

Avec WWS Mobile d'Auriga

Le mobile, pivot et clé d'accès sécurisé à la banque omnicanal

Automates bancaires, mobiles et m-banking, et maintenant montres connectées : que cherche à prouver Auriga avec ces tous derniers développements ?

L'omnicanal est aujourd'hui une réalité et les banques françaises ne peuvent le nier. De même que se confirment la progression du m-banking (en Europe, près de 4 clients sur 10 y adhéraient déjà en 2015, selon IDC ou KPMG) et celle du paiement mobile (+150% dans le monde en 2016, selon Deloitte). Le marché émergent de la montre connectée – avec 420 000 unités vendues en France en 2015, selon GfK – fait partie de cette réalité. Mais comme pour le mobile, qui n'est pas un canal comme les autres, il s'agit de miser sur les spécificités de ce nouveau canal pour lequel tout reste encore à prouver; n'oublions pas le flop des Google Glass ! Néanmoins, comme pour le m-banking, même si le projet smartwatch se fait pour l'instant au titre de pilote, le point fort de la proposition d'Auriga est d'assurer d'emblée une gestion de ce canal pleinement intégrée dans l'existant de la banque. Ce qui signifie que tout service innovant, sur ce canal comme sur les autres, peut être déployé rapidement sans gros effort de développement. Et qu'au final, le client aura accès quel que soit le support – banque en ligne, automate, tablette, smartphone ou smartwatch – à une information personnalisée, précise et actualisée. Le tout bien-entendu revisité pour une expérience client "smart" depuis l'écran de sa montre connectée.

Spécificités du canal et intégration, est-ce facile à concilier ?

La preuve par l'exemple ! Auriga a tout simplement porté sur montre connectée les fonctionnalités pertinentes pour cette taille d'écran. A savoir : la localisation de l'agence ou du distributeur le plus proche, la consultation des soldes, les notifications et alertes après transactions (sur réception de SMS). Les nouveaux développements tablent aussi sur l'intérêt de services cross-canal. Par exemple, le retrait sans carte sécurisé par mot de passe à usage unique ou par QR code. Pouvoir commencer une transaction sur un canal et la

poursuivre sur un autre n'est possible que si l'articulation entre canaux fait partie intégrante de l'architecture du dispositif. Voilà précisément ce qui fait l'originalité de l'offre d'Auriga et son caractère unique.

Pourquoi est-ce si unique ?

Dès l'origine, la suite WWS (WinWeb-Server) d'Auriga, dédiée dans un premier temps à la gestion de la banque en ligne, a été conçue selon une architecture Web, évolutive et modulaire, qui centralise au niveau du serveur la logique applicative. Porter les automates bancaires dans le "Web" était alors la suite logique. Ce qui justifie d'ailleurs que, pour le canal automates, Auriga soit aujourd'hui reconnu comme tout premier fournisseur européen d'applications totalement indépendant des constructeurs. Avec en Italie, notamment, 67% des automates bancaires connectés à la plateforme WWS. Pour Auriga, l'intégration et le déploiement faciles de tout nouveau développement sont inscrits dans l'ADN même de son offre logicielle. Les déclinaisons de cette architecture pour les applications mobiles, sur smartphone ou sur smartwatch, procèdent du même principe. Ainsi, la suite WWS Mobile propose en standard un panel de fonctionnalités prêtes à l'emploi. Depuis les traditionnelles fonctions de consultation/virement/paiement, jusqu'à celles relevant de la mobilité (géolocalisation, alertes, usages de QR codes, support client via What'sApp ou Skype, etc). Mais du fait de son architecture Web, elle laisse aussi la place aux développements et déploiements rapides de nouvelles fonctions qui permettent aux banques d'exploiter au mieux le potentiel du canal mobile.

En quoi le mobile n'est-il pas un canal comme les autres ?

Si dès 2014, l'utilisation du mobile (36% des interactions) dépassait le recours aux services en ligne (30%) (étude Bain&Co), c'est bien parce que le mobile est devenu une clé centrale de l'accès à la banque omnicanal, synonyme d'un accès 24/7 aux services de sa banque depuis le canal de son choix. De nombreuses banques travaillent sur les potentialités du cross-canal, notamment sur

la possibilité d'effectuer des retraits préparés sur leur mobile à l'aide d'un simple QR code ou de la technologie NFC. Pour diverses banques italiennes, grâce à l'architecture Web de WWS, cette fonctionnalité de retrait sans carte, typiquement cross-canal, est déjà opérationnelle. Mais proposer un service propre au canal mobile, ce n'est pas seulement miser sur un outil en mouvement. C'est aussi permettre à l'utilisateur de personnaliser lui-même son parcours client. Voire sécuriser celui-ci. Préparer sur mobile, par exemple le menu qui lui sera présenté sur automate, avec accès simplifié aux services les plus utilisés. De même pour l'accès aux services en ligne, le mobile peut servir de canal d'authentification avec un niveau de sécurité nettement supérieur aux jetons d'authentification traditionnels. Soit là encore, du cross-canal garanti sans couture du fait de l'intégration assurée par l'architecture Web de WWS.

Pourquoi et comment la sécurité est-elle renforcée ?

D'abord parce qu'aucune logique sensible ni donnée personnelle ne sont stockées sur le poste client. Qu'il s'agisse du mobile ou de l'automate. La communication avec le serveur (plateforme WWS) est hautement cryptée, basée sur le standard SSL et des algorithmes de sécurité. De plus, tous les développements effectués autour de WWS Mobile partent du principe de faciliter une utilisation intuitive. De quoi faire du mobile non seulement la clé mais aussi le moyen de sécuriser les services bancaires sur les autres canaux. Toutes les études de marché le montrent : faciliter et sécuriser le parcours client reste une attente forte de toutes parts, des clients et des décideurs du milieu bancaire.



www.aurigaspa.com