

EN 2019, LA COLLABORATION PLUS FORTE QUE LA CONCURRENCE ? CAP SUR LES NOUVELLES TENDANCES DU SECTEUR BANCAIRE

CHRONIQUE

LES AGENCES BANCAIRES EN TANT QUE « HUBS » NUMÉRIQUES

En ce début d'année, le secteur bancaire se penche sur les tendances clés pour la banque et il semblerait que les agences bancaires n'aient pas dit leur dernier mot.

L'une des principales tendances de 2018 a été la rationalisation des réseaux d'agences, justifiée par les coûts d'infrastructure et la baisse de leur fréquentation même si 60% des clients les jugent importantes¹. Ils restent attachés à leur conseiller bancaire avec lequel ils souhaitent conserver une relation de proximité et pouvoir le contacter à tout moment pour plus de la moitié des Français (à 53%)². Néanmoins, il est probable que les agences peu rentables soient transférées dans des zones plus fréquentées, avec plus de demande pour des services bancaires, telles que les centres commerciaux. Cette année, les banques concentreront leurs investissements sur les agences restantes, qui seront plus que jamais "intelligentes" et deviendront de véritables centres numériques. Pour cela, les banques déploieront plus de solutions technologiques pour enrichir l'expérience des clients, notamment à travers l'utilisation de la visioconférence ou le déploiement de tablettes pour améliorer le service clients et les ventes. Il est question depuis un certain temps déjà d'une expérience bancaire entièrement omnicanal, homogène sur l'ensemble des canaux, et 2019 sera peut-être l'année où cette annonce

1. <https://worldretailbankingreport.com/resources/world-retail-banking-report/>

2. Selon l'Observatoire des métiers

<https://www.nouvelleviepro.fr/actualite/689/les-metiers-de-la-banque-se-transforment-dici-2025>

OPEN BANKING ET DSP2, DES OPPORTUNITÉS POUR LES BANQUES ?

commencera à se concrétiser réellement.

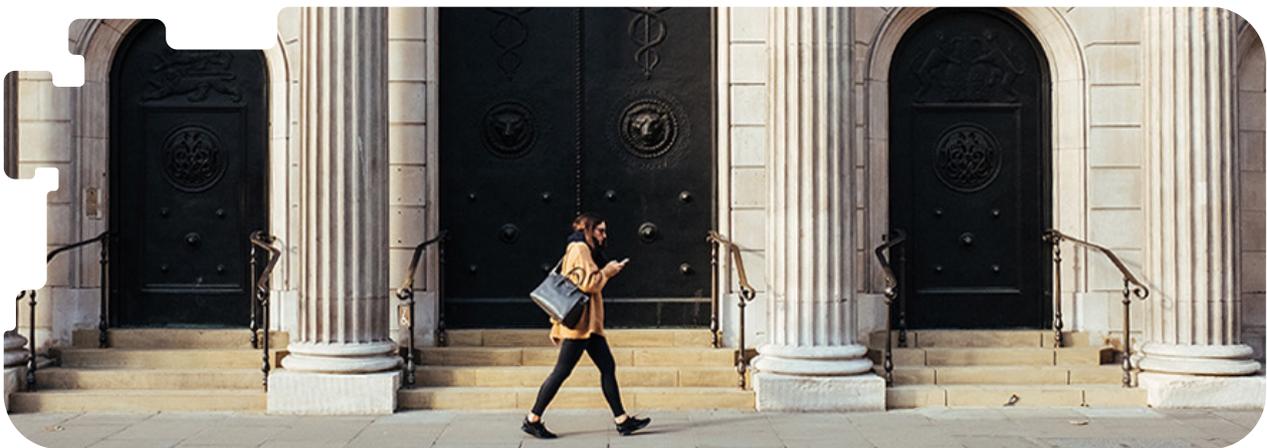
La nouvelle Directive sur les services de paiement (DSP2), entrée en vigueur en janvier 2018, et l'Open Banking ont amené les banques à repenser leur offre. S'il s'agit d'une opportunité pour les banques, qui vont sans doute essayer de monétiser et partager leurs données clients avec des tiers comme des FinTechs et de collaborer pour co-crée une offre inédite, les avancées ne sont guère rapides pour l'instant. La pleine mesure des menaces et opportunités de l'Open Banking n'a pas encore été prise. A l'heure où les enfants du numérique sont en âge d'ouvrir un compte en banque, il faut répondre à leurs attentes de services intégrés et intuitifs (intégrateurs de compte et applis pour gérer son budget) tout en assurant la sécurité des données.

LA COLLABORATION PLUS FORTE QUE LA CONCURRENCE

Les établissements financiers vont ainsi devoir faire preuve de créativité et capitaliser sur les nouvelles technologies pour proposer les bonnes solutions au bon moment à leurs clients. Ce vent de nouveautés pourra souffler du côté des Fintechs ou des néo-banques. En effet, la concurrence accrue entre banques traditionnelles, Fintechs et néo-banques incite les banques à développer leur offre afin de se différencier et soutenir leur croissance. Mais les attentes des consommateurs s'accroissant et évoluant sans cesse, les acteurs bancaires prennent conscience de l'avantage d'unir leurs forces pour atteindre leurs objectifs. Grâce à cette collaboration, les clients obtiennent le meilleur des deux mondes, les FinTechs élargissent leur offre, et les banques traditionnelles maintiennent leur part de marché et intègrent de nouveaux services. Ce type de collaborations semble être prometteur grâce à l'association de la connaissance fine du parcours client sur laquelle les néo-banques ont construit leur offre, et de l'infrastructure et de la présence des banques historiques.

D'ailleurs, des initiatives de ce type commencent à voir le jour et pas des moindres : BPCE, Crédit du Nord et Société

Générale regardent de plus près pour se diversifier et commencent à faire le pari de la « marketplace »³ financière en amorçant la distribution des produits bancaires via des tiers. Le but étant de transformer en opportunité l'ouverture de leurs API en captant de nouvelles sources de revenus et surtout en se mettant dans une position d'acteurs indispensables pour leurs clients.



DES AUTOMATES BANCAIRES EN MARQUE BLANCHE COMME REMPART À LEURS FERMETURES

La réduction des coûts d'exploitation des automates bancaires reste le point d'interrogation pour les banques surtout que leurs fermetures deviennent de réelles sources de préoccupation pour les zones non urbaines. Parmi les solutions à l'étude en ce moment le développement de consortiums est fortement envisagé. Il s'agirait notamment de solutions développées en marque blanche grâce au partage du même emplacement et du même matériel pour différentes banques. Dans les zones rurales en particulier, un tel modèle pourrait permettre de garantir l'accès aux distributeurs automatiques de billets tout en réduisant les coûts de gestion pour les banques. Coté clients, cette nouvelle organisation permettrait de maintenir le service et de conserver cette relation de proximité avec sa banque. Si l'« automate partagé » est l'une des pistes à l'étude en ce moment en France, d'autres pays font preuve d'une grande

3. <https://www.journaldunet.com/economie/finance/1209921-les-banques-s-orientent-vers-un-modele-de-plateforme-amazon/>

IA : ENCORE AU STADE EXPÉRIMENTAL

créativité au service de l'efficacité pour proposer de nouvelles solutions à l'image de l'Allemagne où est apparu à Hambourg⁴ le premier supermarché bancaire.

Malgré tout le bruit entourant l'intelligence artificielle censée révolutionner le monde bancaire, son développement et son déploiement n'en sont qu'au stade expérimental. Les banques testent l'IA pour les tâches répétitives, comme l'utilisation des chatbots pour gérer le dialogue avec les clients, ce qui améliore grandement l'efficacité du système et en réduit les coûts. D'après le rapport world retail banking⁵, le déploiement de l'IA devrait générer 1000 milliards de dollars d'économie, et courra jusqu'à 2030, date à laquelle les dépenses d'exploitation auront baissé de 22 %. L'introduction progressive de l'IA, de façon contrôlée, va sans doute se poursuivre en 2019.

Les 12 prochains mois seront riches en sujets passionnants pour les acteurs du monde bancaire, mais aussi en termes de défis à relever toujours plus nombreux, notamment les attentes en constante évolution des clients quant à l'expérience idéale en matière de services financiers. Les banques doivent être disposées à s'adapter, à tester de nouvelles technologies et à collaborer afin de franchir cette prochaine année, qui s'annonce placée sous les signes de la compétitivité et de la rapidité.

4. <http://score-advisor.com/a-hambourg-finanzcheck-ouvre-un-premier-supermarche-bancaire/>

5. <https://www.capgemini.com/fr-fr/news/world-retail-banking-report-2018/>