

Les applications mobiles des banques



Le mobile,
2^{ème} mode de connexion à internet en 2014

27 millions de mobinautes soit 50% des Français.

Médiamétrie - 2014



On estime qu'en 2015 le nombre de connexions via un mobile ou une tablette dépassera celles via un ordinateur. Cette tendance sera tirée par les générations digitales qui représenteront 40% de la population active en 2015. Le mobile devient ainsi un canal incontournable de la relation client, à condition d'en comprendre ses spécificités et de miser sur des fonctionnalités à haute valeur ajoutée pour le consommateur.



72% des Français ne se sentent pas considérés par leur banque. Parmi les axes d'améliorations, l'accès aux services bancaires partout et à tout moment est N°1. Seulement 23% des clients jugent les services bancaires sur mobile comme satisfaisants (*Ipsos MORI – GMC Software Technology, 2013*).

**Les applications mobiles ne sont-elles qu'un accessoire au service de la relation client ?
Peut-on vraiment fidéliser ses clients grâce à cet outil ?**

Les principales banques ont leur application

La majorité des banques françaises possède au moins une application. Les innovations concernent désormais les fonctionnalités et l'ergonomie des applis.

De nouveaux usages et une nouvelle relation avec sa banque

Si à l'origine ces applications visaient principalement les générations digitales, la généralisation du smartphone a permis d'élargir la cible. De la retranscription de la version web, nous sommes passés à des applications offrant de nouvelles fonctionnalités propres au mobile :

- Le transfert d'argent via SMS
- L'alerte de dépassement de budget et le suivi du budget sous forme de fil d'actualités et de graphiques
- La planification de projets
- La communication avec son conseiller
- La géolocalisation d'agences et de distributeurs
- Les numéros d'urgence en cas de perte ou de vol de CB, de chèquiers
- Le lien avec les plateformes collaboratives, de co-création ; etc...

La **mobilité**, l'**instantanéité** et la **proximité** que proposent ces applications permettent aux banques d'apporter le service là où se trouve le client. Grâce aux applications bancaires, la relation devient ainsi plus simple, plus fluide et meilleure avec sa banque (*étude TNS Sofres - 2013*). D'une manière générale, l'usage bancaire via les supports digitaux s'est développé avec les tablettes et les smartphones au détriment des canaux traditionnels qui sont moins sollicités.



Malgré leur positionnement de « pure player », les banques en ligne n'excellent pas pour autant sur le canal mobile. Seulement 40% de leurs clients sont équipés de l'application et les avis oscillent entre 3,4 et 3,75 sur 5. Leurs applis ne permettent pas toujours un parcours client mobile optimisé : Fortuneo en propose une pour la consultation des comptes et le paiement et une autre pour la gestion de budget.

Par ailleurs, les applis bancaires sont mises au défi par des **agrégateurs** tels que **Linxo**, vendu en marque blanche, et **Bankin**, lauréat du « Prix de l'Appli Bancaire AXA Banque ». Ces solutions de gestion des finances personnelles (**PFM** - Personal Financial Management) synchronisent les comptes de différentes banques et analysent l'ensemble des flux grâce à une seule appli et un unique mot de passe. Fortuneo a adopté Linxo pour l'appli gratuite **Budget par Fortuneo**.

Illustrations des applis mobiles des banques

Société Générale

Élue meilleure application bancaire mondiale « tout-en-un » par le cabinet MyPrivateBanking, elle totalise plus de 3 millions de téléchargements et génère 35 millions de connexions par mois.

- + - Transfert d'argent par SMS
- + - Paylib (payer en ligne sans saisir ses données bancaires)
- + - Simplicité des outils de mise en relation entre les clients et les conseillers (appel en un clic, messagerie sécurisée...)
- Solution de gestion des finances personnelles
- Possibilité de tester et d'évaluer les futurs services via l'**Appli Lab**
- Impossible de passer des ordres de bourse



Soon par AXA



Cette offre bancaire 100% mobile, appréciée pour son ergonomie, couple l'avantage tarifaire des banques en ligne et les nouveaux usages des smartphones.

- + - Gestion du compte bancaire sous forme de fil d'actualités, à l'image des réseaux sociaux
- + - Paiement sans contact, remboursement à des proches via Paypal et géolocalisation
- + - Outil « Reste à dépenser » pour anticiper ses dépenses et créer des « enveloppes-projets »
- + - Ajout de photos sur des dépenses ou des projets
- Pauvre en produits bancaires (pas de Livret A ; Livret Soon très faiblement rémunéré : 1% brut)

Crédit Agricole

L'application du CA est la plus téléchargée avec plus de 3 millions de téléchargements, mais ne touche que 15% de ses clients.

- + - Gestion du budget : catégorisation des flux, planification, projets...
- Contact avec son conseiller ou son agence

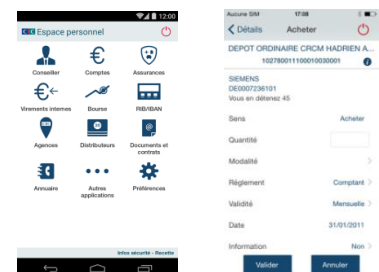
Le Crédit Agricole, via sa plateforme communautaire, propose aux internautes d'imaginer les applications de demain et de les télécharger via le CA Store.



L'application du CIC est la mieux notée par les utilisateurs avec 4,05/5.

- + - Passage d'ordres de bourse et consultation d'actualités financières
- + - Devis complémentaires santé
- + - Gestion des remboursements médicaux
- Pas de gestion de budget, ergonomie perfectible

Classement des applications (Cbanque, 2014)



CIC

Les applis bancaires vont-elles remplacer le banquier de demain ?

Le canal mobile est unanimement sollicité par les banques. La baisse de fréquentation des agences semble indiquer un transfert progressif des canaux traditionnels vers le digital. Les applications bancaires vont-elles remplacer le banquier de demain ? Elles améliorent l'efficacité opérationnelle pour les transactions courantes et permettent à la banque de se concentrer sur les opérations plus complexes à forte dimension de conseil. Le concept d'agence connectée est de plus en plus déployé par les banques et la co-création est un bon moyen pour se centrer sur les besoins client. Néanmoins, on s'interroge encore sur la bonne intégration du mobile dans un parcours client cohérent et fluide grâce à un processus cross-canal interne optimisé.