

market

LE MEDIA SUISSE DES HIGH NET WORTH INDIVIDUALS

PATRIMOINE(S)
LA DIGITALISATION BOULEVERSE
L'INDUSTRIE DE L'ASSURANCE

INDEX

SWISS DIGITAL :
14 ACTEURS
D'INFLUENCE

INVITÉ

LAURENT FERRIER

MARCHÉ DE L'ART

2017 : LA REPRISE

PHOTOGRAPHIE(S)

BEN DAUCHEZ

RÉTROSPECTIVE(S)

JEAN TINGUELY

FISCALITÉ(S)

LES NOUVELLES
RÈGLES DE LA PLACE
FINANCIÈRE SUISSE

INVESTIR

GESTION
INSITUIONNELLE

DOSSIER

BANQUIERS, MÉCÈNES OU ARTISTES ?



15 CHF



SWISS DIGITAL :

14 ACTEURS D'INFLUENCE

Propos recueillis par AMANDINE SASSO



Elena Budnikova

ATAWADAC! Ou le cri de guerre du digital... Cet acronyme qui signifie littéralement *Anytime, Anywhere, Any Device, Any Content* résume à lui seul les maîtres mots du digital.

Dans ce 25^e Index influence de Market, nous avons rencontré un certain nombre d'acteurs qui gravitent dans ce domaine à la fois si familier et pourtant méconnu. Nous avons donc cherché à avoir, grâce à leurs expertises, une vue d'ensemble sur ce qu'englobe le terme de *digital*. Y a-t-il une émergence de

nouveaux métiers, de nouveaux codes, de *business model* ou même de stratégie commerciale propre à cet univers ? C'est également l'occasion de discuter de l'avenir de notre monde à travers le prisme du digital, qui est visiblement en train de modifier en profondeur les mécanismes mêmes de notre société.

Il sera donc important de demeurer vigilant quant à la place de celui-ci dans nos vies et de garder l'humain au premier plan. La question qui se pose est : est-on prêt ?

Yannick Bazin

CEO de BY Connect, organisateur des salons eCom, SITB et SMARC Genève

Après dix ans passés dans le monde du web (en agence) entre Genève, Paris et Madrid, Yannick Bazin a changé de voie pour se lancer dans l'événementiel B2B en 2010. Il organise des événements professionnels en Suisse depuis 7 ans avec entre autres les salons eCom (Digital), Swiss IT Business (Logiciel et solutions) et SMARC (marketing et relation client), chaque année à Palexpo Genève sur près de 12 000 m², et dès 2018 le Fibex, événement dédié au monde de la banque et de l'assurance. « Nous sommes des organisateurs de rencontres professionnelles (salons et conférences) et dans notre secteur, je dirais que nous restons "traditionnels": le digital n'a pas créé, comme dans d'autres secteurs, de nouveaux métiers. Par contre il a eu une incidence sur nos salons, que ce soit en amont de nos événements, pendant ou après ceux-ci. En effet, le numérique a une place prépondérante dans



partie de l'économie. Pour les structures déjà en place, basées sur un modèle "traditionnel", je pense que le digital n'est qu'une adaptation des modèles classiques avec néanmoins une plus grande rapidité dans les échanges (qu'ils soient commerciaux, marketing ou au sein de sa structure) et une évolution permanente des dispositifs. Il faut donc s'informer, se former et prendre le (bon) train en marche. Concernant la stratégie commerciale "digitale", d'expérience celle-ci n'est pertinente que si elle est doublée d'une stratégie commerciale "classique": il s'agit d'être performant sur différents canaux en simultané. C'est pour cela que nous proposons chaque année non pas un seul salon dédié au digital, mais quatre salons réunis qui permettent d'avoir une vision à 360° des différentes solutions nécessaires pour se développer...

LA DIGITALISATION DU MONDE DE LA BANQUE ET DE L'ASSURANCE EST EN MARCHÉ

notre activité. Il est le pilier de notre communication tant dans la gestion au quotidien de nos clients, (99% effectuée à distance) que dans les recrutements de prospects et visiteurs pour nos salons. Pour ces derniers nous utilisons plusieurs leviers digitaux : campagnes d'*emailing*, publicités ciblées sur les réseaux sociaux, Google, etc. C'est pourquoi il est évident que la place de l'innovation est stratégique pour faire évoluer notre concept. Nous investissons de plus en plus sur des dispositifs digitaux permettant une mise en relation efficace entre exposants et visiteurs, notamment grâce au mobile qui vient compléter notre dispositif de rendez-vous *one to one*, organisés lors de nos salons. Et nos outils digitaux développés en interne depuis 7 ans nous ont ouvert d'autres marchés, puisque depuis peu d'autres organisateurs nous sollicitent pour les mettre en place lors de leurs événements.

Je crois que l'on ne peut ignorer qu'il existe de nouveaux modèles liés au digital, avec la vague des start-up et des *pure players*. Cependant, ils ne représentent (encore) qu'une petite

Plus spécifiquement, la digitalisation du monde de la banque et de l'assurance est en marche. Au centre de cette transformation, le client ! Les clients recherchent avant tout l'instantané, une expérience client rapide, des relations avec leurs conseillers hors des heures de bureau, des processus simples et sécurisés, pouvoir prendre de bonnes décisions, être écouté... Le modèle rigide et coûteux des réseaux d'agences risque d'être bouleversé dans les années à venir. Une nouvelle ère s'ouvre avec également l'apparition de nouveaux acteurs, les fintech. Les banques & assurances doivent également relever des défis liés à la sécurité, à la sécurisation des données et à la confidentialité, aux traitements de données (BI & Big Data), au marketing digital...

Et nous sommes tellement convaincus que le secteur va subir de profondes mutations que nous lançons au second semestre 2018 un événement premium entièrement dédié au digital et à l'IT dans les secteurs de la banque et de la finance !

Pour terminer, je dirais que le mot qui vient à l'esprit quant à l'avenir du digital, c'est "grandissant": c'est un fait de marché incontestable qu'on le veuille ou non. Le digital aura pour les entreprises et ce quelle que soit leur taille, une incidence tant sur leur modèle d'affaires, sur leur structure au sens organisation, que sur leur(s) marché(s). Tout le défi est de faire du digital un "avantage" compétitif et non une contrainte.» \