SYMCOR

Édition 2026

L'Indice de modernisation des communications

Où se situe réellement votre organisation et *que vous en coûte-t-il?*

Où en sont les organisations canadiennes, et quelle est la feuille de route pour combler cet écart.

Quatre archétypes • Quel est le vôtre?

- L'hétérogène
- Le consolidateur
- L'administré
- Le moderne

Cinq dimensions. Quatre niveaux. La section 4 vous révèle votre profil.

SECTION 01

Portrait des communications dans les organisations canadiennes

La transition en cours

La gestion des communications clients redéfinit sa place. Autrefois simple fonction de production interne – expédition de relevés, envois postaux –, elle constitue désormais un levier de première ligne de l'expérience client. Aspire CCS qualifie l'année 2026 d'« année de la métamorphose » pour le secteur : le virage, qui fait passer les activités du document au dialogue, n'est plus une projection, c'est désormais la réalité du marché.

Pour les organisations canadiennes, ce virage s'accompagne d'une complexité. L'infrastructure de communication que la plupart des institutions exploitent aujourd'hui a été assemblée un prestataire à la fois : un pour l'impression, un pour la diffusion numérique, un pour l'archivage, un autre pour la mise en accessibilité. Si chaque ajout a résolu un problème précis à l'époque, ensemble, ils en ont créé un nouveau.

L'ampleur du problème

Ces chiffres témoignent d'un secteur qui a conscience que ses infrastructures ne suffisent plus à ses besoins

83 %

des caisses populaires canadiennes prévoient augmenter leurs dépenses dans le domaine des technologies en 2026

49 %

mentionnent les systèmes désuets comme un enjeu technologique majeur, soit une hausse de 10 points d'une année sur l'autre

58 %

considèrent le manque d'intégration des systèmes comme leur principal défi technologique

1 sur 5

1 membre de caisse sur 5 se connecte à une application mobile chaque jour, ce qui dépasse l'achalandage total des succursales

78 %

des consommateurs canadiens préfèrent les canaux bancaires numériques

Ces chiffres dressent un portrait sans équivoque : les membres sont passés au numérique. Les budgets basculent vers la technologie. Pourtant, les systèmes intermédiaires, ceux qui traitent chaque relevé, chaque avis et chaque communication, sont ceux qui inspirent le moins confiance aux dirigeants.

La pression de la réglementation

Loi canadienne sur l'accessibilité

La loi exige des institutions réglementées qu'elles fournissent des documents accessibles et conformes à la norme PDF/UA.

Obligations du CANAFE

Il impose des registres de communications traçables et auditables.

Réalité économique de Postes Canada

Les hausses tarifaires continuent de peser sur la rentabilité de la production imprimée traditionnelle.

Aucune de ces pressions ne se profile à l'horizon. Elles sont toutes déjà bien présentes. Et il devient de plus en plus difficile d'y faire face lorsque les communications passent par quatre ou cinq fournisseurs disparates, car chaque audit, chaque demande d'accessibilité et chaque modification tarifaire doit être harmonisé entre tous ces acteurs.

La pression de la concurrence

Les grandes banques et les jeunes pousses technologiques redéfinissent les standards de qualité en communication. La nouvelle génération de titulaires de compte s'attend à retrouver auprès de sa caisse ou de sa banque régionale la transparence, l'instantanéité et la polyvalence propres aux applications financières entièrement numériques.

EN RÉSUMÉ

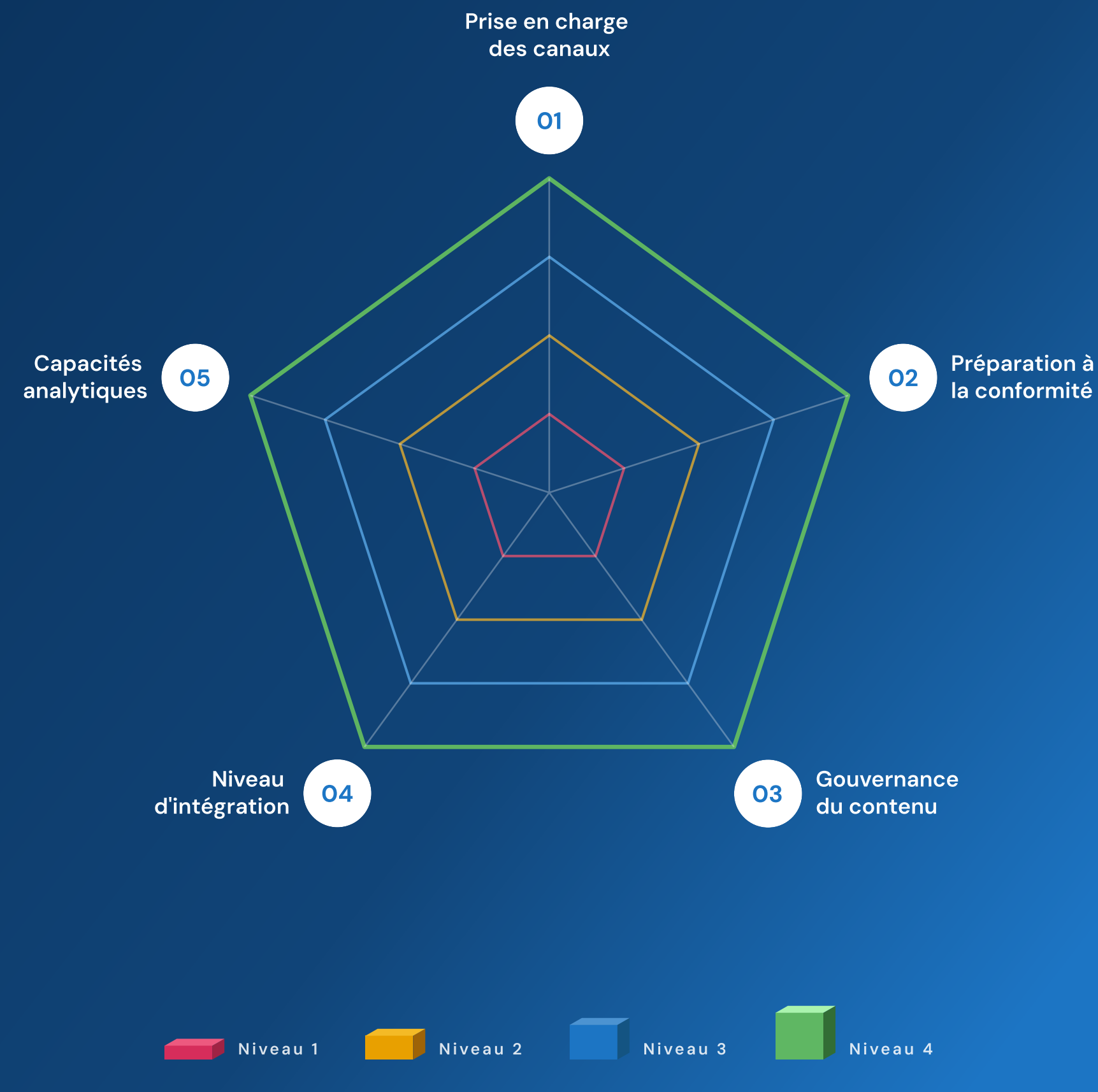
Les organisations qui échouent ne perdent pas leurs clients au profit d'un concurrent, mais bien en raison d'une meilleure communication.

> **« Chaque institution de taille moyenne se situe à un point ou à un autre de la courbe de modernisation. Cet indice a pour but de vous indiquer où elle se trouve et que faire pour progresser. »**

Sources citées dans cette section : Rapport annuel sur le marché 2026 d'Aspire CCS; Cornerstone Advisors, « What's Going On In Banking » 2026; enquête Ipsos sur les préférences des consommateurs en matière de services bancaires.

SECTION 02

Les cinq dimensions de la maturité en matière de communications



SECTION 02

Les cinq dimensions de la maturité en matière de communications

La maturité en matière de communication ne se définit pas par une seule plateforme ou fonctionnalité. L'indice évalue cinq dimensions qui, prises dans leur ensemble, révèlent l'efficacité avec laquelle votre établissement diffuse, régit, intègre, suit et gère ses communications clients. Voyez où se situent vos forces, où persistent les lacunes et quels aspects améliorer en priorité.

DIMENSION 1

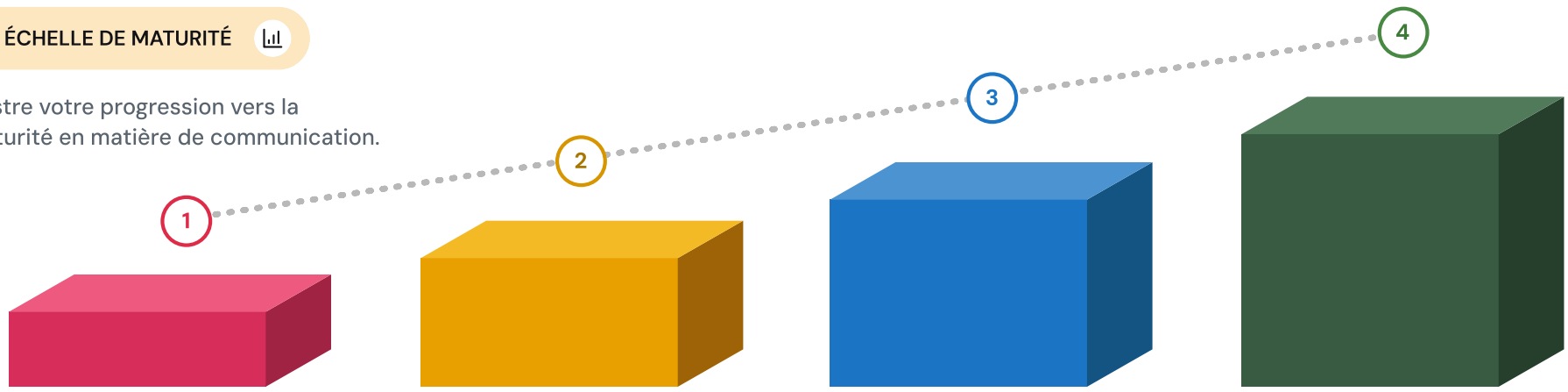
Prise en charge des canaux

01

Les différents canaux de communication utilisés par votre établissement, et la gestion cohérente de votre contenu sur l'ensemble de ces canaux.

ÉCHELLE DE MATURITÉ

Illustre votre progression vers la maturité en matière de communication.



Niveau 1

Fragmenté

L'impression et l'envoi par courriel fonctionnent séparément. Les messages SMS, le portail et les notifications poussées se trouvent sur des plateformes différentes.

Niveau 2

Partiel

Deux ou trois canaux mettent en commun leurs modèles. Les autres restent cloisonnés, sans acheminement unifié.

Niveau 3

Intégré

Tous les canaux principaux puisent dans une source unique et administrée. C'est la plateforme qui détermine l'acheminement.

Niveau 4

Optimisé

Un acheminement adapté aux préférences, mesuré sur tous les canaux. Ce sont les clients qui choisissent la manière dont vous communiquez avec eux.

PENSER PLUS LOIN

Privilégiez l'uniformité avant d'accroître le nombre de canaux. Regrouper la communication imprimée, les courriels, les messages SMS et la diffusion numérique sous une gouvernance commune permet de créer une base plus solide que le simple fait d'élargir l'éventail des canaux disponibles. L'objectif est d'offrir une expérience client uniformisée, quel que soit le mode de diffusion du message.

DIMENSION 2

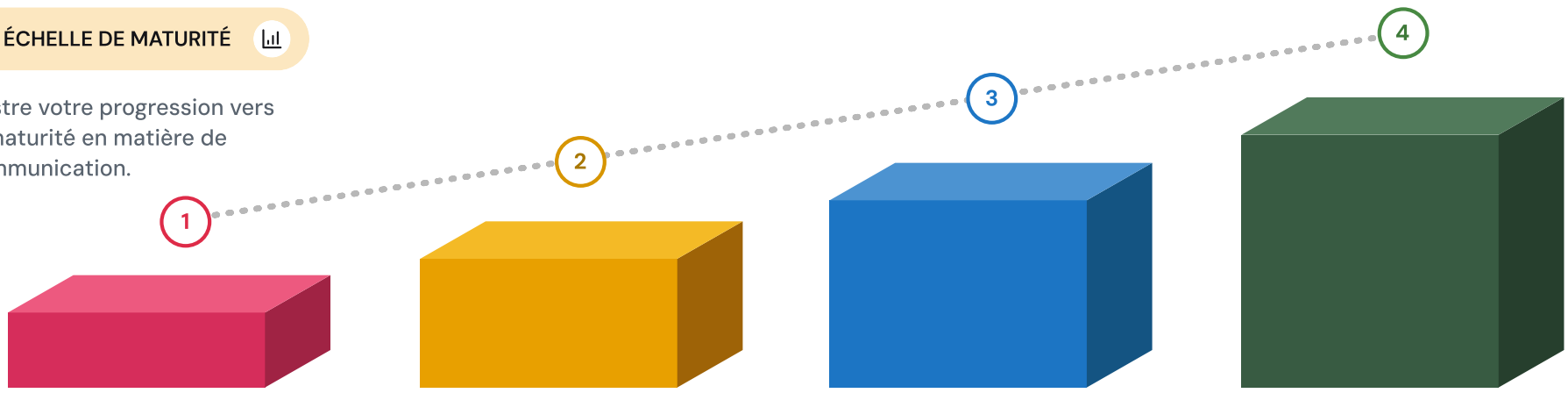
Préparation à la conformité

02

La capacité de votre institution à produire de la documentation réglementaire, à respecter les exigences d'accessibilité et à démontrer une conformité prête pour l'audit pour chaque communication envoyée.

ÉCHELLE DE MATURITÉ

Illustre votre progression vers la maturité en matière de communication.



Niveau 1

Réactif

La révision de la conformité s'effectue après la création du contenu, ce qui retarde souvent la diffusion de plusieurs semaines. Aucun contrôle automatisé de l'accessibilité n'est en place. Quant à la piste de vérification, elle doit être reconstituée à la main.

Niveau 2

Documenté

Le processus de conformité est documenté et respecté pour la plupart des types de communication. L'accessibilité fait l'objet de contrôles sur certains documents seulement. Une piste de vérification existe, mais elle n'est pas facilement consultable.

Niveau 3

Systématique

Le processus de conformité est automatisé pour tous les principaux types de communications. La conformité à la norme PDF/UA est vérifiée sur l'ensemble des documents réglementés avant leur diffusion. Une piste de vérification complète est accessible par recherche et exportable.

Niveau 4

Proactif

La conformité est intégrée au niveau de la création de contenu. La validation de l'accessibilité est automatique. L'établissement répond à toute demande réglementaire concernant n'importe quelle communication en quelques heures, et non en quelques jours.

PENSER PLUS LOIN

Intégrez la conformité en amont. Plus les exigences en matière d'accessibilité, d'approbation et d'audit sont directement intégrées aux processus de communication, moins votre institution devra recourir à des vérifications manuelles et à des mesures correctives. Les organisations matures intègrent la conformité au cœur même de la production, et non pas comme une étape de contrôle en fin de processus.

DIMENSION 3

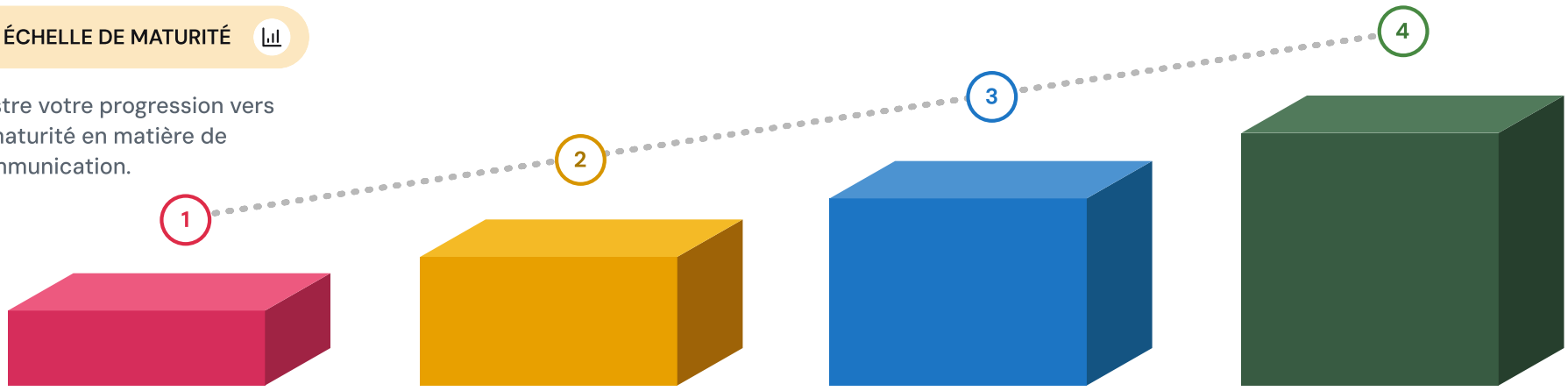
Gouvernance du contenu

03

Le niveau de contrôle exercé par votre institution sur ses modèles de communication, la gestion de l'historique des versions et le maintien d'une source unique de vérité pour l'ensemble du contenu destiné aux clients.

ÉCHELLE DE MATURITÉ

Illustre votre progression vers la maturité en matière de communication.



Niveau 1

Ponctuel

Modèles stockés dans plusieurs systèmes, gérés par plusieurs équipes. Aucun suivi des versions. Mises à jour réalisées de façon locale et non harmonisée.

Niveau 2

Centralisé

Les modèles principaux sont stockés dans un système central. L'historique des versions est suivi pour la plupart des communications. Un processus de gestion des changements existe, mais n'est pas toujours respecté.

Niveau 3

Administré

Tous les modèles sont regroupés dans une source unique soumise à un contrôle des versions. La gestion des modifications est documentée et appliquée. Les processus de validation sont automatisés.

Niveau 4

Autonome

La gouvernance est intégrée au niveau de la création de contenu. Les unités opérationnelles apportent elles-mêmes les modifications courantes aux modèles directement via un portail soumis à des règles de gouvernance, où le contrôle des versions, les validations et la vérification de la conformité sont assurés automatiquement. Aucune file d'attente auprès des TI.

PENSER PLUS LOIN

Faites d'une source unique de vérité votre objectif. La centralisation des modèles est un premier pas; la véritable maturité s'acquiert lorsque le contrôle des versions, les validations et les modifications courantes s'effectuent au sein d'un même environnement réglementé. Cela permet de réduire la dépendance vis-à-vis du service informatique tout en offrant aux unités opérationnelles une plus grande rapidité d'exécution sans pour autant sacrifier le contrôle.

DIMENSION 4

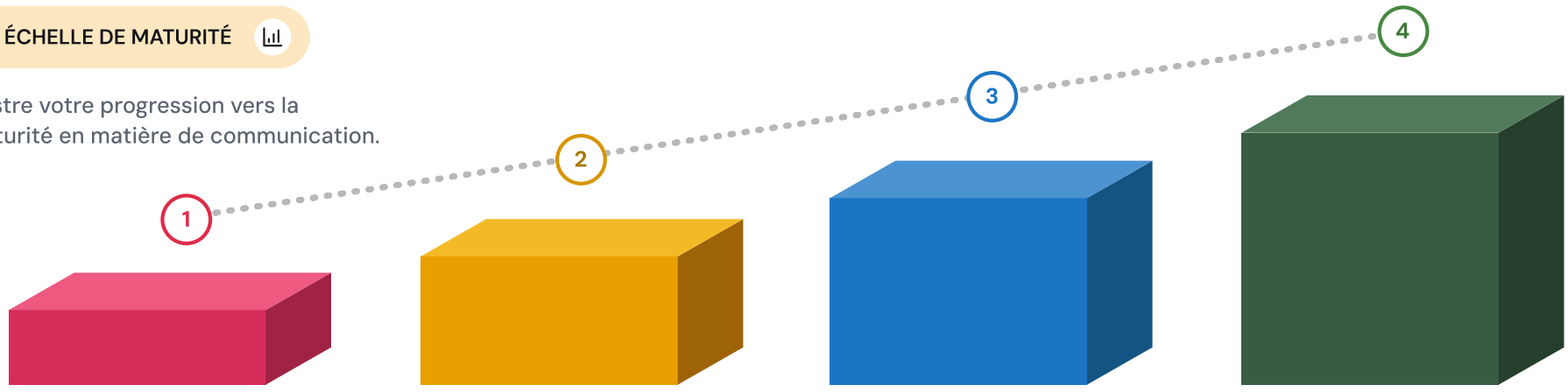
Niveau d'intégration

04

Le degré d'intégration de votre plateforme de communication avec le système bancaire central, la gestion de la relation client (CRM) et d'autres sources de données clés, ainsi que la fiabilité avec laquelle ces intégrations fournissent des données complètes et précises pour chaque communication.

ÉCHELLE DE MATURITÉ

Illustre votre progression vers la maturité en matière de communication.



Niveau 1

Manuel

Les données relatives aux communications sont extraites manuellement des systèmes sources. Absence de flux de données automatisés. Taux d'erreur élevé.

Niveau 2

Partiel

Intégration au système bancaire central pour les données relatives aux comptes principaux. Intégration au CRM limitée, voire inexistante. Flux de données disponibles pour certains types de communication, mais pas pour tous.

Niveau 3

Connecté

Le système bancaire central, le CRM et les sources de données principales alimentent automatiquement la plateforme de communication. Source unique de vérité pour les données clients sur l'ensemble des types de communications.

Niveau 4

Regroupé

Une couche d'intégration unique remplace chaque connexion point à point avec les prestataires. Flux de données en temps réel, aucune manipulation et utilisation par chaque canal d'un profil client unique et exhaustif.

PENSER PLUS LOIN

Réduisez le nombre de connexions, et pas seulement la charge de travail manuel. Les intégrations point à point permettent d'automatiser les processus, mais laissent aux institutions la charge de gérer un écosystème complexe. L'adoption d'une passerelle d'intégration unifiée assure une circulation plus rigoureuse des données clients pour chaque communication et chaque canal.

DIMENSION 5

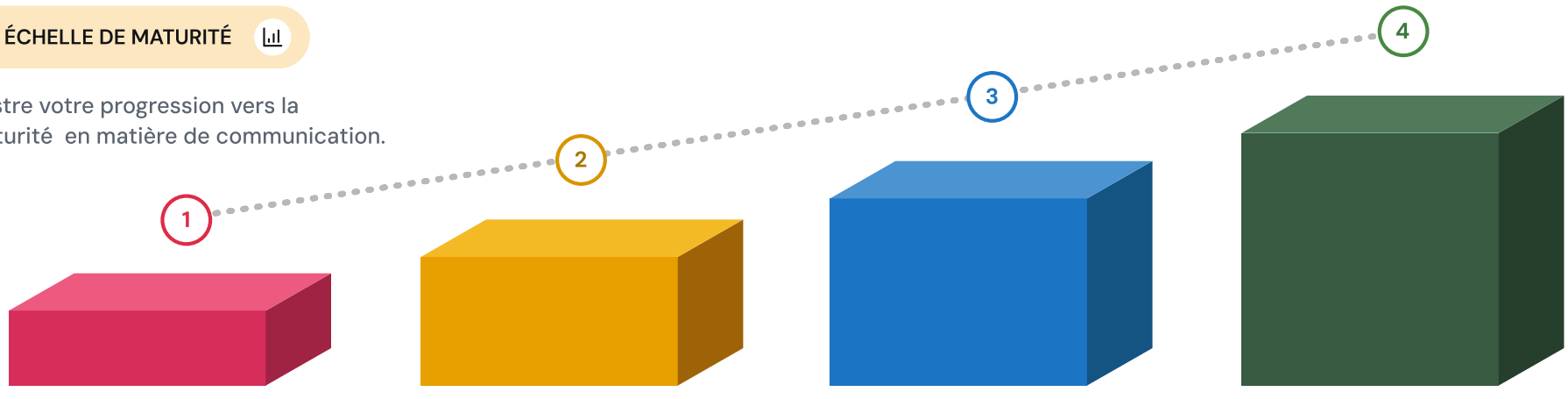
Capacités analytiques

05

L'aptitude de votre organisation à évaluer l'efficacité des communications, à associer les indicateurs de diffusion aux comportements de la clientèle et à tirer parti de ces analyses pour optimiser les communications à venir.

ÉCHELLE DE MATURITÉ

Illustre votre progression vers la maturité en matière de communication.



Niveau 1

Aucune

Aucune visibilité sur les performances des communications au-delà de la confirmation de réception. Aucun lien entre les communications et les données relatives au comportement des clients.

Niveau 2

Élémentaire

Les taux d'ouverture et les taux de livraison sont disponibles pour les canaux numériques. La distribution des supports imprimés est suivie en fonction du volume, et non des résultats. Aucune vision consolidée entre les différents canaux.

Niveau 3

Exploitable

Tableau de bord multicanal des performances. Les données de diffusion sont mises en relation avec les actions des clients en aval (connexion à l'appli, volume d'appels, transactions). Les informations tirées de ces analyses orientent les décisions relatives aux modèles et aux canaux.

Niveau 4

Boucle fermée

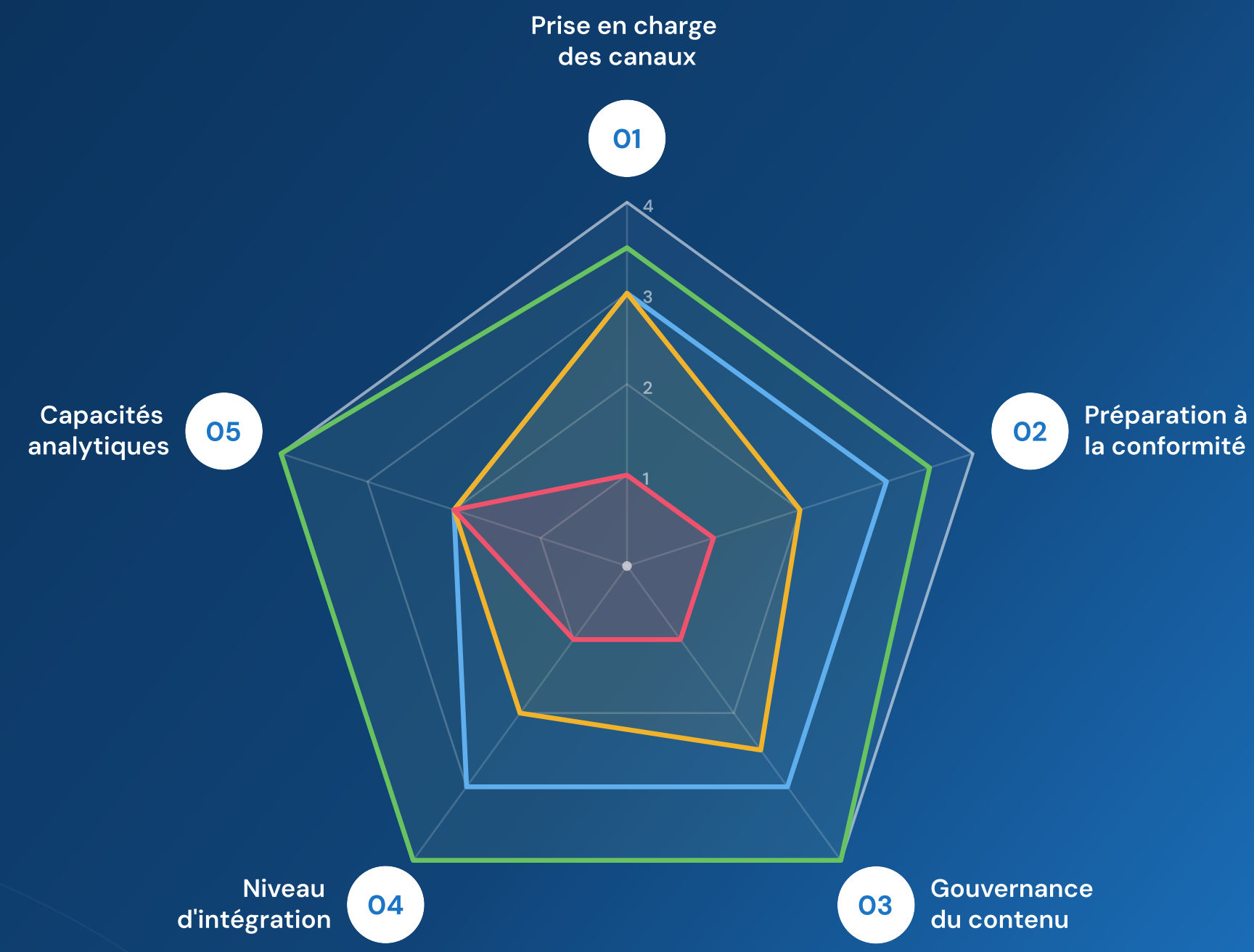
Suivi en temps réel du statut de la production et suivi des livraisons horodatées sur tous les canaux, directement liés aux résultats de l'entreprise. Les choix stratégiques quant aux canaux, au moment et aux contenus s'appuient sur des données probantes plutôt que sur l'intuition

PENSER PLUS LOIN

Passez des indicateurs de diffusion aux résultats commerciaux. Savoir qu'une communication a été envoyée relève du rapport opérationnel; savoir ce qui s'est passé ensuite est une information exploitable. En associant les données de livraison aux réactions de la clientèle, les choix stratégiques portant sur les canaux, le moment opportun et le contenu reposent de façon accrue sur des données probantes.

L'index en un coup d'œil

Les quatre archétypes de modernisation présentés à la section 3, évalués selon les cinq dimensions de maturité des communications



L'hétérogène

Niveau 1 ou 2 dans la plupart des dimensions

Le consolidateur

Niveau 2 à 3, avec des lacunes en matière de conformité et d'analyse

L'administré

Niveau 3 dans la plupart des dimensions

Le moderne

Niveau 3 ou 4 dans toutes les dimensions

SECTION 03

Les quatre archétypes de la modernisation

La plupart des organisations se reconnaissent plus facilement dans un profil que dans une note. Les quatre archétypes ci-dessous décrivent où se situent réellement les organisations canadiennes sur la courbe de modernisation. Identifiez le vôtre, puis utilisez l'auto-évaluation de la section 4 pour le confirmer.

L'hétérogène | Le consolidateur | L'administré | Le moderne

ARCHETYPE 1

L'hétérogène



LE PROFIL TYPE

Caisse populaire ou banque régionale dont les actifs se situent entre 500 millions et 3 milliards de dollars. Au moins cinq solutions ponctuelles pour la communication, absence de gouvernance commune des modèles, gestion manuelle de la conformité et aucune intégration significative entre les plateformes de communication et les systèmes bancaires centraux ou de gestion de la relation client (CRM). Notes de maturité de niveau 1 ou 2 dans la plupart des dimensions.

LA PROBLÉMATIQUE

Tout changement dans la communication nécessite une coordination entre plusieurs fournisseurs et équipes internes. L'examen de la conformité est le grain de sable qui bloque tous les rouages L'établissement sait qu'il doit se moderniser, mais ne sait pas vraiment par où commencer.

UN REGARD HONNÊTE

Ajouter une autre solution ponctuelle à cette architecture ne réduit pas la fragmentation; elle l'aggrave. La voie à suivre pour l'Hétérogène passe d'abord par la consolidation et la gouvernance, et non par de nouveaux outils.

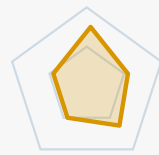
LA MARCHE À SUIVRE

Commencez par réaliser un audit des communications qui recense l'ensemble des plateformes actives, des répertoires de modèles et des sources de données. Regroupez dans un premier temps les types de communications les plus volumineux sur une seule plateforme régie par des règles. L'intégration avec le système bancaire central viendra ensuite. Construisez en partant des fondations.

> **PAROLE D'ORGANISATION**
> *« "Cela fait trois ans que nous avons l'intention de nous pencher sur cette question. Chaque trimestre, une affaire plus urgente vient s'interposer. Et puis, nous recevons une demande de renseignements d'un organisme de réglementation et nous passons deux semaines à reconstituer manuellement la piste de vérification. »*

ARCHÉTYPE2

Le consolidateur



LE PROFIL TYPE

Banque régionale ou caisse populaire de taille moyenne dont les actifs sont compris entre 1 et 5 milliards de dollars. Une ou deux plateformes principales gérant l'essentiel du volume de communications, intégration partielle avec le système bancaire central, gestion des modèles adaptée aux communications à haut volume, mais qui présente des défaillances dans les cas exceptionnels. Un processus de conformité existe, mais n'est pas entièrement automatisé. Le niveau de maturité se situe entre 2 et 3, avec des lacunes notables en matière de conformité et d'analyse.

LA PROBLÉMATIQUE

La plateforme principale fonctionne plutôt bien. Les exceptions – la correspondance réglementée, la conformité aux normes d'accessibilité et l'uniformité des communications multicanal à faible volume – sont toujours gérées manuellement et représentent toujours un risque.

UN REGARD HONNÊTE

Le Consolidateur est plus proche qu'il ne le pense. Les bases sont en partie déjà en place. Les lacunes restantes sont précises et peuvent être comblées sans qu'il soit nécessaire de remplacer l'ensemble de la plateforme.

LA MARCHE À SUIVRE

Ciblez directement les lacunes en matière de conformité et d'analyse. La validation automatisée de l'accessibilité et une piste de vérification fiable constituent les résultats prioritaires à court terme. L'intégration du multicanal suivra.

> **PAROLE D'ORGANISATION**
> *« Le traitement de nos relevés bancaires et de nos courriels se passe bien. Ce sont les cas particuliers, les avis réglementés, les exigences de conformité à l'accessibilité et la correspondance ponctuelle qui nous obligent encore à intervenir manuellement. Et ce sont précisément ces éléments-là qui nous posent problème. »*

ARCHÉTYPE 3

L'administré



LE PROFIL TYPE

Coopérative de crédit de grande taille ou banque relevant de l'annexe 8/D, dont les actifs sont compris entre 3 et 10 milliards de dollars. Plateforme de communication principale unique, gouvernance des modèles documentée, intégration fiable des systèmes bancaires centraux et de gestion de la relation client (CRM), ainsi qu'une plateforme de diffusion générant une piste de vérification fiable. Les scores de maturité atteignent le niveau 3 dans la plupart des dimensions. Les capacités analytiques demeurent la lacune la plus fréquente.

LA PROBLÉMATIQUE

L'infrastructure est solide. Pour autant, l'organisation n'en exploite pas tout le potentiel, dans la mesure où le volet analytique demeure insuffisant. Les équipes ne disposent donc pas d'une vision claire permettant de distinguer les communications efficaces de celles qui ne le sont pas.

L'ADMINISTRÉ • SUITE

UN REGARD HONNÊTE

L'Administré a déjà accompli le plus difficile. Il ne reste plus qu'à transformer une prestation fiable en résultats mesurables, un enjeu qui relève de la visibilité et non d'une refonte structurelle.

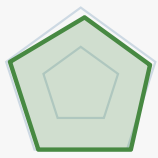
LA MARCHE À SUIVRE

Investissez dans l'analytique du multicanal. Reliez les données de diffusion aux données relatives au comportement des clients. Utilisez les informations ainsi obtenues pour orienter vos décisions concernant les canaux, le moment opportun et le contenu, en commençant par les types de communications les plus fréquents.

> **PAROLE D'ORGANISATION**
> *« Nous disposons d'une bonne infrastructure. Mais nous n'avons tout simplement pas une vision claire des performances réelles de nos communications. Nous prenons nos décisions concernant les contenus et les canaux en nous basant sur notre intuition, et non sur des données. »*

ARCHETYPE 4

Le moderne



LE PROFIL TYPE

Un segment en pleine croissance d'institutions financières canadiennes qui ont achevé la consolidation de leurs communications et gèrent désormais tous leurs canaux via une plateforme unique et réglementée, avec un seul interlocuteur responsable. Les scores de maturité se situent aux niveaux 3 ou 4 dans toutes les dimensions. Les équipes opérationnelles effectuent des modifications courantes sans intervention du service informatique, les mises à jour en matière de conformité sont intégrées par la plateforme, et les données de diffusion sont directement reliées aux résultats des clients.

LA PROBLÉMATIQUE

Garder une longueur d'avance à mesure que le reste du marché rattrape son retard, et continuer à tirer profit de l'avantage opérationnel créé par la consolidation.

UN REGARD HONNÊTE

Si l'organisation moderne est en avance sur le marché, elle n'est toutefois pas à l'abri d'une dérive. Les établissements qui accèderont aux niveaux 3 et 4 au cours des vingt-quatre prochains mois s'appuieront sur des technologies de dernière génération. Un avantage durable repose sur la même rigueur qui a permis de le construire : mesurer, comparer, améliorer.

SECTION 04

L'auto-évaluation de maturité

Dix questions. Quatre réponses pour chacune. Évaluez-vous en toute honnêteté; la fiabilité de l'indice en dépend.

Cochez la case à côté de votre réponse, ou coloriez-la. Chaque réponse rapporte le nombre de points indiqué à côté; faites l'addition à la fin de la page suivante.

1 **Combien de plateformes distinctes votre institution utilise-t-elle actuellement pour communiquer avec ses clients (courriel, support papier, messages SMS, portail de documents, correspondance réglementée)?**

○ 6 plateformes et +	1	○ 4 ou 5	2
○ 2 ou 3	3	○ 1 plateforme	4

2 **Votre établissement dispose-t-il d'un répertoire de modèles unifié et soumis à un contrôle des versions, à partir duquel toutes les communications sont élaborées?**

○ Non	1	○ Pour quelques types de communications	2
○ Pour la plupart	3	○ Oui, pour toutes	4

3 **Lorsqu'une modification de modèle est nécessaire, combien de temps se passe généralement entre la validation et la mise en production?**

○ 6 semaines et +	1	○ 3 à 6 semaines	2
○ 1 à 3 semaines	3	○ Moins de 1 semaine	4

4 **Votre organisation est-elle en mesure de fournir une piste de vérification complète des livraisons (ce qui a été envoyé, à qui, quand et sous quel format) pour une communication envoyée il y a 18 mois?**

- ○ Non — 1
- ○ Avec un effort manuel considérable — 2
- ○ En y consacrant un certain effort manuel — 3
- ○ Immédiatement, sur simple demande — 4

5 **Vos documents réglementés sont-ils actuellement conformes à la norme PDF/UA, comme l'exige la *Loi canadienne sur l'accessibilité?***

- ○ Non — 1
- ○ On y travaille — 2
- ○ La plupart le sont — 3
- ○ Oui, tous sont validés — 4

6 **Comment les données clients sont-elles transférées de votre système bancaire central vers votre plateforme de communications?**

- ○ Manuellement — 1
- ○ Partiellement automatisé, avec un traitement manuel des exceptions — 2
- ○ En grande partie automatisé, à quelques exceptions près — 3
- ○ Entièrement automatisé avec une source unique de vérité — 4

7 **Votre plateforme de communication s'intègre-t-elle à votre système de gestion des clients (CRM)?**

- ○ Non — 1
- ○ En partie — 2
- ○ Oui, dans la plupart des cas d'utilisation — 3
- ○ Intégration bidirectionnelle complète — 4

8 **Pouvez-vous mesurer les performances des communications sur l'ensemble des canaux (courriel, support papier, messages SMS, portail) à partir d'un tableau de bord unique?**

○ Non	1	○ Pour les canaux numériques uniquement	2
○ Sur la plupart des canaux	3	○ Oui, tous les canaux avec suivi des résultats en aval	4

9 **Vos clients reçoivent-ils des communications uniformes, quel que soit le canal qu'ils utilisent?**

○ Non, manque d'uniformité important	1	○ Globalement uniformes, à quelques exceptions près	2
○ Oui, avec des variations minimes	3	○ Oui, parfaitement uniformes et adaptées aux préférences	4

10 **Combien de prestataires et d'équipes internes doivent se coordonner lorsqu'une communication réglementée fait l'objet d'une modification?**

○ Quatre ou plus	1	○ Deux ou trois	2
○ Un prestataire, plus une vérification interne	3	○ Un partenaire responsable, les modifications sont effectuées par portail sécurisé	4

/ 40

Votre total

Additionnez les points des dix réponses et identifiez votre niveau ci-dessous. Barème : 10 à 19 « Hétérogène », 20 à 29 « Consolidateur », 30 à 35 « Administré », 36 à 40 « Moderne ».

10 à 19	20 à 29	30 à 35	36 à 40
Hétérogène	**Consolidateur**	**Administré**	**Moderne**

SECTION 05

La feuille de route vers la modernisation

Quatre étapes, dans l'ordre. Aucune étape ne saute la précédente. Chaque étape clé ci-dessous est concrète et précise : il s'agit d'un objectif que votre organisation atteint, et non d'un objectif auquel elle aspire.

1

Étape 1 ● → ●

Hétérogène à Consolidateur

- ☐ Répertorier l'ensemble des plateformes de communication actives, des prestataires et des répertoires de modèles
- ☐ Identifier les 10 types de communications les plus fréquents et les regrouper sur une seule plateforme administrée par des règles
- ☐ Définir une intégration bancaire centrale pour les données principales des comptes
- ☐ Mettre en œuvre un processus documenté de modification des modèles
- ☐ Mettre en place des fonctionnalités fondamentales pour les pistes de vérification des livraisons

2

Étape 2 ● → ●

Consolidateur à Administré

- ☐ Consolider intégralement les modèles multicanal
- ☐ Déployer une validation automatisée de l'accessibilité (PDF/UA)
- ☐ Connecter le CRM à la plateforme de communications
- ☐ Créer une piste de vérification consultable et exportable
- ☐ Automatiser le processus de conformité pour tous les types de communications réglementés

3

Étape 3 ● → ●

Administré à Moderne

- ☐ Mettre en place un tableau de bord analytique multicanal
- ☐ Relier les données de livraison aux données comportementales des clients
- ☐ Transférer les modifications courantes de modèles et de contenu aux équipes opérationnelles via un portail en libre-service gouverné
- ☐ Mettre en place un acheminement des canaux guidé par les préférences pour répondre aux choix de communication des clients
- ☐ Définir un cycle continu d'analyse des données

4

Étape 4 ●

Moderne, durable

- ☐ Développer la personnalisation et l'optimisation des canaux en s'appuyant sur les données de performance de la phase 3
- ☐ Définir une pratique régulière de vérification des communications
- ☐ Effectuer chaque année une analyse comparative par rapport à l'Indice de modernisation des communications
- ☐ Contribuer à la communauté de recherche de Symcor dédiée aux établissements financiers de taille moyenne

> Remarque concernant les effectifs : aucune de ces étapes ne nécessite la mise en place d'une équipe spécialisée dans les technologies des communications. Chaque étape a été menée à bien, à maintes reprises, par des organisations travaillant avec un partenaire de gestion qui fournit à la fois la plateforme et le personnel. C'est toute la différence entre une feuille de route et un carnet de commandes.

SECTION 06

Le rôle de Symcor

Si la feuille de route ci-dessus décrit les travaux dont votre organisation a besoin, la question concrète qui se pose est de savoir qui s'en chargera. Pour un nombre croissant d'organisations canadiennes, la réponse réside dans le recours à un partenaire, et non dans l'acquisition d'une plateforme.

COR.CCX est le service de communication client entièrement géré par Symcor : composition, impression, diffusion numérique, formats accessibles, archivage sécurisé et modèles réglementés, le tout géré de bout en bout par Symcor. Nulle application n'exige l'intervention de vos équipes informatiques et nulle infrastructure ne requiert de ressources dédiées en interne. Les utilisateurs professionnels effectuent les modifications courantes via un portail sécurisé, tandis que Symcor se charge de tout en arrière-plan.

Chaque dimension de l'indice correspond à une fonctionnalité que le service offre déjà

1	**Prise en charge des canaux**	Support papier, portail numérique, courriel et messages SMS à partir d'une seule et même intégration, la transition du support papier au numérique étant gérée par le même partenaire dans le cadre du même contrat.
2	**Préparation à la conformité**	Une production conforme à la norme PDF/UA par défaut, avec des formats alternatifs intégrés au processus de production, et Symcor qui prend en charge les mises à jour réglementaires, étant soumis aux mêmes exigences que les plus grandes banques du Canada.
3	**Gouvernance du contenu**	Des modèles soumis à un contrôle des versions et à une réglementation, avec des processus de validation automatisés.
4	**Degré d'intégration**	Un seul niveau d'intégration remplaçant toutes les connexions point à point avec les prestataires.
5	**Capacités analytiques**	Suivi en temps réel du statut de la production et suivi des livraisons horodatées pour l'ensemble des flux de production.

Les chiffres en disent long

2,1 milliards

de communications clients diffusées chaque année

no 1

l'un des partenaires les plus importants de Postes Canada

30 ans

de confiance par les plus grandes institutions financières du Canada

Lorsque TD Assurance a modernisé ses communications réglementées sur la plateforme, elle a supprimé 220 000 documents et 460 000 pages imprimées, tout en réduisant ses coûts de 50 % ou plus. Les migrations à partir de modèles réglementés éprouvés s'effectuent en seulement 3 mois, par rapport aux 12 à 18 mois nécessaires à une mise en œuvre classique en entreprise.

Symcor a été fondée par la TD, RBC et BMO en 1996 afin de gérer précisément ce type d'infrastructure. Trente ans plus tard, les établissements qui se modernisent le plus rapidement sont ceux qui décident de ne plus gérer cinq prestataires et de ne travailler qu'avec un seul.

SYMCOR

Découvrez où en est *votre* organisation.

Discutez avec un spécialiste de CCR.CCX pour savoir où se situe votre organisation et quelle est la voie à suivre.

Nous contacter →

INDICATEURS DE CONFIANCE

- ✓ 2,1 milliards de communications traitées chaque année
- ✓ Fondée par la TD, RBC et BMO en 1996
- ✓ 30 ans de confiance accordée par les principales institutions financières du Canada
- ✓ Conforme à la Loi canadienne sur l'accessibilité