

Les Services Bancaires A L'ère Du Digital : Analyse Théorique, Impacts Et Perspectives

Banking Services In The Digital Era: Theoretical Analysis, Impacts And Perspectives.

Auteur 1 : MOUSSAHHIL Meriam.

Auteur 2 : EL FADI Lekkira.

MOUSSAHHIL Meriam, Doctorante, MA, Laboratoire de Recherche en Management des Organisations, Droit des Affaires et Développement Durable (LARMODADD) Université Mohammed V / Faculté des Sciences Juridiques, Économiques et Sociales, Souissi - Maroc

EL FADI Lekkira, Professeur de l'Enseignement Supérieur, MA, Laboratoire de Recherche en Management des Organisations, Droit des Affaires et Développement Durable (LARMODAD) Université Mohammed V / Ecole Supérieure de Technologie de Salé - Maroc

Déclaration de divulgation : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

Conflit d'intérêts : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

Pour citer cet article : MOUSSAHHIL .M & EL FADI .L (2024) «Les Services Bancaires A L'ère Du Digital : Analyse Theorique, Impacts Et Perspectives », African Scientific Journal « Volume 03, Numéro 24 » pp: 399 – 407.

Date de soumission : Mai 2024

Date de publication : Juin 2024



DOI : 10.5281/zenodo.12635819
Copyright © 2024 – ASJ



Résumé

Aujourd'hui, le rôle que joue le digital dans le développement des services bancaires s'avère indéniable. Une course à l'introduction de nouvelles pratiques numériques est devenue un gage d'efficacité pour les banques. (Cherkaoui, 2020).

Incontestablement, un des secteurs économiques le plus lourdement touché par ce phénomène est le secteur bancaire. Les banques proposent en effet un nombre croissant de services délivrés en ligne dont certaines étaient encore impossibles, ou tout de moins fort peu répandues, il y a quelques années. (Denoel, 2008).

Le présent travail propose une étude théorique de l'impact des TIC et de la digitalisation des services bancaires sur les deux principaux acteurs en la matière, à savoir le client et la banque. En définitive, les résultats obtenus ont permis de démontrer que le digital représente l'une des plus importantes innovations technologiques dans le domaine des services bancaires, entraînant une transformation profonde de la relation entre le client et sa banque. Par conséquent, cette dernière se trouve alors dans l'obligation de s'adapter à ce changement en intégrant la dimension du digital dans la conception de son offre.

Mots clés : Digitalisation - Services bancaires – Banque – TIC

Abstract

Today, the role of digital technology in the development of banking services is undeniable. A race to introduce new digital practices has become a guarantee of efficiency for banks (Cherkaoui, 2020). Undoubtedly, one of the most heavily impacted economic sectors by this phenomenon is the banking sector. Banks are offering an increasing number of online services, some of which were either impossible or very rare just a few years ago (Denoel, 2008). This work presents a theoretical study of the impact of ICT and the digitization of banking services on the two main stakeholders, namely the client and the bank.

Ultimately, the results obtained have demonstrated that digital technology represents one of the most significant technological innovations in the field of banking services, leading to a profound transformation in the relationship between the client and the bank. Consequently, banks are compelled to adapt to this change by integrating digital dimensions into the design of their offerings.

Keywords : Digitalization - Banking services – Banking – ICT

Introduction

La banque n'est pas un principe nouveau, produit d'une économie de marché totalement ouverte. On retrouve les traces de ces mécanismes quatre siècles avant Jésus-Christ : les changeurs bancaires avaient déjà pour fonction de faire fructifier les dépôts.

Le terme de « banque » apparaît à cette période et vient du mot italien *banco*, signifiant « comptoir où l'on s'échange des marchandises ». (Iamarque & Maymo, 2015).

Le XX^e siècle est l'époque d'une nouvelle ère pour la banque, centrée sur le traitement de l'information. C'est surtout à partir des années trente que l'on assiste à une industrialisation des services bancaires avec le développement de l'épargne, la croissance de la population bancarisée, ainsi que la diversification vers des métiers appuyant le développement des échanges internationaux (opération de change, financement de l'exportation). Pour faire face à la massification des opérations, en particulier celles de tenue de compte et d'escompte, les ressources humaines et technologiques sont renforcées. (Iamarque & Maymo, 2015).

Le développement de la banque suit l'évolution des usages de la clientèle et les besoins non couverts par les banques traditionnelles. En particulier, l'accès distant n'importe où, n'importe quand sous toutes ses formes, « anyhow, anytime anywhere » couvre un besoin largement insatisfait par les réseaux bancaires. (Roman & Tchibozo, 2017).

Ainsi, les banques ont adopté les canaux électroniques depuis des années pour communiquer et effectuer des transactions commerciales avec les clients, et l'avènement d'Internet et du World Wide Web dans les années 1990 a intensifié cette utilisation pour la prestation de produits et services bancaires.

Cette nouvelle forme de banque, communément appelée banque en ligne, permet la distribution automatisée de produits et services bancaires traditionnels et nouveaux directement aux clients via des canaux de communication électronique interactifs. Les produits et services offerts par les banques sur ces canaux électroniques peuvent varier considérablement en termes de contenu, de capacité et de sophistication.

La banque digitale a révolutionné l'industrie financière en offrant une expérience bancaire entièrement numérique et personnalisée. Contrairement aux modèles traditionnels, la banque digitale se base sur les avancées technologiques, intègre des technologies telles que l'intelligence artificielle, l'apprentissage automatique, la blockchain et l'Internet, permet d'effectuer des transactions bancaires et accorde des crédits dans des conditions très contrôlées. (Jaouad & Ouchekkir, 2023).

Cette nouvelle génération de banques possède différentes appellations : les « néobanques », les « banques digitales » ou encore les « banques mobiles ». Elles ont comme principale caractéristique d'être 100% digitales et accessibles uniquement via une application mobile. Elles sont considérées comme des « fintechs », terme provenant de la contraction des mots « finance » et « technologie ». (omerovic,2020).

Le sujet de cette communication porte sur l'impact de la digitalisation des services bancaires sur le client et sur le banquier lui-même, d'où l'intérêt d'étudier ce phénomène de la digitalisation sous ses différentes facettes. C'est dans cet ordre d'idée que s'inscrit cette contribution qui s'efforce de répondre à la question suivante : *Comment les clients et les banquiers sont-ils impactés par la digitalisation des services bancaires ?*

1. CARACTERISTIQUES CLES DES SERVICES BANCAIRES NUMERIQUES

1.1. Une disponibilité 24h sur 24

Les clients ne sont plus limités par les horaires et les jours d'ouverture des agences bancaires, car les banques ont introduit des outils de communication qui leur permettent d'accéder à leurs comptes, de faire des transactions, de commander des chèques, de passer des ordres d'achat ou de vente de titres, de s'informer sur de nouveaux produits bancaires, sans avoir besoin de se déplacer physiquement en agence. (Toyak, 2020).

1.2. Différenciation des produits

Grâce au développement des TIC, les banques ont la possibilité de différencier largement leurs produits et de bénéficier de nouveaux avantages comparatifs dans les services qu'elles offrent. L'intégration d'Internet dans le secteur bancaire facilite le choix des produits les mieux adaptés aux besoins du client, en proposant des services sur les sites web et les applications bancaires caractérisés par leur nouveauté, leur diversité, leur différenciation, leur personnalisation et leur qualité. Le réseau Internet permet ainsi à la banque d'identifier les exigences du client et de répondre facilement à tous ses besoins. (Toyak, 2020).

1.3. Fonctionnalités proposées

Les applications offrent aujourd'hui une gamme étendue de fonctionnalités et de possibilités à leurs utilisateurs. Au fil des années, ces applications se sont améliorées pour fournir des informations et des fonctions complètes. Les clients peuvent ainsi consulter leur solde de compte, obtenir un relevé de compte, faire des demandes de prêt et obtenir d'autres informations importantes grâce à ces applications. (Toyak, 2020).

1.4.Sécurité des transactions électroniques

Dans un souci de concilier sécurité et facilité d'utilisation des moyens digitaux par les clients, les banques sélectionnent des outils et techniques de sécurité suffisamment fiables et robustes pour limiter au maximum les risques numériques tels que les fuites de données, les actes de cyber malveillance, ou encore l'altération voire la destruction accidentelle de données.

En effet, les attentes très fortes, des clients envers leurs banques, en ce qui concerne la sécurité de leur patrimoine et la fluidité de l'expérience, ne saurait trouver une réponse équilibrée si le client n'est pas lui-même incité à s'impliquer dans sa propre sécurité. (marine, 2022).

2. LES PRINCIPAUX SERVICES BANCAIRES A L'ERE DU DIGITAL

2.1.Services en ligne et applications mobiles

La banque met à la disposition de ses clients des canaux digitaux (e-banking, M-banking, équipement digital en agence, Libre-Service Bancaire (LSB), etc.) pour réaliser leurs opérations. Elle met à disposition de ses clients une vraie banque en ligne avec la possibilité de souscrire à l'ensemble des produits et services en ligne permettant une entrée en relation totalement digitalisée. (huet & al., 2021).

Ainsi, il est maintenant possible de gérer efficacement ses opérations boursières, de demander un crédit, d'ouvrir un nouveau compte bancaire, ou même de réaliser de simples consultations de soldes bancaires ou des virements électroniques, sans avoir à se rendre physiquement dans une agence bancaire.

2.2.Paiements électroniques et cryptomonnaies

Grace à la digitalisation et aux TIC, l'offre de paiement s'est largement diversifiée ces dernières années, au point que l'on bénéficie aujourd'hui de nombreuses alternatives aux moyens de paiement 'traditionnels' tels que les espèces, la carte et le chèque. Les nouveaux moyens de paiement permettent des usages de plus en plus rapides et le développement du sans contact pour la carte bancaire et le paiement par téléphone mobile ont permis d'accélérer et de fluidifier nos gestes quotidiens de paiement. (beau, 2023).

Ce paysage en transformation a nettement amplifié le recours au numérique, et a aussi accentué certaines tendances comme celle du recours aux cryptoactifs tant à des fins de capitalisation qu'à des fins de paiement. Les cryptoactifs sont des actifs numériques, ils existent sous forme de jetons au sein d'un dispositif d'enregistrement électronique partagé en l'occurrence, une blockchain. (marine, 2022).

Au final, l'innovation et la numérisation, conduites dans un cadre maîtrisé, ont contribué à apporter de nombreux bénéfices, avec des moyens de paiement plus sécurisés, plus rapides, plus pratiques et simples d'utilisation. (beau, 2023).

2.3.Intelligence artificielle et automatisation des processus

L'émergence de l'intelligence artificielle (IA) constitue l'un des aspects les plus captivants du paysage bancaire et financier actuel. Elle pourrait transformer radicalement la relation client/banque et redéfinir ainsi la dynamique entre les banques et leurs clients.

L'IA est utilisée pour optimiser les processus pour la détection de fraude, la réduction des risques clients à l'aide des systèmes experts, l'amélioration de la satisfaction ou de la connaissance client.

Dans un souci d'améliorer la qualité de service client, l'intégration des chatbots dans le fonctionnement des banques constitue une tendance forte permettant aux clients de bénéficier d'un outil qui permet de répondre instantanément à leurs questions. Ce qui se traduit par une diminution des visites dans les agences bancaires et du nombre des appels reçus par les centres de relation clientèle. Ainsi, des positions de travail sont ainsi économisées et peuvent être redéployées dans de nouveaux postes à plus forte valeur ajoutée. (fayon, 2018).

3. IMPACTS SUR LES CLIENTS ET LES METIERS DE LA BANQUE

3.1.Impact sur les clients

On le comprend aisément, l'omniprésence du mobile fait de ce dernier un support idéal pour le paiement de demain. En effet, à l'heure où tout est disponible sur la toile 7 jours sur 7, 24h sur 24h, il devient de plus en plus inconcevable pour un client de devoir se plier aux horaires d'une agence, souvent peu conciliables avec son activité professionnelle.

Les différents établissements bancaires adoptent encore trop souvent une approche produit peu différenciée fondée sur des critères de segmentation classiques ce qui se traduit par l'absence de différenciation perçue par les clients. De plus, les comportements clients ont fortement évolué, et tendent de plus en plus vers la co-construction d'offres adaptées à leurs besoins.

En effet, un changement des habitudes des clients a été observé passant d'un client passif à un client, chaque jour plus agile avec les nouvelles technologies, plus informé et toujours plus impatient, souhaitant autogérer ses opérations simples et disponibles depuis son domicile via son ordinateur, son mobile ou les automates bancaires. (béziade & assayag, 2014).

3.2.Impact sur les métiers de la banque

La banque est contrainte de s'adapter et de se transformer dans un contexte en constante évolution. Son business model, ses processus et son organisation évoluent, et par conséquent, les métiers bancaires se voient impactés. (béziade & assayag, 2014). En effet, les métiers déjà

existants évoluent et changent en intégrant les technologies digitales alors que de nouveaux métiers voient le jour comme les data-scientist en marketing ou encore les consultants en conduite du changement en ressources humaines. (tourabi & al., 2022).

Les compétences en gestion des données, en pilotage de projets et en architecture IT sont renforcées, et métiers du risque suivent eux aussi la même tendance dans la mesure où la réputation de la banque est plus facilement mise en jeu et que les réglementations deviennent plus compliquées à faire respecter. (tourabi & al., 2022).

4. PERSPECTIVES FUTURES ET DEFIS A RELEVER

4.1. Les tendances émergentes dans les services bancaires digitaux

4.1.1. Emergence des sociétés de paiements en ligne et des néo-banques

Considérées comme la réponse du secteur financier à la transformation digitale et fonctionnant sans agences physiques, ces institutions utilisent la technologie pour offrir une expérience client plus fluide et plus efficace. Elles offrent l'essentiel des produits et des services d'une banque classique, mais entièrement à distance, sans contact humain, sauf éventuellement par téléphone. Ces banques « low cost » se différencient principalement par leurs prix : elles proposent un certain nombre de services gratuits ou à très bas prix. Elles séduisent de plus en plus de clients qui ne souhaitent plus se déplacer dans les agences classiques et qui utilisent des services bancaires assez simples. (Iamarque & Maymo, 2015).

4.1.2. La réduction des effectifs et la fermeture des agences

Avec le développement des services bancaires en ligne il y a déjà plusieurs années, les clients sont de moins en moins nombreux à se rendre en agence. Par ailleurs, les banques s'adaptent à ces nouveaux comportements et accompagnent ce mouvement en réduisant leurs coûts via une réduction de leur présence sur le territoire. On peut donc parler d'un mouvement de concentration plutôt que d'une volonté des banques de se désengager du territoire, notamment au vu des effectifs.

Ce phénomène se traduit, chez une partie des banques, par la fermeture des agences qui sont alors de moins en moins nombreuses ou ont en revanche une taille moyenne plus importante. D'autres banques ont choisi de ne pas fermer d'agences mais de les faire évoluer afin d'en réduire les coûts tout en conservant un point de contact avec le client : évolution des horaires, aménagement de l'espace pour en faire un lieu plus convivial, amélioration du service grâce à des équipes de conseillers, chacun spécialisé dans son domaine (épargne, crédit, assurance) pour répondre au mieux aux besoins du client. (Iamarque & Maymo, 2015).

4.2. Les défis liés à l'adoption des services digitalisés

Les avantages de la digitalisation pour le client et la banque sont multiples et ne sont plus à démontrer, et les banques, dans le cadre de l'adoption de l'innovation technologique sont tenues d'accorder plus d'importance aux éléments suivants :

4.2.1. La confiance

Pour garantir un niveau de confiance aux services digitalisés, les banques doivent continuer à investir dans des mesures de sécurité robustes. Cela comprend la mise en œuvre de protocoles de sécurité avancés, tels que le cryptage des données, pour protéger les informations sensibles des clients contre tout accès non autorisé.

4.2.2. Les mesures de sécurité

Les banques doivent informer leurs clients des mesures de sécurité mises en place, des risques potentiels et des actions qu'ils peuvent prendre pour protéger leurs comptes et leurs informations personnelles. En fournissant des informations claires et en restant disponibles pour répondre aux préoccupations des clients, les banques peuvent renforcer la confiance et fidéliser leur clientèle.

4.2.3. L'ergonomie

Développer des sites et applications avec une ergonomie simple répondant aux personnes souffrant de problèmes d'accessibilité ; L'objectif est de permettre aux utilisateurs déficients d'accéder ou de consommer une ressource qui répond à leur contrainte. Nous évoquons ici le cas des personnes âgées qui subissent souvent des changements au nouveau de leur vue, de leur audition, de leur dextérité et de leur mémoire. C'est le cas aussi des aveugles et malvoyants, des malentendants ou des personnes souffrant d'un handicap physique surtout au niveau des mains.

4.2.4. La convivialité et intuition

Simplification de l'expérience utilisateur : Les applications bancaires doivent être conviviales et intuitives, facilitant la navigation et l'utilisation pour les clients. Il est essentiel de réduire la complexité des fonctionnalités en proposant une interface utilisateur claire, des instructions simples et une conception ergonomique.

4.2.5. La formation adéquate

Formation et support appropriés : Les banques doivent fournir une formation adéquate aux clients sur l'utilisation de l'application, en mettant l'accent sur les fonctionnalités clés et les bonnes pratiques de sécurité. Un support technique efficace, tel qu'une assistance en ligne ou un service clientèle réactif, est également essentiel pour aider les clients en cas de difficultés ou de questions.

Conclusion

La digitalisation a contribué grandement à l'instauration et à l'automatisation des services financiers et à l'augmentation du volume des transactions en ligne. Néanmoins, et dans un environnement numérique en constante évolution, les banques doivent faire de la sécurité une priorité absolue pour maintenir la confiance des clients dans l'utilisation des services bancaires en ligne. L'établissement d'une confiance solide est essentiel pour encourager les clients à effectuer des transactions en ligne, à accéder à leurs comptes et à partager des informations sensibles.

Les investissements continus dans des mesures de sécurité robustes sont indispensables pour garantir la confiance des clients dans l'utilisation des services bancaires en ligne. En assurant la protection des données et des transactions, les banques peuvent non seulement préserver la confiance de leurs clients actuels, mais également attirer de nouveaux clients désireux de bénéficier des avantages de la banque en ligne en toute sécurité.

BIBLIOGRAPHIE

- (1) Beau, D. (2023). Banque de France : La monnaie et les paiements à l'ère du numérique. Discours à l'université Bretagne Sud.
- (2) Béziade, C., & Assayag, S. (2014). L'impact du numérique sur les métiers de la banque. Observatoire des métiers de la banque.
- (3) Cherkaoui, K. (2020). La digitalisation des services bancaires, source de rentabilité : Le cas des banques marocaines. *Revue Internationale du Chercheur*. V. 1, No. 1, 269-268.
- (4) Denoel, C. (2008). « L'e-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t-il ? ». Ecole de gestion de l'université de Liège. Mémoire présenté en de l'obtention du Master en Sciences de Gestion.
- (5) Fayon, D. (2018). Mesure de la maturité numérique des acteurs du secteur bancaire, dans une perspective de transformation digitale. Université Paris Saclay. Thèse de doctorat.
- (6) Huet, J.M. & Saad, M & Bougrine, B. (2021). Digital Banking au Maroc et nouveau role de l'agence bancaire. Livre Blanc AUSIM/BearingPoint.
- (7) Jaouad, J., & Ouchekkir, A. (2023). La transformation digitale dans le secteur bancaire marocain : Une révolution dans les pratiques et les services financiers. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 4(3-2), 417-437.
- (8) Lamarque, E. & Maymo, V. (2015). « Economie et gestion de la banque ». Dunod.
- (9) Mine, J. (2022). La confiance numérique dans le domaine bancaire. La Rochelle Université. Thèse de doctorat.
- (10) Omerovic, O. (2020). Banques digitales : Évolution ou révolution ?. Haute école de gestion de Genève. Bachelor HES.
- (11) Roman, B., & Tchibozo, A. (2017). Transformer la banque stratégies bancaires à l'ère digitale. Dunod.
- (12) Tourabi, L., Alaoui M., & Rahaoui O. (2022). La digitalisation bancaire - impact sur les fonctions risque et contrôle. *Revue économie et société*. No 3, 20-38.
- (13) Toyak, H. (2020). « L'impact de la digitalisation bancaire sur le comportement du consommateur ». Faculté des sciences juridiques économiques et sociales – Fès. Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme de master de recherche En « Management Financier et Stratégie des Organisations.