

E-BOOK

Sécuriser les succursales, aujourd'hui et demain

Pour renforcer leur rôle de conseiller de confiance auprès de leurs clients, les entreprises de services financiers doivent miser sur leurs succursales **tout en personnalisant les expériences numériques, et en améliorant les interactions et la sécurité.**

Voyons comment les tendances du marché actuel encouragent le secteur à inventer la succursale sécurisée du futur.

- 1 LES ENTREPRISES DE SERVICES FINANCIERS DOIVENT VOIR GRAND MAIS AUSSI ACCORDER DE L'ATTENTION AUX DÉTAILS**
- 2 LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE NE FAIT QUE COMMENCER**
- 3 LES AGENCES SONT PROMISES À UN BEL AVENIR**
- 4 L'AGILITÉ EST REINE**
- 5 LES CHOIX TECHNOLOGIQUES D'AUJOURD'HUI FAÇONNENT LE MONDE DE DEMAIN**

1. LES ENTREPRISES DE SERVICES FINANCIERS DOIVENT VOIR GRAND
MAIS AUSSI ACCORDER DE L'ATTENTION AUX DÉTAILS

Une approche multicanal requiert une plateforme unique

Les concepts d'expérience client, de transformation numérique et de réputation de la marque deviennent de plus en plus indissociables, ce qui encourage les établissements de services financiers à intégrer les canaux en ligne, mobiles et physiques.

Ce contexte incite également les entreprises du secteur à consolider leur technologie en faveur d'une approche globale dans le but de simplifier les opérations complexes, d'accroître l'efficacité grâce à des économies et à l'optimisation des ressources IT internes, et de tirer parti des écosystèmes technologiques.



Tous les chemins mènent à la transformation

“
Les banques doivent s'engager sur la voie du numérique tout en réduisant les budgets...

CHRIS MONAGHAN

Partenaire de KPMG UK³

Depuis 2020, l'utilisation des canaux numériques explose chez les consommateurs, et la tendance devrait se poursuivre. Selon une étude mondiale, **sur les 43 % de clients qui utilisaient principalement les canaux physiques pour obtenir une assistance auprès des marques, 33 % privilégient désormais les canaux numériques¹.**

Les entreprises de services financiers ont conscience des atouts de la transformation numérique. Dans une récente enquête mondiale, **75 % d'entre elles ont indiqué qu'elle était leur principale priorité,** juste devant l'amélioration de l'expérience client².

¹ KPMG, "Responding to consumer trends in the new reality"

² The Financial Brand, "Top 7 Customer Experience Trends in Banking for 2021"

³ KPMG, "Responding to consumer trends in the new reality"

**Que les entreprises de services financiers
ciblent les PME, les particuliers ou
plusieurs types de clients, l'urgence de la
transformation numérique est réelle.**

Elles ne peuvent plus attendre.

2. LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE NE FAIT QUE COMMENCER

Se positionner en héros

Les entreprises de services financiers ne sont pas à l'origine de la dernière crise financière, mais leurs réactions positives ont fait bonne impression. C'est une occasion à ne pas manquer. Même si les mauvaises habitudes financières des consommateurs représentent jusqu'à 5 % du chiffre d'affaires annuel du secteur du commerce, les « **services de conseil novateurs axés sur le numérique** » **pourraient accroître le chiffre d'affaires des établissements de services financiers de 9 % par an**, selon Accenture⁴.

« C'est le moment idéal pour les banques de développer avec leurs clients des relations davantage axées sur la confiance et la collaboration, et bénéfiques pour tous. Elles ont l'occasion de se positionner comme des héros, et une chance de créer des bases solides pour leur réussite future », a déclaré Alan McIntyre, directeur général du secteur bancaire chez Accenture.

4 Accenture, "Purpose-Driven Banking: Looking Beyond COVID-19"





Les bureaux locaux offrent même aux plus grands groupes financiers la possibilité d'interagir physiquement avec les clients et de réaliser des ventes additionnelles d'une gamme d'offres souvent complexes.

Sachant qu'un client lambda d'une entreprise de services financiers reste fidèle pendant environ 14 ans, attirer les piétons dans une agence locale peut apporter de meilleurs résultats que n'importe quelle publicité télévisée⁵. Le relationnel est important. Et il est moins évident de nouer des relations durables via un moteur de recherche. Comment un client moyen peut trouver les services proposés par un établissement s'il ignore leur existence ?

5 Bankrate: ["Survey: While checking fees vary wildly by race and age, Americans stay loyal to their banks"](#)

3. LES AGENCES SONT PROMISES À UN BEL AVENIR

Café, crédit et conseils

Les consommateurs ont besoin d'être conseillés sur le plan financier. **Parmi les consommateurs qui ont vécu un « événement majeur ayant de graves conséquences financières », seuls 14 % ont demandé de l'aide à leur organisme de services financiers.** Selon Accenture, environ un tiers des dirigeants de PME font appel à leur partenaire de services financiers pour obtenir des conseils sur leurs finances.

D'une part, les établissements de services financiers connaissent les besoins et les habitudes de leurs clients. D'autre part, les clients sont à la recherche d'informations pertinentes. Cette synergie peut ainsi renforcer la relation entre un client et son entreprise de services financiers, à condition qu'elle soit transparente.

Les entreprises de services financiers innovent, et certaines utilisent leurs agences comme une plateforme de formation et de rassemblement.

En proposant des services prisés qui n'ont rien à voir avec l'argent, comme un café, du yoga ou une connexion Wi-Fi, elles espèrent attirer l'attention des consommateurs sur des offres financières comme les comptes courants et les comptes épargne, les cartes de crédit, les prêts immobiliers, etc.



“

La transition numérique
a pris de la vitesse.

JANE FRASER

*Présidente de Citigroup et PDG de sa
banque de consommation⁷*

4. L'AGILITÉ EST REINE

Un socle numérique

De nombreux clients se sont habitués aux offres numériques et à distance des entreprises de services financiers, et ils en demandent toujours plus.

Cela dit, comme le révèle l'étude J.D. Power « 2020 U.S. Retail Banking Satisfaction Study »⁶, les clients les plus satisfaits sont ceux qui utilisent la totalité des outils de ces entreprises, qu'ils soient mobiles, physiques ou en ligne. Les clients qui n'utilisent que les outils numériques sont les moins satisfaits. De plus, sur une échelle de 1 000, les clients se rendant en agence ont évalué leur satisfaction globale à 824, contre 801 pour les clients exclusivement numériques.

⁶ J.D. Power, "Retail Banks Face Major Customer Satisfaction Challenge as World Shifts to Digital-Only Engagement, J.D. Power Finds"

⁷ Forbes: "The World's Best Banks: The Future of Banking is Digital After Coronavirus"

Les entreprises financières utilisent des outils d'analyse pour identifier les préférences des clients, puis conçoivent et adaptent les programmes en fonction de ces informations sur la fidélité et les habitudes de consommation.

« Face à la baisse de la fréquentation des agences locales, les banques commerciales devront remplacer le service en personne par des services personnalisés fournis via des canaux numériques », explique Paul McAdam, directeur principal de l'intelligence bancaire chez J.D. Power.

En 2021 et au-delà, à mesure que les entreprises reprendront leurs activités habituelles, la transformation numérique aidera les établissements financiers à réduire les coûts, à améliorer l'expérience client, à assurer la sécurité des consommateurs et des employés, et à agir avec agilité et rapidité. Grâce à elle, même le plus petit fournisseur pourra rivaliser avec les géants des services financiers en s'attaquant à la gestion des risques, à l'augmentation prévue des saisies et aux retards de paiement des prêts.

Pour réussir, il faudra faire converger le meilleur de chaque monde et proposer aux clients les outils et canaux dont ils ont besoin en fonction du moment et de la situation.

5. LES CHOIX TECHNOLOGIQUES D'AUJOURD'HUI FAÇONNENT LE MONDE DE DEMAIN

Un monde **centré** **sur le client**

Bien choisir sa technologie accélère et simplifie la transformation numérique et la protection des succursales.

Dans le secteur des services financiers, cette numérisation passe également par la collecte et l'exploitation de données. En utilisant correctement les informations disponibles, des données qui peuvent aujourd'hui être stockées dans de multiples silos ou entrepôts de données isolés, et en extrayant d'autres de terminaux tels que des caméras intelligentes, des applications mobiles et des capteurs, **les entreprises de services financiers ont accès à des renseignements interconnectés précieux pour fournir des services personnalisés aux clients, où, quand et comme ils le souhaitent.**

L'analytique facilite également la conformité aux réglementations en vigueur dans le pays ou la région d'activité.



Vers une **sécurité sans faille**

Les organismes financiers ont pour mission de protéger les données tout en simplifiant l'accès des utilisateurs aux services dont ils ont besoin. **Pour bâtir une sécurité robuste, ils devront adopter des technologies intelligentes conçues pour protéger aussi bien les environnements virtuels que physiques.** Cette sécurité, qui passe par une plateforme cloud, permet également aux établissements financiers de développer ou d'intégrer des solutions personnalisées qui peuvent améliorer l'expérience des clients.

Dans un monde où les terminaux se multiplient à toute vitesse, qu'il s'agisse de smartphones, de tablettes, de caméras intelligentes, de routeurs ou encore de capteurs, associer des composants dits « de pointe » de différents fournisseurs est à la fois risqué, coûteux et chronophage, à court comme à long terme. Comme les entreprises financières commerciales l'ont constaté en 2020, celles qui ont mis en place le télétravail plus rapidement que leurs concurrentes ont pu répondre plus vite aux besoins des clients dès le début de la pandémie.

“

Les responsables de la sécurité disposent souvent de dizaines d'outils différents de plusieurs fournisseurs et doivent généralement trouver des astuces pour les faire fonctionner ensemble. Cela génère de la complexité, des coûts élevés et une surcharge de travail.

MIKE HANLEY

Responsable de la sécurité des systèmes d'information chez Cisco, dans l'étude 2021 sur les objectifs en matière de sécurité des fournisseurs⁸.

Les standards de demain

Les nouveaux standards comme le Wi-Fi 6 et la 5G vont bouleverser les modes de communication en raison de leur débit, de leur faible latence, de leur disponibilité et de leurs capacités qui encouragent les développeurs à créer ou à améliorer des services financiers et des applications horizontales.

Le Wi-Fi 6 offre de nombreux avantages, comme une meilleure performance en haute densité, des performances homogènes et des débits plus rapides sur un large éventail d'équipements, et une efficacité énergétique qui allonge la durée de vie de la batterie. Technologie sans fil de dernière génération, la 5G est quant à elle capable de créer des réseaux plus fiables et plus réactifs. Elle permet ainsi aux organismes financiers de collecter des flux réguliers de données provenant des clients, d'équipements tels que les caméras intelligentes et des distributeurs automatiques de billets, et d'automatiser les processus back-office comme les expertises de sinistres.

“

Les professionnels de la finance peuvent également tirer parti de cette technologie pour mettre en place des processus backend plus efficaces. Mais cette révolution sera également la cible des hackers et d'autres utilisateurs malveillants. Les objets connectés, par exemple, sont autant de portes ouvertes sur les réseaux. Ils offrent un accès sans précédent aux données et aux ressources.

FINANCIER WORLDWIDE

meraki.com

Le futur commence maintenant

D'une certaine manière, le nouveau monde des services financiers répondra aux mêmes défis, mais avec une approche nouvelle, des défis comme la multiplication et la diversification des failles de sécurité, la difficulté à recruter et à retenir les meilleurs talents, la nécessité de faire plus avec moins dans tous les services, l'automatisation des processus tout en améliorant l'expérience client, et le besoin de gagner en agilité et en flexibilité tout en assurant les contrôles et en respectant les réglementations gouvernementales.

Penn Mutual, par exemple, a économisé environ 860 000 \$ sur trois ans en remplaçant un système VPN à forte latence par une solution sans fil basée dans le cloud⁹. Les trois membres de l'équipe réseau de l'entreprise bénéficient désormais d'une visibilité sur tout le réseau, qui est bien plus rapide qu'auparavant, depuis une seule et même interface, là où l'ancien système « de pointe » était complexe, chronophage et gourmand en configurations sur site et mises à jour de sécurité.

⁹ Cisco Meraki, "[Penn Mutual: Driving impressive cost Savings with New Solution Across 42 Financial Services Sites](#)"



Pour les marchés hautement réglementés comme celui des services financiers, il est essentiel de garantir des environnements sécurisés, et les solutions qui permettent des mises à jour centralisées et automatisées s'avèrent pour cela indispensables.

Les initiatives doivent inclure des objectifs à court et à long terme profondément ancrés au sein de l'entreprise, l'utilisation de l'analytique et des données, la numérisation des souscriptions, et l'utilisation de l'apprentissage automatique et des rapports interactifs sur les risques. D'autres technologies sont également nécessaires pour rapidement s'adapter à un nombre toujours plus élevé de réglementations gouvernementales, proposer des transactions davantage axées sur le client et rester compétitif face aux acteurs connus et nouveaux du marché.

La sécurité des terminaux et les données issues de ces derniers seront à la fois des opportunités et des obstacles. Les caméras intelligentes non sécurisées, par exemple, constituent un point faible du réseau, tandis que les caméras intelligentes sécurisées livrent des informations stratégiques jusqu'alors inconnues, telles que l'affluence au niveau des agences ou des distributeurs automatiques, ce qui permet une meilleure organisation du personnel et des services de retrait. Les périphériques intelligents exécutés sur une plateforme cloud offrent également de nombreux avantages : ils surveillent les espaces de travail flexibles, la distanciation sociale et la densité, gèrent la sécurité physique, veillent à ce que les systèmes utilisés par les collaborateurs distants et sur site soient protégés contre les cybermenaces et autres attaques, et améliorent l'expérience des employés et des clients.

“

D'ici 2025, les banques auront probablement entièrement repensé les fonctionnalités de gestion des risques. Aussi étonnant que cela puisse paraître, la gestion des risques évoluera plus au cours des dix prochaines années qu'au cours de la dernière décennie. Et si les entreprises de services financiers ne commencent pas dès maintenant à agir et à se préparer à ces changements à long terme, elles ne seront pas en mesure de répondre aux futures exigences et demandes du marché.

UN RAPPORT MCKINSEY & COMPANY¹⁰

10 McKinsey & Company, [“The future of bank risk management”](#)

Une fondation interconnectée

L'approche globale de la transformation numérique, avec tous ses composants comme l'expérience client, la sécurité et l'IoT, peut vite sembler insurmontable. Aussi, il est préférable de l'envisager sous la forme de stratégies à long et à court termes.

Lorsqu'elles s'engagent dans une transition SASE (en français, Sécurité au niveau des points d'accès), **les entreprises mettent en place une architecture consolidée qui offre une sécurité et une expérience optimales et homogènes aux utilisateurs, où qu'ils se trouvent et sur tout type de terminal.**

Grâce à cette vision holistique à long terme et à une plateforme basée dans le cloud, les organismes de services financiers évitent les approches fragmentées et multifournisseurs. En axant leur stratégie sur une plateforme qui exploite des API ouvertes, ils peuvent travailler en toute confiance avec un partenaire qui simplifie chaque étape de leur transition SASE grâce à une intégration transparente avec les systèmes et technologies tiers.



Ils peuvent alors tirer parti de renseignements précieux sur le comportement des consommateurs pour proposer à moindre coût les services que ces derniers recherchent, via les canaux qu'ils préfèrent, une stratégie gagnante pour les agences d'aujourd'hui comme de demain.



Découverte – Protection – Transformation avec les solutions Cisco Meraki pour le secteur financier.

meraki.com