

État des lieux

Les nouveaux services boursiers

Dans un contexte de rationalisation des coûts, trois tendances se dessinent en matière de nouveaux services boursiers : l'investissement sur les outils d'aide à la vente, la poursuite de l'implémentation des canaux à succès ainsi que le choix de l'ergonomie et des nouveaux formats de diffusion.

LA PÉRIODE ACTUELLE, PEU propice à l'activité boursière des particuliers, tend à confirmer la concentration des brokers. Le récent rachat de Selftrade par Boursorama en témoigne, un des principaux objectifs étant d'atteindre une taille critique sur un marché difficile. La création de nouveaux services est donc moins prioritaire et se fait de façon plus prudente.

À l'instar des brokers, les banques sont également présentes sur le segment de la bourse en ligne. Après avoir conforté leurs positions sur la banque en ligne, les grands établissements financiers proposent aujourd'hui une offre *brokerage* de services boursiers de plus en plus complète. La politique tarifaire de ces derniers est moins agressive que celle des brokers. Les offres des brokers ou *purs players* se différencient également par la mise à disposition d'outils sophistiqués et par l'accès à des produits financiers complexes comme les produits dérivés...

La tendance générale de fond est à la rationalisation des coûts. C'est pourquoi les établissements financiers recherchent les canaux de communication les plus performants, les plus rentables et les plus appréciés par les utilisateurs. Trois tendances « nouveaux services » se dessinent : l'investissement sur les outils d'aide à la vente, la poursuite

de l'implémentation des canaux à succès et le choix de l'ergonomie et des nouveaux formats de diffusion.

LES OUTILS D'AIDE À LA VENTE

Afin d'augmenter la performance et l'utilisation de leurs services boursiers, les établissements financiers réfléchissent à la mise en ligne d'outils d'aide à la vente. En effet, dans une période marquée par la baisse des marchés, les utilisateurs exercent une vigilance accrue et recherchent des informations de plus en plus complètes sur les produits financiers. Pour répondre à cette demande, les établissements financiers cherchent donc à guider et à rassurer leurs clients en mettant à leur disposition des outils d'analyse et de gestion de portefeuille. Une des innovations du marché réside dans le fait de proposer la constitution de profils et des moteurs d'analyse et de gestion de portefeuille, qui peu-

clientèle (installés sur les intranets des banques, par exemple) et pour les gestionnaires de patrimoine. Les compagnies d'assurance font également preuve d'un vif intérêt pour ces outils, pour équiper leurs chargés de gestion de patrimoine.

LES NOUVEAUX CANAUX À SUCCÈS

Le choix des canaux de diffusion et d'accès aux informations et aux produits boursiers influe directement sur la rentabilité des services boursiers. L'e-mail, le SMS/SMS+ et le vocal sont des canaux prometteurs sur lesquels se développent de nouvelles offres. L'utilisation de l'e-mail pour envoyer des informations de type message marketing ou avis d'exécution est intéressante pour les établissements financiers, qui réduisent fortement les coûts d'envoi de certains documents auparavant envoyés par courrier.

Le choix du canal SMS représente un avantage significatif pour les banques. Celles-ci connaissent leurs clients et peuvent les facturer facilement, soit à l'unité par micropaiement, soit à l'abonnement, garantissant ainsi l'équilibre économique du service. Les SMS permettent, par exemple, de concevoir de nouveaux services de surveillance des portefeuilles. Le SMS+ complète cette offre grâce à un modèle économique propre qui permet de sur-

“Une des innovations du marché réside dans le fait de proposer la constitution de profils et des moteurs d'analyse et de gestion de portefeuille.”

vent aller jusqu'à la préconisation de produits. Ils sont conçus à la fois pour le grand public (accessibles via internet), pour les chargés de



CLAUDE FRANCE

Directrice de la business unit banque/finance activité multimédia

Atos Origin

facturer un SMS pour en rendre une partie à l'éditeur (information boursière payante à la demande). Le service interactive bourse du Crédit lyonnais, par exemple, permet à un client de recevoir chaque jour un SMS qui l'informe de la valorisation de son portefeuille et qui l'alerte de la réception de ses avis d'exécution des ordres passés par internet. De même, le service Passeport bourse de la Société générale envoie un message d'alerte par SMS dès que le seuil d'une valeur est franchi (selon le profil personnel établi par le client).

L'accès à l'information financière par les services vocaux interactifs (SVI) avec son modèle économique éprouvé (rétrocessions pour l'éditeur du service) est remis en avant. Le développement de la reconnaissance vocale est un atout important pour l'usage de ces SVI, notamment dans le contexte du passage au code ISIN (code à dix chiffres) des valeurs de la place de Paris. L'intérêt de la reconnaissance vocale joue à plein car elle permet d'énoncer la valeur directement, au lieu de mémoriser un code trop long. Rappelons le cas du journal « Les Échos » qui, en développant un service de reconnaissance vocale,

a permis à ses lecteurs d'accéder directement, par téléphone, à des informations boursières (valeurs boursières, brèves d'informations financières).

ERGONOMIE ET NOUVEAUX FORMATS DE DIFFUSION

Les services développés sur assistants personnels poursuivent leur percée et montent doucement en puissance pour un public averti. De nombreux brokers, comme Boursorama, utilisent déjà ce service qui permet au client de récupérer sur son assistant personnel les informations sur ses comptes.

Le web offre également de nouveaux services, avec notamment l'arrivée des fonctionnalités graphiques en « flash ». Ils permettent l'interactivité des schémas et offrent un confort de lecture encore inégalé. Le service Logitel Net de la Société générale propose, par exemple, un service de flash sur ses historiques.

L'informatisation des documents papier modifie et facilite considérablement la diffusion des documents administratifs ou liés au passage d'ordre. Ces documents papier auparavant envoyés par courrier sont aujourd'hui mis en ligne, téléchargeables et archivés : avis d'opéré, imprimé fiscal unique (IFU)...

Les établissements financiers recherchent par ailleurs à industrialiser la diffusion de leurs flux financiers. Ils ont alors besoin d'une plate-forme unique qui centralise les contenus pour pouvoir les rediffuser de manière multicanal et multiformat (pages web, données XML, SMS...) afin de s'adapter aux différents besoins des applications financières.

FAIRE PREUVE DE CRÉATIVITÉ

Les acteurs du marché boursier sont donc toujours à la recherche de nouveaux services pour dynamiser leur cœur de métier : le passage d'ordre. Nouvelle application, nouveau canal, nouvelle source d'information financière, nouvelle alerte... tout est bon pour innover et susciter l'intérêt des utilisateurs. Les banques et les brokers font preuve de créativité en matière de service rendu pour leurs clients, pour encourager le passage d'ordres. La préoccupation majeure est bien sûr d'améliorer en permanence le contenu des services afin de se différencier des autres acteurs pour garder et attirer les clients qui génèrent le plus d'ordres. Les nouveaux services boursiers sont donc la clef pour préserver un dynamisme pour les utilisateurs. ■