

Déconstruire le concept d'*Inception*

| En analogie avec la construction d'une maison

Déconstruire le concept d'*Inception*

Un service de conseil numérique pour les banques

Dans un monde où le numérique est roi, où les attentes des consommateurs augmentent, **où 69% d'entre eux souhaitent accéder à l'ensemble de leur vie financière en ligne...** La création d'une marque numérique axée sur le client est essentielle au succès des banques traditionnelles. Celles qui ne sont pas prêtes pour le numérique et qui n'offrent pas **une expérience utilisateur de premier ordre** perdent des clients au profit des fintechs, des banques "challengers" et des néo-banques de pointe.

Les banques traditionnelles sont également confrontées à l'évolution des réglementations et limitées par l'héritage des piles technologiques internes. Selon Forrester, **33% des décideurs des institutions financières déclarent que leur stratégie technologique est l'un des plus grands défis lorsqu'il s'agit d'exécuter la transformation numérique.** En outre, **71% considèrent l'accélération de la numérisation comme une priorité absolue au cours de l'année prochaine**, tandis que **69% considèrent le renforcement de la conformité réglementaire comme un objectif primordial.**

Pour aller de l'avant avec succès, **les banques doivent de toute urgence proposer des produits et services modernes et innovants, tout en élargissant leur portée sur le marché de manière rentable.** Cependant, beaucoup ne savent pas par où commencer.

Pour de nombreuses banques, une "**Inception**", ou un **service de conseil numérique**, est la meilleure façon d'aller de l'avant. Les Inceptions offrent une solution précieuse, en guidant les banques traditionnelles sur la voie de la numérisation.

Mais l'**Inception** n'est pas réservée aux banques en place. Les nouveaux venus sur le marché du numérique sont également confrontés à des difficultés pour naviguer dans un paysage en constante évolution et imprévisible. Bien qu'ils aient des plans et des aspirations de haut niveau, certains n'ont pas l'expertise et l'expérience nécessaires pour créer une banque en ligne à partir de zéro ; d'autres ont du mal à gagner la confiance des consommateurs que les banques en place ont maintenues pendant longtemps.

Il convient également de noter que **l'*Inception* ne s'adresse pas uniquement aux banques et aux acteurs financiers : les institutions non financières peuvent également tirer parti du programme de conseil pour leur parcours de transformation numérique.**

EN BREF

L'**Inception** aide les institutions financières établies, les néo-banques et les banques "challengers" à **découvrir, définir et concevoir une proposition de valeur numérique gagnante** qui se concentre sur la rentabilité et le centrage sur le client.

Comment fonctionne l'*Inception* ?

Il s'agit d'un **projet de conseil collaboratif intense de trois à six semaines***, comprenant des ateliers auxquels participent la plupart des départements bancaires. Au cours de ces ateliers, **des évaluations de faisabilité multidimensionnelles** sont menées sur les plans technique, opérationnel et conformité. À la fin de l'**Inception**, la banque dispose d'un **projet de banque numérique.**

**Sans compter la phase de mobilisation*

Mais qu'est-ce qu'un projet de banque numérique ?

Comme pour la construction d'une maison, où les premières étapes consistent à choisir un terrain et à dessiner des plans, **les banques doivent choisir les produits à offrir, la manière d'intégrer les clients et l'expérience utilisateur (UX) qu'elles souhaitent offrir, ainsi qu'un schéma directeur de la banque numérique.**

L'*Inception* : étape par étape

Examinons les nuances d'un service de conseil **Inception** via une analogie avec **les étapes de la construction d'une maison.**



01

Inception :
phase de
mobilisation

P.4

02

Inception :
explorer les
besoins de
la banque

P.5

03

Inception :
définir et
concevoir
une
proposition
de banque
numérique

P.6

04

Démarrage :
soutien et
orientation

P.8

05

Au-delà
d'Inception :
construire
une banque
numérique

P.9

06

Après
l'Inception :
maintenir
une banque
numérique
et
encourager
l'innovation

P.10

07

Pourquoi les
institutions
financières
nous
choisissent

P.11

O1 Inception : phase de mobilisation

La phase de mobilisation s'apparente au lancement d'un projet de construction d'une maison, à la recherche et à l'achat de la parcelle de terrain idéale dans un emplacement optimal.

Elle commence avec l'équipe d'Inception - **un groupe d'experts qui a aidé à construire la première banque "challenger" d'Europe** - et les parties prenantes du client qui effectuent **une évaluation de la faisabilité, y compris une étude de marché préliminaire, une analyse de la concurrence et de la logistique**. Cette étape prend généralement entre sept jours et quelques semaines.

02 Inception : explorer les besoins de la banque



Lors de la construction d'une maison, les gens recherchent différents types d'agencement, de la maison individuelle à la maison entièrement personnalisée.

Lors de la construction d'une maison, les particuliers recherchent différents types d'agencement, allant de la maison "standard" à la maison entièrement personnalisée. De la même manière, l'équipe chargée de la conception organise **plusieurs ateliers sur place afin d'identifier les souhaits et les besoins du client.**

Le premier jour, d'intenses séances de brainstorming sont organisées pour donner forme à la vision de l'institution financière. Au cours de cette phase, l'équipe d'Inception les aide à :

- Comprendre **les normes du marché** et leur **public cible** ;
- Élaborer **une proposition de vente unique** ;
- Identifier **les différentiateurs spécifiques au marché et au segment** ;
- Cartographier **les points problématiques, les processus et l'infrastructure.**

Les objectifs du client sont également définis. Les options comprennent **la création d'une banque numérique à partir de zéro sur une solution de base existante, ou le développement d'un cas d'usage unique comme un portefeuille en ligne.**

03 Inception : définir et concevoir une proposition de banque numérique

En termes de construction de maison, la troisième étape comprend la recherche et l'embauche d'une équipe de construction.

Lors de la phase de conception, les parties concernées collaborent pour définir et concevoir une proposition de banque numérique gagnante.

Comment ? En comprenant et en fixant **des objectifs clés et des différentiateurs innovants, en définissant un produit minimum viable (MVP) et en créant un prototype de la nouvelle expérience client.**

Le schéma directeur de la banque numérique comprend plusieurs livrables :

- **Feuille de route** – commence par un MVP, permettant une mise sur le marché rapide.
- **Prototype UX** – permet aux porteurs du projet de visualiser l'expérience de l'utilisateur, en les aidant à mettre l'accent sur le client.

- **Flux de processus** – décrit plus en détail l'UX, en montrant les flux entre les composants frontaux et dorsaux.
- **Stratégie de mise sur le marché** – stimule l'engagement et l'acquisition de clients.

Maintenant que la banque sait clairement ce qu'elle veut construire, l'équipe Inception commence à **concevoir l'architecture technique** et à **définir les interfaces entre les tiers.**

En outre, une **matrice technique RACI (Responsible, Accountable, Consulted, Informed)** est créée, décrivant qui est responsable de chaque fonctionnalité de la feuille de route.

Enfin, le plan d'action numérique fournit des **données financières**, indiquant la durée de mise en œuvre de la feuille de route et sa rentabilité.

Tous les livrables sont réunis pour aider la banque à décider si elle doit ou non poursuivre la feuille de route.

Mais comment les livrables sont-ils créés ?

Le principal facteur de différenciation d'Inception est la manière dont les livrables sont élaborés. Après plusieurs ateliers consacrés aux objectifs, à la



vision, aux arguments de vente uniques et aux segments cibles, des sessions supplémentaires sont organisées pour approfondir ces aspects.

Dans ce cadre, l'équipe d'Inception et le client collaborent pour créer une première version des livrables et partager leurs commentaires, ce qui permet des améliorations régulières dans un environnement agile. À la fin de la première semaine, le **client reçoit une version finale des livrables**.

Avant de se précipiter sur les décisions de conception, des prototypes UX sont

construits, définissant comment les clients de la banque interagissent avec eux. Lorsque l'expérience utilisateur est confirmée, elle devient réalité, **sans être freinée par la technologie ou les processus existants de la banque**.

À partir de là, **les flux de processus** sont construits et **l'architecture technique** est conçue, y compris le positionnement des modules et des partenaires.

À ce stade, le client dispose des livrables techniques et de l'interface utilisateur. Mais il a besoin de savoir si la feuille de route sera rentable. C'est là qu'entre en

jeu **l'analyse de rentabilité**, un document détaillé qui présente les profits et les pertes. **Les analyses de rentabilité** varient d'un client à l'autre, en fonction de leurs exigences et du type de banque qu'ils sont - établie, nouvelle, etc.

Enfin, **une présentation est créée, résumant les résultats des produits livrables**. Elle est destinée à la direction de l'entreprise et explique **le pourquoi, le comment, le qui, le quoi et le quand de la feuille de route et du plan directeur proposés**.

Digital Bank Project Board



TASK TO DO

IMPORTANT

Assign new tasks

WARNING

Check new MVP

IMPORTANT

Call David about UX

NEXT PHASE

UI improvement

MVP Future releases Backlog

UX Prototype Customer Journey

MVP Process Flow

Go to Market Strategy

Conceptual Solution Document

Technical Architectural Document

Interface definition

Technical Responsibility Matrix

Business Model

Project Delivery Estimates

Project Delivery Outline

Business Case

BUSINESS DELIVERABLES

TECHNICAL DELIVERABLES

PROJECT & FINANCIAL DELIVERABLES

04 Démarrage : soutien et orientation

*Lors de la construction d'une maison, **cette étape consiste à obtenir les permis de construire et d'urbanisme requis.***

Dans le cas de l'Inception, **il s'agit d'aider le client à obtenir les autorisations dont il pourrait avoir besoin.** Par exemple, une toute nouvelle banque peut avoir besoin d'une licence bancaire pour se lancer dans la banque numérique.

L'équipe chargée des services bancaires numériques apporte son expertise, de sorte que le client remplisse les conditions préalables et les exigences réglementaires. Les livrables de l'Inception aident les clients à obtenir l'approbation réglementaire pour les exigences préalables à l'obtention d'une licence en seulement 10 jours.



10
jours

Les livrables de l'Inception aident les clients à obtenir l'approbation réglementaire pour les exigences préalables à l'obtention d'une licence en seulement 10 jours.

05 Au-delà d'Inception : construire une banque numérique



*La phase cinq d'un projet immobilier comprend **le déblayage du terrain, la pose des fondations, la construction, la décoration et les finitions.***

En termes bancaires, cette étape se déroule après la phase de conception. Elle tourne autour de la **mise en œuvre et de la fourniture de la solution de banque numérique, de son fonctionnement quotidien et de la satisfaction des clients grâce à une expérience de premier ordre, simple et rationalisée.**

06 Après l'Inception : maintenir une banque numérique et encourager l'innovation

La maison est construite. Quelques mois ou quelques années passent.

Que se passe-t-il ensuite ?
L'entretien et la rénovation - en répétant la troisième étape.

Il en va de même pour le service de conseil numérique. **L'Inception n'est que la première étape du voyage : les relations avec les clients se poursuivent dans le cadre d'ateliers d'innovation qui influencent la prochaine feuille de route.**

Ainsi, les banques peuvent aller de l'avant avec des idées nouvelles et passionnantes. Elles deviennent ainsi **des leaders de la transformation numérique et offrent des expériences utilisateur supérieures qui attirent, ravissent et fidélisent les clients à vie.**



07

Pourquoi les institutions financières nous choisissent

Sopra Banking Software a une expérience pratique de la construction de l'une des premières banques "challenger" en Europe, et nous avons également aidé à transformer de nombreuses banques traditionnelles.

Notre **équipe multilingue** d'experts en banque digitale possède **une vaste connaissance de l'industrie - globale et locale**.

C'est pour toutes ces raisons que Sopra Banking Software est **le partenaire privilégié de plus de 1 500 institutions financières dans le monde**.

Le partenaire de choix pour

+1,500

Institutions Financières



Sopra Banking Software est le partenaire technologique de référence de plus de 1 500 institutions financières dans le monde. La richesse de notre offre, la puissance de notre engagement et notre passion pour l'innovation nous permettent d'accompagner nos clients au quotidien dans leurs projets d'avenir, mais également de contribuer à rendre la finance accessible au plus grand nombre. Nos clients bénéficient chaque jour de la puissance de nos technologies et softwares, ainsi que de l'expertise de nos 5 000 collaborateurs. Nous les accompagnons dans plus de 80 pays dans le monde. Sopra Banking Software est une filiale du groupe Sopra Steria, l'un des leaders européens du conseil, des services numériques et de l'édition de logiciels. Avec plus de 50 000 collaborateurs, ce dernier affiche un chiffre d'affaires 2022 de €5,1 Milliards d'euros. Pour plus d'informations, suivez-nous sur LinkedIn, Twitter & Instagram ou visitez notre site www.soprabanking.com

*Pour savoir comment nous pouvons aider votre banque à
créer des stratégies de transformation numérique percutantes,
rendez-vous sur notre site www.soprabanking.com
ou contactez-nous à l'adresse hello@soprabanking.com*

CODING COLORFUL BANKING