



5 Façons de concurrencer les services financiers natifs du numérique

Renforcer votre avantage compétitif est à votre portée

N'ayant pas à assumer le coût d'une présence physique, les services financiers de la Fintech et du Big Tech, ainsi que les autres institutions financières (IF) « natives du numérique » peuvent sembler plus flexibles que les IF traditionnelles. Ils parviennent à attirer des clients avec une tarification attractive, des plateformes peer-to-peer et des services nés sur mobile. Mais ils ne peuvent pas égaler les avantages que vous avez déjà, comme des relations de plus longue date, une gamme de services plus large et votre capacité à toucher des segments autres que la banque de détail comme les entreprises, l'investissement et les fonds de placement privés. Voici cinq moyens importants de surmonter les difficultés et de vous appuyer sur vos forces pour être plus compétitifs.

1 Appuyez-vous sur votre avantage stratégique : un service flexible et personnalisé

L'avantage le plus important que vous avez sur les IF natives du numérique est votre capital humain. Il apporte de la chaleur et peut percevoir les gens comme aucune force électronique ne pourra jamais le faire.

Pour donner encore plus de capacités à votre personnel, donnez-lui la possibilité de mieux comprendre et interpréter les contenus de votre entreprise. Lorsque l'automatisation transforme du contenu non structuré en informations structurées et exploitables, vos salariés travaillent de façon plus intelligente, vos processus sont plus efficaces et l'engagement de vos clients est renforcé.

2

Gagnez en agilité : éliminez les frictions de vos processus

Traiter de grandes quantités de contenus dans une grande diversité de formats, tant physiques que numériques, qui arrivent par de nombreux canaux différents – cela fait partie de l'ADN des services financiers traditionnels.

Les erreurs et les omissions créent des frictions qui sont ressenties tant par les clients que par les salariés, les partenaires et les régulateurs. Mais des technologies sont désormais disponibles pour prévenir les erreurs, repérer les omissions et même vous alerter et vous guider : elles voient précisément où se produisent les frictions dans vos processus, afin que vous puissiez agir immédiatement.

3

Augmentez votre résilience pour faire face aux changements et aux problèmes

Lorsqu'un événement survient, cela génère une vague de nouveaux contenus (pensez aux prêts de relance en réponse à la COVID-19). Vos processus sont-ils conçus pour les gérer efficacement ? Evidemment, plus vos processus documentaires sont automatisés et intelligents, plus vous partez sur de bonnes bases. Mais il est encore mieux d'être en mesure de visualiser vos processus de façon proactive afin d'anticiper l'impact des disruptions. Les technologies qui ont su dompter le machine learning et l'intelligence artificielle peuvent vous fournir des analyses prédictives et prescriptives pour les flux de travail riches en contenus. Vous pouvez les employer à votre service immédiatement.

4

Travaillez avec et autour de votre technologie existante

Les flux de traitement des contenus sont plus efficaces lorsqu'ils peuvent transmettre automatiquement les informations dans un format pouvant être facilement exploité par les autres systèmes de votre organisation ou qu'ils peuvent directement les transmettre à vos répertoires, bases de données ou systèmes tels que ceux pour l'ERP et l'ECM. Cela se traduit par une intégration fluide aux flux de RPA pour alimenter les systèmes de l'entreprise en données. Il faut également que vous puissiez voir à tout moment où se trouvent les contenus, de bout en bout.

5

N'entachez pas votre marque : soyez au top de la sécurité et de la conformité

Le contact personnel, qui est votre plus solide atout par rapport aux IF natives du numérique, repose sur la confiance. Votre capacité à suivre en continu vos processus et à recevoir des alertes en cas d'anomalies pouvant se traduire par des pertes dues à des comportements criminels ou à des pénalités pour non-conformité, protège vos bénéfices. De façon très concrète, elle garantit également que la valeur d'une relation établie de longue date ne sera pas réduite à néant par une atteinte à votre réputation.

ABBYY donne un avantage concurrentiel

ABBYY vous aide à offrir à vos parties prenantes une expérience sans frictions et plus engageante grâce à une approche adaptée et exhaustive des processus riches en contenus. ABBYY automatise la capture, la reconnaissance, l'extraction des champs et la validation des contenus, structurés comme non structurés. Ils sont ensuite répartis dans tous les systèmes en ayant besoin.

Nous vous offrons une visibilité de bout en bout de vos flux de travail pour que vous puissiez intervenir dans les temps, détecter et stopper les comportements criminels et atténuer les risques de non-conformité. Pour en savoir plus sur l'avantage ABBYY : [ABBYY.com/fr/finserv](https://www.abbyy.com/fr/finserv)

ABBYY

Pour plus d'informations, rendez-vous sur : www.abbyy.com/fr

Si vous avez d'autres questions, contactez votre représentant local ABBYY. Vous en trouverez la liste sous www.abbyy.com/fr/contacts.
© ABBYY 2022. ABBYY est une marque déposée ou une marque commerciale d'ABBYY Development Inc. et/ou de ses sociétés affiliées. Cette désignation peut également être le logo, le nom d'un produit ou d'une société (ou une partie de l'un des éléments ci-dessus) d'ABBYY Development Inc. et/ou de ses sociétés affiliées et ne peut être utilisée sans le consentement de leurs détenteurs respectifs. Tous les autres noms et marques mentionnées dans ce document sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. #12923

[abbyy.com](https://www.abbyy.com)