

# La carte stratégique



# Télécoms



# Développer des infrastructures de haute technologie

- Poursuivre et intensifier les déploiements du très haut débit, fixe et mobile
- Déployer de nouvelles technologies (RTTH, IoT, VoLTE) et en expérimenter d'autres (eSIM, 5G, ...)
- Focaliser nos investissements sur notre cœur de métier



*Pour répondre aux attentes de nos clients*  
*Pour mieux s'organiser autour des projets majeurs*  
*Pour accompagner une croissance durable et stimuler l'innovation*



# Devenir un partenaire commercial de référence dans la zone Pacifique

- Se positionner sur le marché de gros à l'international avec la revente de capacité via nos câbles sous-marins
- Étendre et rendre compétitives nos offres de liaisons louées à l'international et ainsi permettre aux acteurs du numérique calédonien d'être plus autonomes et concurrentiels sur les services qu'ils souhaitent offrir
- Valoriser nos capacités de transport (câbles sous-marins)
- Développer notre activité B2B

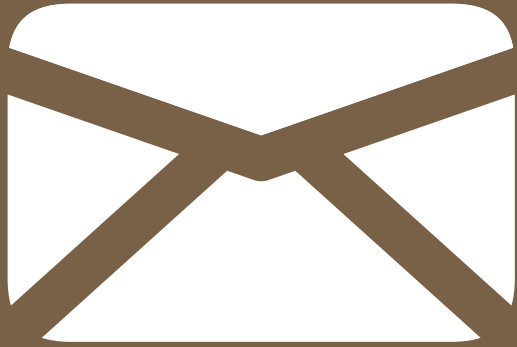
*Pour être un partenaire du numérique en Nouvelle-Calédonie et dans le Pacifique Sud*

# Répondre aux attentes de nos clients

- Développer des offres d'abondance
- Développer des offres digitales
- Digitaliser le parcours client
- Consolider et améliorer nos moyens de production et de SAV

*Pour améliorer l'expérience client au service des Calédoniens et être moteur du numérique en Nouvelle-Calédonie*

# Postal



# Performance & qualité de vie au travail

- Moderniser et optimiser nos processus et systèmes d'information
- Valoriser l'expérience collaborateur
- Piloter la performance financière, de production et la satisfaction client



*Pour optimiser la chaîne logistique*

*Pour mettre en place une organisation  
de l'activité postale cohérente*

*Pour maîtriser nos coûts*



# Excellence opérationnelle au service de nos clients

- Enrichir la connaissance clients Pros et Particuliers
- Poursuivre le développement des offres et offrir des services adaptés
- Améliorer la qualité de service et la digitalisation du parcours client



*Pour être plus proche de nos clients  
et leur simplifier la vie*

*Pour répondre à leurs attentes et les satisfaire*

*Pour développer des revenus additionnels*



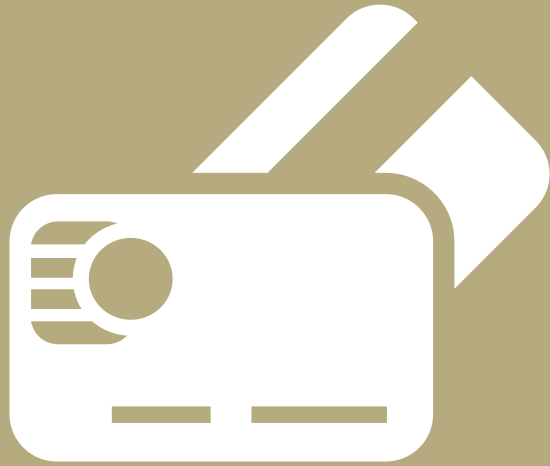


# Au-delà de 2025

- Être une référence dans le monde de la logistique
- Participer à l'évolution du domaine postal au niveau international



# Services financiers



# Un programme de transformation baptisé « SAFE »

Plus d'une centaine de chantiers  
faisant de SAFE le «bras armé» de Construire Demain

- Se mettre en conformité réglementaire (dont LCB-FT) en priorité
- Migrer les cartes privées et procéder à la remédiation KYC

*Pour pérenniser l'avenir des services financiers  
Pour redonner une dynamique après  
des années d'incertitudes et de statu quo*

# Reconnaissance des services financiers en service public

---

- Jouer un rôle d'inclusion auprès des populations modestes
- Construire ensemble un modèle de service public
- Défendre le sujet avec et auprès des instances du territoire

*Pour délivrer des services financiers reconnus comme véritable service public*

---

# Un service public performant & le moins coûteux possible

Des processus à revoir pour améliorer notre relation commerciale dans une logique de maîtrise des coûts :

- Optimiser et digitaliser nos processus
- Refondre nos parcours client



*Pour optimiser notre fonctionnement  
Pour répondre aux attentes de notre clientèle  
via la modernisation de nos processus*



# Digitalisation des usages bancaires

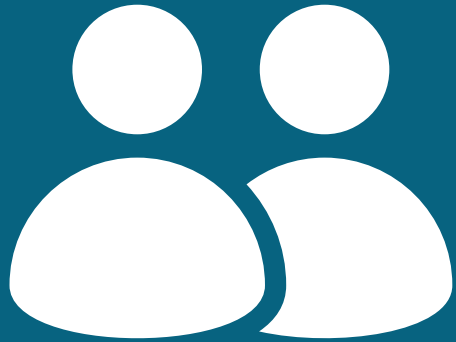
## Tendre vers des usages bancaires moins coûteux :

- opérations par cartes, au distributeur ou chez des commerçants
- consultation
- solutions innovantes

*Pour accompagner nos clients dans la digitalisation de leurs usages*

*Pour réduire les inégalités et les écarts au niveau bancaire sur tout le territoire*

# Distribution multi-services



# Notre réseau d'agences commerciales

- Vecteur de proximité, de cohésion et d'inclusion sociale
  - Activité de services publics essentiels autour de nos cœurs de métier, au bénéfice de la population
  - Contribution reconnue à l'aménagement et au développement du territoire
  - Valorisation d'un actif et d'espaces de commercialisation
- 
- Fluidité et simplicité du parcours client à améliorer
  - Poids élevé du réseau d'agences dans la structure de coûts



# Enjeux de la distribution multi-services

Ajuster notre dispositif et les modalités d'adressage de nos services, pour répondre encore mieux aux attentes de nos clients tout en anticipant leurs besoins futurs

## **Innover**

en développant de nouvelles activités commerciales & non commerciales en agences

## **Améliorer**

en renforçant nos cœurs de métiers et en nous réinventant

# Innover

## Développer des activités commerciales & non commerciales Proposer aux clients de nouveaux canaux de vente et de relation

### Pilotage et marketing du métier distribution

- Indicateurs de pilotage (performance économique, qualité de service, satisfaction)
- Bilan, évolution et déploiement du concept NRC
- Marketing opérationnel et merchandising

### Enseigne de proximité

#### Commercialisation de nouvelles activités :

- produits et accessoires Télécoms, accompagnement à l'usage des produits de télécommunications

### Guichet de services au public

- Accueillir de nouveaux services publics dans certaines agences

### Vente et relation client à distance

- Centre d'appels sortants
- Portail d'acquisition en ligne
- Portail et application d'auto-gestion clients
- Canaux de relation client sur les réseaux sociaux

# Améliorer nos fondamentaux

## Renforcer nos cœurs de métier

Répondre aux exigences de qualité de service

## Réorganiser le réseau d'agences

Faciliter l'activité opérationnelle

Apporter de la fluidité et développer le professionnalisme

## Réinventer les modalités de travail avec les autres métiers

Réhumaniser les relations internes afin d'améliorer la relation client, l'expérience et la satisfaction client