

# La culture de la donnée, un chantier de taille pour l'industrie bancaire

Le traitement des données n'est pas le cœur de métier des banques, pour autant, elles en créent et en utilisent depuis toujours pour assurer leurs services.

Cependant, alors qu'auparavant les établissements bancaires ne disposaient pas des moyens techniques pour exploiter des données qui n'ont cessé de se décupler ces dernières années, l'avènement de nouvelles technologies, comme l'intelligence artificielle, et l'augmentation des capacités de stockage leur offrent aujourd'hui la possibilité de tirer profit de ce nouvel or noir.

Il est temps désormais pour l'industrie bancaire de passer à la vitesse supérieure et d'adapter ses modèles opérationnels.

## Optimiser son efficacité opérationnelle

Grâce au travail de valorisation de leurs données, les banques ont ainsi toutes les clés en main pour simplifier et améliorer de nombreux processus en les automatisant. C'est le cas notamment des signatures de contrats, des vérifications d'identité ou encore de l'ensemble des procédures KYC (*Know Your Customer*), particulièrement consommatrices de ressources.

Par exemple, un système de « *passporting* » permettrait idéalement au client bancaire d'effectuer une seule et unique fois ses démarches KYC sans avoir à les renouveler à chaque fois qu'il s'adresserait à une nouvelle filiale. Cette [automatisation](#) des process aura un effet bénéfique pour les professionnels qui pourront se concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée.

## Entrer dans l'ère de l'ultra-personnalisation des services

La donnée est également un élément stratégique pour les banques face aux nouvelles attentes de leurs clients, habitués par les grandes marques, les GAFA ou encore Netflix, à des services toujours plus personnalisés en fonction de leurs habitudes et de leurs comportements d'achat.

Pour s'adapter à ce nouveau contexte, les banques ont tout à gagner à basculer dans une approche *customer-centric*, c'est-à-dire entièrement tournée vers le besoin client, et non pas centrée sur le produit.

Pour entrer dans cette nouvelle ère, les établissements bancaires doivent donc travailler à l'analyse des données de transaction bancaire, une « data » qui repousse les frontières de la connaissance client.

Si la réglementation RGPD est parfois perçue comme un frein à cette démarche, il s'agit au

contraire d'y voir une opportunité d'ouvrir un dialogue avec ses clients sur la capacité de la banque à combiner le [maintien d'un très haut niveau de protection](#) de leurs données tout en proposant d'en faire une base pour de meilleures recommandations de produits et services.

A travers une série d'achats indiquant par exemple, la préparation de la naissance d'un enfant, d'un mariage ou encore d'un achat immobilier, la connaissance ainsi obtenue permet aux banques d'accompagner les grands moments de vie de leurs clients et de recommander des produits véritablement personnalisés, proches de leurs besoins.

Les banques doivent néanmoins réfléchir en amont à leur positionnement, et définir quels types de données elles souhaitent utiliser, à quelles fins. Ce ne sont pas les données qui manquent aujourd'hui, mais plutôt les cas d'usage vraiment pertinents et l'implémentation des moyens techniques requis.

## **Etablir une gouvernance et repenser son architecture, les bases de la valorisation de la donnée**

D'autant que d'autres données de contexte, internes comme externes, peuvent également se révéler utiles aux banques, notamment pour apprécier le profil de risque d'une entreprise, d'un particulier ou d'une opération (données publiques sur les entreprises, informations géopolitiques, *negative news* dans les médias...).

La gouvernance de la data est ici un premier enjeu crucial à maîtriser ; sans elle pas de collecte organisée de ces données éparses afin de les transformer en informations exploitables. Le second enjeu est de repenser son architecture informatique afin qu'elle soit en mesure d'accueillir davantage de données, et notamment ces données alternatives non structurées.

## **Intégrer une nouvelle culture de la donnée : pierre angulaire de la transformation digitale des banques**

Tout ce travail de sélection et d'organisation du traitement de la donnée restera néanmoins lettre morte si les équipes n'intègrent pas ces nouvelles possibilités dans leur quotidien. Au-delà de la gouvernance et des moyens techniques, il y a un défi humain à relever pour réussir cette transformation.

Pour insuffler cette nouvelle culture, les données et leur utilisation doivent être démystifiées de sorte que l'ensemble des effectifs puisse évoluer vers une culture orientée data.

Ce changement culturel profond est d'autant plus nécessaire qu'au sein des banques de nombreux métiers vont disparaître du fait de la digitalisation du secteur. Aujourd'hui les établissements ont recours à des profils experts et trop peu nombreux, comme les « *data scientists* » ou « *data engineers* » pour traiter et structurer la donnée.

Même si ce concept de « *citizen data scientist* » a été cité dès 2016, une date déjà ancienne dans l'univers de la data, son implémentation réelle est encore devant nous. Demain, la data sera l'affaire de tous, les banques devront combiner la mise en place de formations étendues, de reconversions et d'outils permettant au plus grand nombre d'exploiter la donnée, la démocratisation de la valorisation de la donnée est en marche !

Les banques qui seront parvenues à maîtriser la gestion de leurs données, à les enrichir, grâce à des collaborateurs accompagnés vers de nouveaux métiers bancaires, seront les plus à même de se distinguer sur un marché en pleine mutation grâce à des coûts maîtrisés et des offres toujours plus pertinentes.