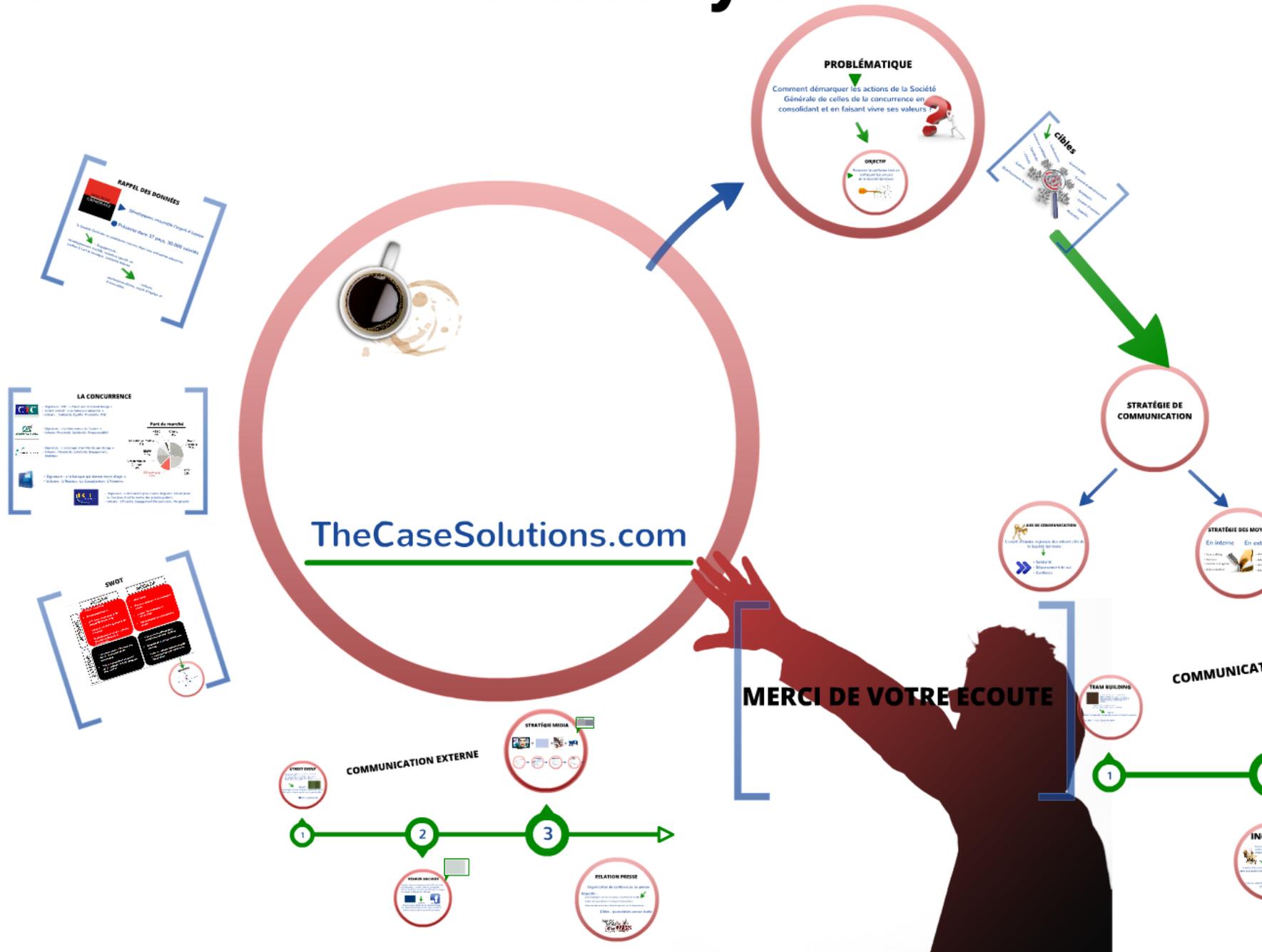




# SOCIETE GENERALE JEROME KERVIEL AFFAIR

## Harvard Case Solution & Analysis



# RAPPEL DES DONNÉES



Développons ensemble l'esprit d'équipe



Présente dans 37 pays, 30 000 salariés

la Société Générale se positionne comme étant une entreprise citoyenne.



• Engagement :  
développement durable, mécénat sportif, un  
soutien à l'art la musique, solidarité interne



• valeurs :  
professionnalisme, esprit d'équipe et  
d'innovation.

# LA CONCURRENCE



- Signature : CIC : « Parce que le monde bouge »
- Crédit mutuel : « La banque a qui parler »
- Valeurs : Solidarité, Égalité, Proximité, RSE



- Signature : « Le bon sens a de l'avenir »
- Valeurs : Proximité, Solidarité, Responsabilité



- Signature : « la banque d'un Monde qui change »
- Valeurs : Réactivité, Créativité, Engagement, Ambition

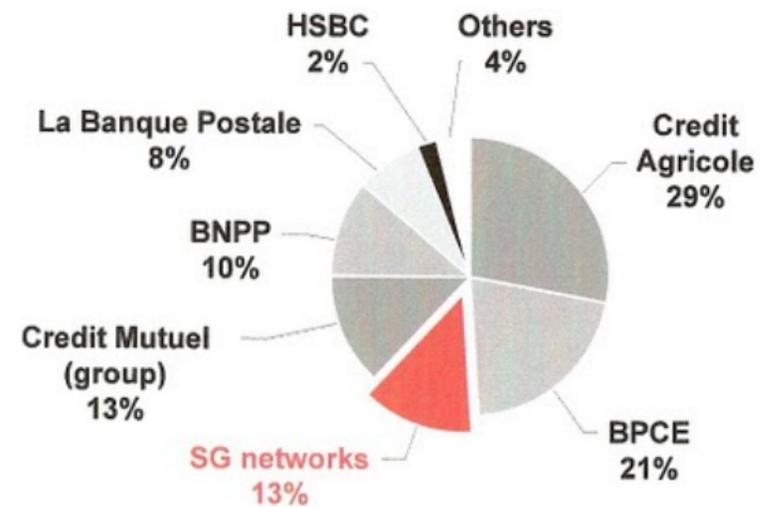


- Signature : « la banque qui donne envie d'agir »
- Valeurs : L'Audace, La Coopération, L'Homme



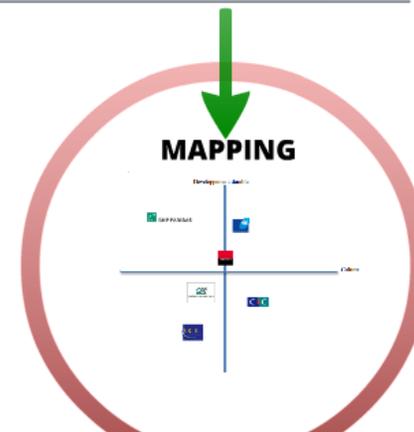
- Signature : « Demandez plus a votre Argent » Client placé au 1er plan, il est le centre des préoccupations
- Valeurs : Efficacité, Engagement Responsable, Réciprocité

## Part de marché



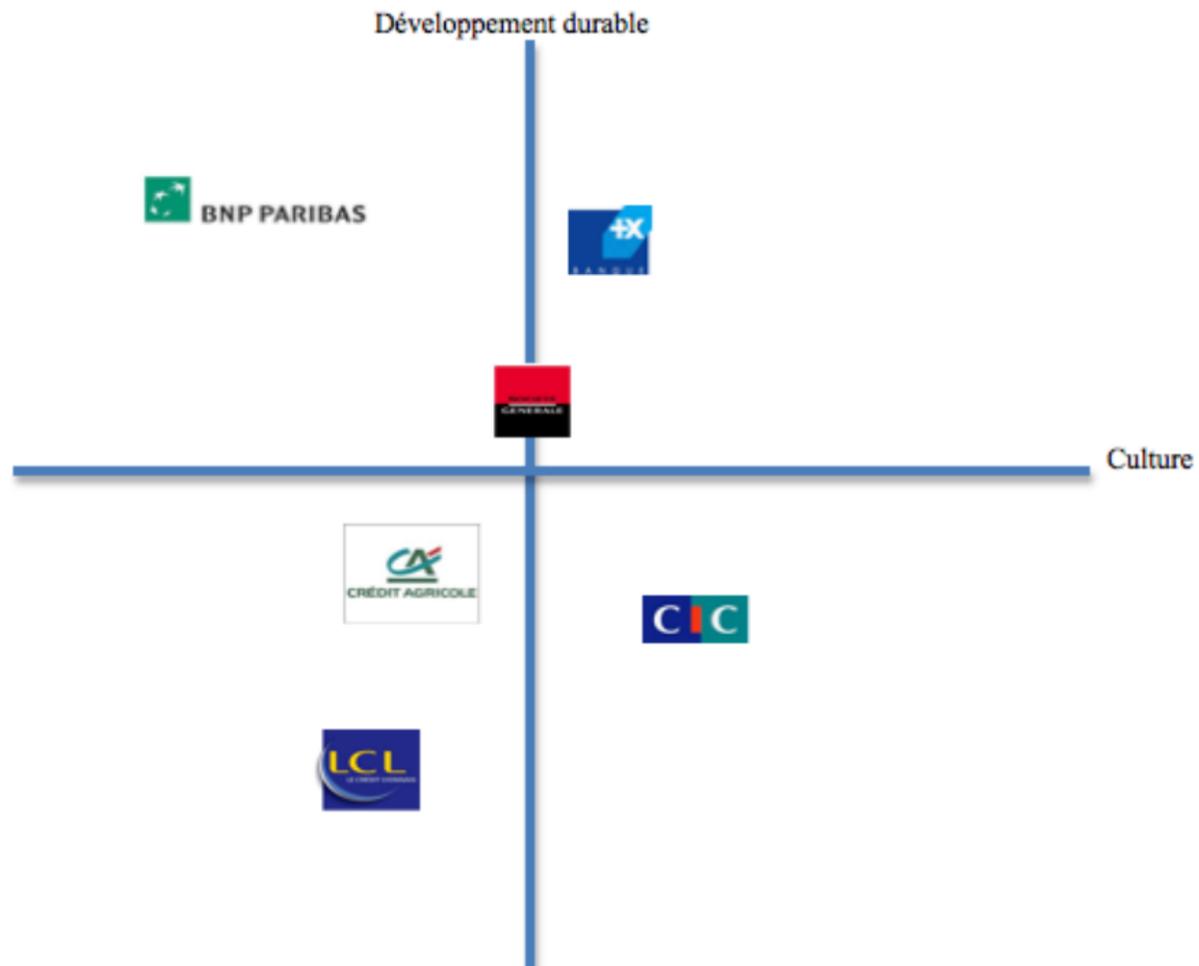
# SWOT

|         | POSITIF  | NEGATIF   |
|---------|--|---|
| INTERNE | <ul style="list-style-type: none"><li>• Groupe International</li><li>• Entreprise responsable</li><li>• 3<sup>ème</sup> Budget Communication des banques françaises (X €)</li><li>• Actions de mécénat et sponsoring très diversifiées</li><li>• Supports de communication optimisés (site internet, Applications Smartphones)</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Affaire Kerviel</li><li>• Plan de licenciement → communication interne</li><li>• Coupes dans les budgets de communication</li><li>• Exploitation insuffisante des réseaux sociaux</li></ul>   |
| EXTERNE | <ul style="list-style-type: none"><li>• Les consommateurs s'intéressent de plus en plus aux entreprises responsables</li><li>• 15% de la population française est jeune (18-25ans) → Cible stratégique pour la SOGE</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Contexte de crise / Retombées médiatiques bancaires négatives</li><li>• Crédibilité de la politique RSE (Green washing)</li><li>• Toutes les banques deviennent de plus en plus responsable → Problème de différenciation</li></ul> |





# MAPPING



# PROBLÉMATIQUE

Comment démarquer les actions de la Société Générale de celles de la concurrence en consolidant et en faisant vivre ses valeurs ?



## OBJECTIF

Restaurer la confiance tout en renforçant les valeurs de la Société Générale



- Cadre
- Établissement fi

# OBJECTIF

Restaurer la confiance tout en  
renforçant les valeurs  
de la Société Générale

