

Le paysage bancaire français en 2019

Banque de détail

Juin 2019

Aurexia

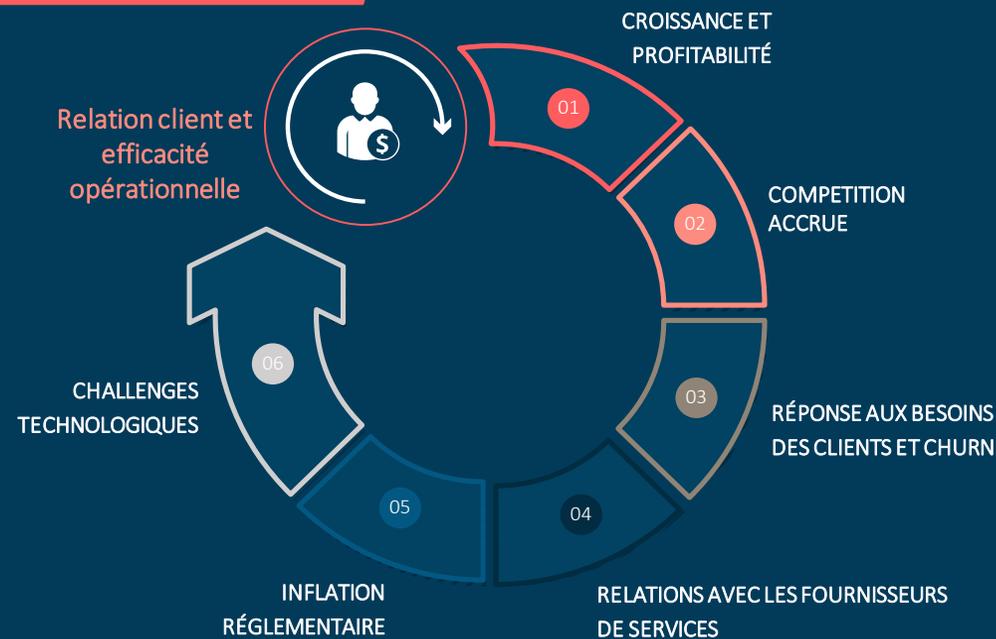
Aurexia
FINLAB

Principaux enjeux et challenges des banques de détail

Plus que jamais, les établissements bancaires doivent mettre les clients au centre de leurs préoccupations : ils ont de fortes attentes, aussi bien en termes de disponibilités des conseillers, que d'accessibilité aux données bancaires ou encore en termes de degré de personnalisation des offres qui leur sont adressées.

La concurrence est quant à elle toujours plus intense sur le marché : de nouveaux établissements voient régulièrement le jour (fintech et agrégateurs de comptes par exemple) et viennent bousculer le mode de fonctionnement des établissements dits « classiques ».

LE CLIENT AU CŒUR DES PRÉOCCUPATIONS



En pleine évolution technologique et réglementaire, la banque de détail continue sa transformation.
Les tendances observables sur le marché en 2019 s'articulent autour de ces 4 points



Une nouvelle ère :
l'open banking

Diversification d'activités de grands groupes avec l'ajout d'une branche bancaire, APIisation des banques,... rendent le marché concurrentiel et dynamique pour les clients



Des services à valeur
ajoutée pour l'ensemble
de la clientèle

Paiement instantané, applications digitales évoluées, vision 360° de l'épargne du client, les banques multiplient les initiatives visant à répondre aux nouveaux besoins des consommateurs...



Une évolution du
modèle opérationnel

Faciliter les services bancaires au quotidien nécessite pour les banques de faire évoluer leur modèle opérationnel en imaginant de nouveaux moyens d'interaction. L'utilisation des chatbots ou des échanges via les réseaux sociaux deviennent la norme



Des néo-banques qui
dynamisent le marché

Des banques 100% en ligne qui font office de précurseur sur certaines initiatives digitales



Une nouvelle ère : l'open banking

La banque de détail s'ouvre à de nouveaux acteurs

A partir de septembre 2019, sous l'impulsion de la directive DSP2, les banques doivent proposer des interfaces de programmation, appelées API, à des tiers agréés. L'accès aux données de paiement de leurs clients permet d'ouvrir le marché à d'autres acteurs. Cela se matérialise par:

- des stratégies disruptives et innovantes mises en place par les Fintechs de gestion de finance personnelle et les prestataires de service
- la diversification des activités en apportant des services bancaires à leur panel d'offres (PSA, Amazon, Apple, Facebook notamment)

L'OPEN BANKING SE TRADUIT PAR :


**UN LIBRE ACCES
AUX APIs**

Création
d'application/
interface en libre
accès


**UN LIBRE ACCES AUX
DATA**

Libre accès aux
données publiques
(ex. : informations
sur les prix et les
produits)

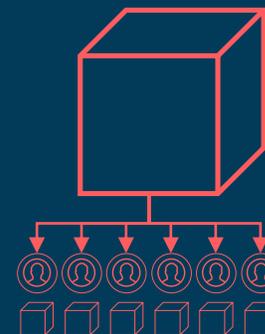

**UN ACCES CONTRÔLÉ
AUX DONNÉES
PARTAGÉES**

Libre accès aux données
de transactions des
clients, sous réserve du
consentement client

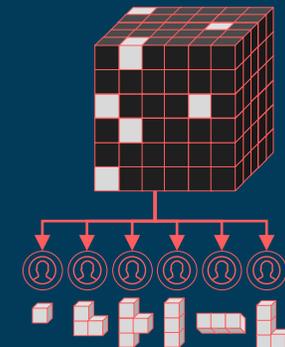
MEILLEURE EXPERIENCE CLIENT ET MEILLEURS OUTILS

L'Open Banking va changer la façon dont nous construisons et offrons des services via les systèmes bancaires centraux. Les banques ne donneront plus simplement accès à une application, mais également un accès à un écosystème d'applications parmi lesquelles un utilisateur peut sélectionner et télécharger celles qui répondent le mieux à son besoin.

MODÈLE CLASSIQUE



MODÈLE EMERGENT



Des services à valeur ajoutée pour les clients

Innovier et se différencier

Les services bancaires attirant de plus en plus d'acteurs, les établissements présents sur le marché, en particulier les banques traditionnelles, doivent se différencier avec des services innovants à valeur ajoutée



UN NOUVEAU SERVICE INNOVANT : LE PAIEMENT INSTANTANÉ

TIPS est un service de règlement paneuropéen proposé par la BCE. Ce service offre aux banques la possibilité de réaliser **des virements pouvant aller jusqu'à 15 000€, crédités en moins de 10 secondes** dans l'ensemble de la zone SEPA.

Plusieurs établissements bancaires français raccordés à TIPS ont prévu de proposer ce service à leurs clients. Les banques du groupe BPCE l'ont par ailleurs déjà activé.



DES OUTILS DE GESTION DE PATRIMOINE ACCESSIBLES AUX CLIENTS BANQUE DE DÉTAIL

A l'aide de fonctionnalités telles que l'agrégation de comptes ou encore les Robo-Advisors, les banques de détail mettent à disposition de leurs clients des outils permettant de faire un diagnostic complet de leurs avoirs et de profiter de conseils en investissement.

C'est le cas du Crédit Agricole qui a lancé son application **Trajectoires Patrimoines** ou des banques du groupe BPCE avec le robo advisor **Birdee de la fintech Gambit**.



LA GÉNÉRALISATION DU PAIEMENT MOBILE

Après le **groupe BPCE** qui a été précurseur en France sur le déploiement de la solution **Apple Pay**, les autres banques françaises s'y sont progressivement mises. Crédit Mutuel, BNP Paribas, les banques du groupe Société Générale,... proposent aujourd'hui ce type de paiement à leurs clients.

L'**application Lydia** continue elle aussi à engranger de nouveaux clients.



Un nouveau modèle relationnel

Des nouvelles technologies au service de la relation client

24H/24

LIBERTÉ

AUTONOMIE

AUTOMATISATION

ANALYSE SENTIMENTALE

Évaluer la satisfaction client en analysant les communications textuelles

La relation BtoC est l'une des principales préoccupations du marché, utilisant l'intelligence artificielle pour que les clients soit mieux accompagnés par leur banque

AGENTS CONVERSATIONNELS

Interagir de manière automatisée avec les clients et comprendre les demandes complexes

Utiliser le Machine Learning et le Deep Learning pour comprendre et répondre automatiquement en détectant le langage, les synonymes, les fautes d'orthographe...

SPEECH TO TEXT

Comprendre les messages vocaux et appels clients sans se laisser piéger par l'ironie, la langue ou les accents

Surveiller et analyser facilement l'intégralité des appels, en répondant automatiquement avec de la voix, et en générant des transcriptions et des analyses détaillées

Les néobanques étant en avance de phase sur le sujet de la mise à jour du modèle relationnel, les établissements bancaires classiques se doivent de riposter en proposant des initiatives concrètes à leurs clients. Quelques initiatives :

80%

Des entreprises utiliseront des chatbots pour les interactions client à horizon 2020



Le chatbot "Jam" de la Société Générale

La banque française s'est associée à Jam et peut maintenant échanger avec les millenials depuis Messenger grâce à un chatbot basé sur de l'intelligence artificielle.



La technologie Watson utilisée par le Crédit Mutuel

La banque a déployé un robot qui analyse les courriels reçus par les commerciaux afin de hiérarchiser les demandes clients dans les boîtes mails et pré-rédiger des réponses.

Les néo-banques, établissements bancaires 100% digitaux voire 100% mobile, attirent l'attention sur le marché : elles impressionnent tant par leur capacité d'innovation que par leur capacité très rapide de transformation.

Elles ciblent plusieurs types de clients :

- les millenials
- les clients modestes
- les clients innovants



A fin 2017, les néo-banques avaient conquis **1,7 millions de clients** (33% de la conquête totale des clients sur l'année).

Les banques classiques peuvent au choix, essayer de lutter en frontale contre les néo-banques en proposant des offres très attractives, ou racheter ou créer leur propre néo-banque (Eko au Crédit Agricole, Nickel avec BNP)

AVANTAGES POUR LES CLIENTS

- **Accessible pour tous** : les banques 100% mobile sont accessibles pour tous sans aucune condition de revenus. Aucun justificatif de revenu n'est demandé pour l'ouverture d'un compte ni aucun dépôt nécessaire à l'ouverture de compte
- **Tarifs attractifs** : les néo-banques proposent des tarifs défiant toute concurrence sur les prestations bancaires de base
- **Flexibilité** : grâce à des applications mobiles ergonomiques et faciles à utiliser



4,4 millions

Le nombre de consommateurs en France pour les néo-banques et les banques en ligne



33,5 %

1,3 millions de comptes ont été créés en 2017 (soit 33,5% des conquêtes clients en France en 2017)



6,5 %

Parts de marché des néo-banques / banques en ligne en 2017

Vous souhaitez échanger avec nous sur ces problématiques ? Contactez nous



Eric VERNHES

Partner

Tel : +33 (0) 6 86 51 54 76
eric.vernhes@arexia.com



David VILLARD

Partner

Tel : +33 (0) 6 75 53 19 47
david.villard@arexia.com



Colombe N'ZORE

Directrice

Tel : +33 (0) 6 28 27 71 76
colombe.nzore@arexia.com





Created by Adnen Kadri

LEADING POSITION IN CONSULTING FOR ALL FINANCIAL SERVICES

- Capital Markets
- Securities Services
- Transaction Banking
- Asset Management
- Wealth Management
- Retail Banking
- Insurance
- Finance & Risks
- Compliance



TRANSFORMATION CAPACITIES

- Business development
- Process improvement
- Regulatory compliance
- Digital projects



INDUSTRIAL R&D FOR OUR CLIENTS



Studies and analyses for all banking & regulatory matters



INNOVATION LAB WITH CONCRETE ACHIEVEMENTS



Fintech co-built solutions
 Use cases & Credentials
 Center of Excellence: RPA, bots, Ai, BlockChain, DataViz
 Design



GLOBAL REACH WITH 5 OFFICES IN EUROPE & APAC



- Paris
- London
- Luxembourg
- Singapore
- Hong Kong

Follow us on:





Aurexia



Bringing value, together