



Révolutionner l'expérience client bancaire :

les technologies clés de 2024.

Adobe

72%

**des clients jugent essentielle
la personnalisation des services
financiers¹.**

Selon le Forrester Banking CX Index 2023, bien que l'expérience client dans le secteur bancaire français ait progressé, celle-ci demeure encore inférieure à la moyenne européenne. Cette réalité souligne le besoin pour les banques françaises de se concentrer sur l'amélioration de leur expérience client pour rester compétitives sur le marché.

D'autant que les clients ne se contentent plus de comparer les services bancaires entre eux, d'autres expériences sur des plateformes comme Netflix, Spotify, Uber ou Amazon sont désormais considérées comme des standards. Les études ont montré un écart de satisfaction d'au moins 12% entre les marques préférées des clients sondés et leur banque principale².

Pour réussir cette transition, les banques comme la Société Générale doivent se tourner vers les technologies les plus pertinentes pour relever ce défi. En passant d'une approche «home made» à une logique de plateforme, il est désormais possible d'automatiser les processus métier et maximiser l'efficacité opérationnelle dans un contexte où les contraintes budgétaires exigent de faire mieux avec moins.

+10%

**de croissance pour les
entreprises proposant une
expérience client omnicanal².**

**La transformation des services financiers sera basée sur
l'Expérience :**

- Amélioration de la satisfaction client
- Augmentation de la fidélité et rétention des clients
- Avantage concurrentiel et différenciation
- Augmentation du revenu & du cross-sell
- Efficacité opérationnelle

¹ <https://www.forrester.com/blogs/quelle-banque-francaise-offre-la-meilleure-experience-client-resultats-de-la-recherche-forrester-banking-cx-index-2023/>

² <https://www.pwc.com/us/en/retail-consumer/publications/assets/pwc-retailing-2020.pdf>

Les grandes tendances de l'expérience client dans les services financiers en 2024.

Confrontées à des défis majeurs pour répondre aux attentes croissantes de leurs clients, les banques ont pour ambition d'augmenter les ventes en ligne et accroître l'autonomie des clients dans leurs processus d'achat, pour favoriser la rentabilité et la compétitivité.



Demande croissante d'un service client en ligne et sur mobile.

Avec l'essor des services bancaires en ligne et des applications mobiles, les clients recherchent une assistance efficace sur ces canaux. Des améliorations restent encore nécessaires alors qu'une étude révèle que 64 % des interactions sur les applications bancaires ne trouvent pas de solution rapide à leurs problèmes³.

Personnalisation des services pour favoriser la rétention client.

La personnalisation des services est devenue un impératif pour fidéliser la clientèle. Les résultats sont sans appel : 77 % des dirigeants affirment que plus de personnalisation améliore la rétention client et 66 % d'entre eux estiment qu'elle permet de diminuer les coûts d'acquisition⁴.

Investissements dans l'IA et l'automatisation pour accroître l'efficacité.

Les banques cherchent à améliorer leur productivité en investissant dans l'IA et l'automatisation. Ces investissements ont permis à certaines institutions d'augmenter leur chiffre d'affaires de 3,2 fois plus que leurs concurrents⁵.

Montée en puissance des expériences conversationnelles.

Les clients exigent une expérience homogène et fluide sur tous les canaux de communication. Ainsi, 50 % des consommateurs interagissent désormais avec leur banque via une application mobile ou un site Internet au moins une fois par semaine⁵.

3 | <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/digital-transformation-in-banking-global-customer-survey.html/#endnote-3>

4 | <https://www.zendesk.fr/blog/customer-experience-in-banking/>

5 | <https://www.accenture.com/fr-fr/insights/banking/consumer-study-making-digital-banking-more-human>

Les technologies incontournables pour une expérience client optimale.

Pour offrir des expériences fluides et personnalisées, les institutions financières doivent s'appuyer sur une infrastructure solide. Voici quelques-unes des technologies essentielles pour y parvenir :



- **Informatique dans le cloud :**

L'adoption du cloud computing optimise les coûts d'infrastructure, améliore la scalabilité et permet un déploiement plus rapide des applications cloud. Les stratégies de transformation Cloud visent à optimiser considérablement les dépenses informatiques des banques.

- **Banque en ligne :**

Les applications de banque mobile, les portails en ligne et les options en libre-service sont devenus la norme. Rendre les clients le plus autonome possible est devenu un véritable enjeu de rentabilité pour le secteur.

- **Automatisation des process :**

Combiner la robotique, l'IA et le Machine Learning pour automatiser les processus métier complexes de bout en bout, permet de libérer les employés pour se concentrer sur des activités à plus forte valeur ajoutée.

- **Développement headless :**

Cette méthode permet de créer rapidement des applications personnalisées, de rationaliser les processus internes et d'offrir des expériences client innovantes.

- **Intelligence artificielle et Machine Learning :**

Véritable source d'efficacité opérationnelle, ces technologies détectent la fraude et améliorent les expériences client en fournissant une assistance personnalisée et en analysant de vastes ensembles de données.

- **Approche plateforme :**

Une approche dite de plateforme permet de choisir les outils les mieux adaptés aux besoins de l'entreprise, plutôt que d'adopter une suite logicielle « tout-intégrée » issue d'un seul prestataire, qui ne tient pas compte des enjeux et problématiques propres à chaque banque.

- **Analyse de données et big data :**

Ces outils permettent de tirer des insights exploitables de vastes ensembles de données clients.

- **Cybersécurité et prévention des fraudes :**

Ces priorités critiques sont adressées grâce à des technologies avancées telles que la threat intelligence, le chiffrement et l'authentification biométrique.

La rationalisation du système technologique est désormais essentielle au vu de l'offre fournie d'outils.

Cela permet d'éviter les coûts de maintenance élevés, faire une chasse au gaspillage et ainsi garantir un coût total de possession (TCO) maîtrisé.

L'accompagnement Adobe au service d'une expérience client sur-mesure.

Avec une expertise reconnue dans le secteur financier et un accompagnement des plus grandes institutions financières en France, en Europe et dans le monde, Adobe offre des solutions innovantes pour aider les banques à devenir des partenaires de confiance, capables de fournir des expériences client sur mesure et exceptionnelles.

Vers une Expérience 100 % Digitale.

Les solutions Adobe permettent aux banques de créer des expériences client personnalisées à grande échelle en collectant, unifiant et analysant efficacement les données client en temps réel pour comprendre les comportements et les préférences clients.

ZOOM sur TSB

(banque de détail anglaise)

Engager le bon process au regard du contexte.

400%

Leads sur prêts immobiliers

300%

Conversion prêts immobiliers

Le challenge TSB

Réinventer le modèle de vente bancaire classique orienté sur les produits

La solution TSB x Adobe

La banque anglaise TSB a transformé son approche omnicanal, unifiant ses données client en temps réel sur tous les canaux grâce à cette plateforme, augmentant ainsi les interactions digitales à plus de 80 %. La mise en œuvre d'Adobe Real-Time CDP a réduit la latence entre la collecte et l'utilisation des données client à seulement 24 heures, permettant à TSB de déployer des milliers de campagnes personnalisées et générant 11 fois plus de revenus que prévu.

L'impact

En unissant les forces d'Adobe et de TSB, la banque a renforcé sa réputation en tant que partenaire financier de confiance, offrant des expériences ultra-personnalisées et adaptées aux besoins individuels de sa clientèle, tout en améliorant ses opérations marketing.

“

Avec Adobe, nous avons entrepris de transformer le modèle de vente du secteur financier, traditionnellement axé sur les produits, pour déployer des opérations marketing orientées clientèle.

Kavin Mistry

Head of Digital Marketing and Personalization, TSB

”

Le pouvoir de la cloudisation pour une expérience client sans faille.

La cloudisation des données clients est essentielle pour une expérience client incomparable. Les solutions Adobe, comme Adobe Experience Platform, assurent une gestion agile et sécurisée des données clients dans le cloud, offrant une vue unifiée des clients et de leurs interactions avec la banque.

Avec Adobe Experience Platform, vous créez des profils client dynamiques en temps réel pour des expériences instantanément personnalisées, tout en respectant leurs préférences. Cette approche sans cookies tiers offre une flexibilité inégalée dans la personnalisation des expériences.

ZOOM sur NATWEST

(banque de détail anglaise)

Favoriser l'usage du self-service pour réduire les coûts.

Le challenge Natwest

La banque anglaise Natwest avait une vision incomplète du parcours client liée à la disparité des systèmes technologiques.

La solution Natwest x Adobe

NatWest a transformé sa gestion de la relation client en connectant et standardisant les données en temps réel sur tous les canaux. En interconnectant toutes les interactions autour du client, les équipes bénéficient d'une vision globale et cohérente des échanges. La visualisation des événements clients permet une analyse approfondie de la pertinence du parcours, optimisant chaque étape de l'expérience client. Cette avancée a amélioré l'efficacité opérationnelle et la satisfaction client en fournissant des réponses plus précises et adaptées aux besoins de chacun.

L'impact

L'usage du self-service a été adopté à 89 %. En répondant pro-activement et combinant on/offline, la banque a réduit le nombre d'appels entrants mais également la durée grâce à un meilleur partage du contexte.

-198K

Appels au centre de contact

“

En tant que banque relationnelle dans un monde numérique, cette collaboration avec Adobe nous permet de mieux comprendre nos clients et de les accompagner plus efficacement tout au long de leur vie - qu'il s'agisse d'aider à acheter une maison, d'épargner pour l'avenir ou de créer et développer une entreprise.

”

Zachery Anderson

Chief Data & Analytics Officer, NatWest Group

Optimisation de vos ciblage et parcours.

Le projet OGC démontre l'efficacité de la plateforme de gestion de campagnes d'Adobe, offrant aux banques des moyens innovants pour renforcer leurs relations clientèles. Un exemple marquant de transformation digitale est celui de CaixaBank en Espagne, devenue la plus grande entité bancaire après sa fusion avec Bankia.

ZOOM sur CAIXABANK

(1^{er} groupe financier en Espagne)

+400

modèles gérés à tout moment

Le challenge Caixabank

CaixaBank cherchait à améliorer son expérience client omnicanal et à repenser ses solutions internes de marketing digital qui étaient obsolètes.

La solution Caixabank x Adobe

CaixaBank a amélioré son expérience client omnicanal en exploitant habilement les données clients avec Adobe Campaign, personnalisant ainsi ses campagnes marketing pour renforcer la fidélité à sa marque.

Adoptant une approche proactive, CaixaBank a créé des segments de clients pertinents et déployé des campagnes personnalisées sur différents canaux, s'assurant ainsi que les messages sont adaptés aux besoins individuels de chaque client.

L'impact

En combinant analyse approfondie des données clients et campagnes marketing ciblées, CaixaBank a amélioré l'expérience client et renforcé sa position de leader dans le secteur bancaire espagnol.

“ We are launching every channel we have through Adobe Campaign to make sure we deliver a consistent message in every communication we have with our customers.

Cristina Lázaro

Executive President CaixaBank Business Intelligence ”

Une gestion des assets digitaux réinventée.

L'utilisation de notre plateforme permet de créer et de gérer des contenus digitaux personnalisés à grande échelle, offrant ainsi un avantage concurrentiel significatif. La gestion des assets digitaux est optimisée grâce à une solution cloud native incluant la création, l'organisation, le déploiement et l'optimisation d'expériences personnalisées à grande échelle.

Gérant plusieurs millions d'assets à partir d'une seule solution cloud, cette approche réinvente la gestion des assets digitaux pour répondre aux attentes actuelles en matière de contenu. De plus, elle favorise la collaboration entre les équipes IT, créatives et marketing pour créer rapidement des expériences personnalisées.

Cette mise en œuvre a permis à LeasePlan de digitaliser entièrement ses processus de fidélisation client, offrant ainsi une expérience client personnalisée à grande échelle. Avec une mise en place rapide en seulement trois mois et demi, LeasePlan n'a plus besoin de relancer ses clients par téléphone.

L'activation instantanée et la personnalisation pour chaque client ont renforcé la satisfaction, faisant de cette plateforme un élément essentiel de leur stack technologique.

Agilité et time-to-market : les clés de la réactivité.

Dans un marché en constante évolution, la réactivité est essentielle pour rester compétitif. La gestion efficace des projets et la collaboration transparente deviennent des atouts stratégiques. Avec nos solutions, vous bénéficiez d'une plateforme d'orchestration de projets robuste, garantissant le respect des normes de gestion de projets, quelle que soit leur envergure.

Centralisant toutes les informations, de la conception à la réalisation, Workfront offre une visibilité complète sur l'état d'avancement des projets, permettant une prise de décision éclairée et une adaptation rapide aux demandes du marché.

Simplifiant la collaboration avec des outils de révision en ligne et prenant en charge plusieurs méthodes de travail comme Agile, Kanban et Scrum, Workfront favorise une collaboration efficace entre les équipes, assurant une exécution des projets dans les délais impartis.

En résumé, Adobe Workfront offre les outils nécessaires pour optimiser la gestion de projets, accélérer la Time-to-Market et maintenir sa position de leader dans un environnement en constante évolution.

Les bénéfices d'une stratégie basée sur l'expérience client.

Dans le secteur bancaire, cette approche revêt une importance particulière, avec une multitude d'avantages à la clé.

Une réduction des coûts.

La personnalisation à grande échelle permet une meilleure connaissance des clients, ce qui ouvre la voie à des services adaptés à leurs besoins spécifiques. En réduisant les interactions nécessitant une intervention humaine, une expérience client personnalisée permet également une automatisation accrue des processus, ce qui se traduit par une plus grande efficacité opérationnelle et une meilleure gestion des coûts pour les établissements bancaires.

Une augmentation de la fidélisation client.

Parallèlement, une expérience client sur mesure favorise des interactions plus fluides et engageantes, ce qui conduit à une augmentation de la performance globale de l'établissement. En anticipant les besoins des clients et en offrant des solutions adaptées, les banques peuvent également réduire le time-to-market de leurs produits et services, restant ainsi compétitives dans un marché en constante évolution. De plus, une personnalisation bien exécutée permet de renforcer la fidélisation des clients, en les fidélisant à long terme et en réduisant le taux de résiliation.

Une différenciation de la concurrence.

Un autre avantage significatif réside dans la capacité des banques à se différencier de la concurrence grâce à une expérience client exceptionnelle. En offrant des services qui dépassent les attentes des clients, les établissements bancaires peuvent non seulement attirer de nouveaux clients, mais aussi consolider leur position sur le marché. L'amélioration globale de la satisfaction client et la consolidation de la confiance jouent un rôle crucial dans la pérennité des relations bancaires.

En offrant des expériences sur mesure, les banques peuvent non seulement répondre aux besoins financiers de leurs clients, mais aussi établir des relations de confiance à long terme, ce qui constitue la pierre angulaire d'une réussite durable dans le secteur bancaire moderne.



+120%

de clientèle numérique en 5 ans pour BBVA⁶

Dans un paysage bancaire en perpétuelle mutation, l'expérience client est devenue un élément clé de différenciation. Les banques comme la Société Générale doivent désormais offrir des expériences fluides, personnalisées et sécurisées pour répondre aux attentes croissantes des clients et rester compétitives sur le marché.

Les solutions technologiques telles que celles proposées par Adobe offrent aux institutions financières les outils nécessaires pour relever ce défi. En tirant parti de l'expertise avancée d'Adobe en matière de personnalisation, d'automatisation et d'analyse, les banques peuvent non seulement répondre aux besoins spécifiques de leur clientèle, mais aussi améliorer leur satisfaction et renforcer leur position de leader dans le secteur bancaire.

Grâce à des plateformes comme Adobe Experience Platform, les banques peuvent créer des expériences client sur mesure, collecter et analyser efficacement les données client en temps réel, et offrir des interactions personnalisées à grande échelle. De plus, en adoptant des solutions cloud comme Adobe Experience Manager, elles peuvent gérer efficacement leurs actifs digitaux et offrir des expériences client fluides et cohérentes sur tous les canaux.

En fin de compte, les banques qui investissent dans des technologies innovantes comme celles d'Adobe sont mieux positionnées pour prospérer dans un marché en constante évolution. En offrant des expériences exceptionnelles à leurs clients, elles peuvent non seulement renforcer leur fidélité, mais aussi garantir leur succès à long terme dans un environnement bancaire de plus en plus concurrentiel.

⁶ | <https://business.adobe.com/fr/customer-success-stories/bbva-case-study.html>