

El Watan Edition du 24 mai 2010

Banque en ligne : Les enjeux du multicanal

**Un site web n'est pas seulement une vitrine sur l'extérieur.
C'est aussi un outil d'analyse et de surveillance du
comportement du client.**



Les changements des modes de vie, des technologies plus innovantes et accessibles, l'apparition de nouveaux modèles économiques et une évolution des attentes des clients bousculent les métiers de la banque. La révolution bancaire est en marche. Du guichet traditionnel à la banque en ligne, le modèle de distribution bancaire opère sa transformation. La banque « orientée client » devient interactive et multicanale. Les TIC, et en particulier les technologies web, accélèrent le développement de nouveaux usages, comme l'utilisation de la téléphonie mobile pour effectuer ses opérations bancaires.

En Algérie, on en est encore aux balbutiements dans ce domaine. Malgré cela, certains croient au marché. Parmi ces derniers figure la société AEBS qui propose à ses clients le choix entre deux types de solutions, à savoir en mode hébergé (location) et en mode non-hébergé (acquisition). Les avantages du mode locatif hébergé sont multiples : aucun investissement en termes de licences et diminution des problèmes techniques, les coûts des supports et de l'implémentation sont réduits avec une adaptation plus large des applications aux besoins. L'acquisition de la solution consiste à installer les applicatifs dans l'environnement du client, cela implique que c'est lui qui s'occupera de l'administration, de la mise à jour et de la sauvegarde des données en local avec l'aide de AEBS en cas de problèmes.

« Certes, le système bancaire algérien est sur la voie de la réforme et de la modernisation, souligne Haykel Ben Amara, directeur général AEBS, mais il est engagé dans une mutation qui se traduira par une bancarisation plus importante et plus moderne. Avec près d'une vingtaine de banques nationales (publiques et privées), mixtes et étrangères, le nouveau paysage financier algérien semble opérer des réajustements qui devraient lui permettre de jouer, à court terme, un rôle majeur dans la relance et le développement économique. »

La BEA a choisi AEBS pour la partie fondamentale des échanges qui n'a pas été encore prise en compte de manière automatisée. Il s'agit de la relation avec la clientèle dans le cadre du traitement des opérations de paiement et des flux de trésorerie consécutifs. Le Crédit populaire d'Algérie (CPA) a aussi eu recours à cette technologie qui va permettre aux clients de la banque de bénéficier de prestations bancaires, telles que la consultation de comptes, soldes et mouvements, la demande de chéquiers, les virements bancaires et les paiements de factures. Les enjeux d'une solution e-banking sont multiples. Elle contribue à élargir les modes de distribution bancaire pour permettre au client de choisir, en temps réel, les produits et services souhaités sur les canaux adaptés à ses besoins, de renforcer et de diversifier la relation client au travers d'une collaboration étroite et personnalisée.

Au niveau mondial, durant ces cinq dernières années, les banques ont principalement investi dans les agences et les automates. Les banques vont fortement réduire, dans les cinq années à venir, la part des investissements consacrés au réseau physique (agences et libre-service) et augmenter la part allouée à la banque en ligne. L'Algérie va-t-elle suivre le rythme ?

Par Kamel Benelkadi