

CAS

# MARKETING NUMÉRIQUE

Présenté par



**BANQUE  
NATIONALE**

Rédigé par Frédérique Cloutier VP Académique

**HAPPENING MARKETING**

**2023**



[ FSA ULAVAL / 2023 ]

## L'ORGANISATION

Fondée en 1859, la Banque Nationale du Canada est l'une des six banques d'importance systémique au Canada et principale au Québec. Misant sur la grandeur humaine, la BNC se démarque par son audace, sa culture entrepreneuriale et sa passion pour autrui. Ayant comme but premier d'avoir un impact positif sur la vie des gens, la Banque offre une gamme complète de services financiers pour les particuliers, les entreprises ainsi que les clientèles à l'échelle nationale ainsi qu'internationale. En plus, celle-ci offre un vaste éventail de services bancaires et d'assurances ainsi que des solutions novatrices d'investissement et de gestion de patrimoine. La stratégie de la BNC mise principalement sur bâtir des relations à long terme avec autant sa clientèle, que son équipe, ses actionnaires ainsi que sa communauté. Son siège social est établi à Montréal et ses titres sont négociés à la Bourse de Toronto. De plus, il y a la volonté de l'organisation de continuer à intégrer le développement durable à sa mission, et ce, à travers une série d'engagements environnementaux, sociaux et de gouvernance. En effet, l'organisation vise l'atteinte des normes les plus rigoureuses en matière de responsabilité sociale en créant de la valeur pour ses actionnaires.

La croissance de la Banque Nationale repose principalement sur ses trois grands piliers : sa culture d'entreprise, son positionnement stratégique ainsi que son approche disciplinée. En effet, la BN est reconnue à titre d'employeur de choix ainsi que pour la promotion de la diversité et de l'inclusion.

### NOS PILIERS



#### Notre culture

- › Culture entrepreneuriale
- › Agilité éprouvée
- › Collaboration
- › Diversité et inclusion



#### Notre position stratégique

- › Une banque canadienne avec un leadership au Québec
- › Un positionnement distinctif dans les Marchés financiers et en Gestion de patrimoine
- › Une stratégie nichée à l'extérieur du Canada



#### Notre approche disciplinée

- › Forte culture de gestion des risques
- › Gestion des coûts disciplinée
- › Niveaux de fonds propres élevés
- › Saine gouvernance ESG

## CONTEXTE

La Banque Nationale œuvre dans divers secteurs d'exploitation dont les services aux particuliers et aux entreprises. Les Services aux particuliers offrent une gamme complète de produits et de services de financement et de placement afin d'aider les clients à atteindre leurs objectifs financiers, et ce, à toutes les étapes de leur vie. Les Services aux particuliers proposent des services de transactions courantes, des prêts et des marges de crédit hypothécaires, des prêts à la consommation, des solutions de paiement, des solutions d'épargne et de placement, ainsi qu'une gamme de produits d'assurances.



## GEN Z

Les membres de la génération Z ont grandi avec l'avènement de la technologie numérique, des médias sociaux et de la connectivité instantanée, et ont des attentes différentes en matière de communication, d'information et de service. Ils sont souvent considérés comme étant plus conscients de la diversité, plus ouverts aux changements et plus enclins à utiliser la technologie pour créer du changement social. La génération Z est également caractérisée par une forte utilisation des téléphones intelligents et des réseaux sociaux, une attention plus courte et une tendance à la personnalisation et à l'individualisation. Ils ont des attentes élevées en matière d'expérience utilisateur et de personnalisation, ainsi que des préoccupations environnementales et sociales. **La BN souhaite rehausser la couverture des marchés porteurs et des segments de clientèles à forte croissance, plus particulièrement pour la génération Z.**

## PROBLÉMATIQUE

La Banque Nationale souhaite poursuivre ses efforts d'acquisition en faisant évoluer ses capacités numériques et en ciblant des clientèles admissibles et ce, en centrant les efforts en succursale sur le conseil ainsi que sur les capacités numériques, car elle croit que le conseil personnalisé est essentiel pour aider les clients de la Banque Nationale à atteindre leurs objectifs financiers. Elle souhaite entreprendre des moyens pour simplifier et moderniser la vulgarisation de l'offre de produits afin de mieux l'adapter aux besoins de ses clients. En effet, considérant que la complexité des produits financiers peut parfois créer des obstacles, la Banque Nationale souhaite simplifier leur vie financière en leur offrant des solutions claires et efficaces dans un but de maximiser la rétention des clients existants et d'augmenter l'acquisition de nouveaux clients.

### **Produits financiers à mettre de l'avant pour la génération Z. [BNC](#)**

- Comptes bancaires
- Cartes de crédit
- Projets d'épargne
- Placements

De plus, accroître la notoriété de l'entreprise partout au Canada et démontrer leur impact est essentiel pour la BN. L'entreprise désire être reconnue comme une entreprise responsable et engagée. La Banque Nationale doit encore travailler sur sa visibilité.

De très belles initiatives ont été prises telles que l'utilisation de TikTok, l'implication d'influenceurs, la création de capsules éducatives en finance, la participation à des événements majeurs tels que l'Igloofest, Osheaga, la Coupe BN tennis ainsi que la collaboration avec le magazine Urbania. Ces actions fonctionnent bien et permettent à la banque d'atteindre la clientèle cible, c'est dans cette optique que la BNC poursuit ses différentes initiatives afin d'augmenter la reconnaissance de la marque.

## MANDAT

La Banque Nationale souhaite conquérir la génération Z utilisant une stratégie de marketing numérique. La Banque Nationale est donc motivée à offrir une expérience exceptionnelle à cette nouvelle génération de clients en adoptant des stratégies de marketing innovantes et en utilisant des canaux de communication numériques pertinents pour rejoindre ce public cible.

L'objectif est donc de devenir la banque de choix pour ce segment en offrant des solutions financières adaptées à leurs besoins et en utilisant des technologies innovantes.

**À noter que l'objectif du mandat n'est pas de proposer des produits financiers, mais bien de promouvoir les produits et services existants. [Offre 18-24 ans](#)**

## CONTRAINTES

Afin de ne pas limiter la créativité, il n'y a aucune limite budgétaire. Toutefois, nous vous demandons de réfléchir à des indicateurs de performance afin de calculer un retour sur investissement.

À vous de jouer!

## SOURCES

A propos de nous | Banque nationale. (2023). Consulté le 23 mars 2023, sur <https://www.nbc.ca/about-us.html>

Compte bancaire sans frais mensuels fixes pour les 18-24 ans | Banque Nationale. (2023). Consulté le 23 mars 2023, à l'adresse <https://www.bnc.ca/particuliers/comptes/offre-18-24.html>

Switch to National Bank | Banque Nationale. (2023). Consulté le 23 mars 2023, à l'adresse <https://www.nbc.ca/personal/switch-national-bank.html>