

Banques : où en sommes-nous des prémisses de l'IA ?

L'Intelligence artificielle dans le monde, ce sont 3.645 start-up dédiées à la thématique et 333, rien qu'en France. Dans l'Hexagone, 5.300 chercheurs de haut niveau répartis dans 250 équipes développent les algorithmes et les usages de demain. Tous les métiers, tous les secteurs seront touchés. À quelle vitesse ? Tout dépendra de la transformation et de l'acceptabilité de l'écosystème, des entreprises, des collaborateurs, mais aussi des clients.

L'IA, une révolution forte dans l'environnement bancaire

Pour les banques, l'arrivée de l'intelligence artificielle constitue un véritable changement de paradigme Et une formidable opportunité de nous réinventer. Heureusement, nous n'avons pas attendu 2019 pour apprendre à innover. L'utilisation de l'IA a effectué ses prémisses à des fins d'automatisation (RPA) et d'amélioration de processus opérationnels (comme le contrôle de conformité des documents). Le RPA (Robotic Process Automatisation) fait ainsi partie des innovations bien intégrées au niveau des banques et notamment au Crédit Agricole d'Ile-de-France. Oubliées, les tâches répétitives, comme les simples transactions ou le classement des mails.

En confiant ces processus à des machines, nous avons dégagé un temps précieux à nos conseillers, qui peuvent plus facilement se concentrer sur leur cœur de métier : l'écoute client ! Mais si le RPA fait déjà partie de notre quotidien, pas question de nous arrêter en si bon chemin.

Pour la majorité des Français, ou des parties prenantes du marché bancaire, les apports de l'Intelligence Artificielle sont encore flous. Je suis persuadé que cette technologie va apporter (et est déjà en train d'apporter) un renouveau aux différents métiers et activités du secteur bancaire. Les enjeux sont divers comme la collecte, le traitement et l'analyse des données, à la base même d'une meilleure connaissance client ; la qualification des risques, la décision d'octroi ; et la cohérence décisionnelle, entre la complexité de la technologie utilisée, mais également la simplicité de l'apprentissage et de l'interopérabilité des systèmes. Les outils liés à l'IA doivent nous aider à répondre aux besoins personnels des clients ou bien à les prévoir, mais ils doivent également les aider à comprendre nos solutions et leur plus-value pour leur situation personnelle.

Des bénéfices pour nos clients et nos collaborateurs

Ne soyons pas frileux devant l'arrivée de ces nouvelles technologies. Au contraire, il nous faut prendre les devants ! C'est la raison pour laquelle la refonte de l'expérience clients en banque et assurance à travers des services hyper-personnalisés, possible grâce à l'IA, est l'un de notre premier enjeu pour demain.

"Ainsi l'IA va permettre à chaque conseiller de mieux connaître son client, d'anticiper ses besoins et de lui proposer des solutions personnalisées au bon moment et avec une réactivité renforcée."

Le client est à la base de nos recherches d'amélioration, mais pas que, grâce aux nouveaux outils comme les chatbots, le conseiller peut aujourd'hui être assisté par des outils digitaux experts. Les tâches à faible valeur ajoutée sont donc reléguées au second plan et le conseil, l'expertise pour chaque client est travaillé et mis en avant.

Que restera-t-il au conseiller, dans cette optique ? Évidemment ses compétences sociales et émotionnelles, qu'aucune machine ne peut reproduire. L'empathie, la créativité ou encore le leadership doivent être encouragés et cultivés. Il suffit de voir à quel point le contact et l'expertise de nos conseillers sont demandées, a fortiori pour les opérations complexes ! Et avec le temps libéré par l'IA, il peut plus facilement se concentrer sur la formulation de recommandations personnalisées pour nos clients.

Vers l'émergence de leaders de l'IA dans le secteur bancaire qui sauront tirer le meilleur de la complémentarité hommes / machines

Si l'IA est l'une des préoccupations majeures du marché, nous avons encore des efforts de pédagogie à réaliser pour évangéliser notre écosystème, celui des clients, de nos partenaires, et aussi de nos collaborateurs.

Au Crédit Agricole d'Ile-de-France, nous menons un vrai travail de fond, notamment à travers notre Pôle Innovation, chargé de trouver les solutions les plus inventives pour les clients et les collaborateurs. En les impliquant, nous avons pu faire un pas vers l'Open Innovation et nouer des partenariats stratégiques avec plusieurs structures. Et ce n'est qu'un début !

"L'acculturation de l'écosystème passe aussi par la formation aux techniques et outils innovants, mais surtout par l'éthique et le respect des données personnelles utilisées. Car, l'introduction des nouvelles technologies et de l'IA ne doit jamais se faire au détriment du client."

La banque est et doit demeurer LE Tiers de confiance en matière de traitement et de protection des données personnelles. Et pour ce faire, notre credo restera toujours le même : nous moderniser en gardant une parfaite maîtrise des technologies que nous exploitons. Si l'IA se démocratise, elle ne peut pas remplacer l'humain. Au contraire, elle doit être au service de l'humain et il incombe à chaque entreprise de se doter des organisations et compétences pour la maîtriser !