

Votre rapport sur la transformation numérique de vos activités bancaires de base

Professionnel



Votre point de départ

Vous faites un pas dans la bonne direction en termes de transformation numérique. Alors que vous vous préparez aux changements significatifs

qui caractériseront la prochaine décennie, vous êtes en train de concevoir votre banque de l'avenir et d'exécuter certaines initiatives clés.

- Vos clients ont une expérience cohérente sur certains points de contact (des services bancaires mobiles aux services bancaires par Internet, en passant par les guichets automatiques et les succursales de détail) ainsi qu'entre les secteurs d'activité (l'expérience des opérations sur les comptes de dépôt pourrait être très différente de celle des prêts, alors que les prêts hypothécaires pourraient être une toute autre histoire).
- Vous vous dirigez vers une vue à 360 degrés de votre client. Vous avez des capacités partielles pour obtenir une vue d'ensemble de l'activité bancaire pour certains types de clients et dans certains secteurs d'activité.
- La plupart de vos transactions se font presque en temps réel et vous pouvez donner un semblant de rapport en temps réel à l'aide des débits poste-note, qui indiquent les réductions en attente dans le solde de trésorerie des comptes.
- Lorsque vous envisagez d'intégrer et de lancer un service impliquant un tiers, vous pouvez utiliser des interfaces de programmation d'application (API) dans certains cas. Toutefois, dans la plupart des cas, les demandes d'intégration doivent entrer dans une file d'attente à laquelle le service informatique doit répondre.
- Lorsque vous lancez un nouveau produit ou un nouveau service, vous devez entreprendre un processus de développement complexe, des tests et des examens approfondis impliquant de nombreux services, et le processus peut généralement prendre plusieurs mois, voire des années.
- Lorsque votre banque lance son propre nouveau produit ou service, vous devez encore entreprendre un développement assez complexe, avec un délai d'établissement de la valeur habituellement de 6 à 18 mois.

- Vos processus de travail deviennent plus agiles et certaines unités expérimentent avec une approche DevOps.
- Suite à l'évolution de votre stratégie infonuagique, vous disposez désormais de 20 à 40 % de votre charge de travail dans le nuage.
- En ce qui concerne les processus réglementaires, tels que votre stratégie de lutte contre le blanchiment d'argent ou les mécanismes pour mieux comprendre vos clients, vous disposez de normes réglementaires centralisées. Mais chaque unité choisit quand même les outils et les processus qu'elle préfère.

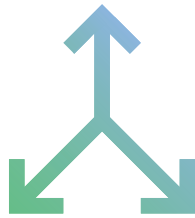
L'environnement

Au fur et à mesure que les banques évoluent pour anticiper les occasions futures, elles doivent repenser le positionnement de leurs services bancaires dans la nouvelle chaîne de valeur, ainsi qu'en fonction des expériences attendues par les consommateurs et les clients. À l'avenir, les banques seront de plus en plus confrontées à de nombreuses questions fondamentales. Non seulement doivent-elles trouver des moyens de rester pertinentes au fur et à mesure que la vie des gens et leur relation avec l'argent changent, mais les banques doivent aussi réévaluer les marchés à aborder et les segments de clientèle à desservir. Lorsqu'il s'agit de nouveaux produits, elles doivent déterminer les produits à offrir ainsi que les chaînes les plus efficaces à cibler.

Les consommateurs s'attendent à des expériences novatrices de la part de chaque marque aspirant à établir une relation avec eux, ce qui signifie que les banques doivent naviguer avec soin dans le paysage technologique émergent pour répondre aux attentes des consommateurs et les dépasser. L'IA, par exemple, a la capacité d'automatiser et de rendre le travail face aux consommateurs plus humain et les opérations administratives plus adaptatives et en constante évolution. Les technologies de la chaîne de blocs, quant à elles, permettent de retracer la provenance et la lignée des données avec précision et fiabilité, ce qui renforce la confiance des consommateurs et des clients. De plus, les stratégies infonuagiques pour entreprises - qui gèrent souvent 50 à 60 % de la charge de travail d'une entreprise - évoluent vers un modèle hybride qui permet aux entreprises d'intégrer et de traiter de plus grands volumes de données pour mieux servir et anticiper une plus grande partie des besoins des clients.



En fin de compte, les entreprises reconnaissent l'importance de construire leurs propres plateformes holistiques qui combinent l'ensemble de leurs données, leur flux de travail et leur expertise uniques avec la gamme complète des technologies émergentes et des plateformes grand public (Amazon, Alibaba, etc.) pour produire des connaissances des plus personnalisées et exploitables sur leurs clients.



Quelle est la prochaine étape?

Vous continuerez à développer des capacités omnicanaux et offrir à votre client une expérience uniforme à travers les points

de contact numériques et physiques, ainsi que la possibilité d'initier une transaction sur un canal, puis de la poursuivre ou de la compléter sur un autre. Vous tendez vers une vision à 360 degrés du client; ainsi, tous vos employés en contact avec la clientèle auront une vision cohérente des renseignements bancaires pertinents de leurs clients en un seul endroit. Vous faites également des progrès en permettant des transactions en temps réel plus vraies, car la capacité intégrale en temps réel est une caractéristique déterminante d'une banque à maturité numérique.

Au fur et à mesure que vous développerez votre noyau numérique, vous ferez évoluer votre stratégie d'API afin d'inclure davantage d'API, de sorte qu'en fin de compte, vous proposerez un ensemble complet d'API externes qui permettront une intégration en quelques jours seulement. Cela réduira le temps nécessaire au lancement d'un nouveau produit ou service, car lorsque l'équipe d'innovation identifie une entreprise de technologie financière avec la bonne solution, l'intégration peut se faire rapidement car vous aurez des API standardisées qui se connectent à votre système existant.

Avec le temps, vos pratiques de travail deviendront encore plus agiles et vous améliorerez continuellement, ou mettrez à jour puis déploierez, de nouvelles versions de vos systèmes et applications d'affaires existants. Votre stratégie infonuagique continuera de progresser et plus de 40 % de votre charge de travail s'y retrouvera. Bientôt, les processus soumis aux exigences réglementaires feront l'objet d'une surveillance centralisée afin qu'ils puissent bénéficier d'une liste standard d'outils approuvés qui tirent parti de l'automatisation basée sur l'IA.

Votre plan d'action

- **Étendre votre offre numérique :** Continuer à chercher des moyens d'interagir avec les clients par voie numérique, notamment en aidant les clients actuels à ouvrir de nouveaux comptes ou en accueillant de nouveaux clients. À mesure que les interactions avec les clients tendent vers le numérique, la création

d'une expérience cohérente et sans friction devient un point de différenciation de plus en plus critique.

- **Faire évoluer votre stratégie infonuagique :** Bien que votre système d'archivage fasse partie du patrimoine, déplacez vos systèmes d'engagement et d'intégration vers le nuage. Essayez de vous aligner sur une architecture dans laquelle la plupart des systèmes et des charges de travail de votre entreprise sont compatibles avec le nuage.
- **Moderniser les applications à l'échelle :** Mettez à profit les projets pilotes que vous avez réalisés et qui vous ont aidé à identifier des processus spécifiques susceptibles de générer des avantages commerciaux immédiats grâce à l'automatisation. Créez un calendrier pour la modernisation des applications à grande échelle et envisagez d'automatiser la plupart, sinon la totalité, de vos processus.
- **Affiner votre stratégie en matière de données :** Comme vous disposez déjà d'un lac de données ou d'un entrepôt de données mature, vous êtes prêt à compléter votre stratégie de données en intégrant des éléments de données supplémentaires comme l'IA dans votre écosystème. Au fur et à mesure que vous développez une stratégie claire en matière d'intelligence artificielle et de technologies émergentes, recherchez des processus orientés client et internes où l'intelligence artificielle peut vous faire gagner du temps ou de l'argent.
- **Monétiser un système bancaire ouvert :** Grâce à plusieurs fonctions et données clés maintenant exposées par le biais d'API et communiquant les unes avec les autres, vous avez jeté les bases de la monétisation d'un système bancaire ouvert et d'une pleine participation à l'écosystème bancaire.

Défis

- **Changements significatifs dans les comportements et les attentes des clients :** Lorsqu'il s'agit d'expériences précieuses et intuitives, les attentes des clients sont élevées, d'autant plus que de nouveaux concurrents continuent de relever la barre avec des options conviviales en libre-service et des produits dégroupés qui facilitent le choix. La prochaine génération de services bancaires et non bancaires doit offrir aux clients des expériences unifiées et rationalisées qui anticipent les souhaits des clients et reflètent leurs préoccupations réelles.
- **Le fardeau de la conformité réglementaire :** Le volume et l'accroissement des exigences de conformité, combinés aux coûts importants de non-conformité et à l'augmentation des risques de sécurité et de fraude expliquent l'intérêt grandissant pour ce domaine.



Les régulateurs sont à l'origine de ce changement, car le Marché unique numérique européen, qui inclut la Deuxième directive sur les services de paiement, ou PSD2, et le Règlement général sur la protection des données (RGPD), oblige les banques à réinventer leurs modèles commerciaux et leurs rôles dans l'économie numérique. La directive PSD2 signifie que les banques doivent être prêtes à exposer leurs services à des fournisseurs tiers.

- **Les perturbateurs numériques : concurrents ou partenaires?** Les partisans des nouvelles technologies financières soutiennent que c'est le produit, et non l'industrie, qui est susceptible d'être perturbé. Les intervenants des technologies financières et des banques numériques envisagent l'élargissement des ensembles de données, en y incluant des outils issus des médias sociaux pour rendre la prise de décision plus holistique en matière de crédit et de les étendre aux populations mal desservies en termes de services bancaires.

La collaboration grandissante entre les technologies financières et les banques permet à ces dernières d'accélérer les plans d'innovation tout en permettant aux technologies financières de profiter des bases de clients, de l'expertise réglementaire et de la réputation de conseillers fiables des grandes banques. Des géants technologiques comme Google, Apple, Facebook et Amazon jouent aussi un rôle important dans le secteur bancaire. Par exemple, en 2018, Google a lancé une nouvelle plateforme de paiement, Google Pay, tandis que Facebook utilise un système de paiement de pair à pair via Messenger et a récemment annoncé son intention de créer sa propre cryptomonnaie, Libra. Entretemps, Apple a annoncé le lancement de la nouvelle carte de crédit Apple Card, entièrement fonctionnelle en collaboration avec Goldman Sachs.

Donner un sens : Études de cas



- 1) Utiliser la chaîne de blocs pour rendre les transactions transfrontalières plus efficaces, plus sûres et plus accessibles

Problématique : Les banques ont toujours facilité les accords commerciaux, mais leurs pratiques commerciales n'ont pas évolué par rapport aux changements qu'a connus le commerce international au cours des dernières années. Aujourd'hui, soit le financement commercial n'évolue pas au rythme des banques, soit il est trop compliqué et coûteux pour la majorité des entreprises. De plus, les processus juridiques liés aux accords commerciaux internationaux sont souvent longs et lourds, ce qui empêche les entreprises de faire des affaires de façon agile.

Solution : La création en 2017 de Trade International, une coentreprise formée de 12 grandes banques européennes et visant à faciliter le financement commercial. Avec IBM, Trade International a mis au point

une plateforme d'échange au moyen de la chaîne de blocs sur IBM Cloud qui utilise des contrats intelligents et la technologie des registres distribués (TRD) pour rendre les transactions transfrontalières plus efficaces, sécurisées et transparentes. Aujourd'hui, 70 % des petites et moyennes entreprises ont accès au financement commercial.

- 2) Utiliser l'IA pour convertir en clients un plus grand nombre de demandeurs de prêts au logement

Problématique : Pour remplir une demande de prêt au logement sur le site Web de Bank USA, les consommateurs devaient d'abord répondre à des questions portant sur plus de 40 thèmes centraux. Bank USA souhaitait explorer un modèle de développement de type Plateforme comme service (PaaS) pour fonctionner plus efficacement, favoriser une plus grande innovation et accélérer sa capacité à commercialiser de nouveaux produits et de nouvelles fonctionnalités.

Solution : Grâce à un environnement IBM Cloud incorporant un assistant virtuel alimenté par l'intelligence artificielle qui prend en charge les demandes de prêts au logement en ligne de la banque, Bank USA a été en mesure de lancer plusieurs nouvelles initiatives. Après la mise en place de l'assistant propulsé par l'IA, Bank USA a augmenté son taux de conversion de 15 % et atteint un niveau de satisfaction de la clientèle de 80 %.

- 3) Utiliser l'approche DevOps pour améliorer la qualité du code, réduire les temps d'arrêt des utilisateurs et rendre les employés plus productifs

Problématique : Face à l'évolution des exigences et des réglementations au sein du marché, New Insurance Inc. a identifié le besoin d'accélérer sa capacité à mettre de nouveaux produits et services sur le marché et à offrir de nouveaux moyens d'interaction avec les clients.

Solution : New Insurance a travaillé avec IBM et adopté l'approche DevOps de cette dernière lors du développement et de la livraison d'applications dans ses environnements distribués et centraux. En adoptant l'approche DevOps d'IBM, New Insurance a amélioré la qualité du code de 50 % en trois ans, réduit les temps d'arrêt des utilisateurs de 70 % et placé 58 % de ses équipes dans le premier quartile des mesures clés de productivité.

- Alors que 65 % des banquiers de détail croient offrir une excellente expérience client, seulement 35 % des consommateurs qualifient leur expérience comme excellente.
- Le secteur des services financiers a connu 65 % plus de cyber-attaques que la moyenne des organisations dans l'ensemble des industries.
- Environ 80 % des données mondiales sont cachées derrière les pare-feu des organisations.

Source : The Cognitive Bank enabled by Hybrid Cloud: An IBM point of view, 2019.