



BDU - CI
LA BANQUE DE L'UNION

Processus : Développer les produits/services bancaires et la clientèle

Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et Commerciale / Concevoir et développer les produits et services bancaires

Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing / Direction de l'Exploitation

Référence : PRO-SMEQ-MKT-01

N° de version : 01

Date d'émission : Sept. 2025

Page : 1/15

Objectif et champs d'application

La procédure « Elaborer la stratégie Marketing et Commerciale / Concevoir et développer les produits et services bancaires » a pour mission de décrire le cadre dans lequel la stratégie Marketing et Commerciale est définie, validée, déclinée, communiquée au sein de la Banque de l'Union Côte d'Ivoire (BDU-CI). De plus, elle définit les étapes à suivre afin de concevoir et développer les produits et services bancaires proposés par la BDU-CI à sa clientèle.

Cette procédure s'articule autour de quatre (04) parties :

- Définition et mise en œuvre de la stratégie marketing et commerciale ;
- Développement et conception des produits et services ;
- Elaboration des rapports d'activité ;
- Suivi des recommandations issues des rapports d'activité.

Objectifs du contrôle interne

- Garantir le respect de la stratégie marketing
- Assurer la réalisation des objectifs marketing de l'entreprise ;
- Garantir la conception et le développement de produits et services adaptés aux objectifs stratégiques de la Banque de l'Union Côte d'Ivoire (BDU-CI) et aux besoins de sa clientèle

Rôles et responsabilités

Chef de Service Marketing

Sous la responsabilité de la Direction Générale, il est en charge de :

- Examiner et valider le rapport de stratégie marketing ;
- Recenser les clients de grande envergure qui n'ont pas de comptes inscrits dans les livres de la Banque de l'Union Côte d'Ivoire (BDU-CI) afin d'y mener une action de prospection ;
- Vérifier et valider les fiches de prospection clients ;
- Elaborer le plan d'action Marketing ;
- Cadrer et définir les objectifs et des cibles des campagnes Marketing ;
- Établir les cahiers des charges et participe à la sélection des fournisseurs / sous-traitants / prestataires ;
- Piloter et Coordonner les campagnes marketing ;
- Assurer la diffusion des informations commerciales pertinentes en interne et externe ;
- Concevoir, réaliser et actualiser les outils commerciaux, marketing : catalogue fiche produits, argumentaires d'aide à la vente, brochures, fiches techniques, PLV, etc. ;
- Assurer une veille permanente des lois et réglementations afin de garantir le respect des obligations légales et réglementaires de son périmètre ;
- Définir les rôles et responsabilités des collaborateurs de son équipe et leur fixer des objectifs clairs et ciblés.



BDU - CI
LA BANQUE DE L'UNION

Processus : Développer les produits/services bancaires et la clientèle

Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et Commerciale / Concevoir et développer les produits et services bancaires

Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing / Direction de l'Exploitation

Référence : PRO-SMEQ-MKT-01
N° de version : 01
Date d'émission : Sept. 2025
Page : 2/15

- Effectuer une veille au niveau des événements qui auront lieu aux alentours de la ville et une veille concurrentielle ;
- Analyser le marché et le comportement, concevoir les nouveaux produits et services en adéquation avec la stratégie de la Banque ;
- Définir les axes de différenciation et de création de valeur ajoutée ;
- Coordonner les études et analyse des marchés et des produits de la Banque ;
- Concevoir, déployer et suivre la stratégie Marketing ;
- Effectuer des visites périodiques pour identifier les éventuels problèmes rencontrés par le réseau étendu BDU-CI ;
- Etre force de proposition pour l'identification et l'implémentation d'axes/actions d'amélioration continue aussi bien sur le volet opérations que commercial.

Responsable Pôle Collecte des Ressources et Animation Commerciale

Sous la responsabilité du Directeur d'Exploitation, il est en charge de :

- Se rendre en agence afin d'échanger avec les clients, recueillir leurs attentes et leurs besoins puis réitérer l'engagement de la BDU-CI envers eux, en collaboration avec le chef d'agence ;
- Elaborer le compte rendu (CR) de visite de l'agence ;
- Assister les agences et les franchisés dans la déclinaison des objectifs commerciaux et la mise en œuvre locales de plans d'actions commerciales ;
- Assurer la planification globale et la cohérence des actions commerciales sur la totalité du périmètre assigné ;
- Participer à la déclinaison opérationnelle et à l'organisation des promotions et des actions commerciales ;
- Assurer la diffusion au sein du réseau des informations et outils commerciaux et marketing : catalogue fiche produit, argumentaire d'aide à la vente, brochure, fiches technique, Publicité sur Lieux de Vente (PLV), etc. ;
- Effectuer des visites périodiques pour identifier les éventuels problèmes rencontrés par le réseau étendu BDU-CI ;
- Etre force de proposition pour l'identification et l'implémentation d'axes/actions d'amélioration continue aussi bien sur le volet opérations que commercial.

Superviseur des Actions Commerciales

Sous la responsabilité du Directeur de l'Exploitation, il est en charge de :

- Se rendre chez les clients ou dans des quartiers, muni des fiches de prospection ;
- Collecter les besoins des clients et les informations des clients ;
- Au cours de cet échange, procéder à la présentation des produits et services de la BDM aux clients ;
- Effectuer la prospection sur des sites ;
- Collecter les informations sur le site puis réaliser une étude de marché ;
- Elaborer un rapport de visite ;
- Participer à la conception du planning annuel des actions d'analyse du Marché et de la concurrence ;
- Assister à la coordination et la réalisation d'études de marchés, des études de concurrence et des benchmarks ;
- Analyser les bases de données clients et établir des profils comportementaux ;



BDU - CI
LA BANQUE DE L'UNION

Processus : Développer les produits/services bancaires et la clientèle

Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et Commerciale / Concevoir et développer les produits et services bancaires

Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing / Direction de l'Exploitation

Référence : PRO-SMEQ-MKT-01

N° de version : 01

Date d'émission : Sept. 2025

Page : 3/15

- Assister à l'élaboration des études clientèle de segmentation de marché et définir/mettre à jour la segmentation client ;
- Rédiger l'information produite (études, synthèses, rapports, bulletins, ...) et établir des prévisions, évaluations, recommandations et perspectives ;
- Participer à la veille concurrentielle permanente et rédige des rapports périodiques à destination du management ;
- Participer à l'élaboration du plan de développement Produits
- Participer à l'élaboration et à la mise à jour du catalogue de services Produits et Services de la banque
- Etre force de proposition et participe à la conception, la réalisation et l'actualisation des outils commerciaux, marketing : catalogue fiche produits, argumentaires d'aide à la vente, brochures, fiches techniques, PLV, etc. ;
- Assurer la diffusion des informations commerciales pertinentes en interne et externe.

Sigles et Définitions

➤ Définitions

- **La centrale des risques** est un document qui constitue une base de données des informations bancaires et des données financières concernant des clients de grande envergure.
- **La prospection des sites** fait référence au processus de recherche, d'identification, d'analyse et d'évaluation de l'emplacement potentiel de nouveaux bureaux et agences bancaires.
- **Le développement des produits et services bancaires** consiste à améliorer les produits et services existants en utilisant la technologie et en réalisant des campagnes promotionnelles afin de répondre efficacement aux besoins des clients et aux exigences de l'industrie bancaire.

➤ Sigles

- BDU-CI : Banque de l'Union Côte-d'Ivoire
- CR : Compte Rendu
- RAC : Responsable Animation Commerciale
- CSM : Chef de Service Marketing
- RTD : Responsable Transformation Digitale
- DCTSE : Directeur de la Comptabilité, de la Trésorerie, du Contrôle et du Suivi des Engagements
- CCM : Chef de Cellule Monétique
- DG : Directeur Général
- DE : Directeur de l'Exploitation
- DCHMG : Directeur du Capital Humain et des Moyens Généraux
- MC : Marketing Commerciale
- PLV : Publicité sur Lieux de Vente
- PV : Procès-Verbal
- RPCRAC : Responsable Pole Collecte des Ressources et Actions Commerciales



BDU - CI
LA BANQUE DE L'UNION

Processus : Développer les produits/services bancaires et la clientèle

Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et Commerciale / Concevoir et développer les produits et services bancaires

Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing / Direction de l'Exploitation

Référence : PRO-SMEQ-MKT-01
N° de version : 01
Date d'émission : Sept. 2025
Page : 4/15

Sommaire de la procédure

I. Définition et mise en œuvre de la stratégie marketing et commerciale.....	5
1. Définition de la stratégie Marketing et Commerciale.....	5
2. Mise en œuvre de la stratégie Marketing et Commerciale.....	6
II. Conception et développement des produits et services.....	9
1. Conception de nouveaux produits et services.....	9
2. Développement des produits et services.....	10
III. Elaboration des rapports d'activité	13
1. Dans le cadre des activités Marketing et Commerciales.....	13
2. Dans le cadre des activités de campagnes promotionnelles.....	14
IV. Suivi des recommandations issues des rapports d'activité	14

Références / Règles de gestion

➤ Documents de références

N/A

➤ Règles de gestion

- Au sein de la Banque de l'Union (BDU-CI), il existe l'équipe Marketing et Commerciale qui doit être constituée du :
 - Chef de Service Marketing ;
 - Responsable pôle Collecte des Ressources et Animation Commerciale ;
 - Superviseur de l'Action Commerciale ;
 - Agents.
- Au sein de la Banque de l'Union Côte-d'Ivoire, il existe six (6) groupes de produits bancaires qui sont :
 - Les produits bancassurances ;
 - Les produits digitaux ;
 - Les transferts rapides ;
 - Les produits monétiques ;
 - Les packages de comptes ;
 - Les crédits.
- Les produits de bancassurances se subdivisent en deux (02) produits :
 - Les assurances vies ;
 - Les assurances non-vies.
- Le Service Marketing doit exécuter régulièrement des actions commerciales, notamment en ce



BDU - CI
LA BANQUE DE L'UNION

**Processus : Développer les produits/services
bancaires et la clientèle**

**Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et
Commerciale / Concevoir et développer les produits
et services bancaires**

**Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing /
Direction de l'Exploitation**

Référence : PRO-SMEQ-MKT-
01

N° de version : 01

Date d'émission : Sept. 2025

Page : 5/15

Narratif de la procédure

PRO SMEQ MKT 01	Elaborer la stratégie marketing et commerciale / Concevoir et développer les produits et services bancaires	
-----------------	---	--

Acteurs	Descriptions des tâches	Documents et interfaces
	I. Définition et mise en œuvre de la stratégie marketing et commerciale 1. Définition de la stratégie Marketing et Commerciale 1.1. Elaboration de la stratégie Marketing et Commerciale	
Directeur Général (DG)	- Convier par email les Directeurs à une séance de travail pour la définition des instructions en vue de l'élaboration de la stratégie Marketing et Commerciale	
Chef de Service Marketing (CSM)	- Sur la base des instructions du DG, convier par appel téléphonique l'équipe Marketing et Commerciale (MC) à une séance de travail afin de procéder à l'élaboration de la stratégie marketing et commercial - Réaliser des réunions hebdomadaires avec son équipe afin d'effectuer une mise au point des avancées sur l'élaboration de la stratégie marketing	
Equipe MC	- Après plusieurs échanges et sur la base des objectifs stratégiques définis par la Direction Générale, élaborer le rapport de stratégie marketing et commercial - Transmettre physiquement le rapport au CSM pour validation	Rapport de stratégie marketing et commerciale
CSM	1.2. Validation de la stratégie Marketing et commerciale - Recevoir le rapport de stratégie marketing et commerciale de l'équipe MC	Rapport marketing et commercial



BDU - CI
LA BANQUE DE L'UNION

**Processus : Développer les produits/services
bancaires et la clientèle**

**Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et
Commerciale / Concevoir et développer les produits
et services bancaires**

Référence : PRO-SMEQ-MKT-
01

N° de version : 01

Date d'émission : Sept. 2025

Page : 6/15

**Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing /
Direction de l'Exploitation**

Directeur de la Comptabilité, de la Trésorerie, du Contrôle et du Suivi des Engagements (DCTSE)	<ul style="list-style-type: none">- C1 : Vérifier que les actions définies dans la stratégie marketing concordent avec les objectifs stratégiques définis par la Direction Générale- En cas de non-conformité, mentionner ses observations sur le rapport de stratégie marketing puis le retourner physiquement à l'équipe MC pour correction- En cas de conformité ou après corrections éventuelles, signer le rapport de stratégie marketing et commercial et le transmettre physiquement au Directeur de l'Exploitation (DE) et au DG pour validation	
	<p>2. Mise en œuvre de la stratégie Marketing et Commerciale</p> <p>2.1. Prospection clients</p> <ul style="list-style-type: none">- Chaque mois, transmettre par email la centrale de risque au CSM pour information	Centrale de risque
CSM	<ul style="list-style-type: none">- Recevoir la centrale des risques du DE- Recenser à partir de la centrale de risque les clients de grande envergure qui n'ont pas de comptes inscrits dans les livres de la Banque de l'Union Côte d'Ivoire (BDU-CI) afin d'y mener une action de prospection- Transmettre par email ce recensement sur la centrale des risques à l'équipe MC afin de prospecter ces clients	Centrale de risque
Equipe MC	<ul style="list-style-type: none">- Recevoir le recensement du CSM et planifier la prospection- Au jour convenu, se rendre chez les clients ou dans des quartiers, muni des fiches de prospection- Collecter les besoins des clients et les informations des clients	Fiches de prospection
	<ul style="list-style-type: none">- Au cours de cet échange, procéder à la présentation des produits et services de la BDU-CI aux clients- Après la prospection sur terrain, transmettre physiquement les fiches de prospection au CSM pour signature	Fiches de prospection remplies
	<ul style="list-style-type: none">- Recevoir les fiches de prospection remplies par l'équipe MC- C2 : Prendre connaissance des fiches de prospection puis vérifier :<ul style="list-style-type: none">• Que les fiches sont correctement rédigées ;	Fiches de prospection remplies



BDU - CI

LA BANQUE DE L'UNION

Processus : Développer les produits/services bancaires et la clientèle

Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et Commerciale / Concevoir et développer les produits et services bancaires

Référence : PRO-SMEQ-MKT-01

N° de version : 01

Date d'émission : Sept. 2025

Page : 7/15

Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing / Direction de l'Exploitation

CSM	<ul style="list-style-type: none">• L'exhaustivité des informations du client ;- En cas de non-conformité, demander oralement des précisions à l'équipe MC puis retourner physiquement les fiches pour correction- En cas de conformité ou après corrections éventuelles, apposer sa signature sur les fiches de prospection et les transmettre physiquement au Directeur de l'Exploitation (DE) et au Directeur Général (DG) pour validation- Ensuite, après validation du DG, transmettre physiquement les fiches de prospection aux commerciaux pour assurer une entrée en relation avec ces clients	
	<p>2.2. Journées portes ouvertes</p> <ul style="list-style-type: none">- Chaque semaine, transmettre par email le tableau de prévision au CSM pour information	Tableau de prévision
DCTSE CSM	<ul style="list-style-type: none">- Recevoir le tableau de prévision du DCTSE- Convier par email une réunion avec l'ensemble de l'équipe MC afin de faire ressortir les agences moins performantes puis d'élaborer le calendrier des journées portes ouvertes à réaliser- Après la réunion, contacter par email les différents chefs d'agence concernés afin de prévenir d'une éventuelle journée portes ouvertes au sein de leurs agences et de leur communiquer la date de visite	Tableau de prévision Calendrier des journées portes ouvertes
Responsable Pôle Collecte des Ressources et Animation(RPCRAC)/ Chef de Service Marketing (CSM)	<ul style="list-style-type: none">- 4 jours avant la journée portes ouvertes, se rendre en agence afin d'échanger avec les clients, récolter leurs attentes et leurs besoins puis réitérer l'engagement de la BDU-CI envers eux, en collaboration avec le chef d'agence- Au cours de l'échange, inviter les clients à l'évènement de journée porte ouverte afin de clôturer ces journées au sein de l'agence.- Au cours de cette journée portes ouvertes, se joindre au RPCRAC, au CSM et au chef d'agence afin de partager tous ensemble un repas en échangeant avec la clientèle- A la fin de cette journée, élaborer le compte rendu (CR) de visite de l'agence puis le soumettre physiquement au CSM pour signature	Compte rendu de la journée portes ouvertes
CSM	<ul style="list-style-type: none">- Recevoir le compte rendu de la journée portes ouvertes	



BDU - CI
LA BANQUE DE L'UNION

**Processus : Développer les produits/services
bancaires et la clientèle**

**Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et
Commerciale / Concevoir et développer les produits
et services bancaires**

**Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing /
Direction de l'Exploitation**

Référence : PRO-SMEQ-MKT-01
N° de version : 01
Date d'émission : Sept. 2025
Page : 8/15

RPCRAC /CSM	<ul style="list-style-type: none">- C3 : prendre connaissance du CR, vérifier :<ul style="list-style-type: none">• Qu'il est correctement rédigé ;• L'exhaustivité des informations ;- En cas de non-conformité, mentionner ses observations sur le CR puis le retourner physiquement au RPCRAC et au CSM pour correction- En cas de conformité ou après corrections éventuelles, apposer sa signature sur le CR et le transmettre physiquement au DE et au DG pour validation- Après validation du DG, procéder à l'archivage du CR dans un classeur prévu à cet effet	Compte rendu de la journée portes ouvertes signé
CSM	<p>2.3. Participation aux salons</p> <ul style="list-style-type: none">- Effectuer une veille au niveau des événements qui auront lieu aux alentours de la ville et une veille concurrentielle	
CSM	<p>2.4. Récompenses des clients fidèles</p> <ul style="list-style-type: none">- Transmettre par email une demande de la liste des états des 100 anciens comptes courants de la BDU-CI au Directeur des Systèmes d'Information- Dès réception de la liste, se rendre auprès du DE afin de définir les critères de sélection des clients à récompenser	Liste des états des 100 anciens comptes courants
CSM	<ul style="list-style-type: none">- Après définition des critères, établir une note à l'attention de la Direction Générale afin de mentionner les clients sélectionnés et les propositions des récompenses pour les clients puis la soumettre physiquement et successivement au DE, et au DG pour validation	Note des clients sélectionnés
DE/DG	<ul style="list-style-type: none">- Recevoir la note des clients sélectionnés du CSM- C4 : Vérifier successivement :<ul style="list-style-type: none">• Que la note est correctement rédigée ;• La conformité des clients sélectionnés par rapport aux critères ;- En cas de non-conformité, mentionner successivement leurs observations sur la note et la retourner physiquement au CSM pour correction- En cas de conformité ou après corrections éventuelles, apposer successivement leurs signatures sur la note et la retourner physiquement au CSM afin d'informer l'agence de communication pour organisation de la cérémonie de récompense	Note des clients sélectionnés signée



BDU - CI
LA BANQUE DE L'UNION

**Processus : Développer les produits/services
bancaires et la clientèle**

**Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et
Commerciale / Concevoir et développer les produits
et services bancaires**

Référence : PRO-SMEQ-MKT-01

N° de version : 01

Date d'émission : Sept. 2025

Page : 9/15

**Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing /
Direction de l'Exploitation**

	2.5. Prospection de nouveaux sites	
CSM	<ul style="list-style-type: none">- Former les différentes équipes au sein de sa direction afin d'effectuer la prospection des sites- Une fois que les équipes sont définies, effectuer la prospection sur des sites- Collecter les informations sur le site puis réaliser une étude de marché- Après prospection, élaborer un rapport de visite et le soumettre au CSM pour validation	Rapport de visite de site
Equipe MC	<ul style="list-style-type: none">- Recevoir le rapport de visite de site de l'équipe MC- C5 : vérifier la pertinence de l'ouverture d'un bureau ou d'une agence au regard des informations contenues dans le rapport de visite- En cas de non-conformité, mentionner ses observations aux équipes pour information- En cas de conformité, élaborer une note et la transmettre physiquement au SG afin de convoquer le comité de suivi des travaux pour validation	
CSM	<ul style="list-style-type: none">- Recevoir la note de visite de site et convoquer par email les différents membres du comité de suivi des travaux	Note de visite de site
	<ul style="list-style-type: none">- Après validation du comité de suivi des travaux, élaborer un Procès-Verbal (PV) et le soumettre physiquement à l'ensemble des participants pour validation	Note de visite de site
SG	<ul style="list-style-type: none">- Recevoir le PV du CSM- C6 : vérifier successivement l'exhaustivité des informations contenues dans le PV	PV de réunion de comité de suivi des travaux
CSM	<ul style="list-style-type: none">- En cas de non-conformité, mentionner successivement leurs observations sur le PV et le retourner physiquement au CSM pour correction- En cas de conformité ou après corrections éventuelles, apposer leurs signatures sur le PV et le remettre physiquement au CSM pour transmission à la Direction Générale	
Membres du comité de suivi des travaux	II. Conception et développement des produits et services 1. Conception de nouveaux produits et services	PV de réunion de comité signé



BDU - CI

LA BANQUE DE L'UNION

**Processus : Développer les produits/services
bancaires et la clientèle**

**Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et
Commerciale / Concevoir et développer les produits
et services bancaires**

Référence : PRO-SMEQ-MKT-
01

N° de version : 01

Date d'émission : Sept. 2025

Page : 10/15

**Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing /
Direction de l'Exploitation**

CSM	<p><i>La conception des produits se fait conformément à BDU-CI PRO_DG 001 Manager les projets</i></p> <p>2. Développement des produits et services</p> <p>2.1. Produits bancassurances</p> <ul style="list-style-type: none">- Effectuer une demande par email auprès du DSI afin d'obtenir les statistiques des données en agence- Convier par email le Directeur du Marché des Capitaux à une séance de travail pour définir la stratégie à adopter, les objectifs par agence, les commissions à avoir ainsi que la durée de la campagne promotionnelle- Après accord, contacter par email les partenaires commerciaux afin de faire des propositions de promotions par rapport aux différents produits de bancassurances- Après validation, recevoir par courrier l'accord de principe des partenaires commerciaux- Sur la base de cet accord de principe, élaborer une note et la signer- Joindre l'accord de principe puis transmettre les documents physiquement au DE et au DG pour signature	
DE / DG	<ul style="list-style-type: none">- Recevoir les documents du CSM- C7 : Vérifier successivement que :<ul style="list-style-type: none">• La note est correctement rédigée• Les informations sont exhaustives et pertinentes• La conformité de la note de promotion par rapport à l'accord de principe- En cas de non-conformité, mentionner successivement leurs observations sur la note et la retourner physiquement au CSM pour correction- En cas de conformité ou après corrections éventuelles, apposer successivement leurs signatures sur la note et la retourner physiquement au CSM afin d'informer les Directeurs concernés pour le lancement de la campagne <p>2.2. Produits digitaux</p> <ul style="list-style-type: none">- Effectuer une demande par email auprès du DSI afin d'obtenir les statistiques des données en agence- Convier par email le Responsable Transformation Digitale (RTD) à une séance de travail pour définir la	<p>Accord de principe</p> <p>Note de promotion sur les produits bancassurance</p> <p>Note de promotion sur les produits bancassurance/ Accord de principe</p>



BDU - CI

LA BANQUE DE L'UNION

**Processus : Développer les produits/services
bancaires et la clientèle**

**Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et
Commerciale / Concevoir et développer les produits
et services bancaires**

**Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing /
Direction de l'Exploitation**

Référence : PRO-SMEQ-MKT-
01

N° de version : 01

Date d'émission : Sept. 2025

Page : 11/15

CSM	<ul style="list-style-type: none">- stratégie à adopter, les commissions à avoir ainsi que la durée de la campagne promotionnelle- Après accord, contacter par email les partenaires commerciaux afin de faire des propositions de promotions par rapport aux différents produits- Recevoir par courrier physique l'accord de principe des partenaires commerciaux- Sur la base de cet accord de principe, élaborer une note de promotion des produits digitaux et la signer- Joindre l'accord de principe puis les transmettre physiquement au DE et au DG pour signature	
DE/DG	<ul style="list-style-type: none">- Recevoir les documents du CSM- Cf.C7 : Vérifier successivement que :<ul style="list-style-type: none">• La note est correctement rédigée• Les informations sont exhaustives et pertinentes• La conformité de la note de promotion par rapport à l'accord de principe- En cas de non-conformité, mentionner successivement leurs observations sur la note et la retourner physiquement au CSM pour correction- En cas de conformité ou après corrections éventuelles, apposer successivement leurs signatures sur la note et la retourner physiquement au CSM afin d'informer les Directeurs concernés pour le lancement de la campagne	<p>Accord de principe</p> <p>Note de promotion des produits digitaux</p> <p>Note de promotion des produits digitaux/Accord de principes</p>
CSM	<p>2.3. Transferts rapides</p> <ul style="list-style-type: none">- Effectuer une demande par email auprès du DSI afin d'obtenir les statistiques des données en agence- Définir la stratégie à adopter, les commissions à avoir ainsi que la durée de la campagne promotionnelle- Contacter par email les partenaires commerciaux afin de faire des propositions de promotions par rapport aux différents produits- Après validation, recevoir par email l'accord de principe des partenaires commerciaux- Sur la base de cet accord de principe, élaborer une note de promotion des transferts rapides, la signer- Joindre l'accord de principe puis les transmettre physiquement au DE et au DG pour signature <ul style="list-style-type: none">- Recevoir les documents du CSM- Cf.C7 : Vérifier successivement que :<ul style="list-style-type: none">• La note est correctement rédigée• Les informations sont exhaustives et pertinentes	



BDU - CI
LA BANQUE DE L'UNION

**Processus : Développer les produits/services
bancaires et la clientèle**

**Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et
Commerciale / Concevoir et développer les produits
et services bancaires**

**Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing /
Direction de l'Exploitation**

Référence : PRO-SMEQ-MKT-01

N° de version : 01

Date d'émission : Sept. 2025

Page : 12/15

DE/DG	<ul style="list-style-type: none">• La conformité de la note de promotion par rapport à l'accord de principe- En cas de non-conformité, mentionner successivement leurs observations sur la note et la retourner physiquement au CSM pour correction- En cas de conformité ou après corrections éventuelles, apposer successivement leurs signatures sur la note et la retourner physiquement au CSM afin d'informer les Directeurs concernés pour le lancement de la campagne	Note de promotion des transferts rapides / Accord de principe
CCM	<p>2.4. Produits monétiques</p> <ul style="list-style-type: none">- Effectuer une demande par email auprès du DSI afin d'obtenir les statistiques par agence- Définir la stratégie à adopter ainsi que la durée de la campagne promotionnelle- Contacter par email les partenaires commerciaux afin de faire des propositions par rapport aux différents produits monétiques- Après validation, recevoir par email l'accord de principe des partenaires commerciaux- Sur la base de cet accord de principe, élaborer une note de promotion des produits monétiques, la signer puis les transmettre physiquement au SCMTR, au DE et au DG pour signature	
DE/DG	<ul style="list-style-type: none">- Recevoir les documents du CCM- Cf.C7 : Vérifier successivement que :<ul style="list-style-type: none">• La note est correctement rédigée• Les informations sont exhaustives et pertinentes• La conformité de la note de promotion par rapport à l'accord de principe- En cas de non-conformité, mentionner successivement leurs observations sur la note et la retourner physiquement au CSM pour correction- En cas de conformité ou après corrections éventuelles, apposer successivement leurs signatures sur la note et la retourner physiquement au DMC afin d'informer les Directeurs concernés pour le lancement de la campagne	Note de promotion des produits monétiques
CSM	<p>2.5. Packages de comptes</p> <ul style="list-style-type: none">- Effectuer une demande par email auprès du DSI afin d'obtenir les statistiques par agence- Sur la base des statistiques et des rapports des agences et du rapport qualité, convier par email les chefs d'agence concernés à une séance de travail	



BDU - CI
LA BANQUE DE L'UNION

**Processus : Développer les produits/services
bancaires et la clientèle**

**Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et
Commerciale / Concevoir et développer les produits
et services bancaires**

**Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing /
Direction de l'Exploitation**

Référence : PRO-SMEQ-MKT-01

N° de version : 01

Date d'émission : Sept. 2025

Page : 13/15

DE/DG	<p>pour analyser les données, définir la stratégie à adopter ainsi que la durée de la campagne promotionnelle</p> <ul style="list-style-type: none">- Elaborer une note de promotion des packages de comptes contenant l'ensemble des décisions prises puis la transmettre physiquement au DE et au DG pour signature- Recevoir les documents du CSM- Cf.C7 : vérifier successivement que :<ul style="list-style-type: none">• La note est correctement rédigée• Les informations sont exhaustives et pertinentes• La conformité de la note de promotion par rapport à l'accord de principe- En cas de non-conformité, mentionner successivement leurs observations sur la note et la retourner physiquement au CSM pour correction.- En cas de conformité ou après corrections éventuelles, apposer successivement leurs signatures sur la note et la retourner physiquement au CSM afin d'informer les Directeurs concernés pour le lancement de la campagne	Note de promotion des packages de comptes
Agent CM	<p>III. Elaboration des rapports d'activité</p> <p>1. Dans le cadre des activités Marketing et Commerciales</p> <ul style="list-style-type: none">- En fin de campagne, effectuer une demande par email de statistiques des données en agence à la DSI puis les transmettre à un membre de son équipe pour élaboration du rapport d'activités- Dès réception des statistiques, transmettre les statistiques au RPCRAC ou le CSM pour élaboration du rapport d'activités- Sur la base des informations reçues, élaborer le rapport d'activités et le soumettre au CSM pour validation- Recevoir le rapport d'activités du RPCRAC- C8 : Vérifier que :<ul style="list-style-type: none">• Les actions devant être réalisées ont été correctement réalisées ;• Le cas échéant, vérifier que les incohérences ou baisse de production sont correctement expliquées ou justifiées ;	
RPCRAC		
CSM		



BDU - CI
LA BANQUE DE L'UNION

Processus : Développer les produits/services
bancaires et la clientèle

Sous-Processus : Elaborer la stratégie Marketing et
Commerciale / Concevoir et développer les produits
et services bancaires

Pilote et Co-pilote du processus : Service Marketing /
Direction de l'Exploitation

Référence : PRO-SMEQ-MKT-
01

N° de version : 01

Date d'émission : Sept. 2025

Page : 15/15

- Rapport marketing et commercial
- Tableau de prévision

Liste des ampliati

N°	Structures	Date	Visa	Observations
01				
02				

Liste des modifications

N°	Nature de la modification	Date	Chapitre ou page concerné (e)	Observations
01				
02				

Rédigé par : Chef de Service
Marketing, démarche qualité et
expérience client.

Date : Octobre 2025

Signature :

Validé par : Comité Procédure

Date : 03-10-2025

Signature :

Approuvé par :

Date :

Signature :

