

Transformer la technologie en facteur de croissance

D'après François Jacquemart, General Manager Benelux-France, Odyssey Financial Technologies

Les institutions financières actives dans le domaine de la gestion de patrimoine font face aux mêmes challenges. Dans un secteur devenu bien plus concurrentiel que par le passé, avec des clients de plus en plus exigeants, des produits de plus en plus complexes et une réglementation de plus en plus lourde, il leur est indispensable de trouver de nouveaux canaux de différenciation.

Il faut tout d'abord noter que le marché de la gestion reste un marché très attractif présentant un potentiel important de croissance. D'après une étude réalisée par PricewaterhouseCoopers (PWC) en 2007, les actifs sous gestion ont augmenté au niveau mondial de 24% sur ces 12 derniers mois. L'étude souligne aussi que l'essentiel de cette hausse provient du segment "mass affluent", un nombre important de banques s'étant lancées sur ce segment, où la faiblesse des actifs sous gestion est compensée par l'effet volume. L'augmentation induite du nombre de clients par gestionnaire, ainsi que la difficulté de trouver du personnel qualifié, obligent les banques à gagner en efficacité, en mettant, par exemple, à disposition de leurs gestionnaires de meilleurs outils leur permettant de passer moins de temps sur les tâches administratives et d'ainsi dégager du temps pour s'occuper davantage de leur clientèle ou de la prospection. Les systèmes de gestion de la relation et du reporting client sont considérés par 62% des personnes interrogées dans le cadre de l'étude PWC comme des priorités actuelles des Départements IT.

Ce chiffre démontre l'importance qu'ont ces systèmes pour les banques actives sur le segment du "mass affluent" et soulève la question suivante: Quelles doivent être les principales caractéristiques que doivent posséder de tels systèmes? Il existe, tout d'abord, des différences essentielles suivant le segment de clientèle ciblé. Un rapport récent d'Aite Group cite: "Les clients très for-

tunés (UHNWI) exigent énormément de temps, de conseils et de produits performants, alors que des sociétés ciblant des investisseurs de type "mass affluent" devront attacher beaucoup plus d'importance à l'automatisation, afin de faire face au nombre grandissant de clients par gestionnaire." L'étude souligne également que les institutions financières visant une clientèle de type "mass affluent", devraient s'appuyer sur une plateforme intégrée basée sur une vision centrée sur le client plutôt que sur le portefeuille. La gestion de documents devrait également faire partie intégrante d'une telle plateforme ainsi qu'un mécanisme d'alertes, ce dernier point étant considéré comme le facteur clé devant permettant au gestionnaire d'être davantage proactif.

Afin de répondre de façon optimale à ces nouvelles tendances du marché "mass affluent", les banques devraient tout d'abord se concentrer sur la standardisation de leur processus de travail. Elles devraient ainsi minimiser la dispersion de leur processus en développant davantage l'industrialisation, tout en se concentrant sur la conception d'une offre personnalisée de produit et service par la combinaison de produits standards et de processus. Ceci devrait être facilité par la mise en place d'une plateforme intégrée couvrant tant la gestion de la relation client que la gestion de portefeuille. La clé du succès est la capacité des gestionnaires à gérer une clientèle de plus en plus diversifiée tout en respectant les besoins spécifiques de chaque client et en préservant un service personnalisé et de qualité. Sur le marché du mass affluent, un des facteurs déterminant pour fidéliser ses clients, qui sont de plus en plus démarchés par la concurrence, est l'application d'une gestion du client efficace et proactive.

Il est primordial de faciliter la tâche des gestionnaires en leur fournissant toutes les informations dont ils ont besoin. Ces informations devraient être présentées de façon telle qu'un conseiller puisse appréhender la situation particulière de chacun de ses clients en un seul click. C'est pourquoi, les institutions financières ont tout intérêt à installer une plateforme unique plutôt que de recourir à un patchwork de solutions disparates. Cette plateforme doit être capable de permettre la saisie de toutes les informations pertinentes sur les contacts et les clients et d'obtenir ainsi une vue 360° des clients et de leurs portefeuilles. Cela permet alors de définir l'objectif du client, de

générer et de suivre les offres d'investissements, de calculer les performances, de gérer les portefeuilles, de contrôler la conformité, ainsi qu'à produire de façon automatique des rapports personnalisés de qualité. Aujourd'hui, les institutions financières essaient trop encore d'assembler des solutions disparates, empêchant toute possibilité d'intégration. Une telle stratégie débouche sur un taux d'adoption très bas par les utilisateurs finaux et rend toute approche holistique, axée sur le client, impossible.

Les tâches récurrentes, telles que l'administration du client et du portefeuille, doivent être supportées par des processus standard incluant des processus de collecte de données. Une plateforme efficace destinée aux clients du segment "mass affluent" doit aussi avoir la capacité de faciliter la gestion à grande échelle à travers des tableaux de bord et des systèmes de contrôle sous forme d'alertes automatisés. Un système d'alerte doit pouvoir indiquer au conseiller les demandes de service, les déséquilibres du portefeuille, le cash disponible, les prochaines révisions du client, les plans marketing du siège, les actions en cours, etc. Les outils communs doivent permettre un travail d'équipe en offrant, d'une part, une vue globale des attributions de chacun, des dates d'échéances, des rendez-vous pris, et d'autre part, en mettant à disposition une fonctionnalité de suivi de l'activité dans son ensemble. En standardisant et en dynamisant leurs pro-

cessus de travail, ainsi qu'en s'appuyant sur une efficace plateforme informatique destinée au travail quotidien de la gestion du client, les banques seront capables d'améliorer leurs niveaux de services et d'assurer une meilleure cohérence d'investissement pour des profils similaires. Des stratégies spécifiques d'investissement peuvent être proposées, modifiées, exécutées et suivies, selon les objectifs prédéfinis de risque et de retour sur investissement. L'automatisation des services personnalisés permet aux banques de réaliser une économie de coûts, mais aussi de consacrer davantage de temps aux clients, de façon plus efficace et plus sécurisée. Cela permet de renforcer et d'améliorer la relation client, ce qui favorisera par ailleurs la fidélisation du client.

La solution WealthManagerTM développée et distribuée par Odyssey Financial Technologies a démontré être totalement adaptée aux exigences actuelles du marché du segment "mass affluent". Elle met à la disposition des gestionnaires, ayant des contacts en face à face avec des clients, une application intégrée unique et facile d'utilisation, qui offre la fonctionnalité nécessaire à la gestion de la plupart des activités en relation avec les services liés à la gestion de patrimoine. Elle a été installée avec succès dans beaucoup de banques de renom, qui l'ont choisie pour aider leurs conseillers et leurs gestionnaires de clientèle à répondre aux exigences de milliers de clients et à gérer leurs portefeuilles.