



***Big Data* : les coulisses de la course à l'or noir du numérique**

Papier d'Expert

Avec une croissance annuelle moyenne estimée à 11,7%, le *Big Data* représentera 203 Md\$ de chiffre d'affaires en 2020, contre 130,1 Md\$ en 2016 selon IDC. Si 50% des domaines d'activité où l'investissement est le plus important restent les industries manufacturières, les institutions gouvernementales, les acteurs des services professionnels et les banques, ce sont bien ces dernières qui investiront le plus dans cette technologie dans les cinq ans à venir¹. Quelle est donc la raison de cet intérêt croissant du secteur bancaire ?

Les établissements financiers disposent d'une mine d'or appelée parfois "l'or noir du numérique" sans pour autant parvenir encore à l'exploiter pleinement. Dans les années à venir, cette masse de données ne va cesser de continuer à augmenter de manière exponentielle, alimentée par le multimédia, l'omniprésence des smartphones, les réseaux sociaux, et toutes les occasions de contact avec le client final à travers les réseaux existants et à venir.

La connaissance client reste la priorité première des banques

L'avantage majeur du *Big Data* est de pouvoir révéler des connaissances précieuses sur les clients, engendrant de multiples bénéfices, dont

l'amélioration de l'expérience client, son efficacité, ainsi que la réduction des coûts.

Grâce à l'analyse des données sur les différents canaux, la banque peut tirer pleinement profit de chaque occasion, notamment en personnalisant l'accueil et l'assistance proposés au visiteur – client ou prospect - en agence. On pourra par exemple valoriser l'interaction du client avec les dispositifs de libre-service (GAB, bornes d'accueil, automates de libre-service assisté) comme avec les conseillers clientèle. Les outils analytiques permettent de réaliser toutes sortes d'opérations jusqu'alors impensables à grande échelle : établir des corrélations, analyser des séries historiques, déterminer des tendances ou segmentations spécifiques afin d'estimer le potentiel de dépense des clients et ainsi augmenter leur portefeuille, renforcer la relation en continuant à leur faire des offres attractives. Les clients étant de moins en moins nombreux à se rendre en agence au profit des services en ligne, les banques doivent saisir ces nouvelles opportunités de business à moyen ou long terme pour valoriser chaque visite en agence.

Le *Big Data* oblige une réorganisation en interne

Un autre signal fort de l'évolution de ce marché réside dans la création de nouveaux métiers et le

1. Selon l'étude IDC intitulée "Worldwide Semiannual Big Data and Analytics Spending Guide" publiée en Mars 2017 : <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS41826116>

recrutement croissant de nouvelles compétences professionnelles. En effet, à l'exception des secteurs du logiciel et du *Web*, le secteur de la finance, banque et assurance, est le secteur industriel n°1 à recruter le plus de développeurs dans l'Hexagone. Si le profil de "*data scientist* ou scientifique des données" - d'ailleurs qualifié dès 2012 par Harvard Business Review comme "le job le plus sexy du 21^{ème} siècle"² - reste un must pour les banques, un autre profil voit le jour, celui de "*DevOps*" faisant désormais partie du CV des développeurs français, selon l'étude 2017 de StackOverflow³.

Au-delà de ces profils très techniques qui se comptent par centaines, les banques, tout comme les autres entreprises du CAC 40, constituent des équipes dédiées à leur transformation digitale⁴, et intègrent de plus en plus l'IT aux décisions stratégiques. Le DSI ou le *Chief Digital Officer* (CDO), nouveau poste en vogue, n'est plus relégué au second plan mais bien pleinement intégré au comité exécutif de la banque.

Le *Big Data* améliore les processus internes des banques

L'exploitation intelligente des données va bien au-delà de l'amélioration de l'expérience client, en optimisant les processus internes et les opérations de la banque. Afin d'améliorer leur ROI, le *Big Data* permet ainsi également aux banques d'améliorer leur connaissance de leur propre système mis en place afin de savoir si celui-ci est pertinent. Ainsi, il est par exemple possible de connaître les montants prélevés avec un certain type de carte aux distributeurs d'une zone géographique donnée. Ou encore de quantifier le volume d'opérations de chaque automate dans la journée, par tranche horaire et par typologie, avec l'estimation de la file d'attente et le pourcentage d'abandon des clients. L'analyse poussée de toutes ces informations concernant les services fournis sur les canaux de la banque permet d'en évaluer précisément les coûts, les bénéfices ou pertes et

d'en améliorer l'efficacité, ainsi que de prévenir d'éventuels risques opérationnels, de mettre au point de nouvelles stratégies, ou encore de planifier des déploiements.

Les banques voient leur *business model* évoluer

L'analyse des données est en train de transformer radicalement la gestion des entreprises, poussant les banques à se doter des meilleures stratégies pour en tirer profit et attirer les meilleurs talents pour les mettre en oeuvre. Mais il ne suffit pas d'appliquer les nouveaux outils, aussi puissants soient-ils, aux opérations existantes : il faut repenser en profondeur tous les modèles et stratégies portés par le comité exécutif de la banque et déclinés vers tous les services pour une mise en application. L'impact en sera significatif, réorientant de manière encore plus claire le rôle des banques et de leurs agences vers le conseil et les services à haute valeur ajoutée.

Dans un avenir proche, l'exploitation des données ne sera plus uniquement synonyme de *Big Data*. Le potentiel du fameux "or noir du numérique" va croître de manière exponentielle en association avec l'Intelligence Artificielle. Un signal important est donné dans cette direction par les développeurs en entreprise et les éditeurs de logiciel indépendants⁵, dont 75% prévoient d'intégrer ce type de solution dans une application (ou plusieurs) dès 2018.



Auriga S.p.A. - 18 rue Pasquier
75008 Paris - France
Tél. +33 (0)1.78.41.40.87 - Fax +33 (0)1.78.41.44.40
www.aurigasp.com - paris@aurigasp.com

2. Selon Harvard Business Review en 2012 <https://hbr.org/2012/10/data-scientist-the-sexiest-job-of-the-21st-century>

3. Selon l'étude StackOverflow "Le marché du recrutement des développeurs" Edition Française 2017 <http://ow.ly/hlcd30dU9Yo>

4. 7 grands groupes sur 10 auront constitué une équipe dédiée à leur transformation digitale d'ici 2017 selon IDC <http://www.frenchweb.fr/10-tendances-les-en-matiere-de-transformation-digitale%E2%80%8B-dici-4-ans/264613>

5. Selon l'étude IDC intitulée "Worldwide Big Data Technology and Services Forecast 2016-2020" publiée en Décembre 2016 : <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=US40803116>