

E-COMMERCE

Les portails au centre des stratégies Internet

L'ouverture d'un site portail permet aux banques de préserver leur rôle dans les transactions de paiement face aux nouveaux venus du monde de la technologie.

POUR FAIRE DES COURSES, le consommateur moyen veille généralement à emporter son chéquier, sa carte de crédit ou au moins son porte-monnaie. La démarche n'est pas la même lorsqu'on fait ses achats sur le web. Les e-consommateurs commencent par se connecter sur l'un ou l'autre des sites portails les plus connus, comme Yahoo, MSN ou AOL ; puis ils sélectionnent les sites des commerçants et les articles qu'ils souhaitent acquérir. Ce n'est qu'à ce moment qu'ils commencent à s'interroger sur la façon de régler leurs achats.

Et lorsque leur PC les somme d'enregistrer leurs données personnelles – nom, adresse, numéros de téléphone et de carte – beaucoup de consommateurs y réfléchissent à deux fois. Ils s'inquiètent de savoir leurs coordonnées diffusées sur le Net ou craignent de dépasser les limites de leur carte de crédit ou de leur solde.

Ainsi, plus de la moitié des transactions de shopping électroniques sont abandonnées à cet instant critique, après avoir mobilisé inutilement les ressources informatiques des sites des commerçants et fait perdre leur temps aux consommateurs. Ceux-ci ressentent cette tentative avortée comme un échec.

Pour pallier cette difficulté, certains portails tentent aujourd'hui de bâtir leur propre porte-monnaie

électronique. Cybercash, e-Wallet et d'autres encore essaient également de développer leur propre solution. S'ils y parviennent, ils deviendront les nouveaux concurrents des banquiers traditionnels et des industriels de la carte.

LES BANQUES RISQUENT DE PERDRE DES CLIENTS

En clair, les banques risquent d'y perdre des clients. Les établissements les plus prévoyants, sensibles à cette menace, sont convaincus de la nécessité d'ouvrir leur propre portail, même s'il est limité à des activités financières ou connexes. Quand les consommateurs peuvent utiliser le portail de leur banque, leur expérience de e-shopping est bien plus positive : une fois en ligne, le client se connecte sur le site de sa banque pour s'identifier et lancer l'applicatif de paiement. Il s'assure immédiatement de la disponibilité des fonds sur son compte courant ou sa carte de crédit. L'information lui parvient de façon sécurisée, puisqu'elle utilise les mêmes canaux que les autres transactions bancaires ou boursières en ligne. Ainsi habilité, le client peut faire ses courses ; au moment de régler, un simple clic lui permettra d'activer les fonctions de paiement, sans procéder à une nouvelle déclinaison de son identité. Dans un tel scénario, le client peut utiliser au mieux ses ressources financières et

choisir entre différentes possibilités de paiement. Il est alors inutile de créer un compte spécifique ou d'utiliser un porte-monnaie électronique, qu'il devra penser à alimenter régulièrement et dont il lui faudra suivre le solde.

Du point de vue du commerçant, avoir l'autorisation préalable de la banque signifie traiter avec un client qui peut et pourra aller jusqu'au bout de la transaction. Cela veut dire qu'il diminuera ainsi le nombre de transactions incomplètes ou inachevées.

UN HAUT NIVEAU DE SÉCURITÉ

En préservant le rôle de pivot des banques en matière de paiement, les « portails bancaires » renforcent les relations de ces dernières avec leurs clients. Ils jouent ainsi un rôle central et non marginal dans la stratégie Internet des établissements financiers.

Tous les intervenants bénéficient du haut niveau de sécurité imposé par la banque. Alors même que beaucoup de commerçants annoncent à l'heure actuelle des taux de fraude entre 15 et 25 %, leur intérêt pour des opérations mieux sécurisées est croissant.

Les banques qui s'implantent sur le Net sous forme d'un portail ne perdront ainsi plus de clients au profit de concurrents plus à la pointe de la technologie. Les résultats en seront bénéfiques pour elles et pour les consommateurs. ■



ROBERT HELLER
Executive
vice-president
Fair Isaac