



Prêt pour l'Open Banking dans le crédit ?

■ Guide de bonnes pratiques pour accélérer
l'adoption de l'Open Banking !

algoan



Les bénéfices de l'Open Banking sont largement reconnus par les institutions financières supranationales telles que le FMI qui déclare que « l'utilisation des données des clients par les acteurs du crédit, permettrait une meilleure analyse de la solvabilité. Contrairement aux acteurs traditionnels, les fintechs exploitent les données non financières des utilisateurs. Ces ressources sont considérées comme étant « souvent supérieures aux méthodes traditionnelles d'évaluation du crédit » et peuvent faire « progresser l'inclusion financière ».

Article publié par l'AGEFI le 31/12/2020
<https://www.agefi.fr/fintech/actualites/quotidien/20201231/fmi-reconnait-potentiel-fintech-312604>

Donner les mêmes chances à un jeune en CDD, locataire de son logement, à un chauffeur Uber auto-entrepreneur et à un cadre de la fonction publique en CDI et propriétaire de son logement, de pouvoir accéder au crédit afin de réaliser ses projets, peut vous sembler utopique. Cette louable ambition est pourtant au cœur du « Credit Decisioning Open Banking » et pourrait devenir la norme d'ici quelques années au même titre que les innovations que l'on observe dans le paiement, telles que le paiement sans contact, le paiement instantané etc.

En effet, l'intérêt de l'Open Banking auprès des acteurs du crédit fait aujourd'hui quasiment l'unanimité. La simplification des parcours, l'octroi de prêt au plus grand nombre, une gestion des risques plus précise, mais aussi la réduction des coûts opérationnels sont des bénéfices largement reconnus.

Pourtant peu d'acteurs ont sauté le pas jusqu'à maintenant, freinés par une certaine frilosité et une adoption encore faible, néanmoins grandissante du côté des emprunteurs.

Une étude réalisée au 4^e trimestre 2020 par Algoan, Fintech française spécialisée dans le « Credit Decisioning Open Banking » auprès d'un échantillon de plus de 1000 personnes, représentatif de la population française, montre que 17 % seulement des emprunteurs ont connecté leur compte pour bénéficier d'un parcours de « crédit Open Banking ».

Une étude Deloitte, « les Français et les nouveaux services financiers », démontre néanmoins que l'intérêt des français va grandissant, puisqu'en 2020, 43 % des français de l'étude sont intéressés par l'agrégation bancaire (soit +5 % par rapport à l'an dernier) et 23 % d'entre eux y recourent (soit +5 % par rapport à l'année précédente)*.

Devant les enjeux à la fois de démocratisation du crédit, d'amélioration des parcours de souscription, notamment dans l'univers digital, de croissance du marché et de compétitivité, lever les freins des particuliers pour faire du « Credit Decisioning Open Banking », un usage courant devient un objectif stratégique.

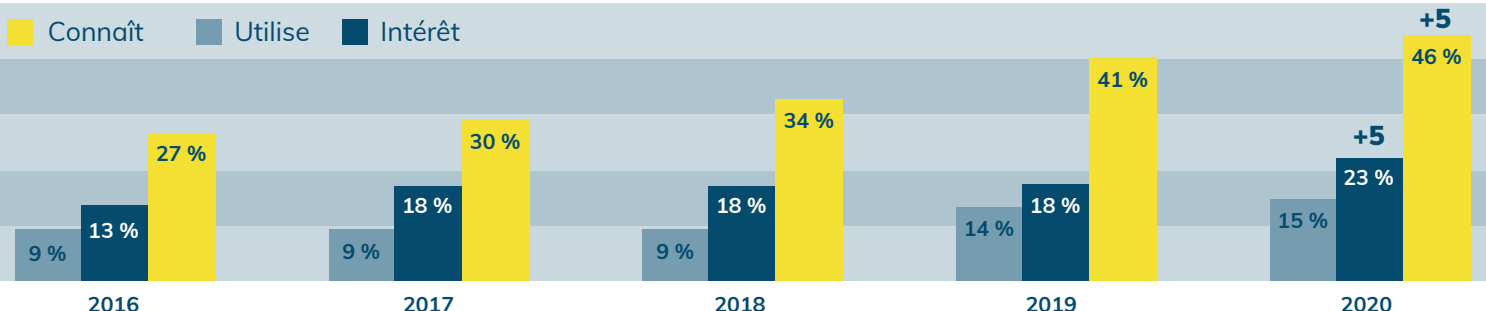
L'objet de ce livre blanc est d'apporter aux acteurs du crédit un recueil de bonnes pratiques destiné à accélérer le déploiement et le succès de leur approche « Credit Decisioning Open Banking ».

Pionnier du « Credit Decisioning Open Banking », Algoan s'est donné pour mission le développement de nouveaux modèles de score basés sur des données comportementales exclusivement bancaires, afin d'ouvrir le crédit au plus grand nombre et à moindre risque. Au travers de ce guide, fruit d'une étude extensive auprès du grand public et d'une réflexion menée avec des experts du crédit, Algoan souhaite accompagner les acteurs du crédit et leurs clients de manière à transformer les promesses de l'Open Banking en réalité. N'hésitez pas à partager vos retours d'expérience pour faire de ce livre blanc un outil évolutif et participatif, pour le bénéfice du plus grand nombre.

Très bonne lecture !

François Gutierrez
Associé - Chief Revenue Officer, Algoan

*Etude Deloitte, « Les Français et les nouveaux services financiers », 5^e édition 2020



Étude sur la perception de l'Open Banking auprès des emprunteurs

Enquête qualitative réalisée auprès de 12 consommateurs indépendants financièrement et ayant au moins contracté un crédit au cours de leur vie dans le cadre de 2 réunions de consommateurs organisées au 4^e trimestre 2020.

Complétée par une enquête quantitative en ligne réalisée auprès d'un échantillon de 1000 personnes représentatif de la population française.

Objectifs globaux de l'étude :

- Mesurer le taux de notoriété et le taux d'adoption du « Credit Decisioning Open Banking » dans un parcours de crédit ;
- Comprendre l'appétence du grand public pour une nouvelle solution d'accès au crédit via le « Credit Decisioning Open Banking » :
 - Les éléments de séduction pour ce nouveau mode de fonctionnement ;
 - Les réticences, crainte et questions soulevées ;
 - Les moyens de rendre cette solution acceptable par le grand public ;
 - Déterminer et mettre en exergue les éléments de communication permettant de soutenir le développement de la solution.
- Identifier les enjeux, les freins et les arguments porteurs dans le but d'évangéliser l'Open Banking dans un parcours de crédit destiné au grand public.
- Identifier les règles de succès et les erreurs à éviter afin de promouvoir l'Open Banking auprès des emprunteurs.

Comité d'experts du crédit avec un double objectif :

Avec les avis d'experts et analyses de ...

Adhémard Autrand
CEO
TURGO

Patricia Pinto
Head of Customer Success
ALGOAN

Laurène Huet
Chief Marketing Officer
ALGOAN

Arnaud Collin
Head of Product
YOUNITED CREDIT

Clément Danis
Responsable de Domaine
Performance
COFIDIS

Ludovic Tran
Managing Director
Services Bancaires
ACCENTURE

Marc Lanvin
Directeur Général Adjoint
FLOA (EX BANQUE
CASINO)

Christelle Diguët
Lead Designer
ALGOAN

Sommaire

Introduction 05
Rendre le crédit
plus accessible à tous

Partie 2 06
Les consommateurs
et l'Open Banking
À 13

Partie 3 13
Les enjeux de
l'Open Banking pour les
acteurs du crédit
À 14

Partie 4 15
Les freins à l'adoption
du « Credit Decisioning Open
Banking »
À 16

Partie 5 17
5 règles du succès pour
accélérer l'adoption du « Credit
Decisioning Open Banking »
À 20

Conclusion 21

Introduction

Rendre le crédit plus accessible à tous

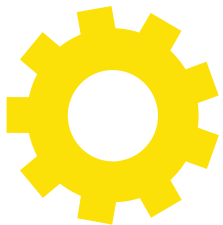
Algoan est une FinTech française, labellisée par le pôle de compétitivité international Finance Innovation, qui se donne pour mission « de rendre le crédit plus accessible à tous ».

Elle se spécialise dans des technologies de « Credit Decisioning Open Banking » - analyse tout au long du cycle de vie du crédit à la consommation ou crédit immobilier, grâce à une analyse dynamique de l'historique bancaire des emprunteurs dont le partage pré-consenti est devenu possible grâce à la deuxième Directive Européenne des Services de Paiement, dite DSP2.

L'innovation apportée par Algoan permet de suppléer aux méthodologies traditionnelles de scoring utilisées par les établissements de crédit lesquels en France, s'appuient essentiellement sur des critères socio-démographiques statiques tels que la situation maritale, ne mettant pas en avant la gestion financière budgétaire du candidat à l'emprunt. Ainsi, ces modèles manquant de précision, excluent de facto une large proportion de la population considérée comme « non stable » (ex. jeunes, personnes en CDD, freelances etc.) et n'intègrent pas toujours le risque de surendettement. Par ailleurs, dans le contexte de la pandémie de Covid-19 (cf. livre blanc « Credit Decisioning Open Banking, une évolution nécessaire pour la gestion des risques »), ces modèles traditionnels ne répondent plus aux besoins d'analyse de risque qui ont changé de paradigme.

Ces technologies de scoring de crédit dynamiques permettent ainsi d'adapter leurs conditions aux changements de situation financière éventuels de l'emprunteur.

Déjà utilisées chez de grands acteurs du crédit en France, Belgique, Portugal et Espagne, Algoan possède aujourd'hui suffisamment de recul opérationnel pour confirmer que ses solutions technologiques autorisent une baisse de 80 % du risque à périmètre égal ou une augmentation de 40 % du taux d'acceptation à risque équivalent.



Partie 2

Les consommateurs et l'Open Banking

L'Open Banking se matérialise via l'application de la deuxième directive européenne des services de paiement (DSP2) laquelle stipule notamment que les données bancaires clients sont la propriété de ces dits clients et non des établissements bancaires. Ces derniers sont ainsi tenus de les partager auprès d'acteurs tiers dès lors que les clients y consentent. Ainsi, l'Open Banking est rapidement devenu un sujet brûlant dans le secteur financier et notamment dans le secteur du crédit.

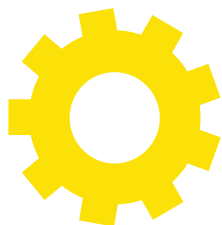
En effet, parmi ses premières applications concrètes, la plus prometteuse est certainement l'évaluation du profil de risque des emprunteurs grâce à l'analyse de leurs transactions bancaires quotidiennes, révélatrice à la fois de leur situation budgétaire et de leurs comportements financiers.

Du point de vue du grand public, l'Open Banking est dans une très large mesure, une notion vide de sens, non seulement parce qu'elle est très récente et encore peu répandue mais surtout parce que seules ses applications concrètes représentent une valeur quelconque dans leur vie quotidienne.

Dans ce contexte, afin de mesurer la réceptivité des français à l'utilisation de l'Open Banking dans le crédit en vue de faciliter leur accès au crédit, une étude en deux phases a été menée au 4^e trimestre 2020.

L'objectif visé consistait à évaluer l'intérêt des consommateurs – en général et, autant que possible selon différentes segmentations (par âge, sexe, région de résidence...) – pour une approche de la qualification des dossiers telle que la propose Algoan, ainsi qu'à identifier les freins et réticences possibles à son adoption.

Afin de prendre du recul sur les réactions spécifiques à la solution traitée, notamment en termes de frustrations et d'attentes génériques, une mise en perspective des usages vis-à-vis de la banque et du crédit était également abordée en préalable.

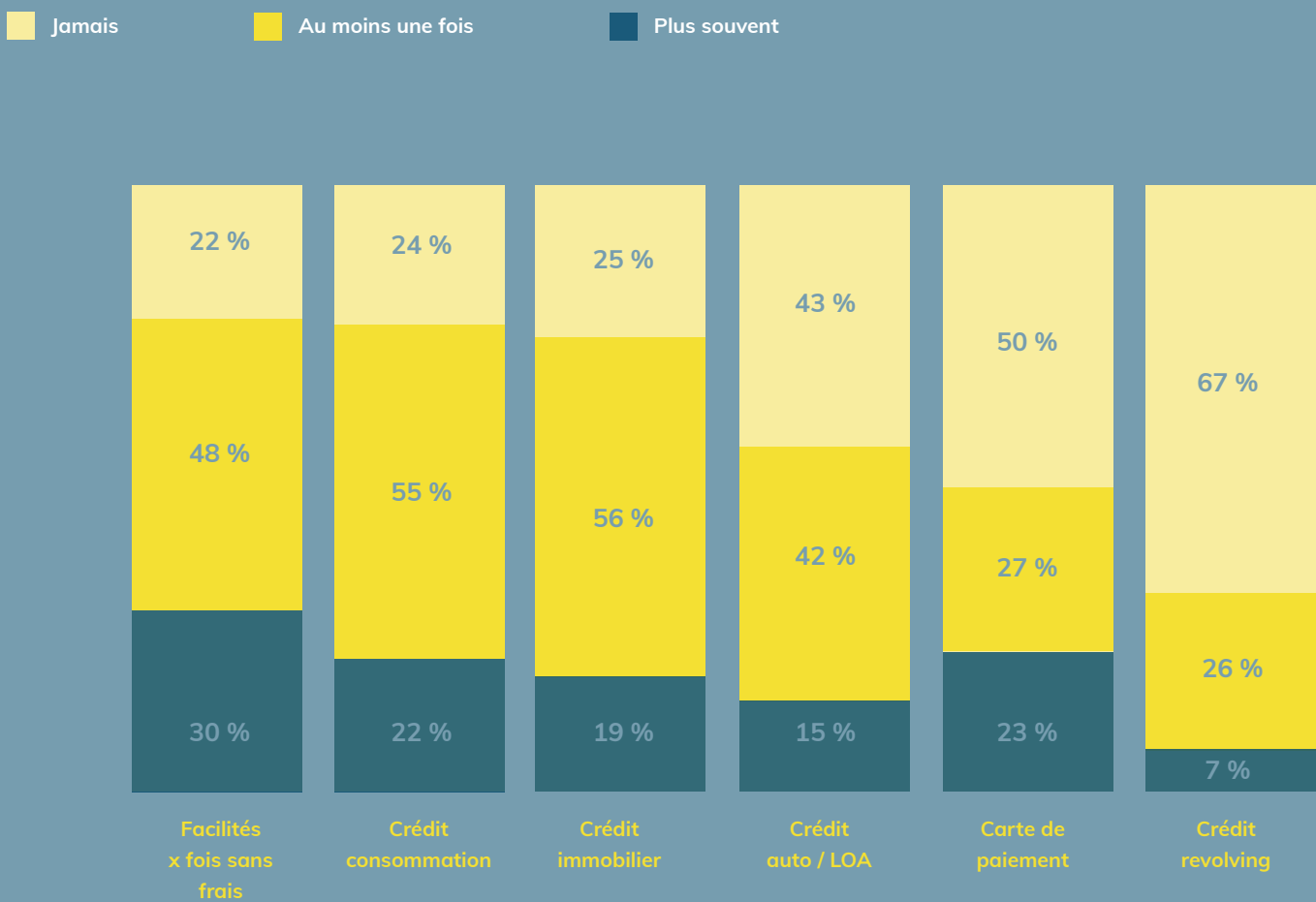


Le contexte des enquêtes

Pour une première approche qualitative, deux séances d'échange ont été organisées. Chacune d'elles impliquait une demi-douzaine de consommateurs financièrement indépendants, familiers des usages digitaux et au fait des démarches de crédit. Dans le but d'identifier des différences générationnelles, un des groupes était composé de personnes de 25 à 40 ans et le deuxième au-delà de 40 ans.

Les ¾ des Français emprunteurs et financièrement indépendants ont déjà souscrit un crédit à la consommation, principalement dans leur banque actuelle.

En complément, une enquête en ligne a été conduite auprès d'un échantillon représentatif de la population française, dont ont été retirés les consommateurs financièrement dépendants pour leur logement, ne gérant aucun compte bancaire et n'ayant jamais contracté un emprunt (sous toutes ses formes, paiement différé compris).



Parmi les souscripteurs de crédit à la consommation, 68 % l'ont fait dans leur banque actuelle, 40 % dans un organisme de crédit classique, et 9 % dans une banque dans laquelle ils ont ouvert un compte depuis.

9 % des Français emprunteurs et financièrement indépendants déclarent ne jamais avoir souscrit ni crédit à la consommation, ni crédit auto/LOA, ni crédit revolving. Parmi eux, les 2/3 déclarent être prêts à le faire un jour.

Les consommateurs et la banque



L'évolution des banques à réseau au cours des dernières années marque fortement les avis des consommateurs sur le secteur. Le manque de réactivité est la principale récrimination formulée par les clients, suivi de près par la dilution de la relation personnelle qu'induit le changement fréquent de conseiller attribué.

“ Ils ne répondent jamais assez rapidement. Les avoir par téléphone c'est devenu mission impossible. ”

“ Je fonctionne en 100 % digital pour éviter les attentes au téléphone et j'y arrive très bien. ”

Ces griefs persistants conduisent naturellement à une migration des usages vers les canaux digitaux, application mobile en tête, même si le téléphone et le courriel restent des moyens de contacts privilégiés. A l'extrême, les esprits s'accoutument à l'idée de basculer vers des établissements 100 % en ligne, voire vers des solutions alternatives, au moins pour certains besoins, telles que PayPal ou Lydia.

“ Je suis passé à N26 et à Ma French Bank. Je fais un retrait en Asie de 1 000 €, il apparaît instantanément sur mon compte. ”

Les consommateurs et le crédit



Les personnes interrogées, qui ont déjà souscrit au moins une fois à un emprunt dans leur vie (ce segment représentant les trois quarts de la population française), connaissent relativement bien l'offre disponible. Elles paraissent plutôt averties sur les avantages et inconvénients des différentes options existantes, maîtrisant les enjeux du taux d'intérêt et choisissant avec clairvoyance, par exemple, des solutions de paiement différé moins coûteuses que les cartes de crédit privées.

“ Je ne freine pas ma consommation mais je ne suis pas fana des crédits car les taux sont ahurissants. ”

En revanche, leur compréhension des mécanismes réels, internes, d'attribution et de gestion du crédit s'avère hétérogène. Ainsi, les conditions définies par les institutions pour accorder ou non un prêt, qu'elles soient réglementaires ou prudentielles, sont parfois mal acceptées simplement en raison de méprises et de confusion sur le fonctionnement d'une banque.

“ Les banques ont des assurances donc même en cas d'escroquerie, ce n'est rien. ”

L'état d'esprit des emprunteurs est un facteur essentiel. Quand ils recourent au crédit parce qu'ils y sont contraints, ce qui est évidemment un cas courant, ils se sentent en position de faiblesse, vulnérables, et sont prompts à critiquer les fournisseurs, les accusant d'absence de conseil, d'opacité, voire d'approches tenant de la vente forcée...

“ S'ils étaient plus transparents, je penserais au crédit de façon plus positive. ”

Les consommateurs et le parcours de crédit



Les consommateurs sont partagés sur le parcours de souscription. D'une manière générale, bien qu'ils les jugent relativement rapides et accessibles, ils estiment les procédures longues et complexes, s'insurgeant, entre autres, contre le nombre de justificatifs qui leur sont demandés, sans toujours comprendre pourquoi ils seraient nécessaires.

A contrario, ils apprécient la simplicité rencontrée dans certaines circonstances spécifiques : la demande de prêt auprès d'un établissement dans lequel ils ont déjà une relation, la souscription à travers une plateforme digitale ou encore le paiement en plusieurs fois (en magasin).

“Je trouve ces demandes assez intrusives même si j'ai fourni les papiers.”

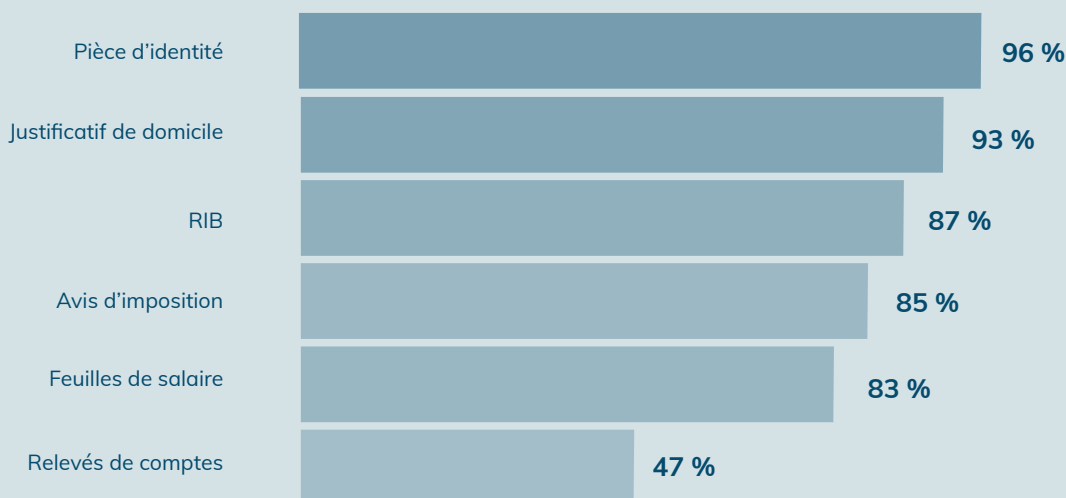
“J'ai trouvé mon crédit simple car j'ai tout fait par le biais de mon application bancaire.”

Les attentes divergent sensiblement selon les générations. La facilité d'accès, la rapidité et la possibilité de réaliser toutes les opérations à distance sont en effet les critères préférés des jeunes, alors que leurs aînés mettent avant tout l'accent sur la qualité de la relation avec le prêteur..., sachant que leur principale préoccupation, à tous les âges, est de pouvoir négocier les conditions du crédit.

“J'ai trouvé mon crédit simple car j'ai tout fait par le biais de mon application bancaire.”

“J'ai négocié le taux, en tout cas je l'ai discuté.”

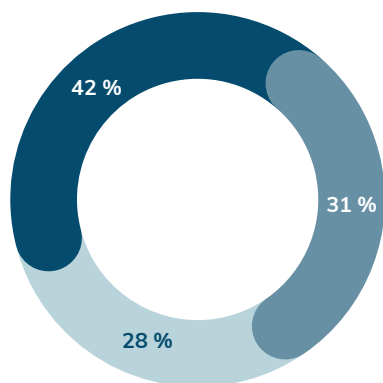
Documents administratifs demandés



Prêt pour l'Open Banking ?

La plupart des personnes interrogées n'ont pas une connaissance préalable du principe de l'usage de la connexion aux comptes bancaires pour procéder à l'analyse d'une demande de prêt : sur l'échantillon quantitatif, seulement un sur quatre y a été confronté par le passé (65 % d'entre eux l'ayant alors accepté).

Une fois que le principe leur est présenté, un tiers environ des français, plus généralement parmi les jeunes, s'y montrent d'emblée favorable (28 % exprimant une opinion mitigée). Ils justifient leur appréciation par la simplicité du processus et l'immédiateté de la réponse qui lui est associée. Plus profondément, la possibilité d'une analyse plus précise, plus juste, plus impartiale et plus équitable est également appréhendée par une partie d'entre eux comme un facteur positif.

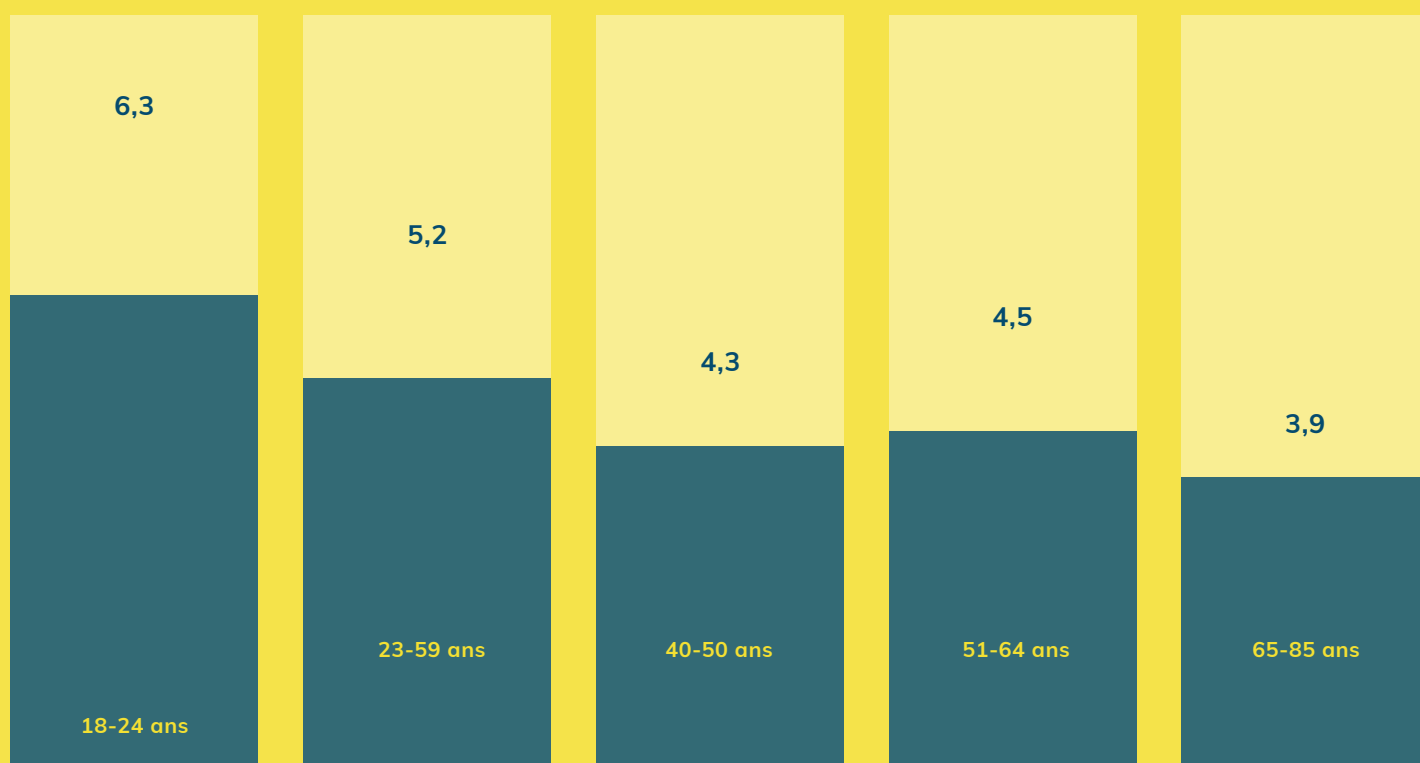


- Rejet (notes de 1 à 4)
- Adhésion (notes de 7 à 10)
- Opinion mitigée (notes de 5 à 6)

“ Le côté accord immédiat, ça c'est vraiment bien. ”

“ Ce ne sont pas des hommes qui regardent, ce sont des machines et elles ne vont pas nous juger. ”

Note de 1 à 10



Les écarts d'acceptation sont très marqués entre les générations.

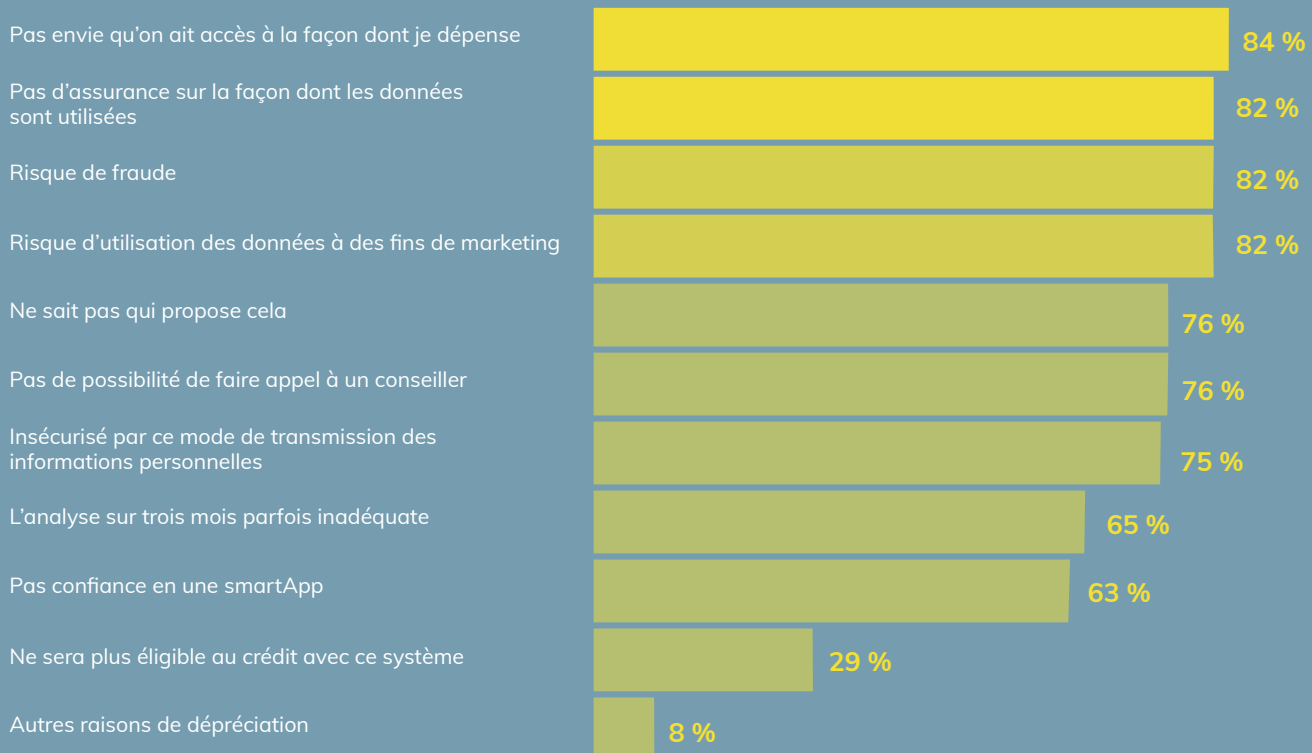
Prêt pour l'Open Banking ?

Cependant, très rapidement, les questions, les hésitations et les réticences surgissent, dont toutes aboutissent à un critère commun : la confiance dans l'opérateur du système.

Les craintes sur les usages potentiels des données de leurs comptes bancaires, dont ils savent pertinemment qu'elles possèdent une valeur considérable, sont particulièrement pressantes. Face à ces doutes, la déclaration d'une utilisation exclusive pour accorder un crédit ne suffit pas à rassurer.

En outre, la qualité des algorithmes soulève des inquiétudes, certains consommateurs imaginant immédiatement ses limitations... et comment les mécanismes qui les régissent pourraient être détournés.

Les raisons du rejet de l'offre « Credit Decisioning Open Banking »



“ Je n'ai pas envie qu'on regarde mes dépenses car on est déjà suffisamment fichés. ”

“ Ils pourront dire ce qu'ils veulent, de toutes façons, ils feront ce qu'ils veulent. ”

Comment convaincre ?

A partir de ces observations, le potentiel de l'Open Banking pour les applications de crédit ressort clairement, mais, étant totalement nouveau pour la majorité de la population, il ne pourra s'imposer que moyennant des efforts pédagogiques conséquents.

D'un côté, il s'agira essentiellement de faire valoir les bénéfices du concept, en réponse directe aux attentes exprimées : simplicité, immédiateté, réactivité (jusqu'au versement des fonds) seront les arguments prioritaires.

Sur un autre versant, des messages de réassurance seront indispensables. L'accent devra être mis sur la sécurité des traitements mis en œuvre, sur la qualité de l'évaluation réalisée, sur la protection sans concession des données personnelles et de la vie privée, accompagner les démarches de conseil et de transparence.

“C'est toujours bien d'avoir une explication.”

Attributs de l'offre pouvant faire évoluer la perception

Prêt effectué par une banque connue

Engagement de non stockage/conservation des données

Engagement de non utilisation pour publicité

Service qui donne plus sa chance à tout le monde

Réassurance de conformité à la législation/RGPD/CNIL

Autre offre ferme en cas de refus de la demande

Fournir une explication détaillée des raisons en cas de refus

Proposer une offre ferme supérieure en cas d'accord

Garantie d'un seul accès unique au compte bancaire

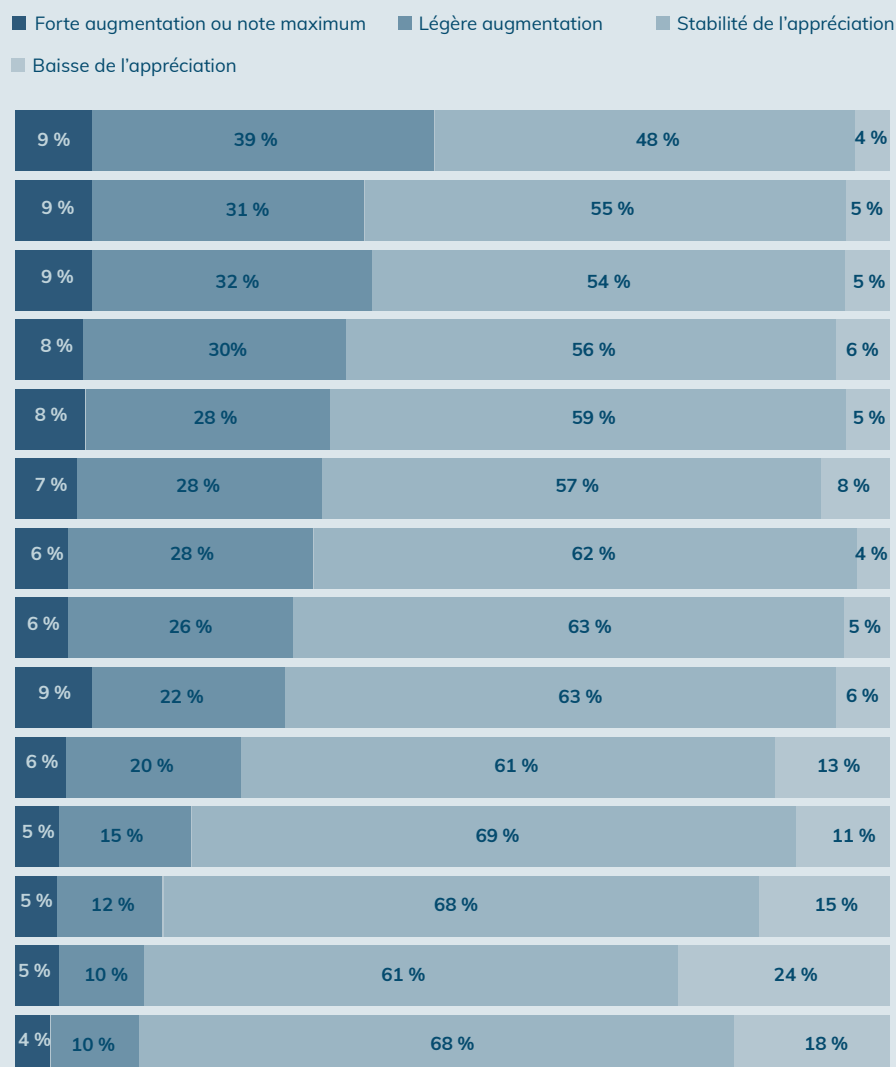
Prêt effectué par un spécialiste connu du crédit

Proposition de « services + »

Proposition systématique de services associés au crédit

Prêt effectué par un acteur de la distribution

Prêt effectué par une start-up spécialisée dans le crédit



La difficulté ne sera pas tant de fournir les explications nécessaires que de convaincre les utilisateurs que les principes énoncés correspondent à une réalité. Le premier objectif recherché consistera à inspirer confiance dans le système et dans son fournisseur.

Partie 3

Les enjeux de l'Open Banking pour les acteurs du crédit



Des acteurs du crédit à l'affût

Historiquement, les méthodes de scoring alternatives ont d'abord intéressé des startups à la recherche de moyens d'ouvrir le crédit à des populations n'y ayant jusqu'alors pas accès, se créant de la sorte un marché quasiment inoccupé. Leurs approches ayant fait leurs preuves et une des principales sources de données utilisées par ces pionniers, à savoir l'historique des comptes bancaires, devenant accessible « officiellement » grâce à la réglementation, tous les acteurs de l'industrie envisagent désormais d'y recourir.

Pourtant, les initiatives concrètes restent aujourd'hui timides. Car, si les établissements de crédit perçoivent bien les avantages de nouvelles méthodes de scoring, ils sont également conscients des obstacles à surmonter, notamment pour les faire accepter par leurs clients. De ce point de vue, ils sont en ligne avec les réactions des consommateurs. Or, face à ces difficultés, ils ont encore besoin de réponses adaptées, qui leur permettront de justifier l'investissement nécessaire au déploiement d'un nouveau dispositif.

Pourquoi l'Open Banking ?

Pour les professionnels, l'utilisation des données bancaires pour établir la fiabilité des emprunteurs est presque une évidence tant elle peut apporter de bénéfices dans leurs processus. D'emblée, ils évoquent l'accès à des données fiables, infalsifiables (au contraire de copies de documents imprimés), et directement exploitables, par des algorithmes, comme des leviers importants pour automatiser leurs traitements, les rendre plus efficaces et moins coûteux, accélérer les prises de décision et réduire les risques de fraude.

“ Le bénéfice de l'Open Banking pour l'entreprise, est d'avoir une source de données fiables et intégralement utilisables à l'inverse d'un relevé de compte scanné. ”

– Clément Danis

Partie 3

Les enjeux de l'Open Banking pour les acteurs du crédit

Puis, parce que les entreprises historiques du secteur adoptent dorénavant une approche centrée sur le client, elles mettent aussi en avant les effets positifs des nouvelles solutions sur l'expérience utilisateur. Elles savent que le consommateur du XXI^e siècle exige simplicité, réactivité et transparence de la part de leurs fournisseurs et l'Open Banking leur procure un moyen de répondre à ces attentes. Pour celles qui se positionnent dès aujourd'hui, il s'agit même d'un facteur de différenciation concurrentielle.

“En réduisant le niveau de risque, on abaisse le taux de défaut, ce qui permet de proposer des taux de crédit plus avantageux.”

– Arnaud Collin

Heureusement, les objectifs à viser afin d'accroître la satisfaction des clients se trouvent largement alignés avec ceux des institutions financières : il leur faut concevoir un parcours de souscription sans frictions, demandant le minimum d'efforts, évitant toute distraction (telle que la recherche d'un document), puis la réponse doit être formulée instantanément et, en cas d'accord, les fonds débloqués aussi rapidement que possible.

“Côté emprunteur, l'avantage, c'est la rapidité, mais aussi la diminution de la charge cognitive. Sans l'application, on lui poserait une myriade de questions.”

– Christelle Diguet

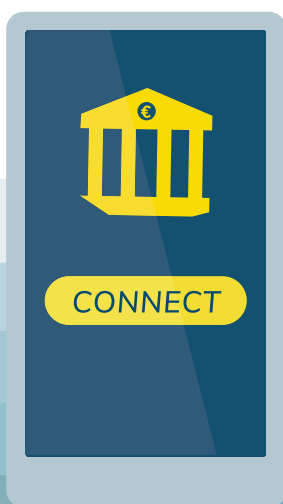
“Moins on sollicite le client, plus les souscriptions croissent.”

– Marc Lanvin

Moins présent dans les esprits, le critère d'inclusion financière recèle aussi sa part d'attractivité. La possibilité d'accorder un prêt aux personnes qui ne possèdent aucun historique de crédit, sur la foi d'une analyse de leur comportement, tel qu'il est reflété dans leurs comptes bancaires, constitue une opportunité pour les établissements d'étendre leur périmètre d'action sans augmenter les risques de défaut. Dans une période de faible croissance de l'activité et de stagnation – voire de baisse – des revenus, l'argument séduit.

“Des acteurs comme Algoan démontrent qu'il est possible de prêter à plus de personnes sans prendre plus de risques.”

– Ludovic Tran



€

€

€

€

Partie 4

Les freins à l'adoption

L'appétence des consommateurs

Les professionnels sont quasiment unanimes : la plupart des consommateurs ne sont pas prêts, aujourd'hui, à accepter spontanément de connecter leurs comptes bancaires dans le cadre d'une demande d'emprunt. Les réticences entendues ou observées relèvent généralement d'une inquiétude quant aux suites possibles d'une telle action, jusqu'à remonter, finalement à un enjeu essentiel : la confiance accordée à l'établissement de crédit.

Avec une réglementation entrée récemment en vigueur et, en réalité, toujours en cours de déploiement, le principe de l'Open Banking, même présenté sous une forme simplifiée comme un accès sécurisé aux données financières, n'est, de toute évidence, pas entré dans les mœurs des français. Et, faute d'habitude, l'idée même de fournir leurs codes d'accès à leur espace de banque en ligne inspire automatiquement des craintes.

La première d'entre elles tient à la sécurité : à force d'injonctions répétées des fournisseurs de ne jamais partager d'information confidentielle, et en l'absence de tout message de réassurance vis-à-vis des dispositions de la DSP2, la demande de connexion est suspecte par défaut. Viennent ensuite les inquiétudes, là encore renforcées par les discours ambiants, quant à l'utilisation des données personnelles et les risques d'intrusion dans la vie privée.

“En donnant accès à ses comptes, les personnes peuvent avoir le sentiment d'être espionnées.”

– Patricia Pinto

“Certains emprunteurs n'ont simplement pas envie de donner une vision claire de situation.”

– Marc Lanvin

Un doute de cet ordre introduit au cœur d'une démarche qui est par ailleurs fréquemment vécue comme douloureuse par le consommateur – soit parce qu'il est dans une situation où il n'a d'autres solution que le crédit, soit, plus trivialement, parce qu'une demande de prêt est un acte anxiogène en raison de l'engagement dans le temps qu'il implique – est d'autant plus difficile à surmonter. Par ailleurs, la faible fréquence de ce genre d'opérations dans une vie fait ne contribuera pas à faire de l'Open Banking un concept familier.



L'enjeu de la confiance



Les obstacles externes

En arrière-plan, le défi majeur à relever est celui de la confiance. Par principe, l'emprunteur, se sentant en situation de fragilité, se place sur la défensive, presque jusqu'à la paranoïa. A priori, il va supposer que les systèmes mis en œuvre ont pour but de le décourager, que les algorithmes vont tenter de le discriminer, que les données collectées vont être exploitées, à son insu, à toutes sortes de fins lucratives...

“ Pour l'emprunteur, la confiance est la clé. Il doit avoir confiance dans les systèmes mis en œuvre car, ce faisant, il dévoile une partie de son intimité. ”

– Adhémair Autrand

Ces réactions ne paraissent pas rationnelles mais elles représentent les conséquences d'un biais humain naturel face à l'inconnu. Ainsi, les informations recueillies à partir des comptes bancaires, sont dans une large mesure, les mêmes que lors d'un parcours traditionnel, avec partage de bulletins de salaires, d'avis d'imposition, de relevés d'opérations..., mais ce dernier est familier et est donc accepté, alors que le nouveau, inconnu, choque.

“ Lorsque qu'un utilisateur transmet ses relevés de banque, le conseiller a la même vue sur ses dépenses et ses revenus. ”

– Laurène Huet

Se pose enfin la question des intermédiaires. En effet, dans la majorité des cas, la mise en œuvre de l'Open Banking fait intervenir plusieurs acteurs : a minima, l'établissement de crédit, le fournisseur du score, l'agrégateur bancaire. Chacun d'eux possède sa propre notoriété et son degré de confiance parmi le grand public, mais les plus appréciés de ce point de vue n'ont pas nécessairement la légitimité sur telle ou telle partie du processus. Comment alors rassurer l'utilisateur tout en maintenant la transparence qu'il requiert ?

“ Nous avons fait le choix de mettre en avant les labels et les partenaires qui garantissent la sécurité des données. ”

– Clément Danis

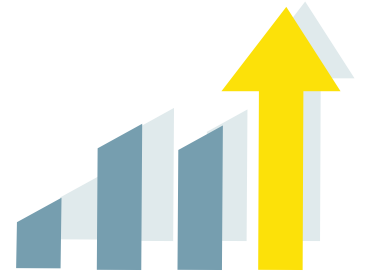
Les promesses des établissements de crédit sont malheureusement contrariées par quelques facteurs externes. C'est le cas, par exemple, du délai légal de rétractation, qui rend partiellement vaine l'accélération vantée. Sur un plan technique, les exigences d'authentification forte nuisent, pour leur part, à la fluidité du parcours, sans même parler des incidents de connexion aux plates-formes bancaires, encore trop fréquents à ce stade d'avancement des implémentations de la DSP2.

“ Le délai de rétractation fait que l'emprunteur dispose des fonds sous 7 jours au mieux : ne pas pouvoir dépenser l'argent immédiatement est un frein majeur. ”

– Marc Lanvin

Partie 5

Les 5 règles du succès pour accélérer l'adoption de l'Open Banking



L'ensemble des constats dressés, à partir des opinions exprimées par les consommateurs et des réactions des professionnels du secteur, permettent d'élaborer les éléments d'une stratégie offensive afin de maximiser les chances de réussite d'une démarche d'Open Banking dans le crédit.

L'expérience de Younited Credit

Introduit en mars 2018, le dispositif Open Banking de Younited Credit a largement fait ses preuves, puisqu'il est actuellement utilisé par près de deux tiers des français qui sollicitent un prêt sur sa plate-forme.

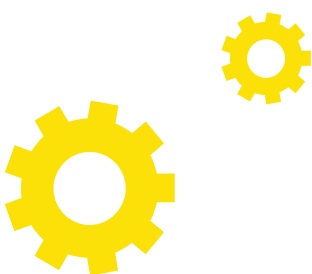
Arnaud Collin explique quelques-unes des recettes qui ont permis d'atteindre un tel succès.

En premier lieu, il considère préférable d'inviter à la connexion des comptes bancaires le plus tôt possible dans le processus de souscription, de manière à en extraire le maximum d'informations, qui n'auront plus à être demandées par la suite.

Il suggère également d'adapter les discours en fonction de l'audience. Il pourra s'agir, par exemple, d'insister sur la rapidité de la souscription ou sur la sécurité de la démarche, en fonction du visiteur et des premiers éléments de son parcours.

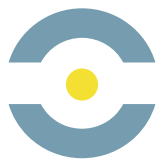
“ On constate, en France, que plus le montant à emprunter est faible, plus l'adoption est forte. ”

Enfin, les messages de réassurance sont particulièrement importants. Sur une dimension sociale, la présence d'avis vérifiés de clients (via TrustPilot pour Younited Credit) est un puissant facteur de confiance. Une autre option consiste à offrir un point de contact téléphonique où la réponse aux questions, par un individu en chair et en os, est sécurisante.



Convaincre

Une proposition de valeur claire



L'emprunteur n'accepte de connecter ses comptes bancaires que s'il comprend facilement, sans ambiguïté, les bénéfices qu'il peut espérer en tirer. Expliquer simplement qu'il pourra éviter une procédure longue et qu'il obtiendra une réponse rapide (instantanée ?) et définitive, qui lui fera gagner autant de temps sur la mise à disposition des fonds, est un minimum pour éveiller l'intérêt.

“ Pour accepter de donner accès à mes données bancaires, il faut une contrepartie claire. ”

– Adhémar Autrand

Les principaux avantages à mettre en avant dans la communication sont : la fluidité et la simplicité du parcours de souscription, la rapidité de l'ensemble du processus et le caractère définitif de la réponse fournie instantanément. Au second plan, affirmer les valeurs d'objectivité et d'inclusion financière portées par le « Credit Decisioning Open Banking » est également important.

“ Si la banque exploite les données très tôt dans la relation de manière à interagir avec ses clients régulièrement, avec pertinence, le client percevra son utilité. ”

– Ludovic Tran

Rassurer

Rassurer sur la protection des données et de la vie privée



Les messages classiques, désormais omniprésents sur la toile, à propos de sécurisation de l'information ne suffisent plus. Les consommateurs demandent un engagement ferme et précis d'exploitation à bon escient, dans le respect d'une éthique sans concession, de leurs données personnelles. Décrire par le menu les traitements opérés et les précautions prises, même s'ils ne sont jamais lus, peut inspirer un sentiment de confiance.

“ Sur le plan de la sécurité, il faut rassurer sur le fait que les données sont chiffrées, protégées et sécurisées, aucun tiers ne peut y avoir accès. ”

– Clément Danis

“ Il est important d'expliquer que le processus de « Credit Decisioning Open Banking » est plus rapide que le processus classique, mais que c'est exactement la même chose en termes de données partagées. ”

– Laurène Huet

Outre la confirmation de l'adoption de mesures de sécurité de haut niveau, telles que le chiffrement des échanges, les points sensibles à adresser comprennent l'accès temporaire et ponctuel aux comptes, sans conservation des codes de connexion et des données captées, sans possibilité d'exécuter des opérations, l'usage des informations strictement limité à l'évaluation de la capacité de remboursement, le traitement entièrement automatisé, sans risque de détournement par une personne mal intentionnée (et sans jugement), la conformité aux réglementations et les agréments associés...

“ Le crédit est anxigène. « Le Credit Decisioning Open Banking », en donnant une réponse immédiate, parfois même en anticipant la demande, permet de réduire le stress de l'emprunteur. ”

– Ludovic Tran

Séduire

Soigner le vocabulaire et privilégier la conversation



La présentation de la proposition de valeur et les messages de réassurance ne portent auprès des internautes que s'ils emploient un langage simple et compréhensible par tous, évitant tout jargon (celui-ci étant automatiquement une source de méfiance). Au-delà du choix des mots, le mode d'interaction représente également un facteur d'engagement à considérer avec soin : le chatbot offre, de ce point de vue, une apparence de proximité favorable à la bienveillance.

“ Le mode conversationnel aide beaucoup car il permet un message d'empathie. ”

– Christelle Diguët

“ Le « wording » est très important pour rassurer sur l'usage de la data ”

– Patricia Pinto

Optimiser

Proposer la connexion aux comptes en début de parcours



Plus l'invitation à y recourir intervient tôt dans le parcours de demande de prêt, plus le « Credit Decisioning Open Banking » procurera de bénéfices à l'utilisateur : il sera alors plus aisé de vanter une démarche accélérée, sans avoir à fournir de justificatifs (ou presque), avec le minimum d'information complémentaire à transmettre. La promesse d'obtenir une réponse ferme, dès la finalisation du dossier, après le remplissage d'un seul formulaire, en quelques minutes, est un facteur majeur d'adoption.

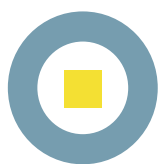
“ Intégrer l'Open Banking en début de parcours, permet de faire comprendre au client que c'est un élément essentiel pour continuer sa demande de crédit, qui va lui permettre de gagner du temps. ”

– Christelle Diguët

Naturellement, afin d'éviter les conséquences d'un rejet immédiat, la connexion des comptes restera généralement optionnelle.

Personnaliser

Personnaliser l'approche vis-à-vis de chaque client



Comme l'a révélé l'enquête auprès des consommateurs, les réactions au « Credit Decisioning Open Banking » varient selon les catégories sociodémographiques, notamment les classes d'âge. D'autre part, l'expérience montre que d'autres critères, tels que le type ou le montant du crédit, induisent des réponses différentes. Afin de maximiser l'adoption, il peut donc s'avérer utile de développer des argumentaires ajustés en fonction des préoccupations spécifiques de chaque personne.

Certes, cette recommandation est contradictoire avec la précédente : si l'invitation à la connexion est placée en début de parcours, les facteurs de personnalisation n'ont pu être captés. Il faudra donc trouver le bon équilibre entre ces deux exigences. En tout état de cause, il est conseillé d'adopter une démarche itérative, par exemple à base de tests A/B, pour optimiser l'ensemble des composantes du parcours.

“ Il faut expérimenter méthodiquement et analyser les résultats pour évaluer objectivement ce qui fonctionne mieux avec l'Open Banking. ”

– Marc Lanvin

Les efforts de personnalisation ne doivent, en outre, pas se limiter à la présentation de l'option du « Credit Decisioning Open Banking ». Exploiter la connaissance du client extraite de l'analyse de ses comptes dans le but d'adapter la suite de son parcours et de la relation à son contexte et à ses préférences représente un autre axe d'amélioration de la satisfaction globale.

“ Le gain de temps reste un argument fort mais la personnalisation de l'expérience est une autre piste pour convaincre de connecter ses comptes ”

– Christelle Diguët,

À éviter

Ce qu'il faut absolument éviter



En contrepoint de ces « règles d'or », il reste à souligner quelques erreurs susceptibles de compromettre entièrement les avantages d'une approche « Credit Decisioning Open Banking »

- Imposer la connexion aux comptes bancaires : une partie de la population restera obstinément réfractaire et elle ne pourrait alors être servie.
- Déployer un processus long et manquant de fluidité : la première promesse du « Credit Decisioning Open Banking » est la simplification du parcours, il faut la tenir !
- Utiliser un module d'agrégation bancaire trop exhaustif : la présence des comptes d'épargne, comptes titres, assurances... parmi les données partagées est source d'inquiétude.
- Subir des incidents techniques de connexion aux comptes bancaires : malheureusement difficilement contrôlables, ils sont également facteurs de frustration et de méfiance.

“L'Open Banking recrée du sens pour la banque”
– Ludovic Tran

Pour Ludovic Tran, Directeur du secteur des Services Bancaires dans le cabinet de conseil Accenture, l'Open Banking offre une opportunité unique aux banques de réinventer leur proposition de valeur, dans un contexte difficile, entre baisse de rentabilité due aux niveaux de taux historiquement bas et de banalisation des offres dans l'esprit de leurs clients.

En stimulant la création d'expériences utilisateur exceptionnelles et en encourageant le développement de produits innovants, l'ouverture des données et des services constitue en effet un puissant catalyseur de différenciation concurrentielle tout en ouvrant la voie à l'entrée sur de nouveaux marchés qui seront les relais de croissance la banque de demain.

Le domaine du crédit est clairement un de ceux qui exigent de la part des institutions financières de démontrer leur avantage, ne serait-ce que parce qu'un emprunt est souvent déclencheur d'un changement de fournisseur principal. Particulièrement impacté par la conjoncture mondiale, il doit à la fois mieux séduire ses clients et renforcer son efficacité opérationnelle. L'Open Banking fournit une clé afin d'atteindre ces deux objectifs.

Ainsi, introduire l'Open Banking très tôt dans la relation, notamment dans une logique de recommandations personnalisées fréquentes, appuyées par les données disponibles permettra de mieux appuyer cette démonstration.

En réalité, l'enjeu majeur de l'Open Banking est d'abord de produire une valeur tangible et démontrable pour le client, qui lui laissera une impression positive et l'encouragera alors à envisager d'autres utilisations, lui apportant des bénéfices supplémentaires. Ce n'est que dans un tel processus d'accoutumance progressive que les banques pourront gagner la confiance des consommateurs sur ces nouvelles applications.

Conclusion

Les résultats de cette étude démontre que bien que le « Credit Decisioning Open Banking » soit une innovation récente, qui demandera certainement un temps d'adaptation, l'adoption va grandissante et devrait s'imposer comme un standard de marché au vu des multiples bénéfices qu'il procure.

Par ailleurs, l'exploitation de sources de données riches, fiables et dynamiques laisse imaginer d'innombrables possibilités de services à valeur ajoutée dans le crédit.

Par exemple, l'anticipation d'une difficulté passagère (un risque de découvert en fin de mois ?) déclencherait une proposition de mettre les mensualités en pause, la détection d'un changement de situation (évolution du salaire ?) fournirait une occasion de rééchelonner la dette, une rentrée d'argent exceptionnelle inciterait à un remboursement anticipé.

Ces pistes d'évolution, qui peuvent être multipliées à l'infini, représentent le véritable potentiel à long terme de l'Open Banking : elles invitent à la création d'une relation digitale de proximité avec le client, fondée sur des interactions fréquentes, porteuses de conseils contextuels opérationnels, à très forte valeur ajoutée.



algoan

POUR PLUS D'INFORMATION :

contact@algoan.com
www.algoan.com