

Communiqué de Presse

**Une révolution du libre-service bancaire se profile
dans les trois ans à venir selon un rapport d'Auriga et
ATM Marketplace**

19 mars 2019

La plupart des banques traditionnelles n'exploitent pas toutes les possibilités de ce qu'elles voient encore comme de simples distributeurs. Mais ces dernières préparent une révolution du libre-service bancaire pour les trois ans à venir selon le rapport "Branch Transformation for Financial Institutions" d'Auriga, leader européen de solutions logicielles innovantes pour la banque multicanal et les services de paiement, et ATM Marketplace. Dans un contexte de restructuration du réseau bancaire, des investissements sont prévus pour tirer parti de la diversification des solutions technologiques et des automates de libre-service, dans une perspective d'intégration et d'amélioration du modèle existant.

Modernisation du parc automates vers plus de libre-service et libre-service assisté

Si plus de la moitié des banques interrogées (57 %) ont déclaré que leur stratégie à moyen terme ne prévoyait pas de fermeture de leurs agences, elles manifestent toutefois leur désir d'utiliser de nouveaux procédés et nouvelles technologies. Ainsi, 71 % d'entre elles souhaitent mettre en place une stratégie de modernisation au cœur de leur plan de transformation des agences d'ici trois ans suivie par une volonté d'accroître leur parc avec l'acquisition d'automates et bornes de libre-service assisté à 58%. Enfin 52% d'entre elles souhaitent s'engager sur la voie de l'intégration multi-canal.

La volonté d'améliorer l'expérience client et d'optimiser les interactions avec les clients et prospects en agence explique la place importante que prend le libre-service au sein des banques. Pour y parvenir la majorité des banques interrogées (69 %) prévoient de se doter et/ou de développer davantage leur parc d'automates (automates et bornes de libre-service assisté) dans les 3 ans à venir.

Thierry Crespel, Responsable Commerciale EMEA francophone d'Auriga commente *"L'amélioration du parcours client est le moteur de développement du libre-service bancaire. Il est important de le rappeler à une époque où les banques sont parfois critiquées pour fermer des agences et réduire les services proposés à la clientèle. Leur volonté grandissante d'intégrer les différents canaux de distribution pour assurer la meilleure expérience possible au client*

sera un moteur essentiel de croissance, notamment pour séduire de nouveaux clients et palier à la concurrence pressante des néo-banques.”

Bienvenue dans l’agence connectée

Plus de la moitié (52 %) des banques ont mis en œuvre de nouvelles solutions d’accueil, avant tout pour améliorer l’expérience client en agence (69 %), mieux anticiper les besoins des clients (66 %) et améliorer la qualité des services rendus par les conseillers (63 %). L’adoption de ces solutions à des fins de suivi clients, ou d’information et de divertissement par écrans d’affichage dynamique est plus minoritaire (38 % et 28 % respectivement).

En plus de développer l’agence connectée de demain, les banques vont investir plus largement dans les technologies, en priorité dans l’analyse Big Data (75 %), dans la veille stratégique (69 %), l’intelligence artificielle et les agents conversationnels (68 %), ainsi que l’authentification biométrique (61 %), loin devant des innovations hyper-médiatisées telles que blockchain/bitcoin (24 %) ou la réalité augmentée (12 %).

Enfin, l’analyse des données va gagner en importance dans la gestion de l’expérience client dans les années à venir : 75% des banques voient l’analyse des données comme l’investissement technologique essentiel à venir. Même si 61% des banques utilisent déjà un logiciel ou des services analytiques, la plupart (83 %) prévoient de développer l’exploitation des données pour disposer d’une analyse plus complète des différents canaux et services.

“Dans l’ensemble, le marché est en lente mais constante évolution. Certaines banques sont engagées sur la voie de l’innovation, tandis que d’autres restent plus traditionnelles. Les opportunités offertes par les nouvelles technologies représentent un avantage concurrentiel important. Ceux qui sauront les saisir le plus vite auront certainement une longueur d’avance sur les autres” ajoute Thierry Crespel.

Pour avoir accès à l’ensemble des résultats de ce rapport :

<https://www.atmmarketplace.com/whitepapers/branch-transformation-for-financial-institutions-an-industry-guide/>

Méthodologie

Pour mener à bien cette étude intitulée “*Branch Transformation for Financial Institutions*”, ATM Marketplace a interrogé **150 banques** à travers le monde, petites et moyennes pour la plupart, mais aussi de plus grande taille avec plus de 2000 agences (représentant 17 % de l’échantillon). L’étude a analysé l’utilisation de solutions technologiques innovantes pour maximiser le fonctionnement des agences, les opportunités commerciales et l’expérience client.

À propos d'Auriga :

Créé en 1992 en Italie, Auriga est un éditeur de solutions logicielles propriétaires et d'applications destinées à la banque omnicanal. La société a développé la suite logicielle WinWebServer (WWS) qui intègre les différents canaux de distribution de la banque de détail avec notamment les solutions WWS ATM, WWS Mobile, WWS Branch et WWS Asset Management. Auriga dispose d'un portefeuille de plus de 150 clients, parmi lesquels se trouve les plus grands fournisseurs de services bancaires et institutions bancaires en Italie. Auriga a ouvert sa filiale à Paris en 2013.

Pour plus d'informations <http://www.aurigaspa.com/fr>

Contacts presse :

Agence onechocolate communications

Laure Guyon

laure@onechocolate.fr

Tél : 01 41 31 75 07

Alexandra Corbelli

alexandra@onechocolate.fr

Tél : 01 41 31 75 01