

Améliorer les prestations sur l'Internet grâce au *Business Process Monitoring*

L'éclosion des services financiers en ligne sur l'Internet impose de plus en plus de vigilance sur la qualité des prestations offertes. Le *Business Process Monitoring*, en instaurant un contrôle systématique des processus métiers, propose d'optimiser la relation client.

Jean-Michel Lorenzi
e Services Business Unit Director
Systar, Paris

■ Aux Etats-Unis, où le nombre de sites bancaires en ligne ne cesse de croître (1 475 recensés à ce jour), un phénomène de rejet est en train d'apparaître. Selon une étude de la société Cyber Dialogue, plus de 3,1 millions d'abonnés à des services de banque à domicile (soit près de 50 % des 6,3 millions actuels) ont abandonné l'usage de l'Internet pour interagir avec leur organisme bancaire. Plus grave encore, 65 % d'entre eux affirment qu'ils ne sont pas prêts d'y revenir de si tôt.

Pourtant, une grande majorité d'institutions financières considèrent Internet comme un puissant vecteur de croissance et de pérennité. Et devrait s'affirmer comme l'un des canaux de fidélisation les plus souples et les plus prometteurs. Pour cela, il faut que la clientèle actuelle et future utilise ces nouveaux services financiers en ligne en toute confiance, que son expérience sur l'Internet soit réussie, qu'elle ait envie d'y revenir plus souvent, plus longtemps et qu'elle fasse connaître autour d'elle sa satisfaction.

Réduire l'écart entre le discours et la pratique

Le décalage entre le discours marketing des banques et le niveau de service rendu à leurs clients internautes s'accroît chaque jour davantage. Aux Etats-Unis, une enquête très récente du

cabinet Ernst & Young auprès d'une centaine d'institutions financières vient de démontrer que 41 % de ces entreprises fournissent à leurs clients des informations incohérentes à travers leurs différents canaux de distribution, notamment l'Internet où les clients connaissent des problèmes de fraîcheur d'information sur des données aussi importantes que les taux bancaires ou les

«Le décalage entre le discours marketing des banques et le niveau de service rendu à leurs clients internautes s'accroît chaque jour davantage.»

soldes de comptes. Très déçus de leur expérience sur le web, ces clients reprochent en masse une mauvaise qualité de service, des difficultés de navigation, des données incohérentes ou non mises à jour, des temps de réponse inacceptables, la pauvreté des services financiers proposés et une perte de temps inutile alors qu'ils étaient en droit d'attendre exactement le contraire.

Dans un autre domaine, celui de la bourse en ligne, ce sont ici les services clients des institutions financières qui sont épinglés, jugés inefficaces, difficiles

à joindre et surtout rarement informés des problèmes rencontrés par leurs clients.

Or aujourd'hui, la clientèle est devenue beaucoup plus exigeante, plus mûre et plus autonome. De consommateur passif, le client est devenu un véritable acteur. Sur l'Internet, il peut très vite faire et défaire le succès d'une entreprise.

Contrôle des processus métiers : du back au front-office

La qualité de service délivrée à ses clients est bien entendu un facteur essentiel de fidélisation et de compétitivité, mais à condition de l'étendre à l'ensemble de l'entreprise. Rien ne sert en effet d'offrir des services en ligne performants si le service clients ne suit pas. Et inversement.

Dans le domaine du *back-office*, par exemple, les institutions financières se dotent de nouveaux moyens pour mieux contrôler le bon déroulement de leurs processus métiers les plus stratégiques (compensation interbancaire, consolidation de trésorerie, virements gros montants, routage d'ordres de bourse, etc.). La voie est aujourd'hui ouverte pour adopter le même type de solutions afin de s'assurer que les processus *front-office* (banque à domicile, bourse en ligne, assurance en ligne) se déroulent conformément aux attentes

des clients et que les engagements de l'entreprise sont bien respectés.

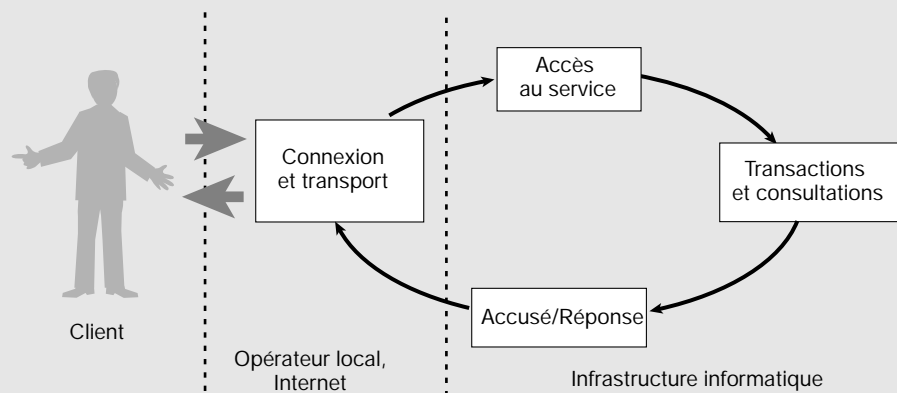
Le Business Process Monitoring

L'apparition de ces nouvelles solutions a permis l'éclosion d'un nouveau marché, reconnu par les analystes (comme le *Gartner Group*) sous la terminologie *Business Process Monitoring* littéralement surveillance de processus métier.

Appliquée aux processus *front-offices* sur l'Internet, une solution de *Business Process Monitoring* permettra au service de production informatique d'améliorer son efficacité et sa productivité en s'attaquant en priorité aux problèmes qui ont un impact sur le service rendu aux clients. Et lorsque la responsabilité de l'entreprise n'est pas engagée

«Le Business Process Monitoring permet de détecter automatiquement toute anomalie ou dégradation de service ayant un impact sur les critères de performance métier fixés au préalable par l'entreprise.»

Contrôler le bon déroulement d'un processus *front-office*



Une solution de Business Process Monitoring, qui fonctionne en temps réel, collecte et analyse en permanence les données métier et techniques nécessaires à la surveillance du processus métier considéré, applique des contrôles de conformité – tout au long du déroulement du processus – en utilisant des indicateurs de qualité de différents types : vraisemblance, cohérence, performance, vigilance ou encore disponibilité. Cette corrélation permet de détecter automatiquement toute anomalie ou dégradation de service ayant un impact sur les critères de performance métier fixés au préalable par l'entreprise.

– de nombreux maillons peuvent en effet composer une chaîne Internet – l'institution financière pourra intervenir auprès de ses partenaires et fournisseurs afin qu'ils prennent conscience des problèmes rencontrés par les clients et y remédient dans les meilleurs délais.

La rapidité d'intervention est en effet un enjeu de taille. Dans le domaine de la bourse en ligne par exemple, le manque à gagner pour une interruption du service web d'une seule heure peut dépasser, selon une étude de Contingency Research Planning, les 6,5 millions de dollars pour les sociétés de courtage les plus importantes.

Autre bénéficiaire immédiat d'une solution de surveillance de processus *front-office*, le service clients. Grâce à des tableaux de bord de pilotage mis à

jour en temps réel, le service clients sera informé en permanence des anomalies réellement perçues par ses clients, qu'elles concernent la cohérence, la fiabilité ou la fraîcheur des données présentées dans leur navigateur web, ou encore l'exécution des transactions (transmissions d'ordres de bourse, virements interbancaires, paiement de factures, etc.). Autre élément d'information essentiel, le service clients saura enfin si les problèmes rencontrés par ses clients sont connus et pris en compte par son entreprise.

Mieux informé, plus efficace, plus productif, le service clients pourra aussi mieux communiquer avec ses interlocuteurs internes (production informatique ou direction de la clientèle privée) et bien sûr avec ses propres clients. ●