

Les perspectives de la cyberbanque

Internet peut être à la fois canal de distribution et outil d'intermédiation, via le développement des paiements en ligne.

Les établissements bancaires utilisent de longue date les canaux interactifs que sont le minitel pour la France et les PC en ligne en Amérique du Nord, pour fournir des services financiers à leur clientèle. Les services ainsi offerts couvraient une gamme réduite, eu égard à ceux que la banque offre dans son réseau de distribution traditionnel, les agences. Il s'agissait surtout d'une présentation de l'offre, de consultations et d'opérations simples, auxquelles se rajoutaient depuis peu des services plus avancés tels que la simulation de prêts, le couplage avec des logiciels de finances personnelles et le passage d'ordres en Bourse.

Mais la banque par Internet est tout autre chose. Le canal Internet est à la fois :

■ un canal de vente. Contrairement à la banque PC et au minitel, il n'y a plus de lien tech-

nique entre la banque en ligne, ses systèmes et l'utilisateur : Internet concerne tout le monde : clients, prospects, partenaires, curieux et pirates informatiques ;

■ un canal d'opérations pour la clientèle : à l'instar du minitel et de la banque PC, Internet permet de tout faire, tout le temps, n'importe où, et tout de suite ;

■ un canal d'échange d'informations, par le courrier électronique, la mise en ligne de la documentation générale et des documents destinés aux clients.

On peut donc gérer complètement par Internet les clients qui ne passent jamais en agence, mais surtout mieux servir les clients qui utilisent de plus en plus l'ensemble des canaux organisés pour les servir.

A cet égard, la puissance multimedia du web démultiplie les possibilités de services. A titre d'exemple, le courtage de titres s'enrichit d'informations (formation et aide en ligne, rapport d'activités des sociétés cotées, revue de presse) et de consultations de cotations, le plus souvent en temps réel. L'offre de crédit en ligne se développe dans l'immobilier notamment, de concert avec le commerce électronique sur le marché immobilier.

Le courrier électronique voit son rôle s'étendre dans une communication banque-client-banque plus directe et moins coûteuse sur des opérations simples (avis d'opéré, relevé de comptes).

Enfin, il est possible de profiter de la mise en ligne des documents clients sur Internet pour apporter de nouvelles fonctionnalités aux clients, telles que :

■ la transformation de courrier papier en ...



PHILIPPE
MICHELIN
P-DG



FRANÇOIS RIOU
Directeur
commercial

BFD SA

pages web personnalisées et accessibles par un simple clic dans un courrier électronique d'avis ;

- la capacité de traitement en ligne (tri, graphiques...) et d'archivage pour le compte de la clientèle ;

- le rapatriement des données de finances personnelles et l'alimentation des logiciels correspondants du client.

Le canal Internet apporte donc une réduction significative des prix (jusqu'à cinq fois moins élevés que par les canaux traditionnels...) et un accroissement de la valeur ajoutée et de la qualité du service rendu.

Pourtant l'internaute averti n'y trouvera pas son compte sur un aspect majeur : le paiement des services en ligne qui reste aujourd'hui limité au paiement par carte.

«On sous-estime le potentiel de la banque universelle comme fournisseur de services de paiement en ligne.»

ou Cyber-Comm.

En revanche, on sous-estime le potentiel de la banque universelle comme fournisseur de services de paiement en ligne face à sa clientèle d'entreprises et de particuliers.

En effet, les acheteurs internautes devraient pouvoir utiliser les différentes liquidités dont ils disposent pour régler leurs dépenses comme bon leur semble (immédiat, différé, crédit), comme c'est le cas dans l'économie réelle.

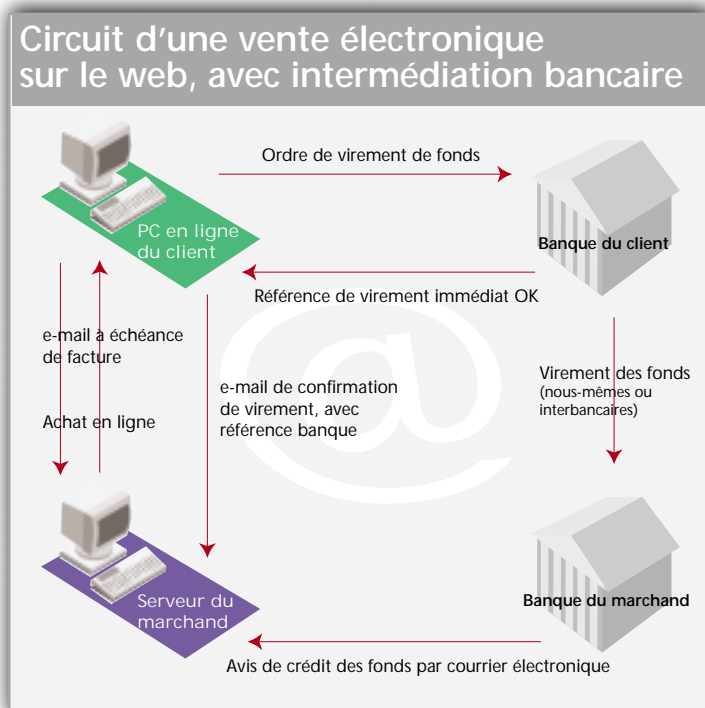
L'enjeu est alors d'adapter la gamme de produits déjà présents sur les canaux traditionnels, au nouveau canal du commerce électronique. En termes de moyens de paiement, cela veut dire qu'elle doit être en mesure de proposer en ligne l'ensemble des prestations actuelles, en sus de la carte bancaire par exemple :

- pour les paiements domestiques : ordre de virement immédiat, accord de prélèvement immédiat, tirage sur un *credit revolving*, déblocage de fonds sur un prêt personnel, émission de lettre chèque au bénéficiaire, paiement de facture en ligne ;

- dans «l'Euroland» : virement transfrontalier, prélèvement transfrontalier ;
- l'international : techniques documentaires, transfert de fonds.

Il y a donc clairement convergence entre la banque fournisseur de services financiers en ligne et la banque intermédiaire dans le commerce électronique, comme l'illustre le schéma ci-dessus.

Il ne s'agit pas nécessairement de tout déboucler en temps réel, ne serait-ce que parce que les systèmes interbancaires imposent leurs contraintes ; le but est d'homogénéiser, et donc de simplifier une logique d'échange dans l'intérêt de tous les acteurs. Comme dans tout commerce, le vendeur adapte sa livraison selon la qualité de la relation avec l'acheteur : livraison immédiate et relevé en fin de mois, livraison à confirmation du virement par sa référence d'acceptation donnée par la banque, livraison après arrivée des fonds confirmée électroniquement par sa banque.



L'INTERMÉDIATION DES PAIEMENTS SUR INTERNET

On connaît le rôle clé des intermédiaires financiers dans les circuits de paiement et de crédit des transactions électroniques, à travers le développement des Systèmes de paiement électronique sécurisé (SPES) tels que Kléline

Les fonctionnalités à intégrer dans le système d'information bancaire sont bien délimitées :

1. Avis de crédit par courrier électronique pour le commerçant (la même

fonctionnalité permettrait par ailleurs d'informer les consommateurs internautes intéressés, de l'arrivée de leur paye ou pension).

2. Prise d'ordre de virement en temps réel, par tous les terminaux d'accès adéquats des clients (PC, téléphone...), et exécution immédiate (virement interne) ou via les systèmes interbancaires.

Des circuits analogues pourraient être élaborés pour un règlement par tirage sur un crédit ou par acceptation en ligne d'un prélèvement émis par le vendeur.

L'authentification des parties en présence n'a pas le même niveau d'exigence que pour un SPES car il n'y a pas de «monnaie électronique» à stocker sur un disque dur et/ou une carte à puce : la monnaie (à savoir les liquidités disponibles) reste dans la banque.

L'intérêt pour la banque est de limiter l'intervention d'autres acteurs non bancaires, et d'augmenter de façon naturelle la connaissance de sa clientèle. Ainsi les banques pourraient étendre leur rôle d'intermédiaires financiers et ne pas tout attendre des SPES qui apportent, par ailleurs, un étage supplémentaire à l'édifice du commerce électronique sans pour autant se substituer aux moyens de paiement existants.

L'ÉVOLUTION VERS LA «CYBERBANQUE»

Il s'agit d'intégrer en profondeur la dynamique de l'Internet dans la banque, et non de greffer un site web sur une organisation et une informatique existantes ; ceci exigera de «grands travaux» sur le système d'informations (SI) bancaire. Intégrer Internet au cœur de la banque passe donc par la définition d'un plan d'action général, centré sur :

- la définition d'une stratégie d'existence sur Internet, (complémentarité et/ou privilège entre les canaux selon le type de clientèle, les contraintes commerciales et organisationnelles...);
- le positionnement marketing du site (site intégrateur «super marché électronique» ou site spécialisé, ventes croisées avec les partenaires...);
- le modèle économique retenu (abonnement au service Internet (modèle minitel), externalisation des opérations pour tous les clients, en mode gratuit, recette publicitaire...);
- l'organisation de la relation client par

Internet (plateau dédié à l'animation du site et à la réponse aux courriers

«L'intérêt pour la banque est de limiter l'intervention d'autres acteurs non bancaires, et d'augmenter de façon naturelle la connaissance de sa clientèle.»

électroniques, surveillance de l'image de la banque sur Internet, plan de formation pour les personnels...);

■ l'adaptation en profondeur du SI (systèmes de pilotage, gestion interne, systèmes d'échange, système de production bancaire et financière).

L'impact sur le SI va de l'assistance à la mise en place de sites marchands intégrant les différents moyens de paiement à ses clients PME, à la mise à disposition de moyens de paiement variés auprès de ses clients consommateurs. Ce scénario préfigure un service disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, utilisant toute les facettes des technologies avec un support proactif aux prospects et clients en ligne. ●