

Jadis focalisés sur la production, les systèmes d'information bancaires sont désormais orientés distribution. L'objectif de cohérence et de complémentarité de l'ensemble des postes de travail est rendu possible par la normalisation et l'approche «composants métiers».

Enrichir le système de distribution



François Gougeon
Architecte en systèmes
d'information bancaires
IBM France

Les banques à réseau se positionnent en tant que distributeurs de produits et de services de types banque, assurance et autres, gérés par elles ou par leurs partenaires. Cette stratégie implique la mise en œuvre d'un système d'information orienté vers la distribution comprenant différents sous-systèmes (encadré). L'ensemble de ceux-ci est alimenté en informations par le ou les systèmes de production de la banque ou de ses partenaires (passage de la donnée à l'information).

L'accès au système distribution est réalisé à travers des canaux diversifiés que ce soit en agence ou à partir d'un poste «mobile» pour le chargé de clientèle, ou en télémarketing, en libre service bancaire, en télé-service, en banque à domicile... L'utilisation de ces canaux par les clients s'effectue toujours en fonction de l'appréhension de la banque, de ses emplacements et des heures d'ouverture. Des fonctions similaires sont nécessaires sur l'ensemble des canaux. L'attente du client est la même quel que soit le canal, ce qui implique un développement informatique uniforme sur tous les canaux de distribution.

Par exemple, une fonction de simulation de crédits doit être disponible et uniforme sur l'ensemble des postes de travail utilisés par les canaux de distribution.

Ceux-ci échangent à travers un gestionnaire de flux des messages normalisés.

Ce système de distribution est soumis à deux contraintes. D'abord, une forte demande d'évolution fonctionnelle, afin de prendre en compte les évolutions stratégiques de la banque : support des innovations de l'acte de vente, optimisation de la productivité de la banque, développement uniforme des canaux de distribution, prise en compte de la spécificité de chaque client, optimisation de chaque contact client.

La seconde contrainte est la prise en compte de l'évolution technologique actuelle, caractérisée par l'avènement des technologies «I-net» (Internet, intranet, extranet), ainsi que par l'arrivée de la norme globale de facto *Corba* adoptée par

les constructeurs, et la reconnaissance par la communauté informatique de l'architecture Java *thin client* («client mince»).

Cette architecture en réseau se caractérise par différents principes :

- l'applicatif ne réside pas sur le client ; il est téléchargé depuis un serveur, il est universel et s'exécute sur l'ensemble des plates-formes du marché, qui peuvent être de type terminal de réseau (*network computer*), utilisant les technologies Internet ;
- de plus, les serveurs d'entreprise sur lesquels s'exécute la logique métier des applications doivent posséder une architecture évolutive en termes de puissance et être basés sur des composants techniques ou métiers réutilisables au sein des différents systèmes de l'entreprise.

Adapter l'ergonomie à chaque poste de travail

La diversité des canaux et l'arrivée des technologies I-net ont provoqué une explosion des types de postes de travail. Cela va du poste standard d'agence ou du poste mobile du conseiller jusqu'aux postes intégrant les nouvelles technologies que sont la télévision interactive, le *webphone* (téléphone Internet) et le *workpad* (assistant personnel). Quel que soit le poste de travail, il doit être possible d'accéder à la totalité des applications. Celles-ci doivent adapter leur ergonomie à la variété de postes de travail. C'est pourquoi, au niveau des postes des centres d'appel, on trouve un bureau d'activités en relation avec le type d'appel (entrant ou sortant) et fonction du motif de l'appel : par exemple, une demande d'information sur un produit.

Ce bureau est donc un véritable tableau de bord pour l'opérateur. Il propose une fonction de *scripting* (enchaînement automatisé des tâches), permettant de guider les opérateurs pour la réalisation du processus à mettre en œuvre en fonction du contexte client ; également, un moteur de règles qui permet la réalisation de ventes

croisées ou la définition des opportunités de vente. De la même façon, les postes des **conseillers commerciaux** présentent une ergonomie axée sur un bureau d'activités, définissant les fonctions du métier. Cette ergonomie permet, notamment, l'approche globale de l'entretien client, ainsi que les fonctions opportunité de vente et ventes croisées.

Dans le cas de la **banque à domicile**, l'utilisateur particulier doit pouvoir choisir un niveau d'ergonomie adapté à ses besoins, ainsi qu'aux produits et services qu'il détient. De plus, dans ce cas, des services adaptés du type « proposition de documents », correspondant aux préoccupations du particulier, peuvent être disponibles. Il en va de même pour les messages commerciaux correspondant à ses événements bancaires.

Dans le cas d'**utilisateurs professionnels**, ce type de poste peut être réalisé avec une couverture très importante des fonctions bancaires élémentaires.

Par opposition, la télévision interactive, le *webphone* ou le *workpad* ne supportent qu'une ergonomie simplifiée adaptée à l'**utilisateur particulier**.

La totalité de ces couches de présentation fait appel à un ensemble de fonctions organisées par solutions ; par exemple, la solution vente, constituée d'un catalogue des produits, d'une présentation et d'argumentaires sur les offres, d'une fonction d'opportunité de vente, etc.

Ces solutions s'appuient sur un **socle commun** de fonctions généralisées : gestion des contacts, recherche client, agenda... Elles s'appuient également sur des services techniques de gestion des sessions, de gestion du contexte, d'un *scripting* interactif, etc., ainsi que sur un « modèle objets d'entreprise ». Cet ensemble fonctionnel s'appuie sur une infrastructure architecturée pour permettre les évolutions technologiques nécessaires à la prise en compte des standards émergents du marché.

Personnaliser les applications tout en favorisant la réactivité

Les démarches classiques de développement spécifique d'applications ou d'intégration de progiciels du marché ont montré leurs limites pour faire face à ces besoins d'évolution.

C'est pourquoi un nouveau type de développement d'applications s'impose : la solution des **composants métiers**. Comme dans le cas d'un développement spécifique, grâce à l'utilisation de composants standards disponibles, celle-ci doit permettre la réalisation d'applications personnalisées pour chaque banque et faciliter modifications et extensions pour assurer la réactivité de l'ensemble tout en garantissant une

forte productivité et une grande rapidité de mise en œuvre.

L'approche « composants métier » aux normes *Corba* est une solution qui s'applique aux multiples canaux de distribution de la banque. Elle s'organise autour de plusieurs principes :

- un cadre architectural assurant une protection des investissements de la banque en s'appuyant sur les normes les plus reconnues du marché, tout en privilégiant la portabilité des solutions hétérogènes ;
- des outils d'assemblage d'applications permettant une réutilisation massive des composants du marché et une approche dont on peut citer quelques possibilités avantageuses immédiates : faire évoluer le modèle par ajouts de composants différents ; programmer un système même si ses objectifs sont encore vagues ou mal compris ; faire tourner un prototype présentant les caractéristiques élémentaires du système à développer grâce au jeu des composants de base ; appréhender un problème en le détachant complètement de son contexte, grâce à la grande modularité des composants ; proposer des produits semi-finis.

Ce type d'offre implique la fourniture de « briques » applicatives (*framework*), évolutives et personnalisables. Celles-ci reposent sur la définition d'objets bancaires à partir du modèle d'entreprise ou sur des composants techniques. La construction de domaines applicatifs est réalisée par assemblage de ces composants élémentaires à l'aide de l'atelier de développement intégrant l'ensemble de la solution.

Cette dernière s'intègre aux systèmes existants et devient une plate-forme d'évolution technologique.

Elle s'adapte aux nouvelles technologies « client mince » et permet de valoriser les investissements, de réduire les risques et les coûts de développement, et d'assurer les évolutions technologiques.

L'approche composants proposée assure un cycle de livraison qui permet d'identifier et de satisfaire les besoins de l'utilisateur en produisant des livraisons fonctionnelles progressives. Elle a pour but de préciser, de fabriquer, de tester et d'effectuer une livraison de fonctions avec une périodicité de quelques mois.

Chaque livraison se veut un nouveau pas vers la solution cible. Pour atteindre et maintenir ce rythme de livraison, le concept de réutilisation et de principe du « delta » (mise en évidence des besoins supplémentaires par rapport aux composants de base) est mis en œuvre. Cette notion, très importante, a pour objectif d'utiliser les composants existants comme base de départ, d'identifier le « delta » entre le composant et le besoin et de réaliser la personnalisation des fonctions à ajouter. ■

Les grandes composantes de la distribution

La partie du système d'information orientée vers la distribution comprend six sous-systèmes principaux.

- Le sous-système **d'Informations clients** donne une vision globale et cohérente des informations relatives aux clients de la banque : dossier client, synthèse, besoins ou objectifs du client... Cette information est dérivée des systèmes opérationnels et est mise à jour lors des contacts entre le client et la banque sur l'ensemble des canaux de distribution.
- Celui d'**Informations marketing** constitue la base du marketing stratégique et opérationnel.
- **Communication clientèle** restitue aux clients de la banque l'information émise par les différents systèmes de production pour en assurer la cohérence, l'uniformité et la qualité.
- **Travail de groupe** assure la collaboration des différents acteurs de la banque avec des échanges de documents, une messagerie, un agenda, un contrôle des processus documentaires...
- **Pilotage**, quant à lui, assure l'analyse de l'acte de vente, de la démarche suivie et du processus après-vente. De ce fait, il détermine les stratégies gagnantes et peut adapter les objectifs afin de réaliser une gestion proactive.
- Le sous-système de **Facturation**, enfin, permet une globalisation des coûts dans le cadre d'une vente multiproduits et services.