

# Les stratégies de distribution dans la banque

## Une étude entre 2005 et 2010



**Julien Batac**  
Maître de Conférences en  
Gestion à l'Université  
Bordeaux IV



**Nathalie Gardès**  
Maître de conférences en  
Gestion à l'Université de Pau  
et des Pays de l'Adour

*L'objectif de cet article est de caractériser les stratégies de distribution des banques et d'en décrire les évolutions, à l'heure du multicanal. Pour cela, une enquête a été menée auprès d'un échantillon de banques européennes (Allemagne, Bénélux, France, Grande-Bretagne). La méthode d'analyse s'appuie sur l'étude de la relation entre groupes stratégiques, GRC et politique multicanal. Nos analyses font apparaître quatre modèles de distribution multicanal associés à des modèles d'affaires spécifiques. Les principaux résultats de cette étude démontrent la double facette des stratégies de distribution des acteurs bancaires : en interne, elles reposent sur des logiques de réduction de coûts ; en externe, sur des objectifs à la fois de conquête et de fidélisation de la clientèle.*

Mots-clés : stratégies multicanal, banques, groupes stratégiques

*The main goal of this study consists primary in an assessment of current bank distribution strategies and secondly in a description of their evolutions in order to identify the key elements. A questionnaire has been addressed at a group of European banks (Benelux, Germany, Great Britain France). The methodology employed was factorial analysis and typological clusters. Our first analysis shows four multi-channel distribution models. The study's main result proves the dual face of bank actor's internal distribution strategy focusing on cost reduction and externally on conquest and customer retention.*

Key words: multi channel strategies, bank, strategic groups