

Le challenge analytique pour le secteur bancaire

Le secteur bancaire a nettement évolué ces dernières années, suite aux changements d'ordre économique, législatif, concurrentiel et technologique. Avec une grande variété de produits, tels que les cartes de crédit, les prêts au logement, les comptes courants et épargne, l'assurance et les produits d'investissement, les banques doivent anticiper et satisfaire des besoins clients en constante évolution. En outre, les institutions financières doivent être capables d'estimer et de réviser leurs conformités aux recommandations de Bâle II, c'est-à-dire pouvoir évaluer le risque et déterminer le montant en capital dont elles doivent obligatoirement assurer. Plus que jamais, les banques ont besoin d'une meilleure compréhension des principaux indicateurs et des meilleures pratiques pour la prise de décisions à tous les niveaux de l'opérationnel, notamment dans :

- L'acquisition et la rétention du client
- L'amélioration des ventes et des services
- L'analyse des prix et du ROI
- La gestion des risques et la prévention de fraude
- Les mouvements, les évaluations et les prévisions financières
- Le contrôle et le respect des réglementations

Dans un contexte de plus en plus compétitif, les principales institutions financières ne pourront se différencier qu'en tirant profit de l'information stockée dans leurs énormes entrepôts de données, qu'il s'agisse des transactions, des opérations quotidiennes, ou de données démographiques. L'analyse opportune de ces données leur permettra de gérer au mieux toutes les facettes de la relation client, de l'investissement, du risque, des réglementations, et de l'évaluation du capital afin d'améliorer « l'expérience du client » et d'accroître les profits.

Enterprise Modeling

KXEN a récemment introduit un nouveau concept appelé « Enterprise Modeling », une approche innovante qui consiste à appliquer des modèles prédictifs et descriptifs sur des données provenant de toutes les activités opérationnelles afin d'identifier et de comprendre les principaux facteurs d'influence et de changement dans l'entreprise et son secteur d'activité. Cette nouvelle approche peut permettre de concevoir des rapports et des tableaux de bord, mais également de comprendre le risque et la fraude, de déterminer le ROI des campagnes marketing, et d'améliorer les activités opérationnelles à tous les niveaux de l'entreprise.

Jusqu'à présent, les experts en analyse passaient des semaines à chercher l'information dans des téra-octets de données, en utilisant le reporting, l'OLAP, et des logiciels conventionnels de data mining. Mais pour être vraiment efficace aujourd'hui et présenter un réel avantage compétitif, la modélisation doit permettre aux managers une exploration automatisée des données.

L'Enterprise Modeling doit permettre entre autres :

- d'évaluer des milliers de problématiques d'entreprise ;
- de décrire avec précision la situation actuelle ;
- d'identifier les principaux facteurs d'influence parmi des milliers ;
- de prédire de manière fiable le future de l'entreprise.

Enterprise Modeling est une nouvelle manière d'analyser rapidement toutes les données disponibles et d'identifier l'information pertinente pour une problématique donnée. L'Enterprise Modeling débute par l'identification des indicateurs clés de performance (KPI) permettant d'atteindre les principaux objectifs de l'entreprise. La part de marché, par exemple, peut être un indicateur clé influençant la croissance du chiffre d'affaires. Le manager peut se servir de KXEN pour explorer ses data warehouses et identifier automatiquement les facteurs clés pour accroître sa part de marché. L'étape suivante consiste à mettre en place un ensemble de projets et d'initiatives lui permettant d'atteindre son objectif comme la rétention client. Grâce à KXEN, il pourra prévoir et classer par rentabilité potentielle croissante chaque initiative, et décider de l'intérêt ou non de la mettre en place. Ce qui prenait aux experts des semaines de travail, prend maintenant au décideur quelques minutes pour analyser, comprendre et agir.

Marketing et CRM

Les institutions financières utilisent depuis longtemps la modélisation prédictive pour répondre aux besoins de leurs campagnes marketing, notamment pour la génération de listes ciblées de publipostage, d'adresses email et de téléphones. Mais la modélisation prédictive n'est utilisée que pour résoudre un nombre restreint de problématiques : les techniques statistiques sous-jacentes demandent une expertise considérable, du temps et de la clairvoyance pour transformer des données en information fiable. Grâce à l'approche analytique de KXEN, les départements marketing peuvent désormais identifier des segments sous-exploités, et créer, tester et lancer des produits et services fortement ciblés pour des niches de clients et prospects. En passant d'une approche orientée produit à une approche orientée client, les principales banques sont maintenant en mesure de concevoir et recommander des produits qui répondent parfaitement aux attentes du bon client, au bon moment.

Rentabilité du client : KXEN permet aux institutions financières d'évaluer le coût global d'un client, et de le comparer au revenu escompté et à la durée de vie prévue pour ce client.

- calculer la rentabilité globale du client (c'est-à-dire pour toute sa durée de vie) en tenant compte des prévisions de son activité à travers tous les canaux et pour tous les produits ;
- segmenter les clients en groupes selon leurs comportements et prévisions de rentabilité, rendant ainsi possible la création de messages très ciblés ;
- évaluer les effets des nouvelles campagnes, des nouveaux produits et services, sur la durée de vie des différents groupes ou individus.

Gain de clients et ventes croisées : KXEN permet d'assortir un produit donné aux besoins et propensions à acheter des clients.

- augmenter la part du portefeuille client par la vente croisée de produits très rentables tels que les cartes de crédit ou l'autorisation de découvert ;
- développer la base client par le biais de campagnes de recrutement clients fortement ciblées ;
- adopter une approche personnalisée pour tenir informé le client des dernières nouveautés et anticiper leurs besoins.

Rétention : Dans un contexte de plus en plus compétitif et global et grâce à une variété grandissante d'offres et de services, le client dispose désormais de suffisamment d'éléments pour comparer les prestations existantes et peut facilement décider de changer de banque. KXEN permet le calcul du score d'attrition, ou l'identification au cas par cas de la propension du client à rester ou quitter la banque, et le calcul du score d'appétence, ou l'identification de l'offre que le client serait susceptible d'accepter, et quand.

- créer des campagnes marketing de « rétention » par segment de la clients ou par groupe de produits ;
- déterminer les facteurs importants pour l'amélioration de la satisfaction et fidélité client ;
- identifier en temps réel, lors d'un échange avec le call center par exemple, les clients à forte probabilité d'attrition.

Grâce à la modélisation prédictive de KXEN, les institutions financières peuvent identifier toutes ces opportunités et accroître ainsi le taux d'acquisition de nouveaux clients ou encore la vente croisée de produits ou services. La banque peut se concentrer sur ses relations les plus rentables. Les télé-acteurs peuvent être informés en temps réel de la propension du client - qu'ils ont en ligne - à répondre à telle ou telle offre, afin de mieux le servir, l'intéresser et améliorer sa valeur à chaque interaction.

Opérations et Finance

A la suite des récents scandales financiers, une nouvelle réglementation internationale élève la barre d'accès à un marché de plus en plus global. Les accords de Bâle II obligent les banques à reconstituer des données historiques à la fois sur des éléments de risques de crédits et de risques opérationnels, et ce pour de longues échéances (5 à 7 ans). A l'avenir, les banques seront obligées de stocker toute une série de données supplémentaires puis de pouvoir les restituer au fil de l'eau, pour différents objectifs, y compris celui de mettre à jour les modèles internes, de rendre des comptes aux instances de surveillance, et de communiquer à destination des marchés et investisseurs financiers. Ces défis peuvent créer de nouvelles opportunités pour les institutions financières. Il existe ainsi trois voies possibles pour transformer une réglementation défensive en un outil générateur de valeur:

- le calcul du coût du risque pour chaque unité, imposé - implicitement - par Bâle II, permettra aux institutions financières d'établir une tarification au plus juste ;
- les banques qui accompliront le mieux leur communication financière se verront attribuer les meilleures notations par les marchés financiers et pourront mieux négocier leurs taux de refinancement ;
- cette gestion améliorée des marges permettra aux institutions financières de réaliser une gestion à la fois plus dynamique et moins arbitraire de leurs portefeuilles d'affaires.

La gestion des risques : les formes que peut prendre le risque évoluent, d'où le besoin de mettre à jour les mécanismes de détection (les filtres statiques sont en effet très vite obsolètes). KXEN intègre en natif la détection des déviations, ce qui lui permet de prévenir l'utilisateur ou de déclencher la création d'un nouveau modèle alors même que les données changent.

- détecter les paramètres principaux du risque par pays et par secteur ;
- développer un modèle comportemental fiable de scoring pour évaluer la probabilité d'insolvabilité du client ;
- réaliser des tests rétroactifs d'attribution de crédit en analysant l'impact des paramètres pris pour l'évaluation de la solvabilité du client ;
- évaluer la qualité des portefeuilles, en comparant la qualité des affaires entre différentes zones et différents secteurs industriels.

La détection de fraude : Le facteur déterminant dans la détection anticipée de nouveaux types de fraude est le monitoring permanent de toutes les informations relatives aux anomalies ; seul KXEN est capable de le faire. Des anomalies qui s'avèrent être des nouveaux modèles de fraude peuvent alors être notifiées et modélisées pour une détection anticipée, réduisant ainsi tout risque de dommage financier aux lourdes conséquences.

- détecter par anticipation une usurpation d'identité ;
- détecter en temps réel des transactions douteuses ;
- identifier des nouvelles méthodes de blanchissement d'argent.

L'évaluation des prix : KXEN permet aux sociétés bancaires d'assimiler l'évaluation macro-économique, par l'estimation du coût du risque et la considération de ce dernier dans le coût du capital, dans les frais généraux administratifs, et dans l'estimation des coûts financiers.

- évaluer la marge générée par une transaction ;
- améliorer la tarification du risque sur crédit et les critères budgétaires.

Monitoring des mouvements financiers : KXEN permet la prévision et le monitoring des mouvements de capitaux.

- calculer les indicateurs principaux des mouvements de capitaux (par exemple, les relevés de compte, la marge brute d'autofinancement, l'estimation externe, l'historique de l'activité professionnelle) ;

- prévoir des mois à l'avance les mouvements quotidiens de fonds ;
- réaliser des tests en situation extrême (stress tests) pour évaluer l'adéquation du capital ;
- détecter les mouvements atypiques.

En exploitant toutes les données clients, KXEN permet aux banques de concevoir des modèles fiables afin de bien évaluer le risque et mieux répondre aux nouvelles recommandations de Bâle II pour l'évaluation des risques. D'autres importants domaines d'application du secteur bancaire sont : la planification financière et l'évaluation des besoins en capital, l'analyse de la marge brute d'autofinancement, le coût des services, la facturation et l'encaissement.

Conclusion

Grâce aux modèles analytiques de KXEN, les décisionnaires du secteur bancaire disposent d'un outil leur permettant de comprendre les initiatives majeures, de déterminer le ROI pour chacun des projets d'entreprise, et d'optimiser ainsi les performances de la banque. Ils peuvent par exemple identifier les facteurs clés de leurs campagnes marketing ou encore de leur programme de fidélisation, tout en mesurant l'impact financier de ces initiatives avant leurs possibles implémentations. Ceci est désormais possible car KXEN permet de réduire de semaines à quelques heures le temps nécessaire à la constitution d'un modèle fiable et de haute qualité sur chacune des initiatives identifiées, et de traduire ainsi l'information qui en ressort en une prise de décision à tous les niveaux de l'entreprise.

KXEN, de part sa facilité d'utilisation et sa rapidité d'exécution permet de construire et déployer des modèles prédictifs fiables et rentables qui répondent aux problématiques quotidiennes de l'entreprise. Par exemple, KXEN peut, de manière automatique, identifier les facteurs influençant la satisfaction client, la qualité du service, la préférence produit, ou encore proposer en temps réel le bon produit au bon client.

KXEN réduit le risque d'erreur humaine grâce à la préparation et à la modélisation automatique de centaines de variables en entrée. Les banques peuvent utiliser toutes les données pertinentes du data warehouse, et même inclure dans leurs analyses des données détaillées sur les transactions client, les transactions web et même des données externes provenant des partenaires et associations du secteur, ceci afin d'obtenir de meilleurs résultats.

Pour aider quotidiennement à la prise de décision, l'analytique doit être disponible à partir des progiciels les plus fréquemment utilisés. KXEN est conçu pour s'intégrer facilement dans les applications d'entreprise de sorte que chaque interaction puisse tirer un maximum profit de l'analytique.

KXEN permet aux managers de définir des stratégies concurrentielles grâce à l'exploitation des informations cachées depuis des entrepôts de données de plus en plus importants. Dès lors que cette définition est établie, et une décision prise, les modèles de production fournissent aux employés une exécution facile et intuitive de ces stratégies à tous les niveaux de l'entreprise. Grâce à une meilleure compréhension des besoins de leurs clients et l'identification du meilleur moyen de répondre à leurs attentes, la banque peut améliorer sa rentabilité, tout en se



Enterprise Modeling

Dans le secteur bancaire

KNOWLEDGE
EXTRACTION
ENGINES

conformant aux réglementations en vigueur. Au niveau du client, l'avantage premier est de pouvoir travailler avec un partenaire bancaire qui comprend au mieux ses besoins et qui permet une meilleure coopération.