

Relations Presse Capgemini :

Florence Lièvre

Tél. : 01 47 54 50 71

E-mail : florence.lievre@capgemini.com

Relations Presse Efma :

Anna Quin

Tél. : 01 47 42 67 71

E-mail : anna.quin@efma.com

World Retail Banking Report 2018 : pour faire face à leurs nouveaux concurrents, les banques doivent s'adapter aux attentes toujours plus élevées de leurs clients

Les banques doivent collaborer avec les BigTech¹, leurs nouveaux concurrents qui attirent de plus en plus de clients, et proposer des expériences client personnalisées

Paris, le 20 septembre 2018 – Selon le [World Retail Banking Report 2018](#) (WRBR 2018) publié par [Capgemini](#) et l'[Efma](#), les banques doivent aujourd'hui faire face à de nouvelles formes de concurrence liées à l'open banking², à l'émergence de nouvelles technologies et à des attentes client toujours plus élevées.

Le rapport montre que :

- **Le niveau de satisfaction est bas** : seule la moitié des clients se disent satisfaits de leur expérience sur l'ensemble des canaux (51,1% en agence, 46,9% sur mobile et 51,7% sur Internet), malgré les nombreux investissements des banques dans ce domaine.
- **Les consommateurs s'ouvrent aux BigTech** : près d'un tiers (32,3%) des consommateurs se disent prêts à se tourner vers les produits et services financiers proposés par les BigTech (43% d'entre eux appartiennent à la génération Y, 53% sont des technophiles³ et 70,2% sont des clients déjà désireux de changer de banque).
- **La personnalisation, un facteur clé** : la satisfaction est bien meilleure chez les clients bénéficiant d'expériences personnalisées et proposées de manière proactive (49,1% contre 39,5% chez les autres clients).

Capgemini et l'Efma ont également interrogé les dirigeants des banques afin de comprendre l'origine de ces bouleversements. 70,8% d'entre eux estiment que les attentes clients toujours plus élevées sont la cause principale de cette évolution : étant donné que les consommateurs bénéficient d'expériences satisfaisantes dans d'autres secteurs, ils en attendent autant de leurs banques. La majorité des dirigeants interrogés (58,3%) indique également que les contraintes réglementaires influent sur ces changements, et 54,2% citent la hausse de la demande en faveur des canaux digitaux comme un autre facteur potentiel de disruption. A l'heure où les limites qui séparaient autrefois les secteurs sont de plus en plus floues, les banques doivent faire face à des concurrents externes qui ciblent des points clés de la chaîne de valeur

¹ Les BigTechs sont les grandes multinationales spécialisées dans les technologies et possédant une vaste clientèle. Parmi elles : Google, Amazon, Facebook, Apple et Alibaba.

² L'open banking permet à des tiers de développer de nouveaux produits et services à l'aide d'API.

³ Les clients qui utilisent fréquemment des canaux en ligne et mobiles pour effectuer des transactions telles que l'achat de produits électroniques, de vêtements, de produits alimentaires et d'épicerie, le paiement de factures, etc. On y retrouve des technophiles de toutes générations.

bancaire. De plus, la digitalisation et la montée en puissance des nouvelles technologies transforment les méthodes de travail des banques à une vitesse effrénée.

« Alors que les FinTech et les BigTech commencent à se faire une place sur le marché, les banques doivent maintenant se concentrer sur l'expérience client et plus précisément sur les modes d'interactions avec leurs consommateurs », déclare Anirban Bose, directeur général de la Strategic Business Unit Services financiers de Capgemini. « Avec l'émergence d'un nouvel écosystème ouvert - rassemblant les clients, les banques traditionnelles, les nouveaux acteurs financiers, les organismes de réglementation et les développeurs - les banques ont maintenant l'opportunité de tirer parti de la transformation digitale pour repenser le parcours client et créer ainsi de nouvelles sources de revenus. »

Ces bouleversements peuvent également représenter des opportunités pour les banques qui sauront s'y adapter. La majorité des dirigeants interrogés (70,8%) estiment que la collaboration avec les FinTech et les BigTech leur permettra d'exploiter de nouvelles sources de revenus, que ce soit en développant de nouveaux services ou en distribuant des produits en ligne. La plupart des banques pensent également qu'elles pourraient utiliser leurs données de manière stratégique pour améliorer l'expérience client : les dirigeants prévoient en effet de s'appuyer sur les données des consommateurs afin de créer des parcours client plus fluides (87,5%), fixer des tarifs basés sur le type d'interaction (75,0%), proposer des programmes de fidélité sur mesure (58,3%) et créer de nouveaux produits et services (54,2%).

« Le secteur de la banque entre dans une période charnière : il doit aujourd'hui trouver sa place dans l'écosystème de l'open banking. L'innovation est rendue possible par la collaboration et la réinvention. Nous entrons dans une période passionnante où la réglementation, les innovations, la concurrence et la collaboration façonnent la banque de demain », conclut Vincent Bastid, secrétaire général de l'Efma.

Méthodologie du World Retail Banking Report

Le World Retail Banking Report analyse les perspectives actuelles et les évolutions potentielles à l'échelle des banques traditionnelles, face à l'émergence des acteurs BigTech et FinTech dans le secteur des services financiers. Cette étude rassemble les témoignages de 10 000 clients de banques répartis dans 20 pays, ainsi que les données recueillies lors d'entretiens avec 60 dirigeants d'établissements bancaires sur 23 marchés.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.worldretailbankingreport.com.

À propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial du conseil, des services informatiques et de la transformation numérique. A la pointe de l'innovation, le Groupe aide ses clients à saisir l'ensemble des opportunités que présentent le cloud, le digital et les plateformes. Fort de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, il accompagne les entreprises et organisations dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations. Pour Capgemini, ce sont les hommes et les femmes qui donnent toute sa valeur à la technologie. Résolument multiculturel, le Groupe compte 200 000 collaborateurs présents dans plus de 40 pays. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 12,8 milliards d'euros en 2017.

Plus d'informations sur www.capgemini.com. *People matter, results count.*

A propos de l'Efma

Fondée en 1971 par des sociétés d'assurance et des institutions bancaires, l'Efma est une organisation internationale à but non lucratif ayant pour mission de faciliter les échanges entre les décideurs. Elle fournit aux banques et aux compagnies d'assurance les informations de qualité dont elles ont besoin pour stimuler l'innovation et la transformation. L'Efma compte aujourd'hui plus de 3 300 marques membres réparties dans 130 pays.

Son siège est situé à Paris. L'Efma dispose également de bureaux à Londres, Bruxelles, Barcelone, Stockholm, Bratislava, Dubaï, Mumbai et Singapour.

Site : www.efma.com