

# 6 ÉLÉMENTS QUE LES BANQUES DOIVENT PRENDRE EN COMPTE AVANT D'INVESTIR DANS LA TECHNOLOGIE, DANS « LE MONDE D'APRÈS »

Il est temps d'en savoir plus sur vos processus et vos contenus

Les dirigeants d'entreprise qui émergent à l'ère du COVID sont ceux qui remettent en question tout ce qu'ils ont fait jusqu'à présent, qui identifient ce qui a fonctionné et où les investissements dans les technologies numériques peuvent les aider à maintenir la continuité de leur activité et ce malgré des conditions qui évoluent rapidement.

Au-delà de l'adoption de technologies qui améliorent simplement la productivité grâce à l'automatisation, les dirigeants doivent porter un regard critique sur les capacités spécifiques de ces technologies qui peuvent contribuer à répondre aux défis d'aujourd'hui : répartition des opérations, crainte pour les liquidités et la contagion, nombreuses demandes de prêts, prorogation des emprunts. Compte tenu de la pandémie actuelle et de ses conséquences, il est important de prendre en compte les éléments suivants avant de planifier votre transformation numérique :

## CHECKLIST DE L'ACHETEUR

### 1 ÉVITER D'AUTOMATISER POUR AUTOMATISER

À l'heure actuelle, l'objectif de la transformation numérique est principalement de gagner en productivité et en efficacité à partir des ressources en place. Mettre l'accent sur les technologies numériques qui garantiront la continuité de l'activité dans un contexte économique turbulent vous protégera des fraudes et vous permettra d'adapter votre force de travail virtuelle et numérique aux besoins. Choisir les bons processus à automatiser avec les technologies numériques est essentiel et vous permettra d'avoir un aperçu de la façon dont vos salariés, vos processus et vos contenus interagissent. Cherchez avant tout la Digital Intelligence.

### 2 TOUT DÉBUTE AVEC LA DÉCOUVERTE DES PROCESSUS

Pouvez-vous identifier clairement les principales difficultés qui pourraient bénéficier de l'automatisation ? S'agit-il de nombreuses exceptions dans les prêts, de nouvelles menaces en termes de KYC/de lutte contre le blanchiment, ou encore de la conformité avec le LIBOR ? Ces obstacles sont-ils liés à la contrainte de gérer du personnel et des clients à distance ? Avant d'automatiser, vous devez identifier comment ces difficultés menacent la continuité de votre activité et prendre le temps de comprendre réellement où commencent et finissent les problèmes. On ne peut améliorer ce qu'on ne comprend pas. Assurez-vous d'avoir une vision transparente et complète de vos processus ainsi qu'une analyse de vos données pour vous guider dans la prise de décision.

### 3 EST-CE ADAPTABLE AUX ACTIVITÉS SANS CONTACT ?

Vos salariés et clients sont plus dispersés que jamais. Il n'est donc pas étonnant que vos données le soient elles aussi. Le contenu des documents nécessaires à l'inscription et à l'accès aux services est capturé sur des appareils mobiles à distance et intégré à vos processus métier sous forme de transactions uniques, plutôt que d'un fichier agrégé. La capture de documents doit pouvoir fonctionner sans heurts au milieu du processus d'engagement du client et non hors de ce processus.

## 4 CONNAISSEZ MIEUX VOS FAIBLESSES

Les données sont le levier de l'automatisation et l'information celui de l'intelligence.

C'est la différence que le secteur des services financiers observe entre adopter une technologie et passer au numérique. Grâce aux progrès de l'intelligence artificielle (IA) et du machine learning (ML), il est possible de faire passer l'extraction des données à l'échelon supérieur, vers l'identification des entités et la compréhension des contextes. Le traitement du langage naturel (NLP) peut comprendre le contexte d'une entité dans un document et révéler les nuances de langage ; il peut être utilisé pour détecter des comportements suspects ou des opportunités commerciales.

## 5 L'EXPERIENCE UTILISATEUR COMPTE BEAUCOUP

Alors que les appareils mobiles sont aujourd'hui plus importants que jamais, ils devraient être considérés – au-delà d'une nécessité – comme une opportunité d'impressionner vos clients. Une plateforme mobile avec peu voire pas de codage, s'appuyant sur l'IA, vous permet de concevoir des expériences en ligne que vos utilisateurs apprécieront pour la création d'un compte ou d'autres procédures rassemblant des documents. Vous pouvez facilement intégrer la numérisation et la reconnaissance sur mobile à n'importe quel processus existant, sans disruption... que du confort pour l'utilisateur.

## 6 TOUTES LES IA NE SE VALENT PAS

L'IA va au-delà des simples fonctionnalités de reconnaissance et d'extraction des données ; elle est désormais clé pour faire la lumière sur les informations obtenues sur vos clients, et sur les menaces et les contraintes réglementaires. L'IA peut et devrait être utilisée pour la reconnaissance de pointe des entités et la compréhension contextuelle des documents.

Des approches émergent et deviennent disponibles pour l'extraction des entités et la reconnaissance des comportements. Elles devraient devenir la base du traitement des documents dans le cadre des approches modernes et sans contact des processus et interactions bancaires.

## La Digital Intelligence d'ABBYY vous ouvre de nouveaux horizons pour une expérience client exceptionnelle

La plateforme de Digital Intelligence d'ABBYY vous permet d'avoir une vue d'ensemble précieuse et souvent difficile à obtenir de vos opérations afin d'améliorer vos processus, et de permettre une véritable transformation opérationnelle.

Avec une approche intelligente qui associe l'accès à de meilleures données sur la façon dont fonctionnent exactement vos processus et le contenu qui les alimente, la Digital Intelligence vous permet d'avoir un impact là où cela compte le plus : expérience client, avantage concurrentiel, visibilité et conformité.

ABBYY permet de mettre en valeur l'intelligence de la transformation numérique. Pour en savoir plus sur les atouts de la Digital Intelligence, rendez-vous sur **ABBYY.com**

**ABBYY**<sup>®</sup>

Pour de plus amples informations : [www.ABBYY.com/digital-intelligence](http://www.ABBYY.com/digital-intelligence)  
Contactez nos bureaux dans le monde entier : [www.ABBYY.com/contacts](http://www.ABBYY.com/contacts)

© ABBYY 2020 ABBYY est une marque déposée d'ABBYY Software Ltd. Tous les autres noms de produits et de marques mentionnés dans ce document sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. #11909

[WWW.ABBYY.COM](http://WWW.ABBYY.COM)