la digitalisation et l'automatisation de processus, y compris une simplification de la réglementation. Deuxièmement, une expérience clients sans faille est nécessaire sur tous les canaux. Pour cela, on vise notamment l'amélioration de l'expérience clients par une modernisation ciblée et une intégration des différents canaux, tels que le Mobile Banking et l'e-banking, en parallèle à la poursuite du développement de l'interaction des canaux.

Le **facteur de différenciation «orientée solutions»** est abordé en particulier par deux champs d'action. D'une part, il faut une approche de conseil globale. A cet égard, les conseillers sont assistés de manière ciblée par des systèmes et des outils d'aide digitaux. D'autre part, il faut un portefeuille de solutions centré sur la clientèle. Pour cela, outre le portefeuille de solution solide et établi de Raiffeisen, des solutions bancaires et proches de la banque sont également complétées de manière ciblée afin de répondre aux besoins des clientes et clients de manière encore plus globale.

Le **facteur de différenciation «entrepreneuriale»** est mis en œuvre en tant que champ d'action par l'encouragement des collaboratrices et collaborateurs. Dans ce contexte, la poursuite du développement des compétences professionnelles et méthodologiques le long de la solution de conseil holistique se situe au premier plan. A ce propos, un accent particulier est mis sur le développement spécifique des compétences dans les opérations de prévoyance et de placement afin de répondre largement aux besoins des clients.

Le **facteur de différenciation «coopérative»** couvre le champ d'action «Positionner les valeurs en externe et en interne». Un accent tout particulier est accordé au positionnement local et national de la marque Raiffeisen.

Planification de la mise en œuvre basée sur les étapes jusqu'en 2025

Raiffeisen souhaite être **le numéro UN auprès des clientes et clients**. Le renforcement et la priorisation de la planification de la mise en œuvre se fonde sur cette ambition et sur la stratégie existante du Groupe. Toutes les activités qui mettent l'accent sur la proximité avec la clientèle seront traitées en priorité. Concrètement, la priorité est accordée aux thématiques permettant de renforcer les prestations de conseil, de développer les services digitaux et d'assurer une interaction fluide entre conseil physique et services digitaux.

Le portefeuille de projets de 2022 à 2025 se concentre sur les projets qui sont nécessaires pour atteindre l'objectif renforcé et les facteurs de différenciations. La planification de la mise en œuvre est réparti en trois étapes:

- **Etape 1:** Début de la transformation (2021-2022)
- **Etape 2:** Plus de temps qualitatif pour les clientes et les clients (2023-2024)
- **Etape 3:** Différenciation via conseil hybride (2025)



P&P: Prévoyance et placements, PDC: Portail d'expérience clients

Recentrage des objets de livraison

Le portefeuille de projet priorisé de la planification de la mise en œuvre est composé de différents éléments qui seront mis à disposition des Banques Raiffeisen entre 2022 et 2025. A cet égard, il y a **trois thématiques clé claires** sur lesquelles Raiffeisen mettra l'accent jusqu'en 2025:

- **Un processus hypothécaire efficace**
- **Une offre self-service complète**
- **Un conseil complet et hybride**

La stratégie du Groupe génère un rapport coûts-bénéfices attractif

Le recentrage décrit de la mise en œuvre de la stratégie a des implications sur l'utilité et sur les investissements prévus du programme. Le volume d'investissement unique pour la stratégie du Groupe Raiffeisen 2025 est d'environ 490 à 540 millions de francs pour la période stratégique 2021-2025.

Annexe

Mentions légales

Raiffeisen Suisse société coopérative

Raiffeisenplatz

CH-9001 Saint-Gall

+41 71 225 84 84

raiffeisen.ch

presse@raiffeisen.ch