

# Publi-Forum – dans la ligne de mire : Mobile Banking

## Le marché du mobile banking

1. Les banques ont-elles encore la possibilité de ne pas proposer du mobile banking ? (Si oui ou non, veuillez expliquer brièvement les raisons)

Les établissements actifs dans le retail banking ne peuvent pas ne pas offrir une solution mobile à leurs clients. Leurs clients ont adopté en masse et depuis longtemps les plateformes e-banking et l'utilisent lorsque et où ils le souhaitent. L'évolution vers les terminaux mobiles est naturelle et clairement incontournable.

Pour les banques privées, certains établissements sont tentés d'y renoncer pour des raisons de sécurité et de tradition ; la pression devient toutefois de plus en plus forte car, comme le montrent les études, leurs clients fortunés sont les plus rapides à adopter les tablettes et smartphones et sont eux-mêmes très mobiles. Ils désirent accéder aux fonctions traditionnelles du mobile banking (situation des comptes, dernières transactions, paiements) mais aussi à des fonctions plus avancées de gestion de patrimoine (états du patrimoine, analyse de performance, ordres boursiers, conseils, ouverture de relation...) pour lesquelles les tablettes offrent un excellent confort d'utilisation.

2. De votre point de vue, quelles sont les mesures les plus importantes qui doivent être prises cette année en ce qui concerne le retail et le mobile banking ?

La mesure principale est la sécurisation des applications mobiles sans contraintes excessives pour les utilisateurs. Certaines banques montrent la bonne direction en fournissant des systèmes très fiables d'authentification en simplement trois clics.

3. Pouvez-vous donner des champs d'application dans lesquels le recours aux technologies du mobile banking est prometteur et recommandé pour les banques et les instituts financiers ? Ceci en tenant compte des exigences de sécurité et de compliance.

Des applications mobiles spécialement conçues pour les gestionnaires de clientèle des banques privées leur offriront une plateforme souple, interactive, et attrayante pour dialoguer avec leurs clients.

4. Qu'est-ce qui caractérise de bonnes solutions ?

Une bonne solution ne doit pas tenter de reproduire sur un terminal mobile les fonctionnalités et l'expérience utilisateur des applications de web banking. La solution doit avoir une couverture complète présentée de manière intuitive et quasi ludique, sans s'encombrer de paramètres complexes. L'authentification et les autorisations doivent être simples (trois clics maximum) et sûres.

Par ailleurs, il est important, dans le monde de la banque de détail, d'utiliser toutes les fonctions des terminaux mobiles, notamment la géolocalisation, les liens avec les réseaux sociaux, par exemple.

5. Où les solutions de mobile banking se heurtent (encore) à leurs limites ?  
Si l'on pouvait évoquer il y a quelques années d'éventuels problèmes de performance, dus principalement aux capacités limitées des terminaux et à la lenteur des réseaux de télécommunication, les évolutions des technologies récentes nous indiquent que de telles limites n'existent plus.  
Le propre d'une application mobile est de faire peu de choses, mais de les faire bien. Nous avons vu certaines applications s'étoffer fonctionnellement de manière non contrôlée et cela nuit finalement à la « lisibilité » de ces Apps et à leur adoption par leur public cible.
6. Pouvez-vous transmettre des recommandations tirées d'expériences de ce type de projets ?  
Une application mobile bien conçue doit être aisément intégrable avec d'autres composants de ces technologies. Par exemple, l'intégration de l'application OLYMPIC Mobile Banking dans des environnements mobiles isolés et sécurisés (« sandboxing ») a pu être réalisée en quelques jours.
7. Quelle stratégie mobile choisiriez-vous en tant que Directeur d'une banque ?  
Un directeur de banque doit évaluer les services bancaires qu'il veut offrir à ses clients et l'expertise technique nécessaire pour fournir de tels services. Pour les services bancaires, il doit identifier les catégories d'utilisateurs ciblés (client retail, client banque privée, conseiller clientèle...) et éventuellement proposer des applications spécifiques à chacune d'elles.  
Si la banque manque d'expertise technique, il devrait sous-traiter l'implémentation de la solution à un partenaire technologique de confiance.
8. Comment se développeront les solutions mobiles pour les banques ? Que doivent garder à l'esprit les responsables ?  
Deux facteurs clés sont à prendre en compte : la simplicité et la sécurité.  
Du point de vue de la sécurité, les applications mobiles sont par nature plus exposées à des risques de piratage que les applications de web banking et il est impératif que les responsables apportent une importance très élevée à cette problématique et s'entourent d'experts.
9. Comment vous distinguez-vous d'autres acteurs et prestataires du marché ? Qu'est-ce qui caractérise particulièrement votre entreprise et vos solutions ?  
La solution de Mobile Banking d'ERI est parfaitement intégrée à OLYMPIC Banking System et permet un déploiement très rapide de la solution : en quelques semaines la banque peut mettre des solutions mobiles à disposition de ses utilisateurs internes et de ses clients avec les avantages d'une intégration totale ; par exemple, toutes les règles d'autorisation de transaction définies dans OLYMPIC Banking System s'appliquent automatiquement aux transactions initiées à partir d'un terminal mobile. De la même manière, une transaction saisie sur le terminal mobile sera immédiatement « visible » dans OLYMPIC Banking System, de la même manière que si elle avait été saisie dans le web banking ou par un collaborateur de la banque. Le temps réel est un facteur critique dans ce monde connecté.

10. Quelle est la stratégie de votre entreprise en tant que prestataire ? Et aurez-vous de nouveaux développements/prestations à offrir dans un proche avenir ?

Nous fournissons notre application mobile sous deux formes : soit une solution prête à l'emploi pour des banques qui ne désirent pas investir dans la maîtrise des technologies mobiles, soit une plateforme de développement qui permet à la banque de bâtir sa propre offre de solutions mobiles accédant à leur système de back-office mais intégrant aussi d'autres services financiers (nouvelles, cours de bourse). Dans les deux cas, nous offrons les prestations de services et les composants technologiques pour accompagner la banque dans son projet mobile.

11. En résumé et de votre point de vue, que pourrait-on ajouter encore à ce sujet ?

Le mobile banking devient une vitrine marketing très importante pour les banques qui se doivent d'y être présentes, tout en se différenciant de leurs concurrents. ERI propose une offre intégrée avec le back-office qui permet à la banque de se concentrer sur l'expérience utilisateur plutôt que la « tuyauterie » complexe que ces technologies nécessitent.