

Comment offrir sur Internet le degré de confort auquel les clients du Private Banking sont généralement habitués dans les relations avec leurs banques?

Private Banking et Internet: utopie ou réalité?

Est-ce qu'offrir des services Internet à la clientèle du Private Banking a un sens? On est en droit de se poser cette question, surtout lorsque l'on connaît les difficultés que rencontrent les internautes au moment de la découverte d'un nouveau site.

PASCAL MAGENAT



PASCAL MAGENAT

Consultant en ergonomie,
Interactions.ch, Genève.

INTERNET OFFRE cinq fonctions principales aux utilisateurs:

- ▶ La transmission de connaissances théoriques et pratiques (comment faire pour me rendre dans tel établissement bancaire à Genève?);
- ▶ L'aide à la prise de décision;
- ▶ L'exécution d'une décision (par exemple, le passage d'un ordre de bourse, la commande d'un livre, la conclusion d'un abonnement à un service);
- ▶ La socialisation, notamment au travers des forums de discussions et de l'échange de e-mails;
- ▶ Le divertissement.

Lorsqu'une organisation décide d'offrir des services sur Internet, la valeur ajoutée de ceux-ci pour les utilisateurs doit pouvoir être définie très concrètement durant la phase d'analyse et d'élaboration du cahier des charges; faute de quoi le projet risque de ne pas obtenir le succès attendu. Un moyen pratique d'y parvenir est d'identifier d'abord lesquelles des cinq fonctions

mentionnées ci-dessus sont pertinentes. L'analyse de pertinence tiendra compte du métier de l'organisation, de sa stratégie, de son positionnement vis-à-vis de ses concurrents (au sens large) et des attentes des utilisateurs. Une fois ce choix opéré, restera encore à définir pour chacune des fonctions retenues quels en seront les publics cibles et sur quoi elles porteront. Si une banque active dans le Private Banking décide d'offrir un service permettant d'aider à la prise de décision, cette aide peut se concevoir à plusieurs niveaux:

- ▶ Elle peut s'adresser aux clients potentiels qui souhaitent identifier un ou plusieurs établissements qui pourraient les satisfaire;
- ▶ Elle peut s'adresser aux clients existants de la banque qui désirent accéder au contenu de leur portefeuille et à d'autres informations financières en vue de décider d'une stratégie d'achat ou de vente. Internet n'est pas un système monolithique et fermé; au contraire, c'est un ensemble

sans cesse croissant de systèmes liés entre eux.

Quand Internet donne le tournis!

Cette caractéristique fait la richesse de ce réseau mondial, mais également sa faiblesse, trop souvent occultée. En effet, la grande hétérogénéité dans la présentation de l'information et des commandes, dans les concepts de navigation nuit à la facilité d'emploi et contraint les utilisateurs à se familiariser sans cesse avec de nouveaux mots, de nouveaux symboles, de nouvelles façons d'accomplir un seul et même type de tâche (par exemple, ajouter un article à sa commande). On pourrait comparer la situation à un conducteur traversant plusieurs pays dotés de systèmes de signalisation routière différents au volant d'un véhicule changeant de logique de fonctionnement: les essuie-glaces seraient par exemple actionnés depuis un commodo situé tantôt à gauche du volant, tantôt à droite. Cette impossibilité de réutiliser tout ou

Pour qu'un système soit utilisé, son emploi doit être facile; non seulement pour ceux qui l'ont développé mais surtout pour le plus grand nombre possible des utilisateurs cibles.



partie de l'acquis génère stress, fatigue, frustration et conduit de nombreux internautes à quitter un site sans avoir pu effectuer la transaction souhaitée:

- Plus de 60% d'internautes ne parviennent pas à commander un billet de train et un bon de voyage sur le site des CFF;

- 43% des internautes ne parviennent pas à passer une commande sur des sites tels que Gap.com, Amazon.com et eToys.com.

Qu'un système soit utile n'est donc pas suffisant pour qu'il soit utilisé et pour qu'il le soit efficacement et avec satisfaction. Les magnétoscopes sont certes utiles mais il n'empêche que bon nombre de ceux qui en possèdent renoncent à s'en servir parce que leur fonctionnement est compliqué. Ainsi, pour qu'un système soit utilisé, son emploi doit être facile; non seulement pour ceux qui l'ont développé mais surtout pour le plus

grand nombre possible des utilisateurs cibles. Bien sûr, la facilité d'emploi absolue, qui permettrait à n'importe quel utilisateur d'exécuter ses intentions sans aucune connaissance préalable et sans la moindre hésitation, est utopique. En effet, elle impliquerait le développement d'une interface pour chaque utilisateur; cette interface serait alors taillée à la mesure des compétences et des caractéristiques physiologiques de l'utilisateur. Pourtant n'est-ce pas cela que peut légitimement exiger un client habitué au très haut niveau de service du Private Banking?

Des clients habitués au sur-mesure

Il est intéressant de constater que l'activité du Private Banking se distingue principalement de celle du Retail par l'existence d'un fort lien de confiance établi entre le gestionnaire et son client ainsi que par une empathie propre à anticiper les attentes de celui-ci, qu'il s'agisse d'attentes liées à la gestion de patrimoine ou de toute autre attente dont la satisfaction participe au bien-être. Les services offerts au client sont taillés sur mesure; il n'est d'ailleurs pas rare que ce soit le client qui détermine le format de la communication établie entre lui et son gérant ou qu'il négocie des conditions spéciales. Par exemple, un gestionnaire devant saisir les informations relatives à un portefeuille et issues du système de la banque dans un document Excel pour les présenter selon les désirs de son client. Autrement dit, le gérant

adapte le mode de communication au client et cette capacité d'adaptation, même si elle n'est pas exigée explicitement, est considérée comme allant de soi, comme faisant partie du niveau de service minimum. L'interface analogique qui permet au client et au gérant de communiquer dans le monde réel est donc totalement personnelle.

Pour qu'un système e-Private Banking ait des chances de succès, il importe qu'il soit construit autour de cette notion d'interface personnelle. On voit donc qu'un système conçu pour des clients ou des prospects Private Banking doit aller beaucoup plus loin dans la facilité d'emploi qu'un système offert à des clients Retail et qui oblige ceux-ci à adopter un mode de communication qui n'est pas le leur (ce qui n'est qu'un inconvénient relatif puisque le mode de communication utilisé dans le monde réel n'est pas le leur non plus!). Pour que le degré de confort perçu en utilisant un tel système corresponde aux attentes d'un client Private Banking, l'utilisabilité est essentielle. Elle implique par exemple que:

- L'interface du système se présente dans la langue du client;

- Le passage d'ordres puisse se faire en langage naturel, c'est-à-dire sans nécessité de saisir l'information dans un format imposé par des formulaires électroniques. D'ailleurs, l'objectif ici devrait être d'accroître le service au client et non de le diminuer en reportant sur lui une partie du travail du back-office;

- L'interface soit adaptée aux

Le temps de réponse du système, surtout le temps de chargement des pages, doit être ultra-rapide. Aucun internaute n'est patient et un client Private Banking l'est encore beaucoup moins!

exigences et aux préférences du client. On peut imaginer que ce «paramétrage» se fasse par le gérant, de façon totalement transparente pour le client;

- ▶ Les données puissent être importées dans un applicatif utilisé par le client;
- ▶ Le système serve de moyen de communication sécurisé entre le client et le gérant;
- ▶ Le système soit proactif et génère des recommandations personnelles;
- ▶ L'identification puisse se faire par reconnaissance de l'empreinte digitale ou par d'autres moyens sûrs évitant le problème des mots de pas-

se et cartes de type SecurID;

▶ Le temps de réponse du système, en particulier le temps de chargement des pages, soit ultra-rapide.

Aucun internaute n'est patient et un client Private Banking l'est encore beaucoup moins! Le e-Private Banking a un sens à la seule condition que la facilité d'emploi soit à la hauteur des services auxquels les clients sont habitués.

Exiger plus d'efficacité que d'esthétisme

Chacun connaît le luxe des publications éditées dans le domaine du Private Banking: les photos sont magnifiques,

le graphisme léché, le papier de très bonne facture. Un système tel qu'un site web n'est pas l'équivalent électronique d'une de ces publications; c'est avant tout un outil. Or, la qualité première d'un outil est d'être efficace et, ce qu'en retiendront ses utilisateurs, c'est le degré de confort élevé qui en découle. La marque de la qualité, ce n'est pas le graphisme mais l'ergonomie de l'interface, notamment la visibilité et la prévisibilité des liens et des boutons. A cet égard, le site de la banque Pictet est, à mon sens, une réussite car la forme suit la fonction. ■