Mobile Banking Apps



USERADGENTS

Les apps de mobile banking

Mobile Banking Apps

Self-banking, paiement mobile, agrégation de comptes, renforcement de la sécurité et des transactions, hybridation de la banque en ligne et des agences, nouveaux services… Le monde de la banque subit une profonde mutation, notamment portée par le numérique et le respect des directives sur les services de paiements (authentification forte, DSP2, open banking, etc.). L'expérience de vos clients passe désormais majoritairement par vos interfaces digitales, devenues le pilier de votre relation client.

Cette étude a pour objectif de vous donner les clés pour optimiser l'expérience bancaire au sein de vos applications mobiles.

01

Banque & Mobile

Tendances marché, rôle du mobile dans l'expérience bancaire, chiffres clés

‣ Slide 3

02

L'expérience bancaire sur mobile

Authentification, consultation de comptes, PFM, conseil, opérations, services …
24 Apps décortiquées par nos experts

‣ Slide 15

03

Les enjeux mobile banking

Une UX inclusive, responsable, incarnée par le design et servie par la tech

‣ Slide 104



Banque & Mobile

Mobile banking first

La majorité des français a recours aux outils digitaux pour gérer ses finances



9/10

9 Français sur 10 réalisent des opérations bancaires en ligne*



92%

des Français consultent le site Internet de leur banque**



66%

des Français ont téléchargé au moins une application bancaire**

Source : *Deloitte - Les français et les nouveaux services financiers, 2020
**FBF/IFOP - Les Français, leur banque, leurs attentes, 2020

Mobile banking first

Plus de récurrence de connexion de la part des utilisateurs mobile, notamment les plus jeunes



25%

des Français
se rendent au moins
une fois par jour sur
leur espace bancaire
sur mobile/tablette
(vs 20% sur desktop)



46%

des 50-64 ans et 56%
des plus de 65 ans
n'utilisent jamais le
mobile/tablette pour
accéder à leurs
comptes bancaires



38%

des 18-34 ans utilisent
leur mobile/tablette
tous les jours voire
plusieurs fois par jour
pour accéder à leurs
infos bancaires

Source : Square, 2020

Mobile banking first

Les fonctionnalités les + utilisées sur application mobile



70%

Se tenir informé de ses soldes et mouvements bancaires



55%

Effectuer des virements



52%

Vérifier des transactions importantes

Source : Square, 2020

La pression sur les banques traditionnelles s’intensifie

1. Les clients soumettent les banques à de nouveaux défis
2. Les néo-banques séduisent les utilisateurs par leur attractivité/simplicité
3. Les retailers & opérateurs préemptent à leur tour le marché
4. Gafam, Natu, Batx font trembler les institutions traditionnelles
5. Demain, des "Super Apps" financières ?
6. La régulation du marché contraint l’expérience

1 Les clients soumettent les banques à de nouveaux défis

Banque & Mobile

Modification des usages.

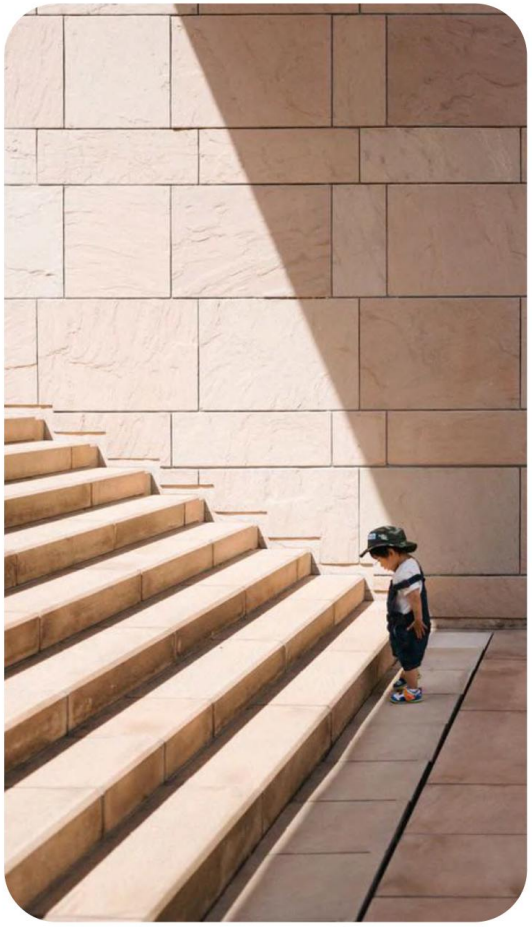
Multi-bancarisation, offres verticalisées & hyper segmentation, agrégation de comptes, C2C

Démocratisation des nouvelles technologies.

Biométrie, paiement mobile, temps réel

Érosion du lien de confiance.

Transparence, éthique, responsabilité



2 Les néo-banques séduisent les utilisateurs par leur attractivité/simplicité

Banque & Mobile

Une expérience 100% digitale voire 100% mobile.

Parcours simplifiés, rapides, personnalisés et une offre moins chère

Une approche servicielle.

Beyond Banking, open banking, API

Une proximité et une relation nouvelle.

Transparence, ton & accompagnement pour gagner la confiance



Les institutions traditionnelles se mettent à la page, en témoigne Max, la néo-banque du Crédit Mutuel Arkéa

Source : N26 Janvier 2021

2 Les néo-banques séduisent les utilisateurs par leur attractivité/simplicité



10%

des Français
se déclarent clients
d'une néo-banque
100% mobile



43%

dont 43% pour les frais
bancaires réduits
et la même proportion pour
la simplicité d'utilisation

N26

7M

En 6 ans seulement,
la néo-banque allemande
N26 a acquis + de 7
millions d'utilisateurs
dans le monde,
dont 1,75 million en France

Source : Deloitte - Les français et les nouveaux services financiers, 2020

3 Les retailers & opérateurs préemptent à leur tour le marché

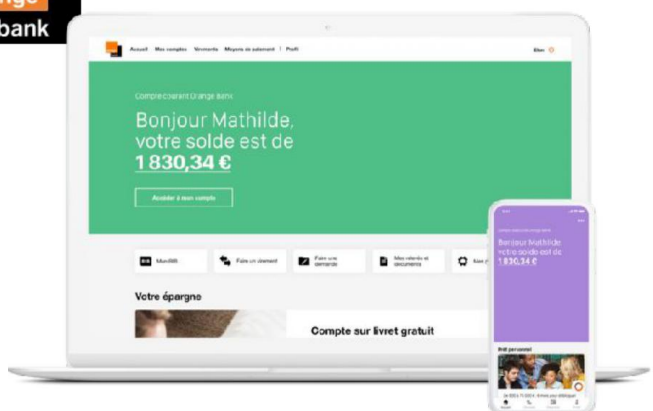
Des programmes de fidélité, solutions de crédit, wallets aux offres complètes de banques en ligne (paiement, crédit, assurance)



Auchan

3x 4x oney

orange bank



Pay



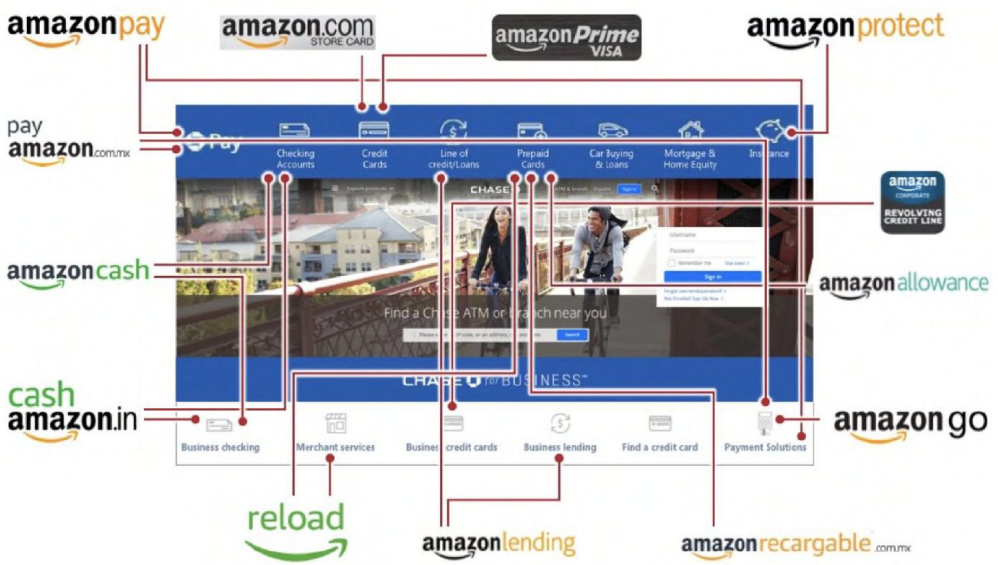
BANQUE Casino



4 Gafam, Natu, Batx font trembler les institutions traditionnelles

Capitalisant sur leurs bases clients gigantesques, leurs écosystèmes de services intégrés, et leurs savoir-faire tech & data, les géants américains et chinois investissent progressivement le secteur financier

Google FACEBOOK Uber ANT FINANCIAL



Apple Pay, Apple Card, Google Pay, Google Bank, Facebook Pay, WhatsApp Pay, Uber Money, Uber Credit Card, Alipay (Ant Financia, filiale d'Alibaba)… Et bien sûr le géant Amazon qui offre des services financiers (paiement, assurance, financement) aux clients mais aussi aux vendeurs présents sur sa marketplace, et crée ainsi des circuits financiers fermés au sein de son écosystème.

5 Demain, des "Super Apps" financières ?

De plus en plus d'acteurs de la tech se muent aujourd'hui en Super-Apps, pour gagner l'engagement des clients, conquérir une plus grande part de marché et exploiter d'autres sources de revenus

Banque & Mobile

Ces applis multi-fonctions, qui visent à la fois les entreprises et les consommateurs, empiètent de plus en plus sur les services bancaires : paiement des courses alimentaires, consultation des comptes bancaires, transactions P2P internationales ou en cryptomonnaies, outils de PFM, contrats d'assurance et bien d'autres…

À l'inverse certaines fintech sont en passe de renverser la tendance en se servant de leur légitimité sur le marché pour ne pas laisser trop de terrain aux GAFA. Résultat ? Une offre étoffée, financière évidemment (scan & pay, paiements entre amis…) mais pas que (travel, offres publicitaires…) !

Lydia, la super-app pour votre argent

Lydia est une alternative aux applications des banques traditionnelles

PayPal venmo

WeChat Gives Glimpse Into The Future of Banking

Avec ses 4 millions de téléchargements et ses 2 millions d'utilisateurs (dont près de 400.000 actifs par mois), l'application Lyf Pay entend bien s'imposer dans le paysage français des super-app bancaires. Pour cela, elle mise sur la force de sa communauté et lance une suite de solutions publicitaires à destination des annonceurs.

'Super-apps' are the next evolutionary step for financial services

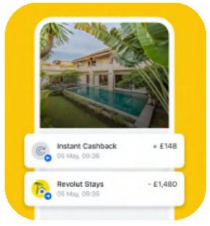
Companies are competing to create a single mobile app that satisfies an array financial service needs.

Published June 7, 2021



Anne-Carole Coen :
« **Swile** est une **super app** que l'on veut mettre dans la poche de tous les **employés** »
L'interview •• La vidéo

De plus en plus proche de la Super App, **Revolut** a lancé fin juillet 2021 la fonctionnalité **"Stays"** qui donne la possibilité à ses utilisateurs de réserver des hébergements de vacances (et des transports) directement depuis l'app bancaire. Stays permet au passage au client de cumuler 10% de cashback.



Revolut

6 La régulation du marché contraint l'expérience

DSP2, RGPD, Bâle III, contraintes de mentions (tailles, indicateurs visuels & contrastes…)… autant de réglementations dont l'impact sur les interfaces est fort

Depuis 2019, l'authentification forte liée à la directive sur les services de paiement (DSP2) est nécessaire pour accéder aux comptes et les partager avec des Third Party Provider (TPP : dont les agrégateurs et initiateurs de paiement), pour réaliser des opérations « engageantes » tels que les virements et paiements en ligne et afin de protéger les clients contre la cybercriminalité.

Par authentification forte, on entend la combinaison de deux éléments d'authentification indépendants :

- Possession (smartphone, carte SIM… d'où l'intérêt de bien réaliser l'appairage de son mobile avec sa banque lors de l'onboarding sur l'app)
- Connaissance (code secret par ex)
- Inhérence (biométrie)

D'autres directives *(adoptées à un niveau international comme Bâle III depuis 2010 ou européen avec MiFID depuis 2007)* - contribuant à solidifier le marché, en encourageant la concurrence ainsi que la transparence des transactions - contraignent les acteurs financiers. Des réglementations de plus en plus nombreuses qui influent tout autant sur l'expérience utilisateur, notamment le RGPD qui appliqué depuis mai 2018, implique une gestion de ses données personnelles parfois au sein même du parcours.

Depuis mi-juin 2021, le seuil des montants des transactions en ligne nécessitant une double authentification a été abaissé à 30€.

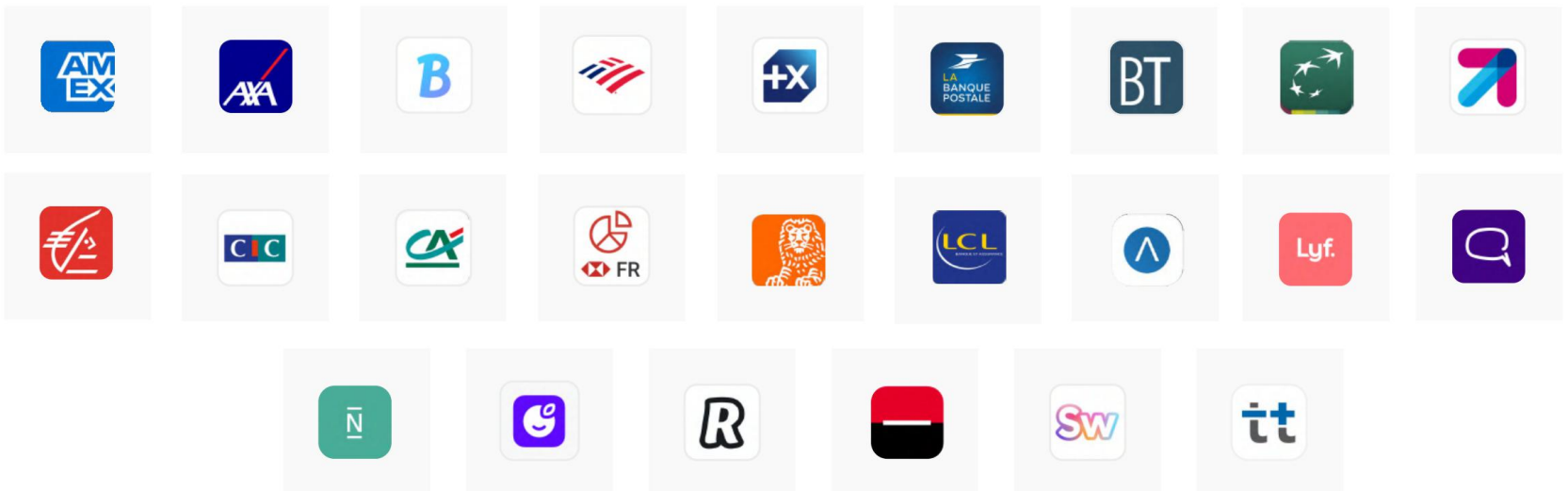


02

L’expérience bancaire sur mobile

Les acteurs étudiés

American Express, AXA, Bankin', Bank of America, Banque Populaire, Banque Postale, Banque Transatlantique, Boursorama, Caisse d'Épargne, CIC, Crédit Agricole, HSBC, ING, LCL, Lydia, Lyf, Max, N26, Plum', Revolut, Société Générale, Swile, Tricount



Au programme

L'expérience bancaire sur mobile

01

Accueil & navigation › Slide 18

Widgets & force touch
Mire d'authentification
Accueil
Navigation & menu

02

Consultation des comptes & PFM › Slide 40

La consultation des comptes
La consultation des autres produits
Les outils de PFM

03

Virements, prélèvements & paiements › Slide 61

Virements
Prélèvements
Paiements

04

Conseil & upsell › Slide 78

Une relation privilégiée
La promotion des produits bancaires
Les services additionnels

01 Accueil & navigation



01 Accueil & navigation

Authentification biométrique, widgets, gestion 3DS, preview des comptes, raccourcis et infos pratiques disponibles avant login, personnalisation de l'accueil...

Comment trouver le bon équilibre entre information légale, sécurisation des accès, et fluidité des usages et de l'onboarding de vos utilisateurs ?

Au-delà de l'accueil, comment orienter vos utilisateurs vers leurs besoins clés ? Des menus courts, des raccourcis, organisés selon des micro-moments, par action (cartes, gestion des alertes, RIB, virements...), des repères guidants pour trouver et agir rapidement et sereinement.

La biométrie est devenue la norme en matière de banking, pour s'authentifier par empreinte digitale ou reconnaissance faciale de manière ultra rapide et sécurisée. Avec DSP2, cela devient une étape incontournable pour valider un paiement en ligne. Et progressivement, nos cartes bancaires se dotent d'un lecteur biométrique pour sécuriser un paiement physique.



Marie Billon, Responsable
pôle Trendwatchers USERADGENTS

01 Accueil & navigation

Widgets & force touch

Un petit coup de pouce.

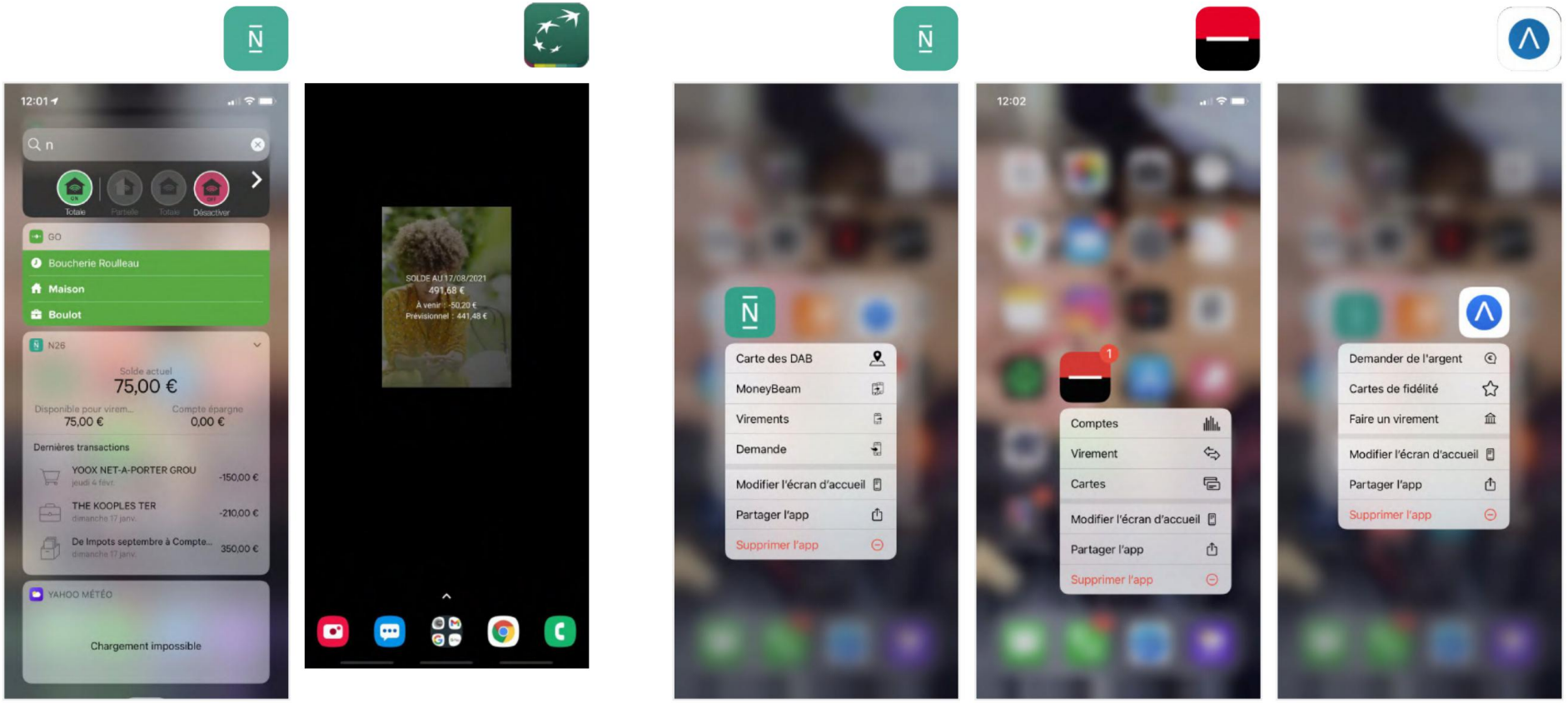
Mire d'authentification

Accueil

Navigation & menu

Tirer partie des fonctionnalités natives des OS

Widgets iOS, force touch sur l'icône de l'app… pour donner des infos clés (solde de compte, opérations récentes…)



01 Accueil & navigation

Widgets & force touch

Mire d'authentification

Jeter un œil.

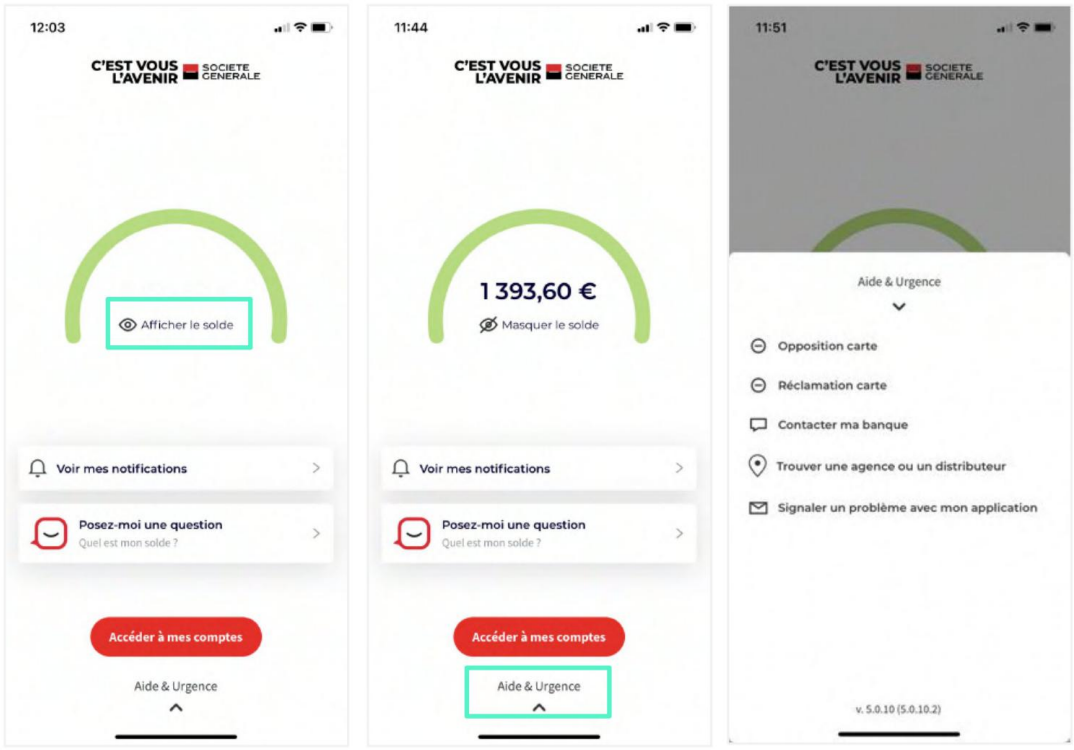
Accueil

Navigation & menu

Une mire d'authentification informative hors connexion

Infos & actions clés dispo avant login pour offrir une vue sur sa situation en un coup d'œil et permettre de réagir rapidement dans un contexte d'urgence

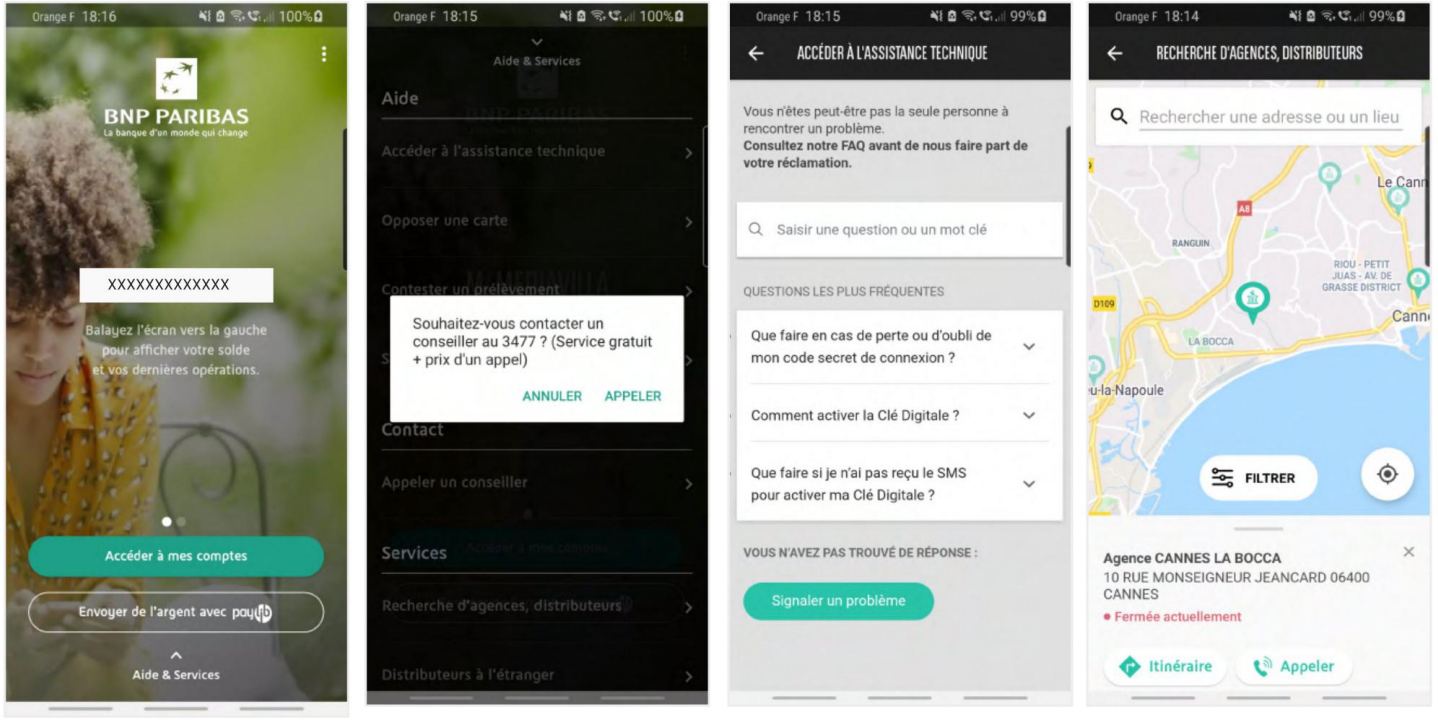
Jauge animée informative de la situation du compte courant, preview du solde du compte courant, masqué par défaut mais consultable hors authentification



Une mire d’authentification informative hors connexion

Infos & actions clés dispo avant login pour offrir une vue sur sa situation en un coup d’œil et permettre de réagir rapidement dans un contexte d’urgence

La possibilité de faire opposition sur sa carte bancaire, signaler un bug dans l’application, contacter un conseiller, trouver un distributeur… depuis la mire



Une mire d'authentification informative hors connexion

Infos & actions clés dispo avant login pour offrir une vue sur sa situation en un coup d'œil et permettre de réagir rapidement dans un contexte d'urgence

Preview du solde disponible au swipe, accès rapide aux comptes, lien direct aux numéros utiles, l'appli devient un outil d'accompagnement quotidien et de consultation rapide

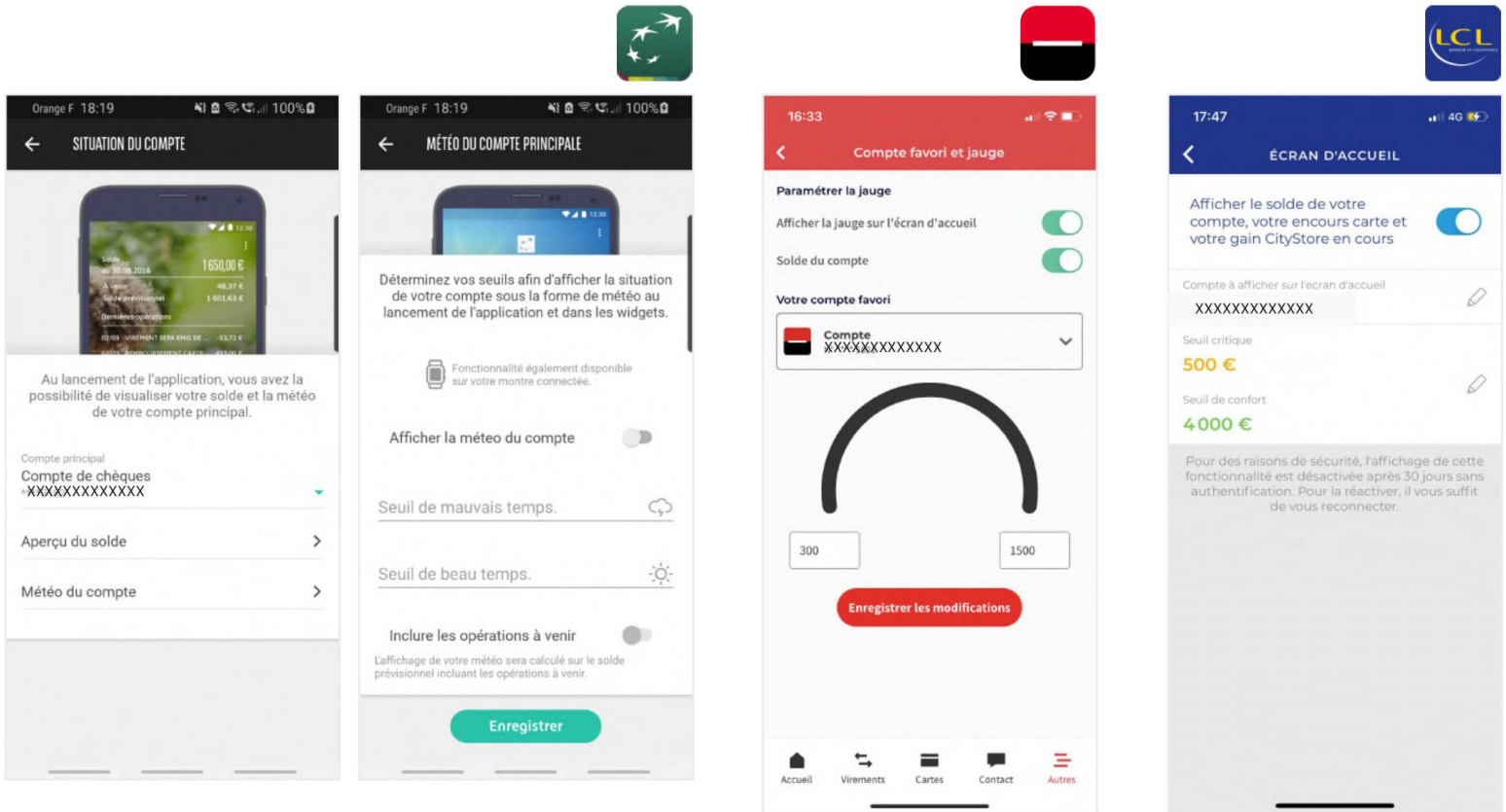






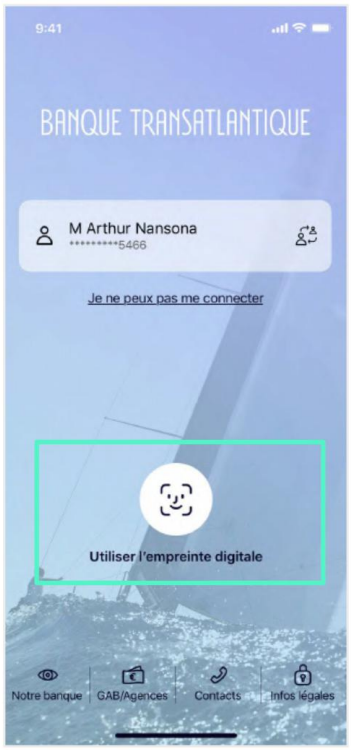
Une mire d'authentification sur-mesure

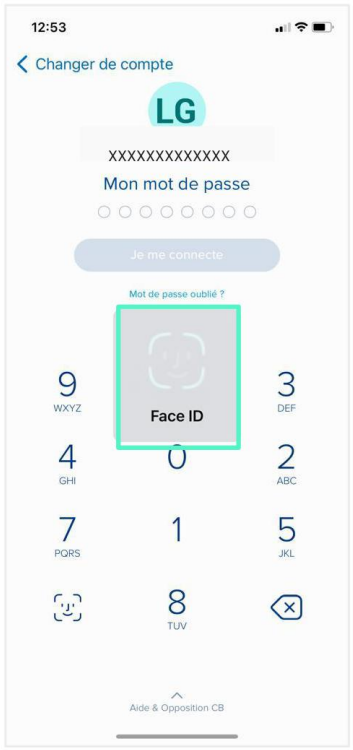
Paramétrage personnalisé des seuils (critique / confort) de son compte, affichage ou non du solde

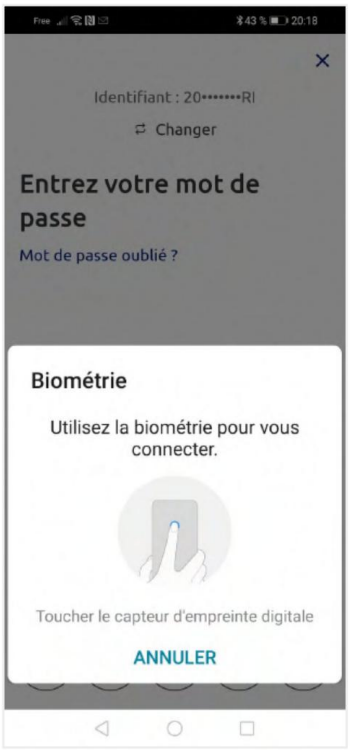


L’authentification biométrique, un must have chez les néo comme les tradi

Empreinte digitale, reconnaissance faciale, la connexion se fait désormais en fonction de critères indissociables du client pour faciliter l’accès à ses comptes instantanément





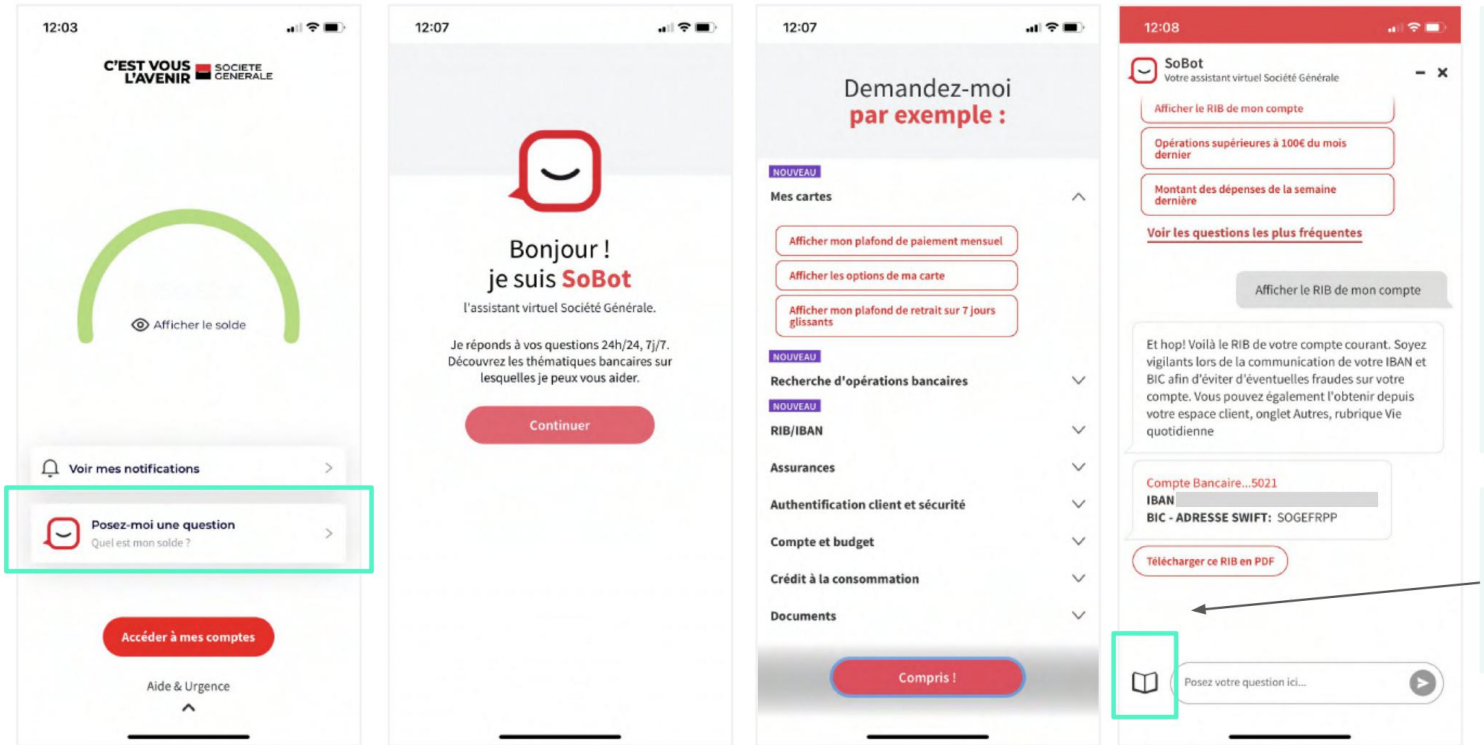




D’autres initiatives ont commencé à fleurir autour de la sécurisation de l’accès à ses données bancaires en mobilisant des aspects indissociables du client, pour l’authentification à la connexion et au paiement.
La Banque Postale par exemple prévoit une fonctionnalité **“Talk to Pay”** pour valider ses transactions à la voix.

Un chatbot pour accueillir, guider & conseiller

Accessible depuis la mire d'authentification pour répondre instantanément au besoin du client et l'orienter vers les actions recherchées



Dialoguer avec un chatbot pour obtenir une réponse rapide à une recherche : SoBot. Onboarding très clair avec les demandes possibles classées par thématiques et un système de lames dépliantes pour + de détails. Conversation facilitée grâce aux réponses pré-remplies, à sélectionner au tap. Connexion biométrique pour accéder aux infos confidentielles.

Le guide d'onboarding est accessible à tout moment pour faciliter les échanges.

01 Accueil & navigation

Widgets & force touch

Mire d'authentification

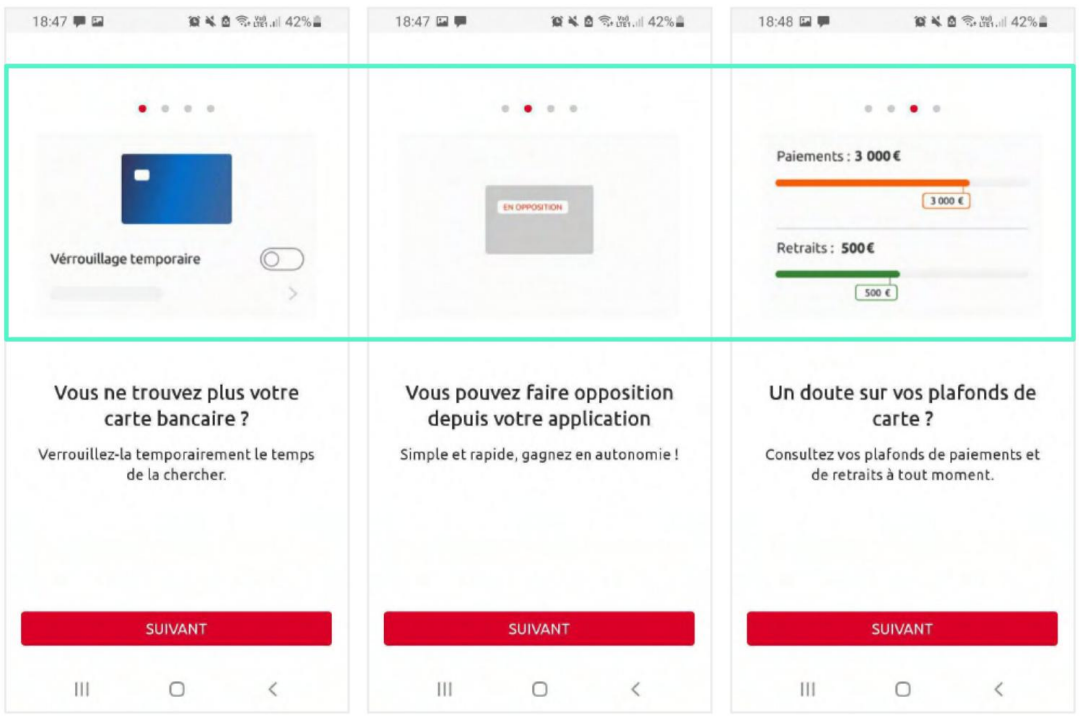
Accueil

Home quick home.

Navigation & menu

Un onboarding pédagogique pour guider au mieux l'utilisateur

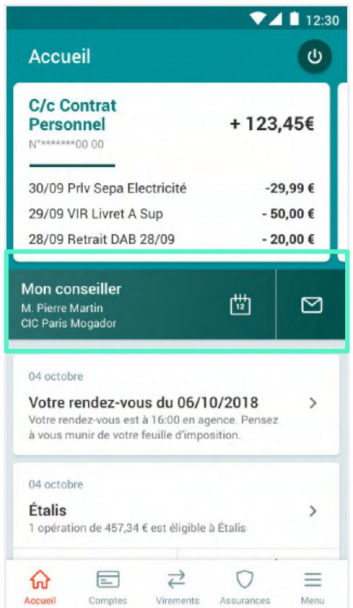
Didacticiels avant la connexion pour informer sur les fonctionnalités de l'app et/ou au moment de l'usage pour accompagner dans sa 1ère utilisation, expliquer l'importance d'enregistrer son appareil (DSP2)



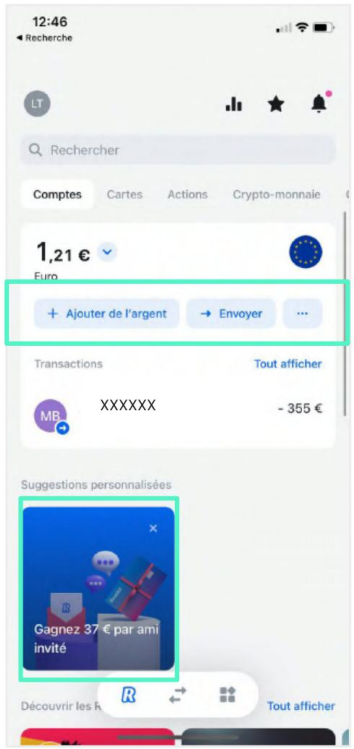
Didacticiel animé pour montrer les codes principaux de navigation dans l'app

Quand l'accueil devient un tableau de bord complet

Consultation rapide des différents comptes, dernières transactions, contact, actions, alertes, suivi de dossier, services de PFM mis en avant, édito… Une vue exhaustive et structurée de ses comptes



L'application du CIC met un accent particulier sur la relation conseiller. Ce dernier est directement mis en avant sur l'accueil et des boutons de contact sont disponibles en accès rapide.

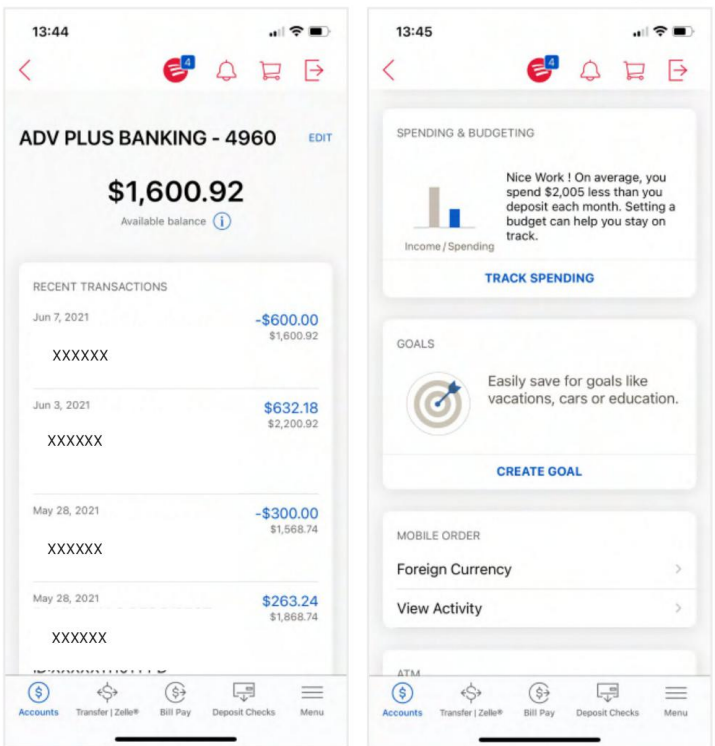


Revolut se positionne dans l'action avec des CTA insérés dès l'accueil. L'app joue aussi à fond la proximité avec une mise en avant de contenus édito et d'offres personnalisées.

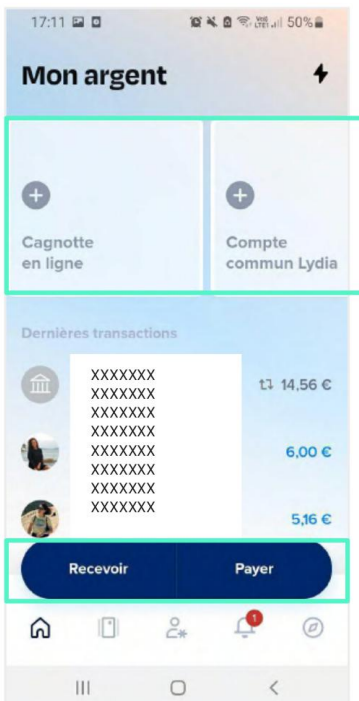


Quand l'accueil devient un tableau de bord complet

Consultation rapide des différents comptes, dernières transactions, contact, actions, alertes, suivi de dossier, services de PFM mis en avant, édito… Une vue exhaustive et structurée de ses comptes



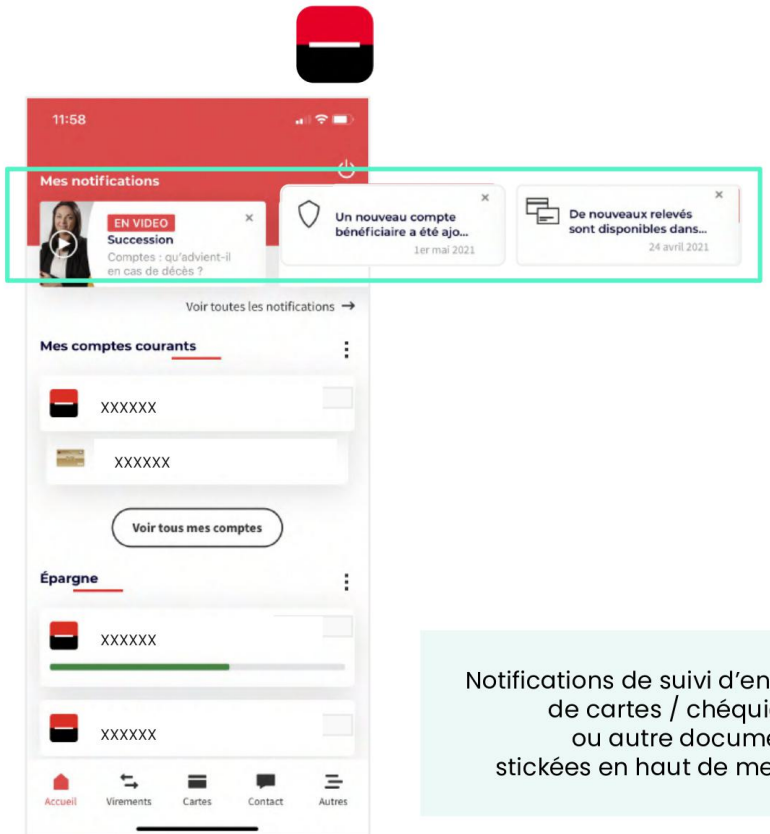




Widgets, boutons d'action stickés également sur l'ensemble du parcours

La vue rapide des dernières notifications

Suivre l'activité clé en un coup d'œil : conseils, virements, prélèvements, ajouts de bénéficiaires...



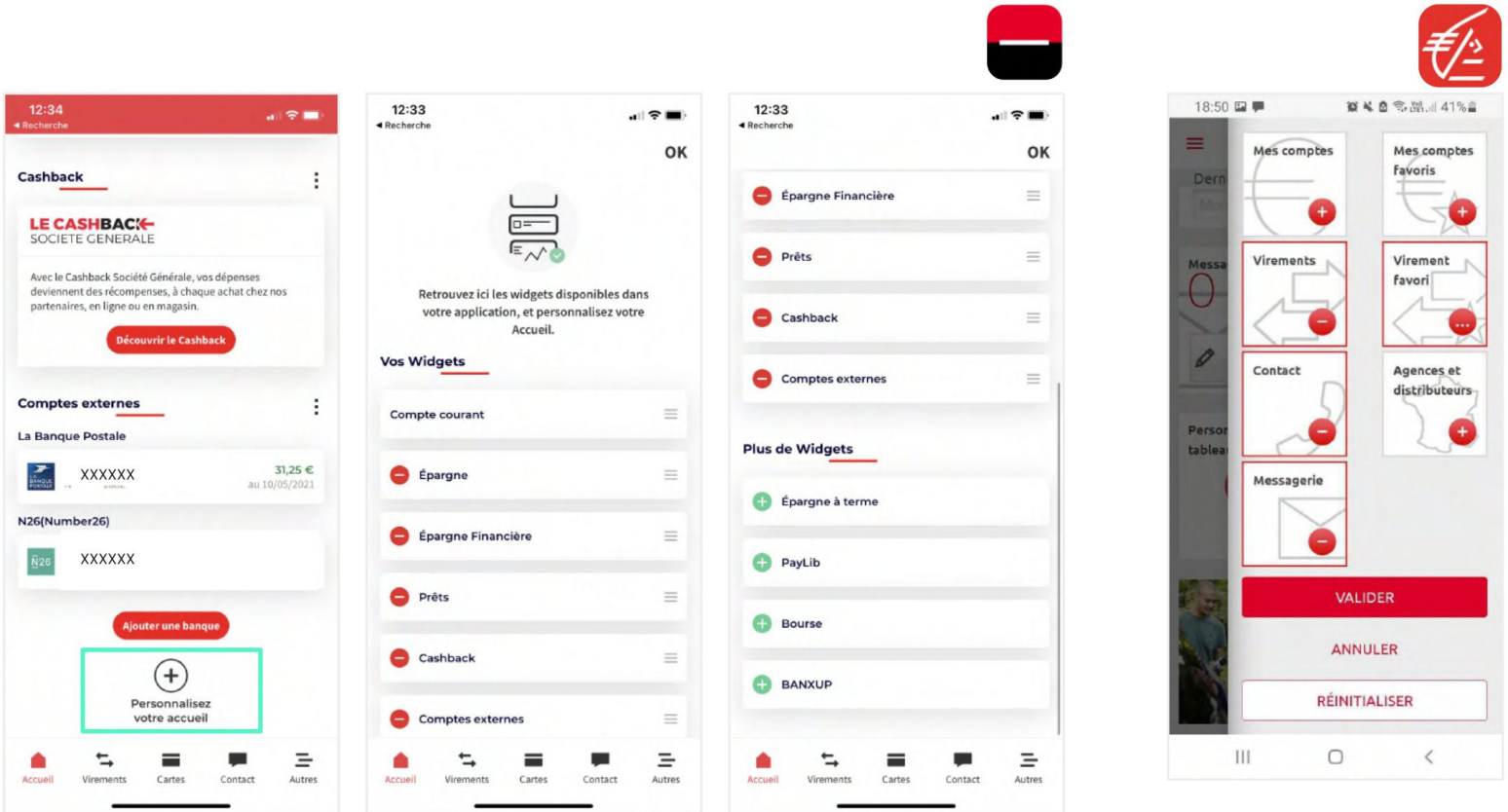
Notifications de suivi d'envoi de cartes / chéquiers ou autre document stickées en haut de menu





Un accueil paramétrable

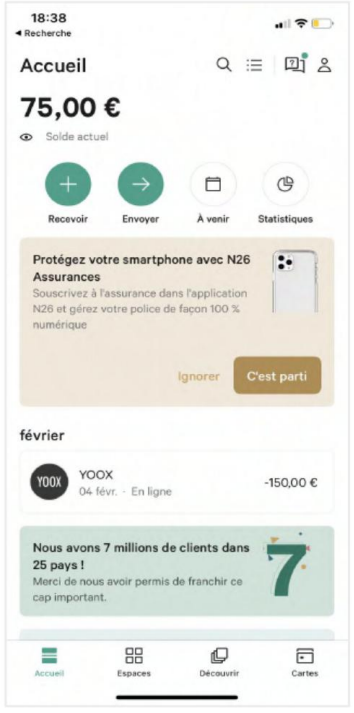
Choix des modules à mettre en avant en home et leur ordre pour un tableau organisé selon les préférences du client

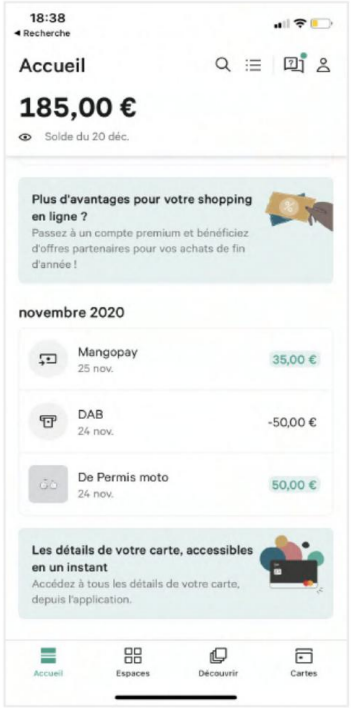


Un accueil centré sur les services

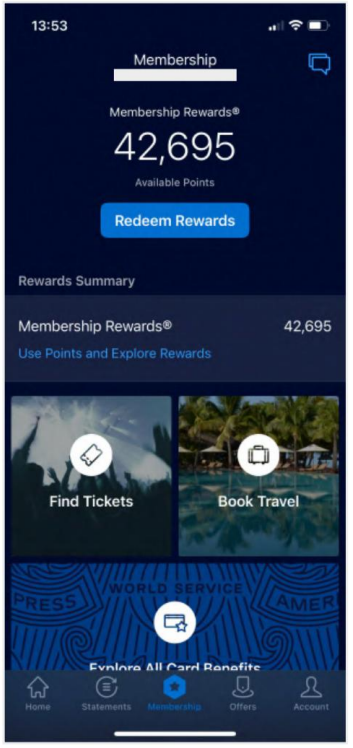
Dans le cas des apps de paiement, l'accueil tend à faire passer l'état des transactions après l'action







La page d'accueil est ponctuée d'offres de services additionnels (produits d'assurance notamment), fonctionnalités à découvrir…



01 Accueil & navigation

Widgets & force touch

Mire d'authentification

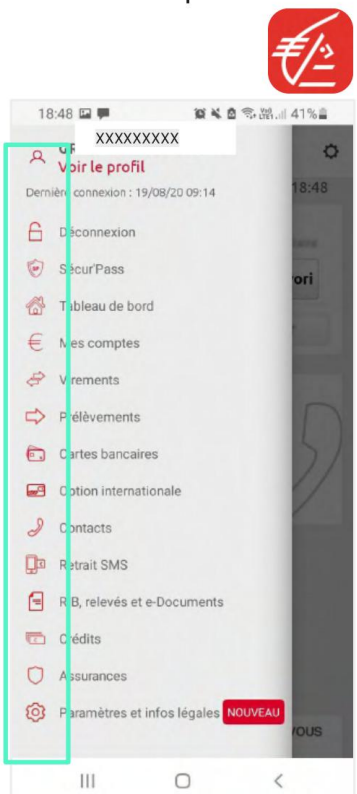
Accueil

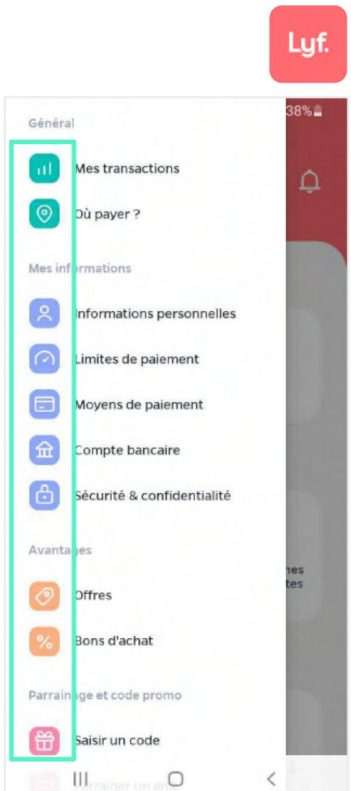
Navigation & menu

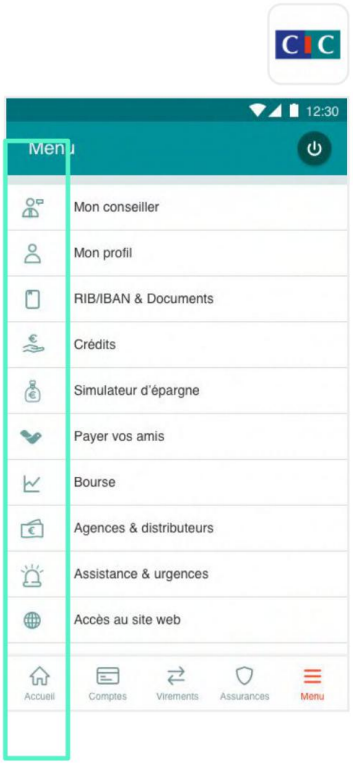
Garder le cap.

Un menu hiérarchisé et exhaustif pour guider vers les actions clés

Des rubriques illustrées par des pictos, un code couleur et une mise en avant des fonctions principales pour faciliter les repères



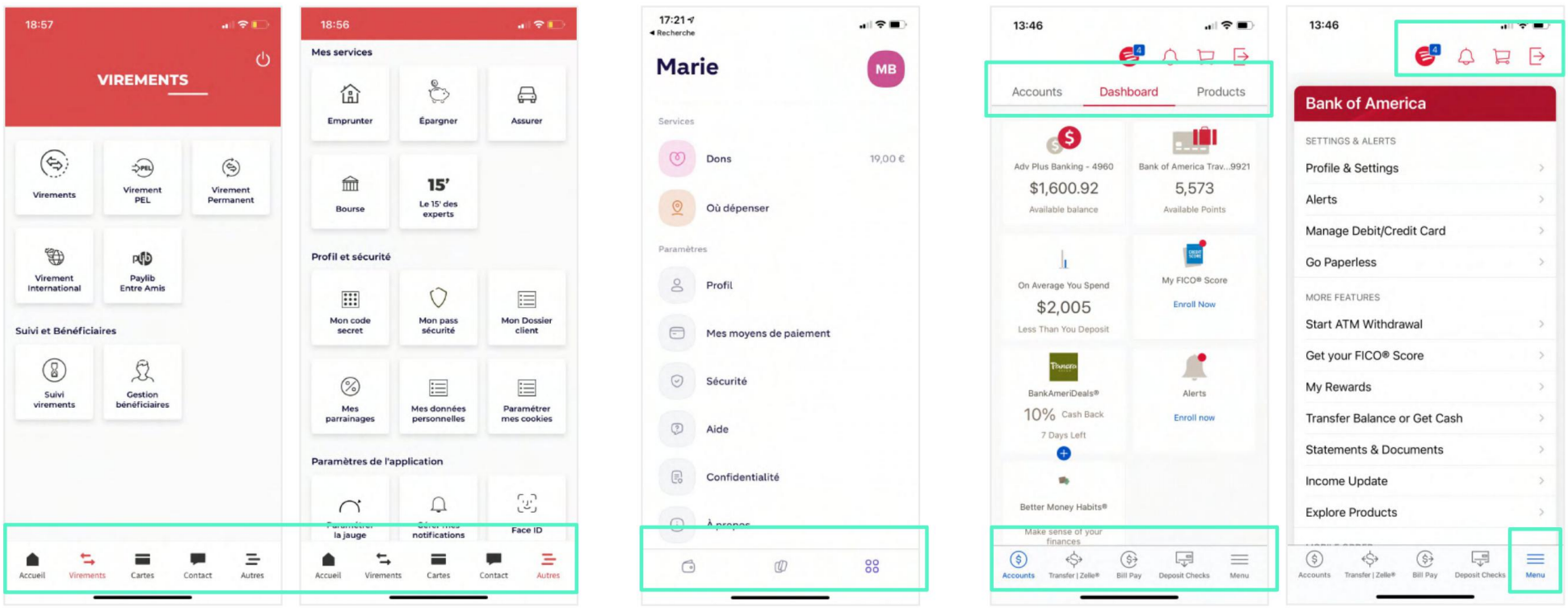






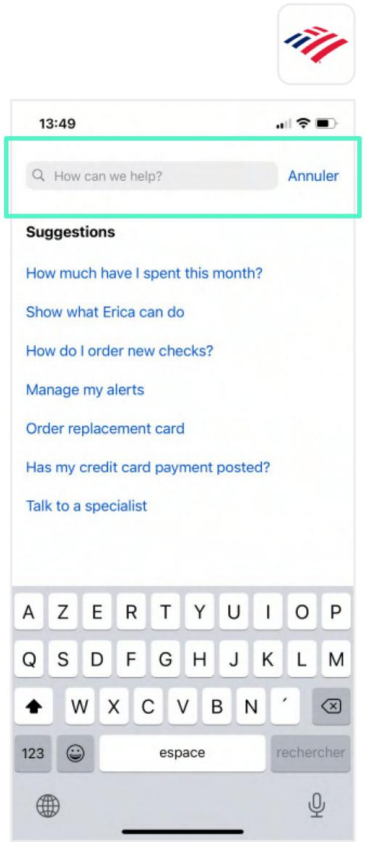
Une tab bar complétée d'un menu

Les sections clés en tab bar & une rubrique "Autres" ou "Menu" bien hiérarchisée / illustrée de pictogrammes, des accès rapides en header… pour fluidifier l'accès aux fonctionnalités clés à tout moment

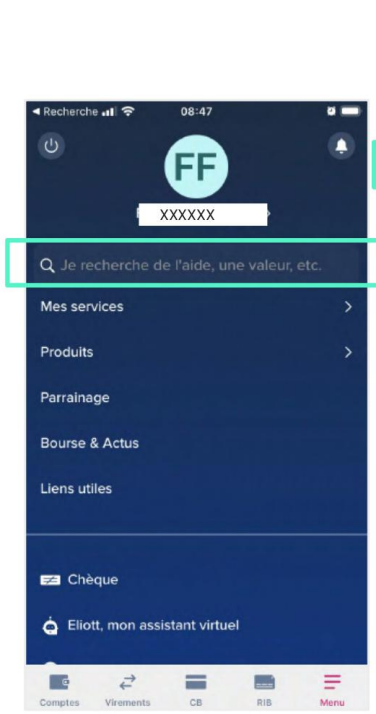


Un moteur de recherche omnipotent

Recherches récentes, les plus populaires, auto-complétion, rubriques d'aide, contacter un conseiller…



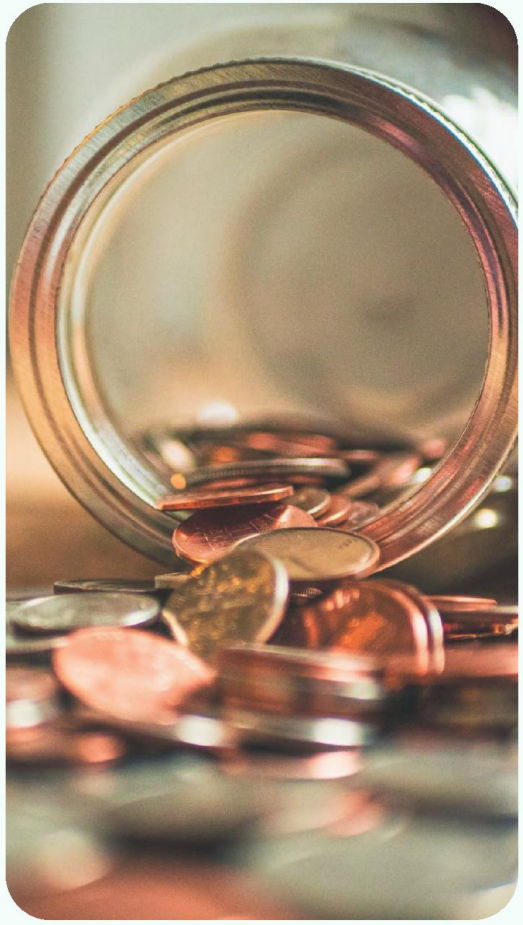






Le moteur de recherche doit faciliter la recherche d'opérations à l'ère de la dématérialisation des relevés de comptes.
Il peut également agréger les rubriques d'aide / FAQ et et orienter vers un conseiller si besoin.

02 Consultation des comptes et PFM



02 Consultation des comptes et PFM

Au-delà du solde des comptes et de leur agrégation, des accès rapides vers des actions clés, comment accompagner vos clients dans la gestion de leurs finances ?

Solutions de Personal Finance Management, data visualisation, algorithmes avancés de gestion de budget… Autant d'outils qu'il est possible de mettre à la disposition du client pour une analyse plus fine et personnalisée de sa situation.

Au-delà des fonctionnalités basiques de PFM (affectation automatique, dataviz), les banques cherchent désormais à lier ces outils à de nouvelles offres (de cashback par exemple) en partenariat avec les grands acteurs du retail, et font ainsi évoluer leur métier de banquier.



Dimitri Kyriazis,
Directeur Conseil USERADGENTS

02 Consultation des comptes et PFM

La consultation des comptes

Les bons comptes font les bonnes appli.

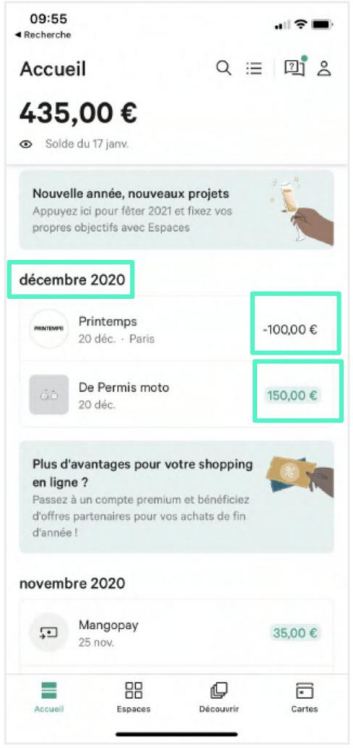
La consultation des autres produits

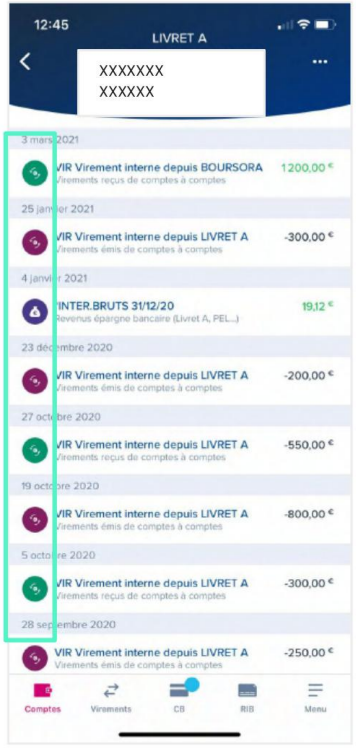
Les outils de PFM

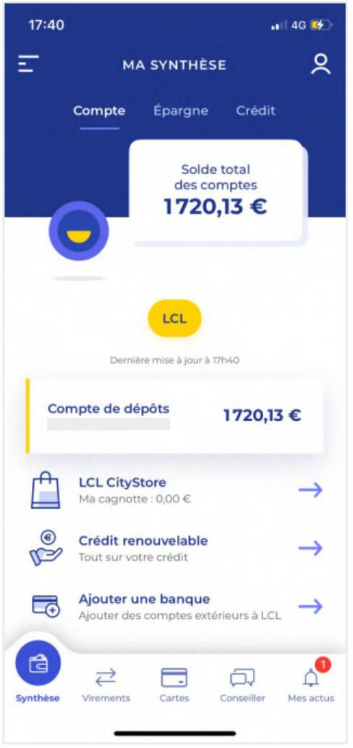
Des écrans simples & lisibles en 1 seul coup d'œil

Accès graduel à l'information, brièveté, niveaux de lectures & contrastes, catégorisation automatique…





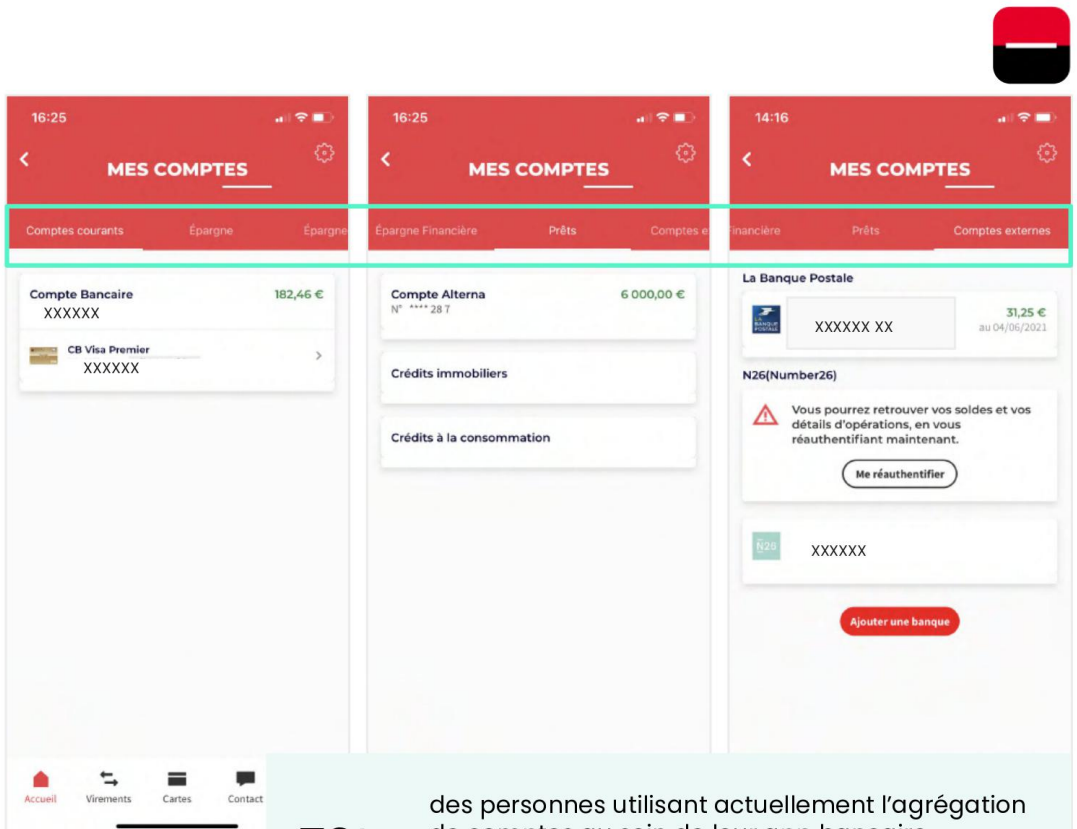


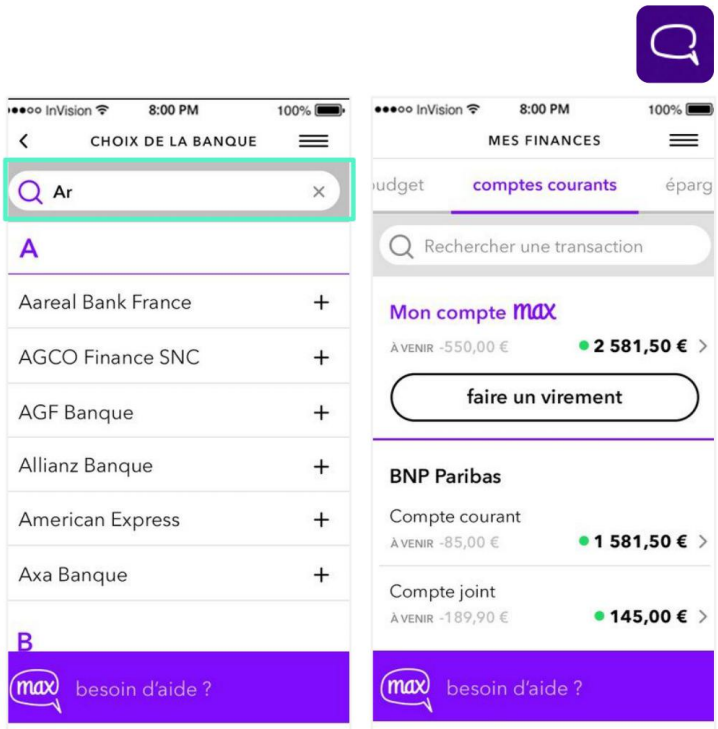


Symboliser les différents types de transactions par des pictos ou le logo du marchand pour une visualisation ultra rapide de la dépense, jouer sur les contrastes & niveaux de lecture, utiliser les différentes graisses pour mettre en valeur les infos essentielles, laisser des espaces vides, distinguer les opérations positives/négatives par la couleur.

La vue sur tous ses comptes

Agrégation de comptes externes, prêts, épargne, consultation & actions sur les comptes





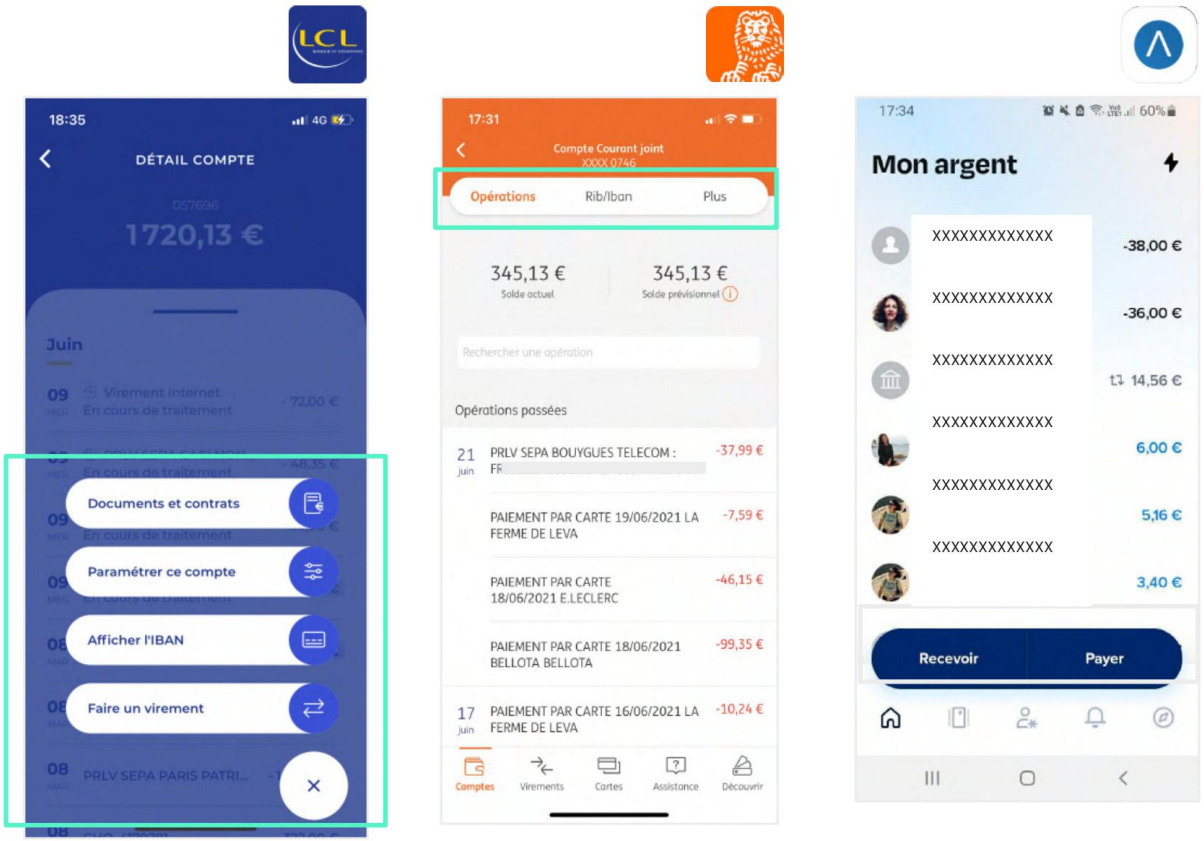
72% des personnes utilisant actuellement l'agrégation de comptes au sein de leur app bancaire déclarent regarder désormais l'ensemble de leurs comptes sur une seule et même interface.*

*Source : Square 2020

Ajout de ses autres banques et possibilité de sélectionner l'une des banques pour un paiement, (mobile par ex) et pas que pour de la consultation.

Des actions rapides sur le compte

Faire un virement, recevoir de l'argent, accéder au RIB...



02 Consultation des comptes et PFM

La consultation des comptes

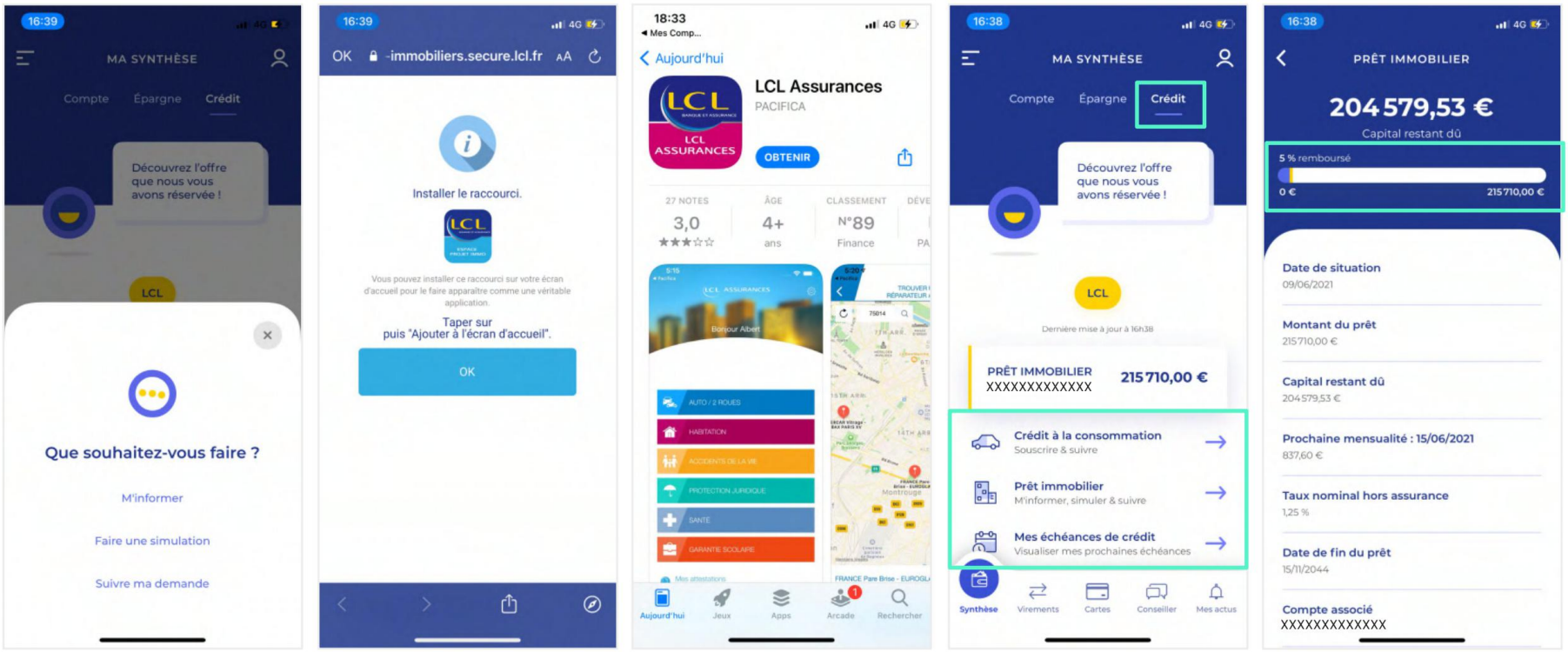
La consultation des autres produits

S'assurer d'avoir du crédit.

Les outils de PFM

Permettre la gestion des autres produits (crédit, assurance, autres)

Accéder à (et avoir la main sur) ses offres de crédit, épargne, assurance, options de contact…
pour tout gérer au même endroit

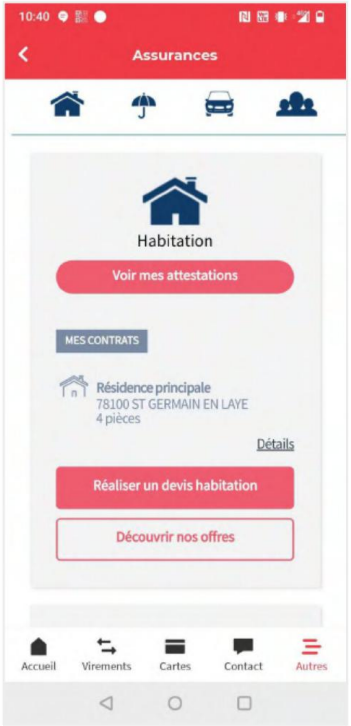


Permettre la gestion des autres produits (crédit, assurance, autres)

Accéder à (et avoir la main sur) ses offres de crédit, épargne, assurance, options de contact…
pour tout gérer au même endroit









Des actions ultra-rapides sur ses contrats d'assurance. Catégorisation visuelle des types de contrat, mise en avant des actions clés à travers des boutons actionnables en un clic.

02 Consultation des comptes et PFM

La consultation des comptes

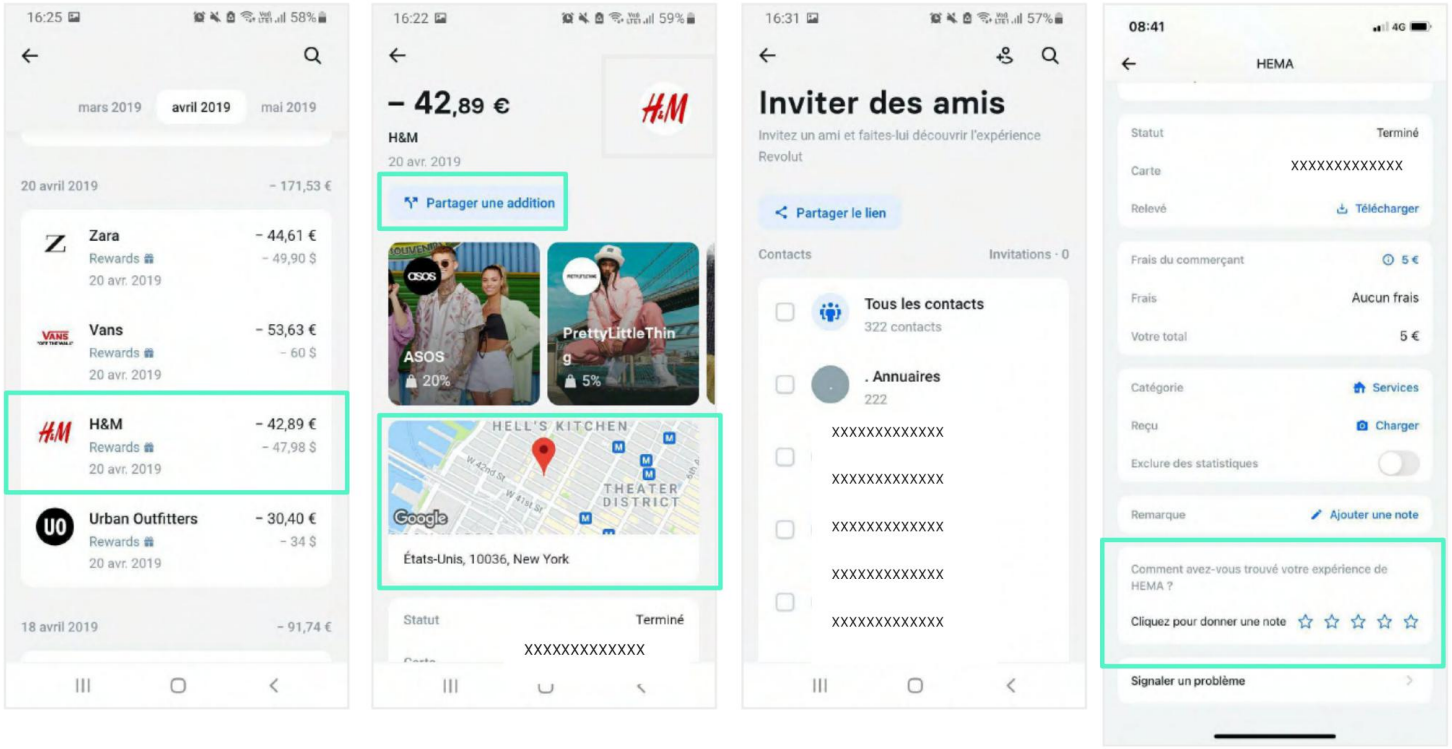
La consultation des autres produits

Les outils de PFM

0 + 0 = la tête à Toto.

Détailler chaque opération et faciliter son partage

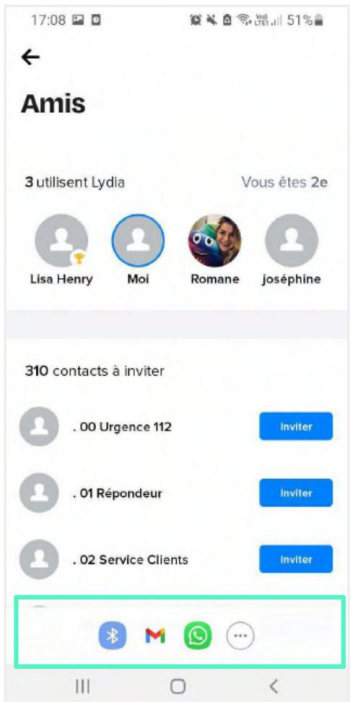
Fiche détaillée interactive sur la dépense, partage via les moyens de communication mobile, offres de cashback associées sur des marques similaires… Des solutions qui répondent aux nouveaux besoins des utilisateurs

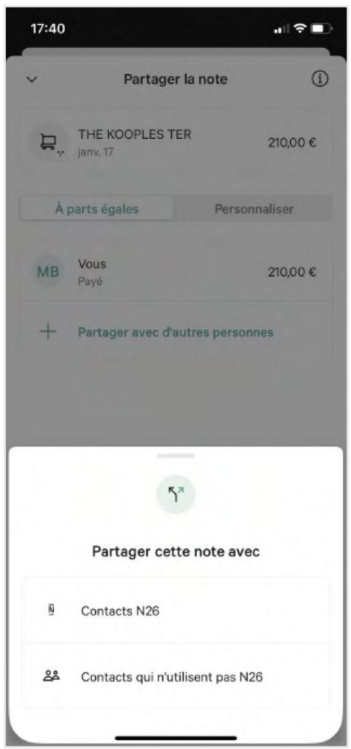


Logo & localisation du lieu de la dépense, notation de l'expérience, possibilité de partager l'addition sur une dépense avec des contacts Revolut (ou d'inviter des amis à se créer un compte).

Détailler chaque opération et faciliter son partage

Fiche détaillée interactive sur la dépense, partage via les moyens de communication mobile, offres de cashback associées sur des marques similaires… Des solutions qui répondent aux nouveaux besoins des utilisateurs



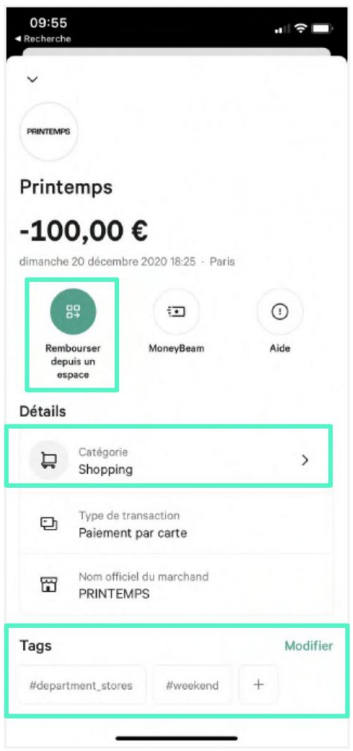


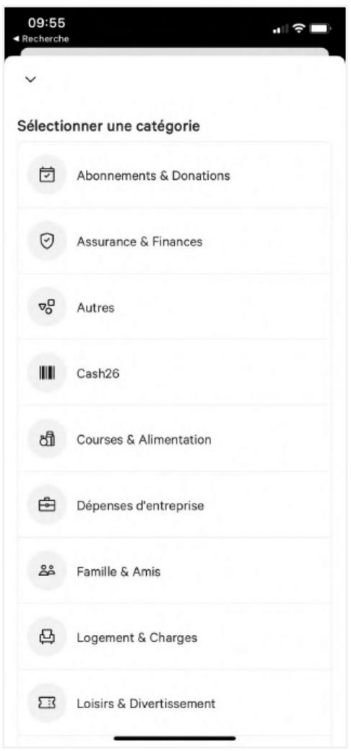


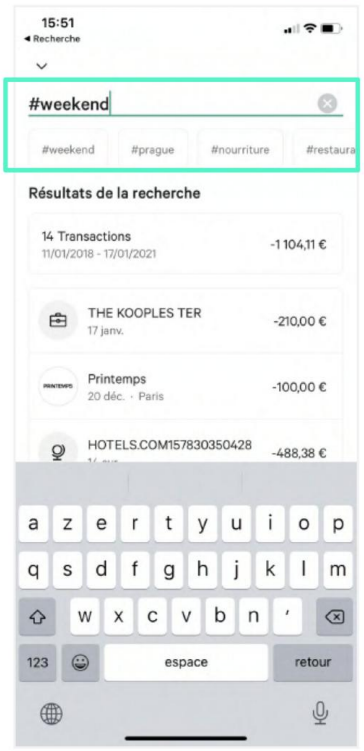
Proposez une granularité profonde sur chaque opération, pour faciliter la vie du client et anticiper les actions qu'il pourrait rechercher (telles que partager l'addition d'une note de restaurant, partager une opération à son conseiller, récupérer des points de cashback…).

Les clés pour gérer son budget

Catégorisation automatique, tags personnalisés tels des hashtags pour rassembler des dépenses & faciliter la recherche







Catégorisation intelligente & choix de re-catégoriser.
Choix de tags personnalisés pour faciliter la recherche de l'opération par la suite et retrouver les opérations associées.
Possibilité de rembourser la dépense par le biais d'un espace d'épargne sur N26.

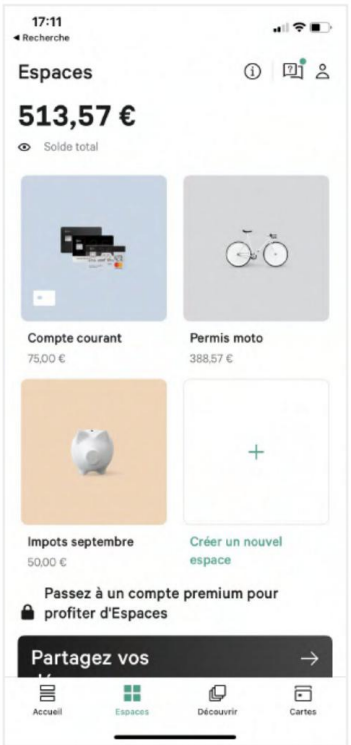
23%

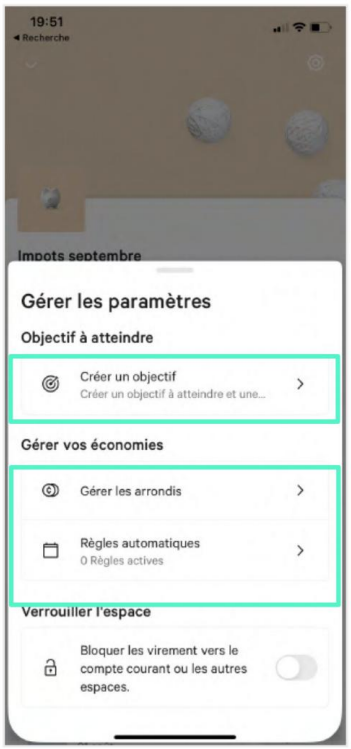
La catégorisation automatique des dépenses et des revenus est la fonctionnalité de PFM la + utilisée avec 23% des Français interrogés qui y ont recours*

*Source : Square 2020

Les clés pour gérer son budget

Création d'espaces pour épargner, fixation d'objectifs, calcul du montant optimal à épargner pour atteindre son objectif, arrondi automatique, échéances…









22%

Autre fonctionnalité de PFM largement utilisée : la possibilité d'épargner ou de mettre de l'argent de côté dans un but particulier (22% des Français).*

N26 permet de créer des Espaces qui constituent des enveloppes d'épargne, dont l'argent peut être ajouté ou retiré d'un simple geste (ForceTouch sur iOS)

*Source : Square 2020

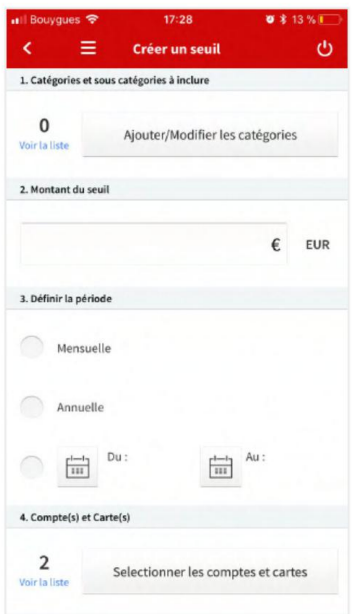
Les clés pour gérer son budget

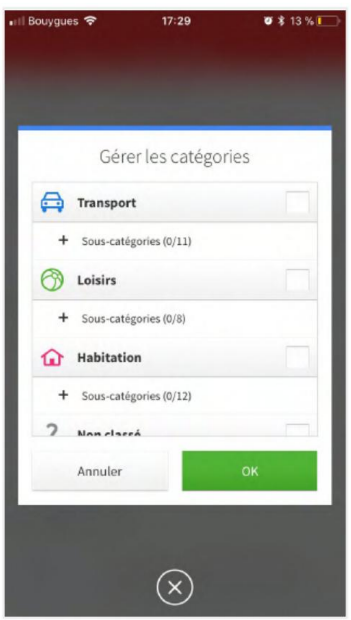
Visualisation des dépenses et recettes, création de budget personnalisé par catégories / par compte, définir une période, obtenir des rapports & graphiques





Paramétrer son budget par type de dépenses pour recevoir des alertes, choix des comptes inclus dans le budget et paramétrage des revenus possible également. Visualisation des dépenses catégorisées et plafonnées.







L'utilisateur peut fixer des seuils personnalisés afin de suivre et ajuster au mieux ses dépenses par catégorie et même sous-catégorie.

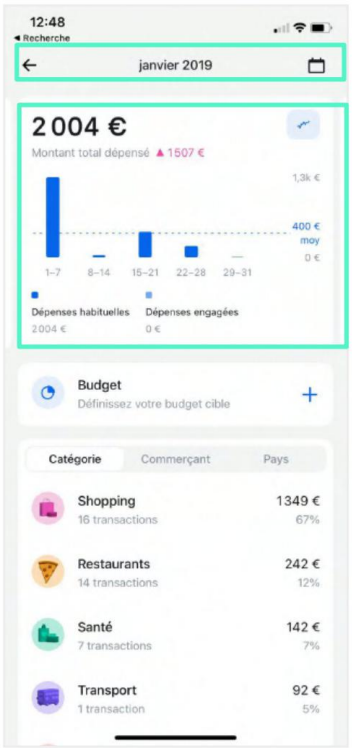
Les clés pour gérer son budget

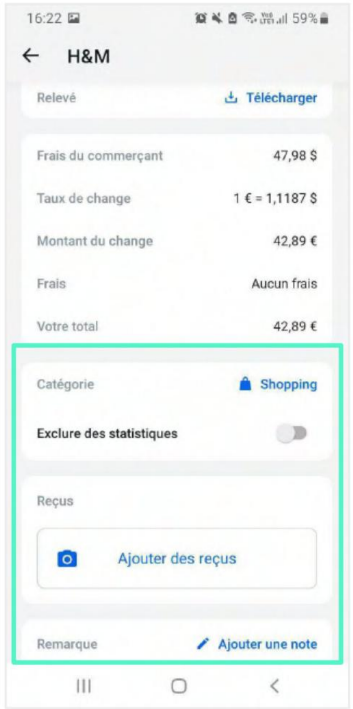
Visualisation des dépenses et recettes, création de budgets personnalisés par catégories / par compte, alertes, rapports & graphiques, recherche d'opérations rapide



Représentation graphique mensuelle des dépenses et postes de dépenses. Possibilité de définir un budget cible, d'annoter chaque dépense, de l'inclure/exclure de son budget, d'ajouter les photos de ses reçus

Retrouver une opération facilement selon son type

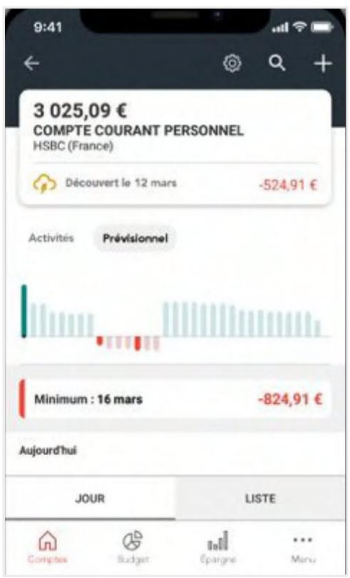




Les clés pour gérer son budget

Vision prévisionnelle / prédictive de la situation des comptes grâce au machine learning (dates clés à venir, type anniversaires, impôts, salaire, habitudes de consommation, contexte…)

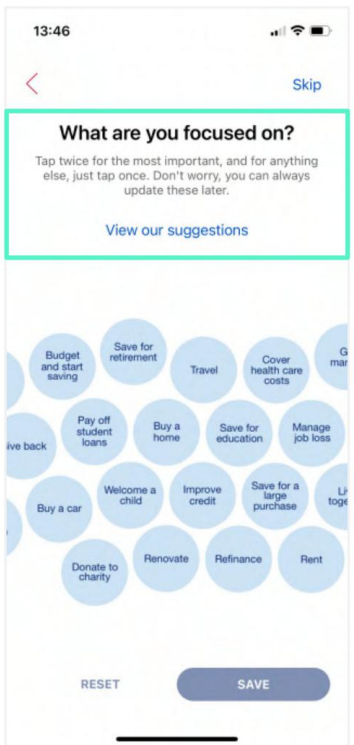
FR

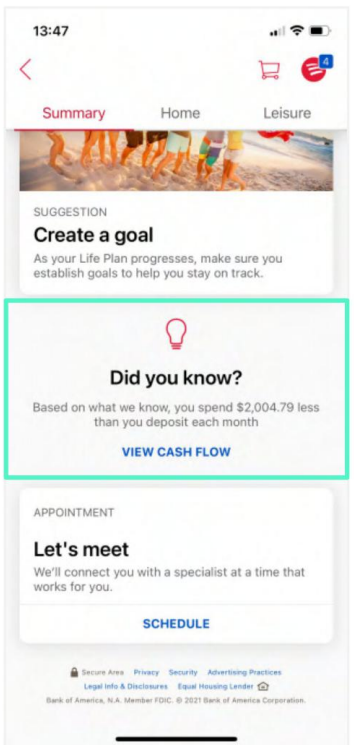


HSBC propose une app dissociée dédiée aux outils PFM : Personal Economy, dotée d'un algorithme auto-apprenant à chaque nouvelle transaction. Son analyse budgétaire permet une vision prédictive du solde & de la capacité d'épargne.

36%

des français sont intéressés par les fonctionnalités de conseil et prévision*

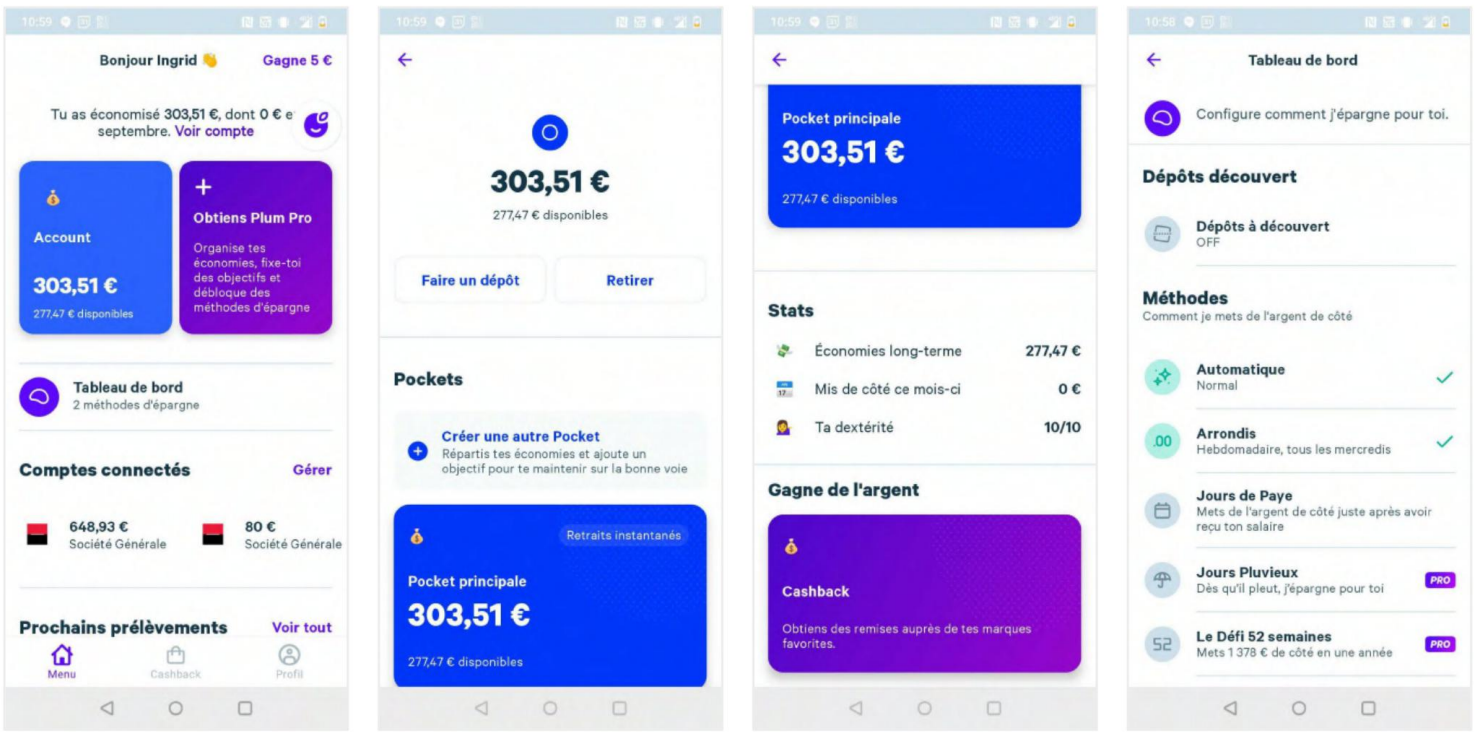




*Source : Square 2020

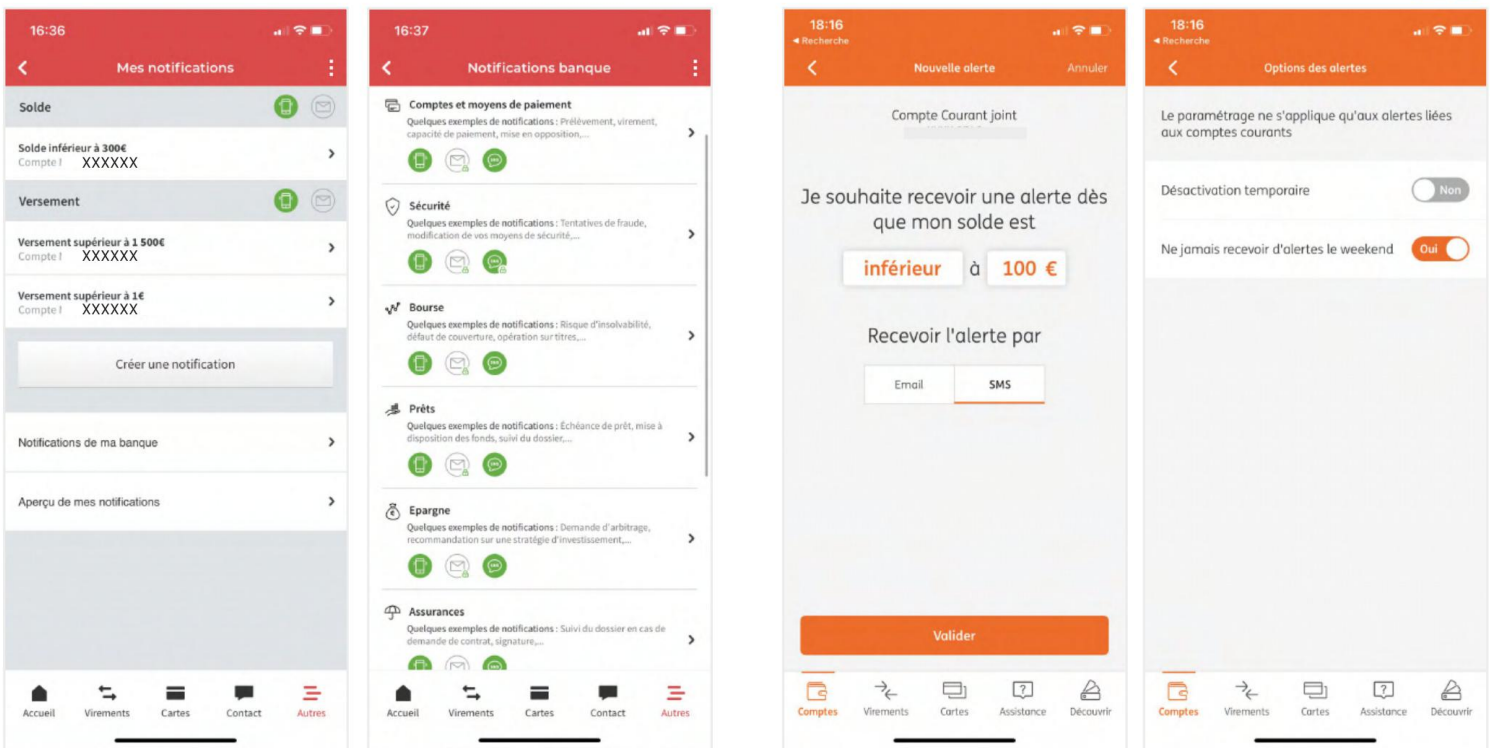
Les clés pour gérer son budget

Des fonctionnalités d'épargne : arrondi automatique, épargne automatique lors des "jours pluvieux", défis, répartition des économies en plusieurs "pockets" à objectifs distincts, statistiques, offres de cashback…



L'alerting pour suivre au quotidien sa situation financière

Gérer ses alertes comptes et carte (seuils, solde, opérations, mouvements…), être prévenu par SMS, notification et/ou e-mail, paiement en attente



53%

des Français semblent être intéressés par les fonctionnalités d'alertes et de notifications d'événements*

*Source : Square 2020

L'alerting pour suivre au quotidien sa situation financière

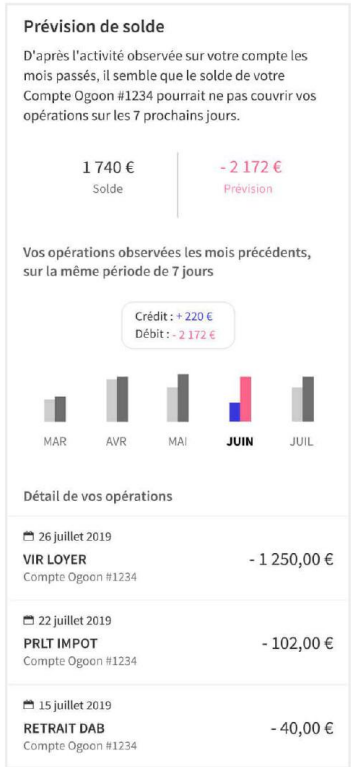
Gérer ses alertes comptes et carte (seuils, solde, opérations, mouvements…), être prévenu par SMS, notification et/ou e-mail, paiement en attente



Lydia notifie l'utilisateur lorsqu'il a une demande de paiement effectuée par un tiers en attente. Elles peuvent parfois être faites directement d'une appli partenaire comme Tricount.





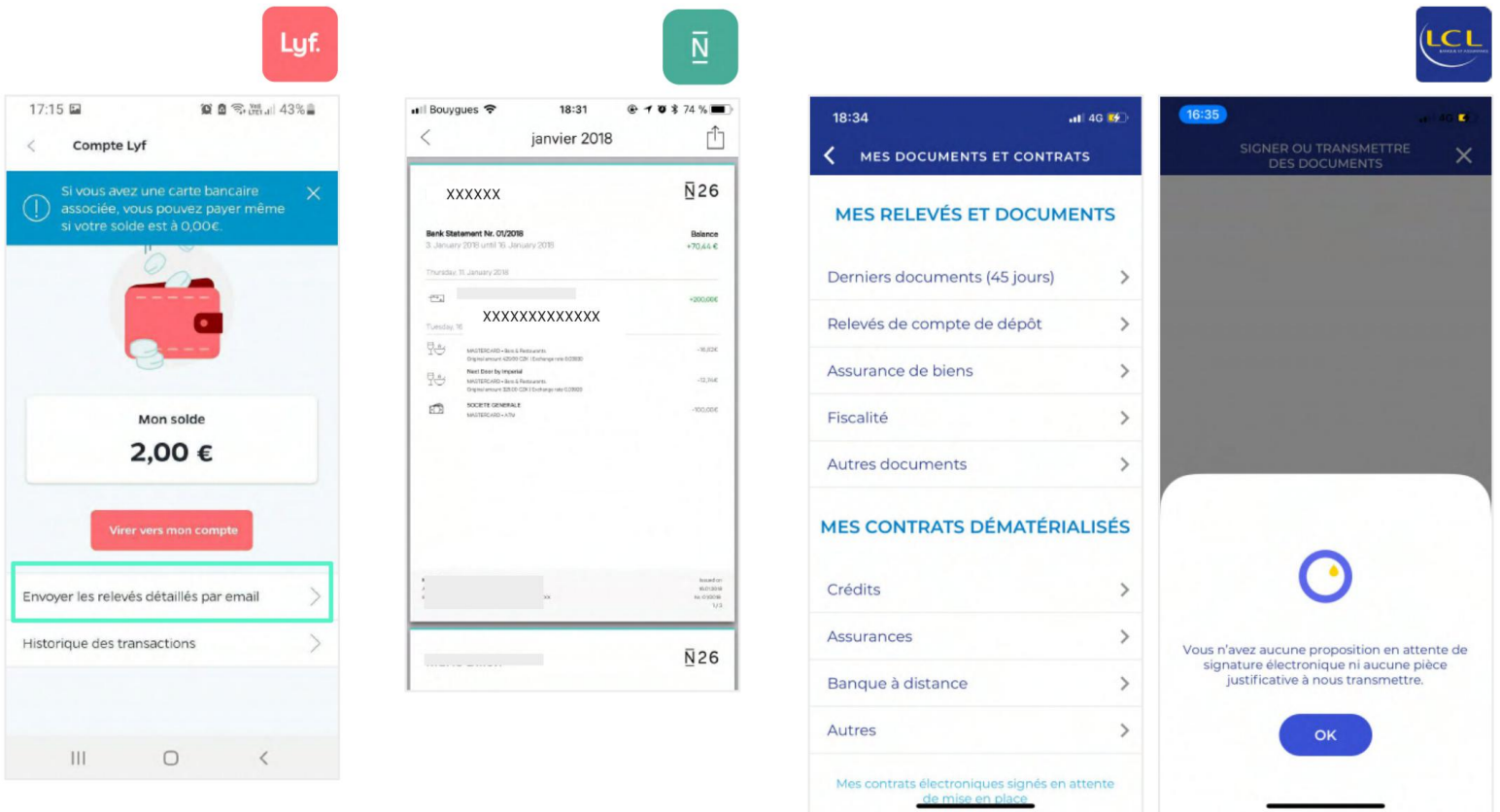


Tel un assistant virtuel, la fonctionnalité Service Alerte Compte fournit des alertes ciblées et personnalisées en analysant les mouvements sur les comptes.



Donner l'accès à ses documents & relevés

A l'ère de la dématérialisation, permettre la visualisation de ses relevés bancaires et contrats
et la possibilité de les télécharger en PDF / les transférer rapidement ou de les signer électroniquement



03 Virements, prélèvements & paiements



03 Virements, prélèvements & paiements

Dépôt de chèques, de quittances et de factures in-app, IBAN au format QR code, dématérialisez vos procédures et permettez à vos clients de devenir autonomes !

Gestion des plafonds, activation en un clic des paiements en ligne ou à l'étranger, virements instantanés via le numéro de mobile, proposez des mécaniques pour faciliter les transferts d'argent en temps réel, en capitalisant notamment sur les fonctionnalités du smartphone (la caméra pour le scan par exemple).

Avec la situation sanitaire, bon nombre de services physiques ont été indisponibles. Mais au-delà du contexte, l'autonomie du client est essentielle dans sa satisfaction. La dématérialisation prend aujourd'hui tout son sens car on veut faire tout tout de suite, sans avoir à s'en remettre à quelqu'un ou attendre qu'un service ouvre.



Ingrid Thonet - Directrice UX
et Service Design USERADGENTS

03 Virements, prélèvements & paiements

Virements

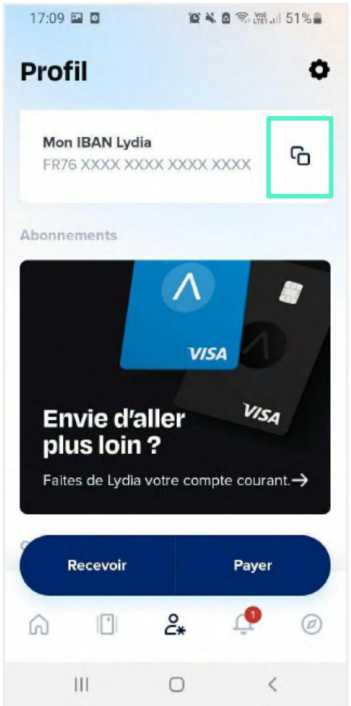
Partir en virée.

Prélèvements

Paiements

Un RIB adapté aux usages mobiles

Un format de RIB adapté aux usages mobiles, exploitable facilement pour la réalisation d'opérations bancaires, partageable via SMS, MAIL , MESSENGER, WHATSAPP et QR Code

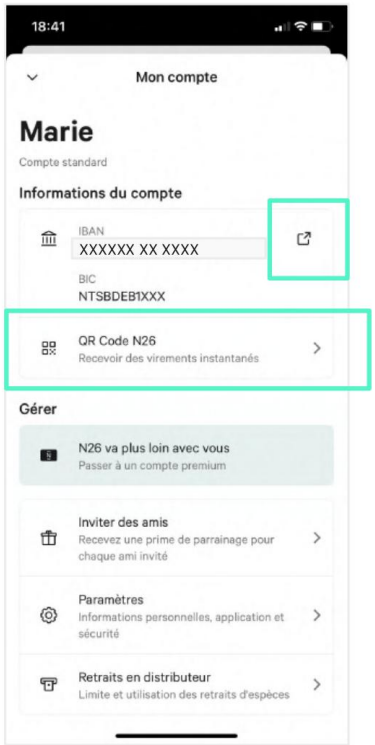


Possibilité de générer un QR code personnalisé et partageable via le CTA "Recevoir" en home, mais aussi via un QR code N26 depuis la partie compte. Le Rib peut aussi se partager simplement en format texte par les canaux de messagerie traditionnels.

Lydia permet de copier rapidement son IBAN pour le coller sur d'autres applis.

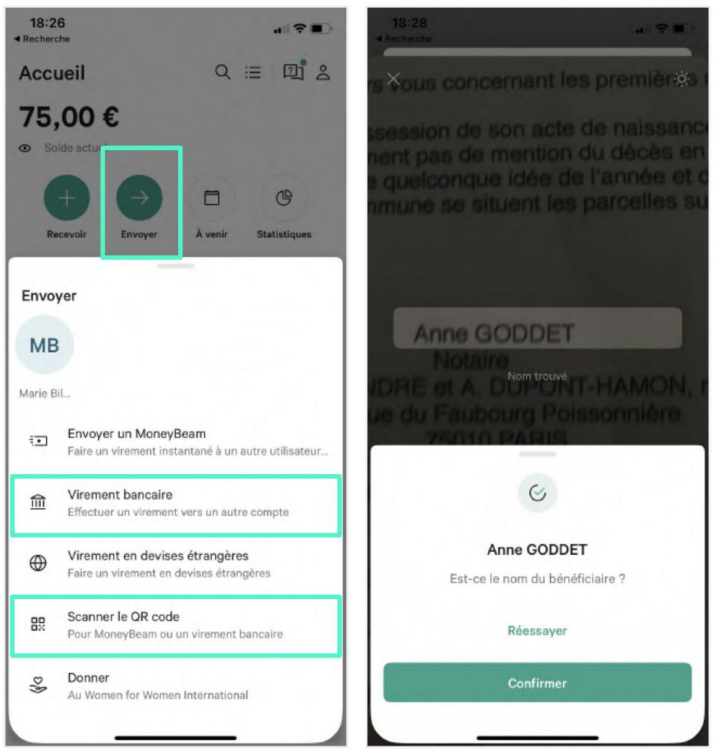


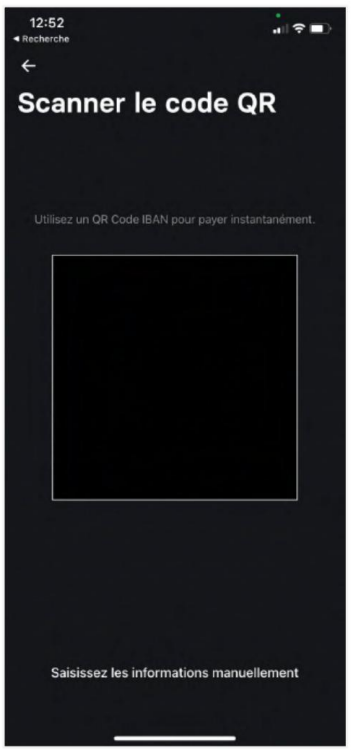




Faciliter l'ajout de bénéficiaire

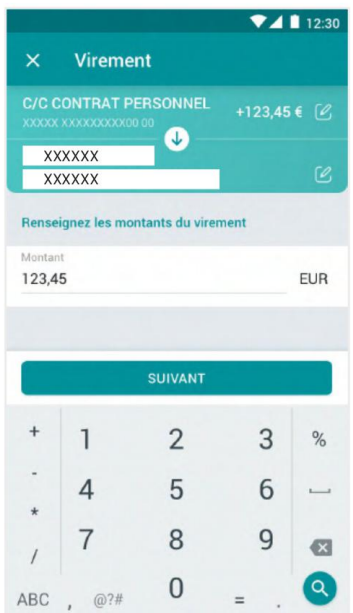
Scan du QR Code du RIB, scan de nom / IBAN, import d'image





Des procédures de virement ultra-simplifiées pour aller droit au but

Mise en avant de la somme, choix du bénéficiaire instinctif, interfaces minimalistes, personnalisation de l'objet, avancée pas à pas dans le parcours avec étapes de confirmation et possibilité de revenir en arrière









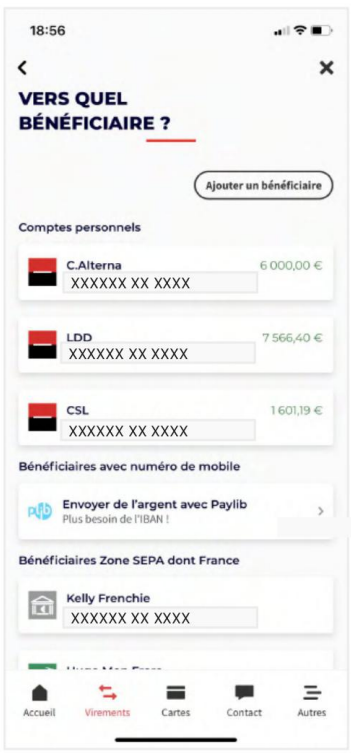
Étape de confirmation sous forme de reçu façon ticket de caisse de Lyf Pay

Des procédures de virement ultra-simplifiées pour aller droit au but

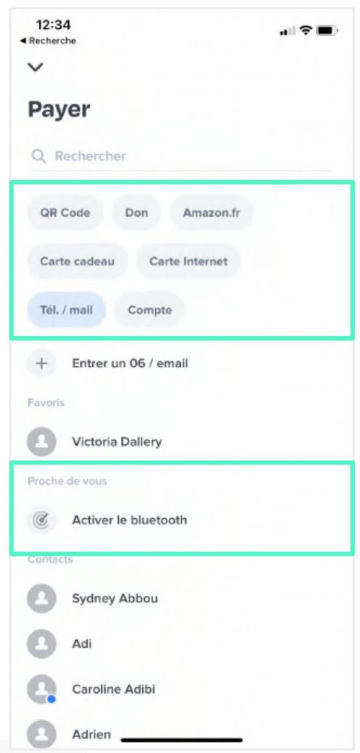
Mise en avant de la somme, choix du bénéficiaire instinctif, interfaces minimalistes, personnalisation de l'objet, avancée pas à pas dans le parcours avec étapes de confirmation et possibilité de revenir en arrière





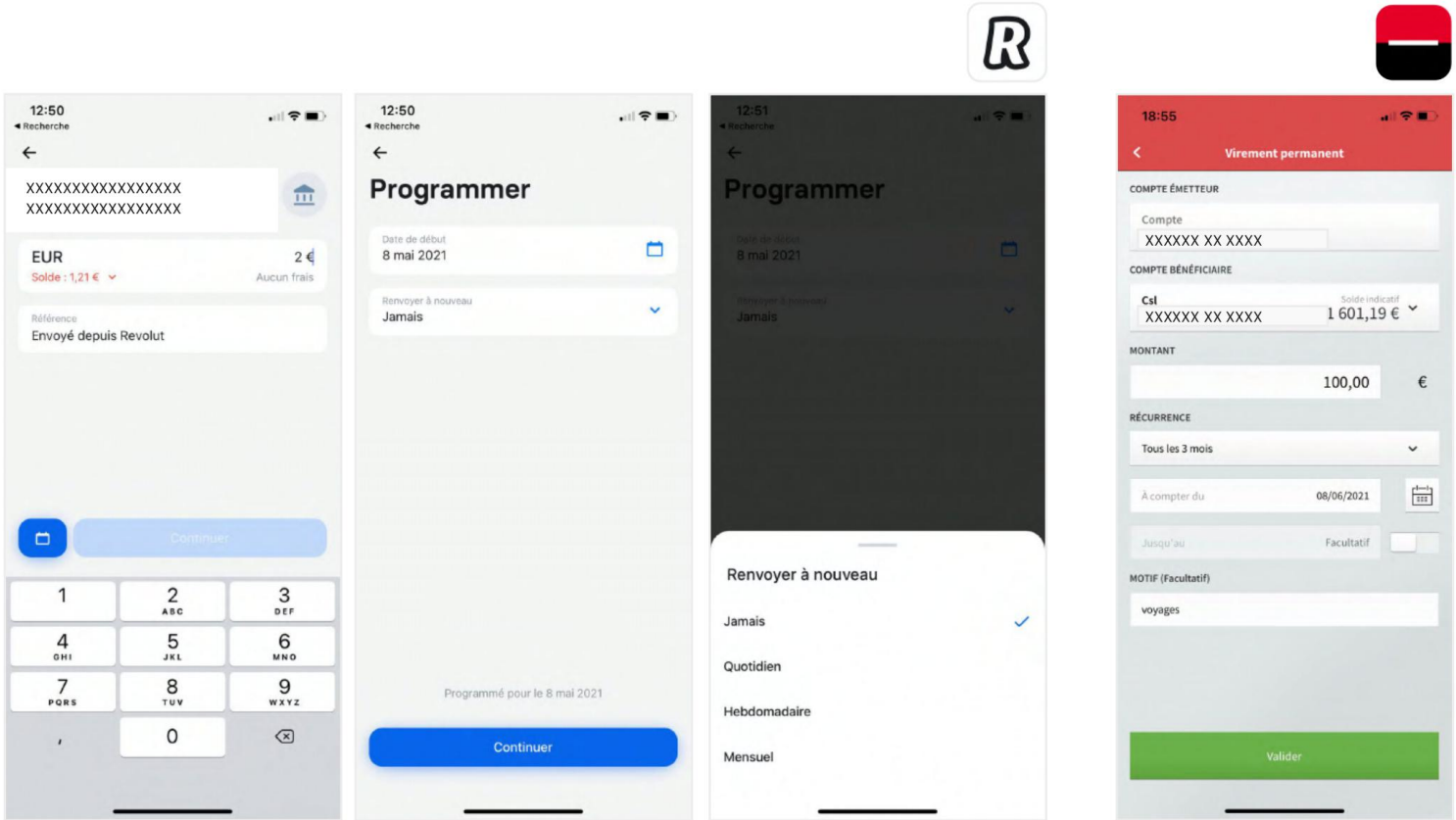


Une bonne segmentation des comptes personnels, des bénéficiaires via Paylib et des autres bénéficiaires



Faciliter la récurrence et l'anticipation

Des outils de programmation de virement ponctuel ou permanent avec choix de la fréquence sans passer par un conseiller

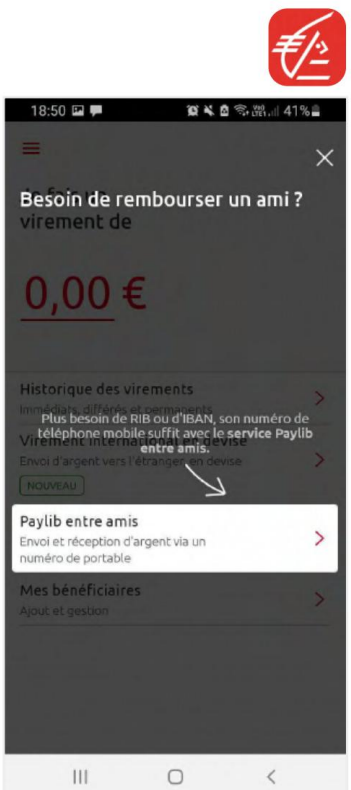


Intégrer des solutions de virement mobile

Paylib, MoneyBeam, Lydia… Autant de solutions permettant le virement instantané grâce au smartphone









03 Virements, prélèvements & paiements

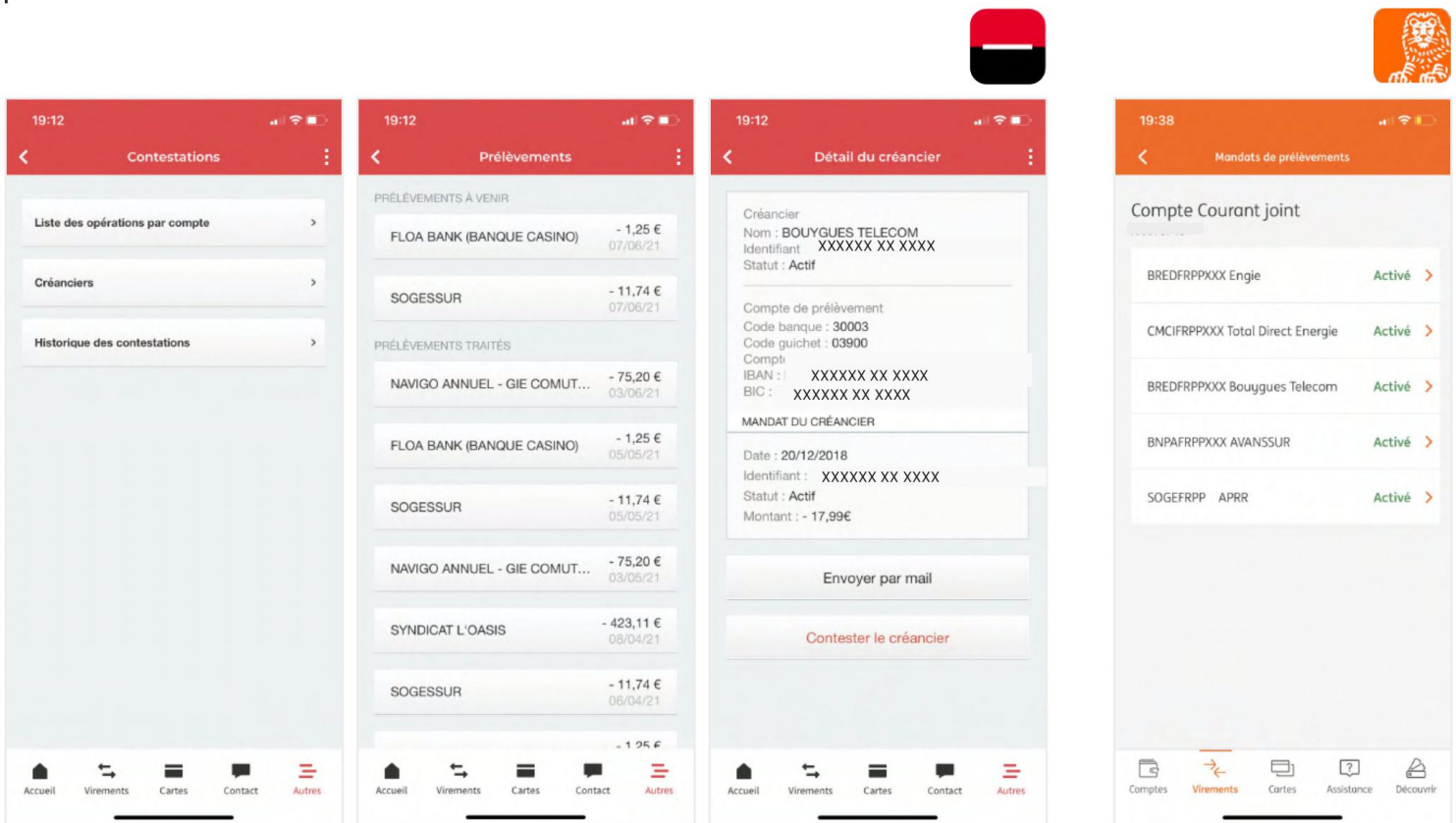
Virements

Prélèvements
SEPA compliqué

Paiements

Une vue claire sur les prélèvements

Liste des prélèvements et créanciers par compte, possibilité de contester une opération, historique des contestations, envoi d'une opération



03 Virements, prélèvements & paiements

Virements

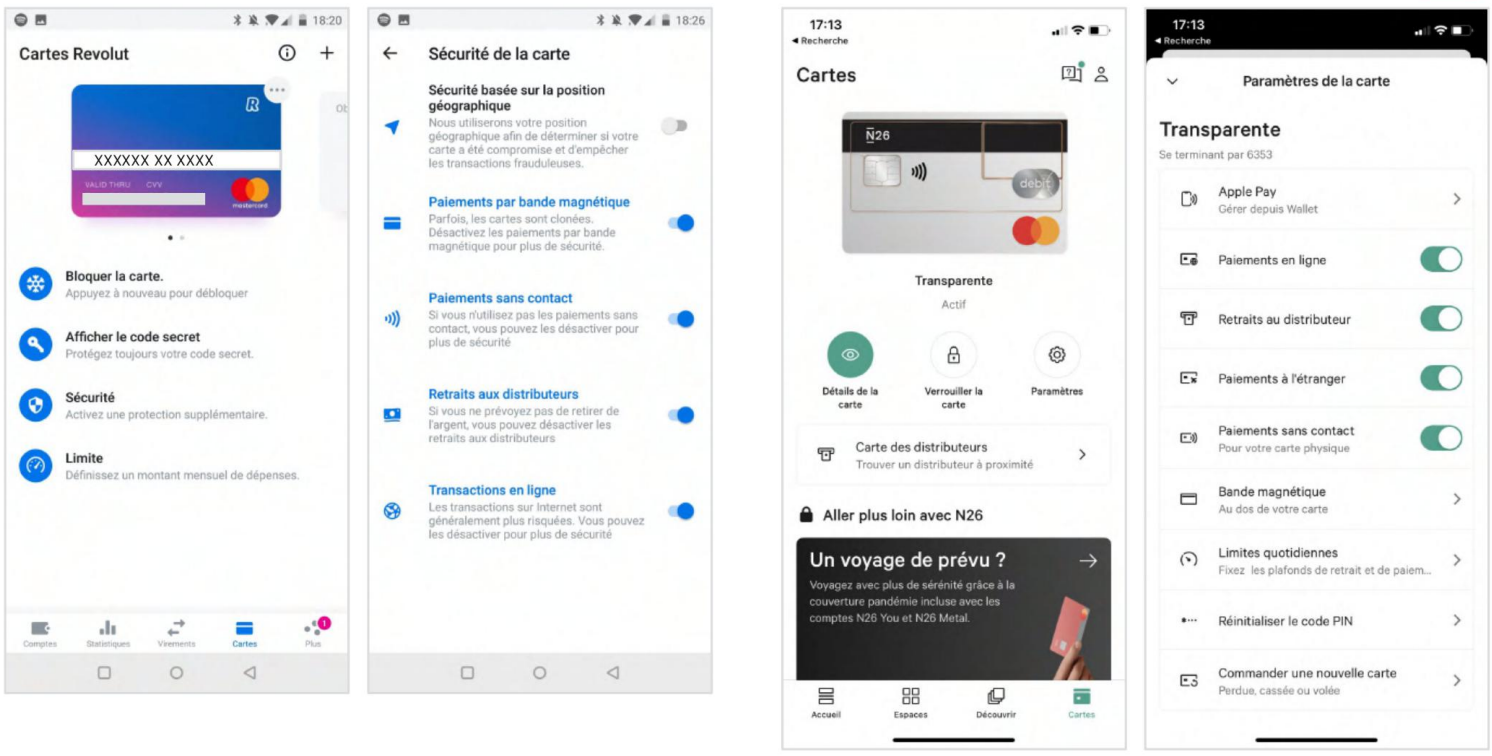
Prélèvements

Paiements

Tu ne paies rien pour attendre.

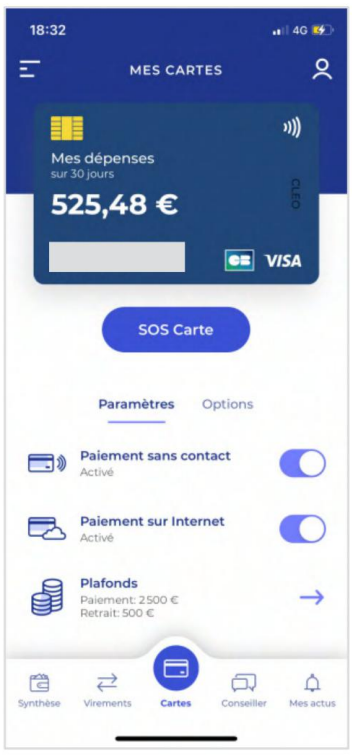
Permettre des actions simples & instantanées sur la carte

Portefeuille de cartes au swipe en format virtuel, blocage de carte immédiat au touch, possibilité de commander une carte de rechange, création de cartes virtuelles pour certains services



Permettre des actions simples & instantanées sur la carte

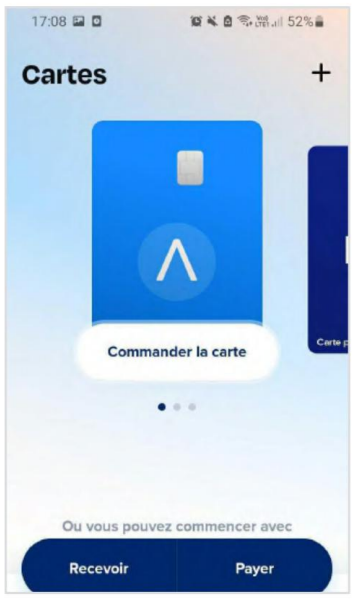
Portefeuille de cartes au swipe en format virtuel, blocage de carte immédiat au touch, possibilité de commander une carte de rechange, création de cartes virtuelles pour certains services







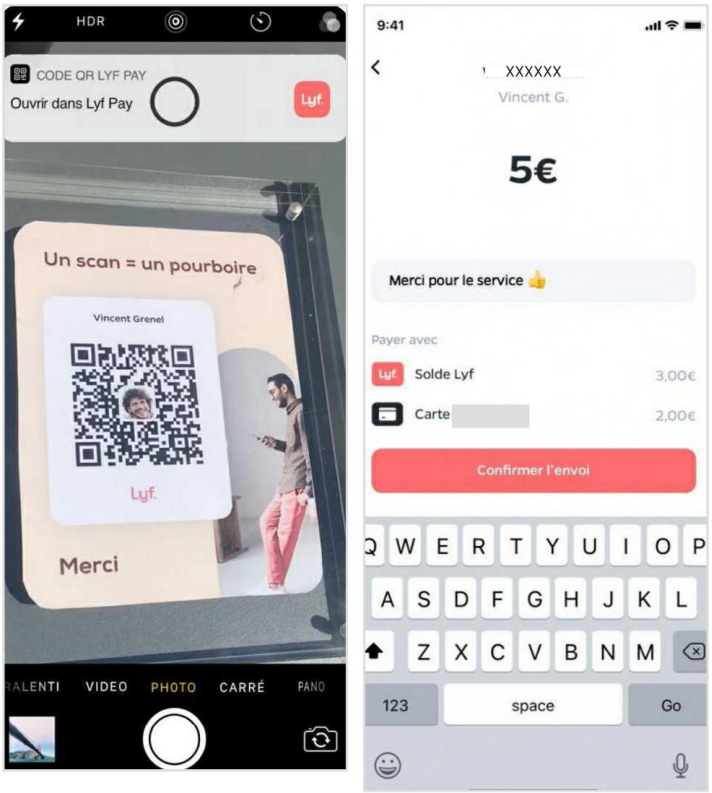




Intégrer des solutions de paiement mobile

Apple Pay, Google Pay, paiement mobile par QR Code (pourboires)…

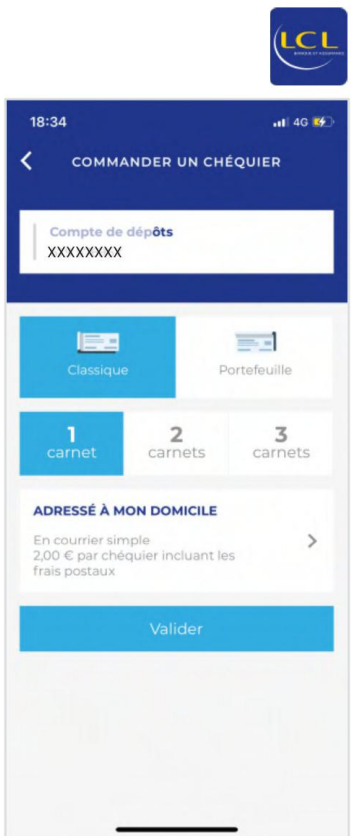


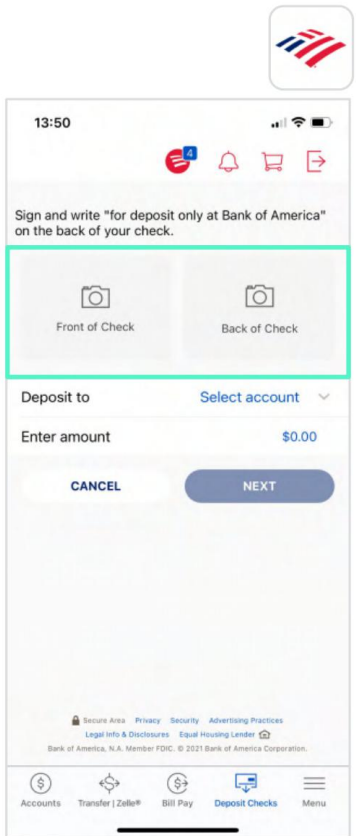


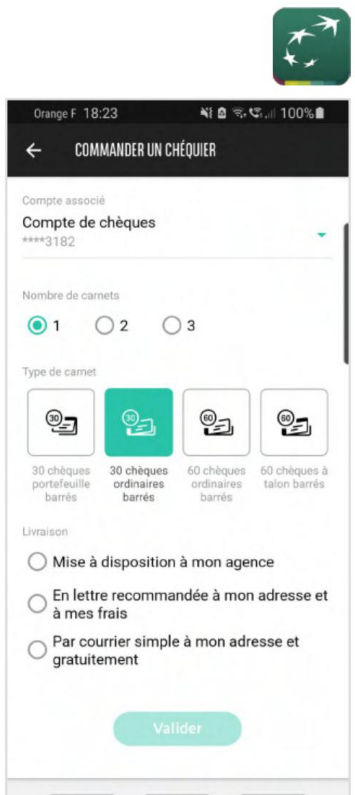
Pour la réouverture des restaurants du 19 juin et dans le contexte de pandémie, Lyfpay propose désormais le paiement de pourboires depuis l'app mobile.

Dématérialiser la gestion de chèques

Commande de chéquier, scan de chèque à encaisser, faire opposition sur un chèque...

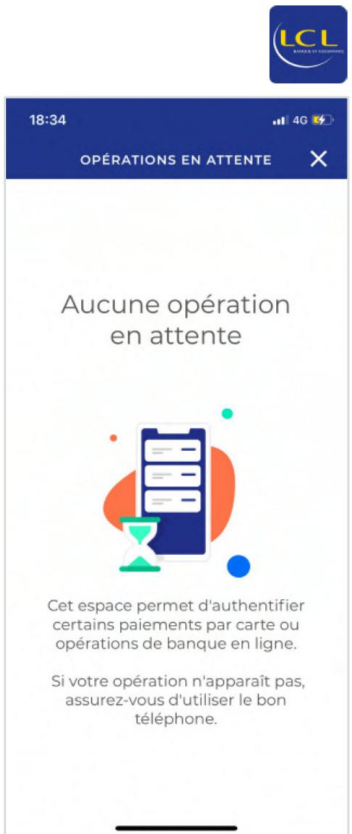








Prévenir des opérations en attente





04 Conseil & upsell



04 Conseil & upsell

Messagerie intégrée, mail, chat automatisé et/ou humain, visio,... Profitez de ces nouvelles interfaces pour proposer une interaction directe et personnalisée entre vos clients et vos conseillers.

Cagnotte, paiement mobile, programme de fidélité et promotions, dépannage et services à domicile,... Comment et jusqu'où pouvez-vous introduire de nouveaux services en conservant un accès simple à l'information et aux usages basiques ?

Au-delà des conseils bancaires que l'on attend d'une banque, les acteurs tendent à proposer des services faits pour simplifier la vie de leurs clients, de véritables outils pratiques et bien pensés sur des territoires variés (de la conciergerie pour réserver son prochain voyage à la gestion de l'argent de poche de ses enfants).



Séverine Dumont, Directrice
Conseil USERADGENTS

04 Conseil & upsell

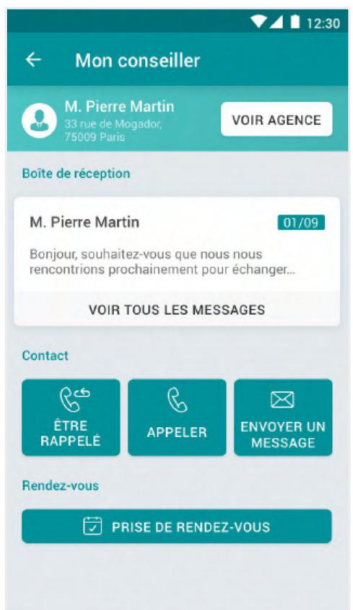
Une relation privilégiée
Love Apptually

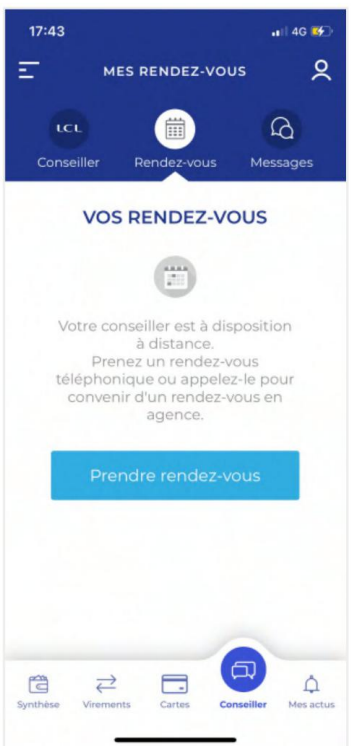
La promotion des produits bancaires

Les services additionnels

Permettre une relation directe avec le conseiller

Possibilité d'appeler directement son conseiller, lui écrire via une messagerie in-app, prendre RDV avec lui depuis l'appli ou bien par téléphone



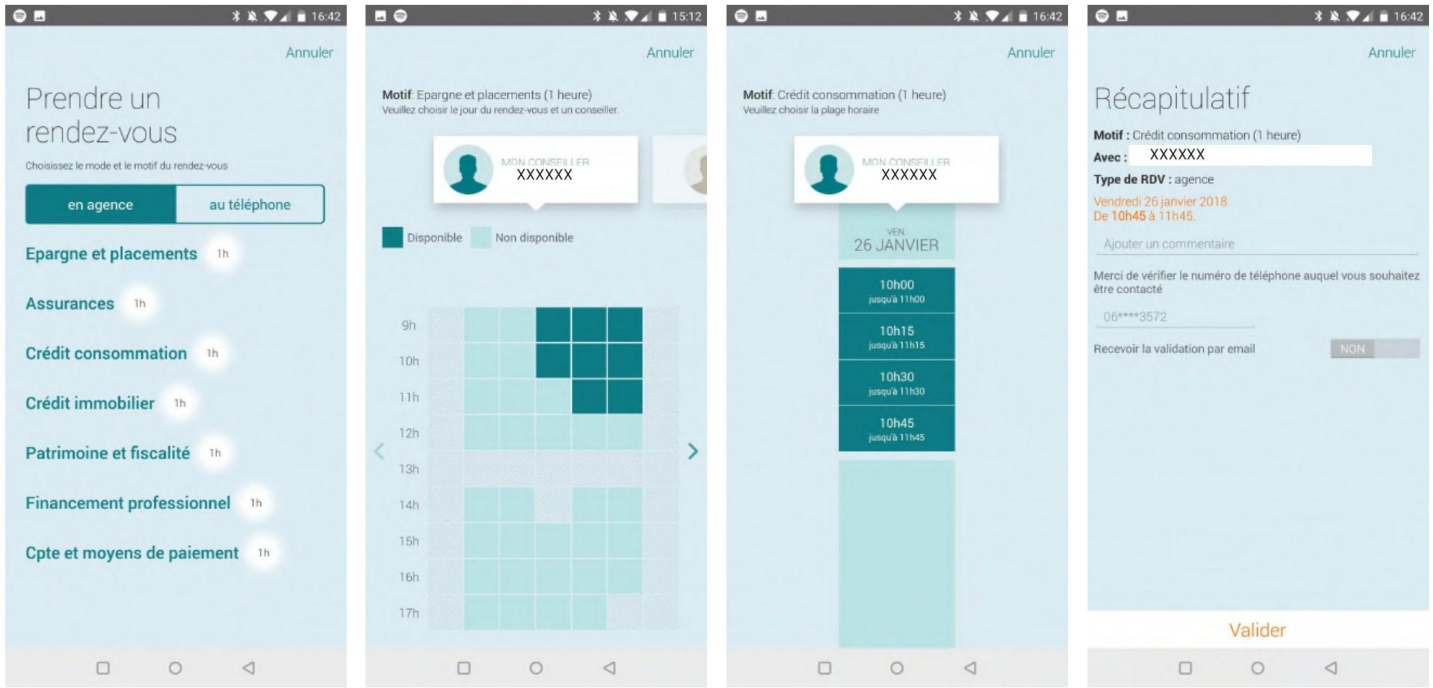






Permettre une relation directe avec le conseiller

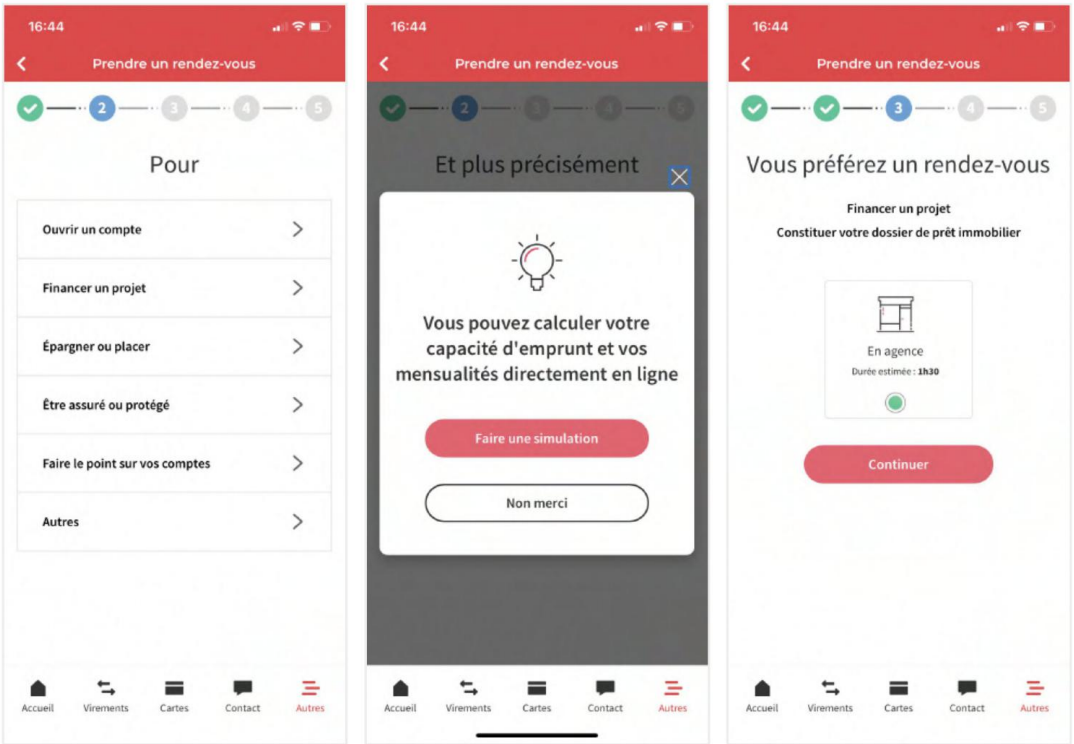
Possibilité d'appeler directement son conseiller, lui écrire via une messagerie in-app, prendre RDV avec lui depuis l'appli ou bien par téléphone



Prise de rendez-vous très simple avec un conseiller selon le sujet de son choix, avec une vue calendaire très facile, un récapitulatif et un rappel par e-mail.

Une prise de contact par besoin client

Demander à l'utilisateur son besoin (pré-sélectionner les plus courants) pour mieux l'accompagner et le rediriger vers les bons canaux / solutions : FAQ, simulateur, mail, téléphone, chat…





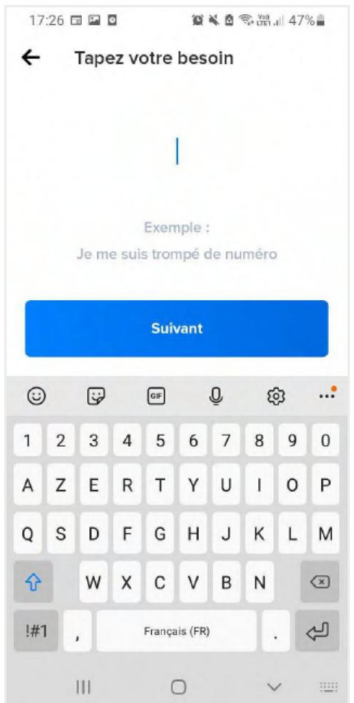
La Caisse d'Epargne permet d'affiner la prise de rendez-vous avec son conseiller selon le lieu/le type et fournit des indications de durée.
Une jauge permet de situer le client dans le process de prise de rendez-vous.

Une prise de contact par besoin client

Demander à l'utilisateur son besoin (pré-sélectionner les plus courants) pour mieux l'accompagner et le rediriger vers les bons canaux / solutions : FAQ, simulateur, mail, téléphone, chat…



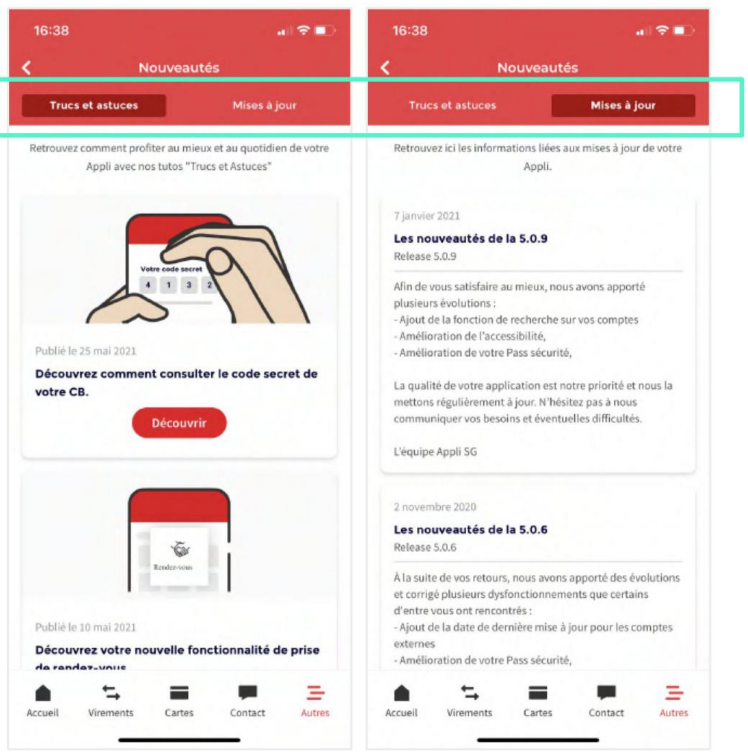
Eliott, le chatbot de Boursorama réalise un pré-tri des demandes selon les besoins des clients

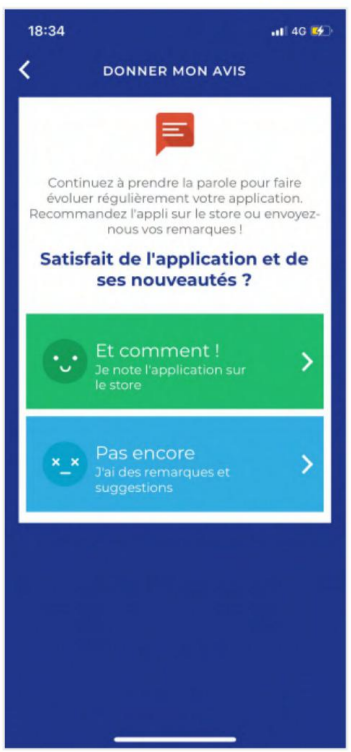




Favoriser la découverte des nouveautés & astuces

Développer les usages sur l'appli, encourager la découverte des nouveautés notamment suite aux mises à jour, encourager à donner son avis pour rassembler du feedback



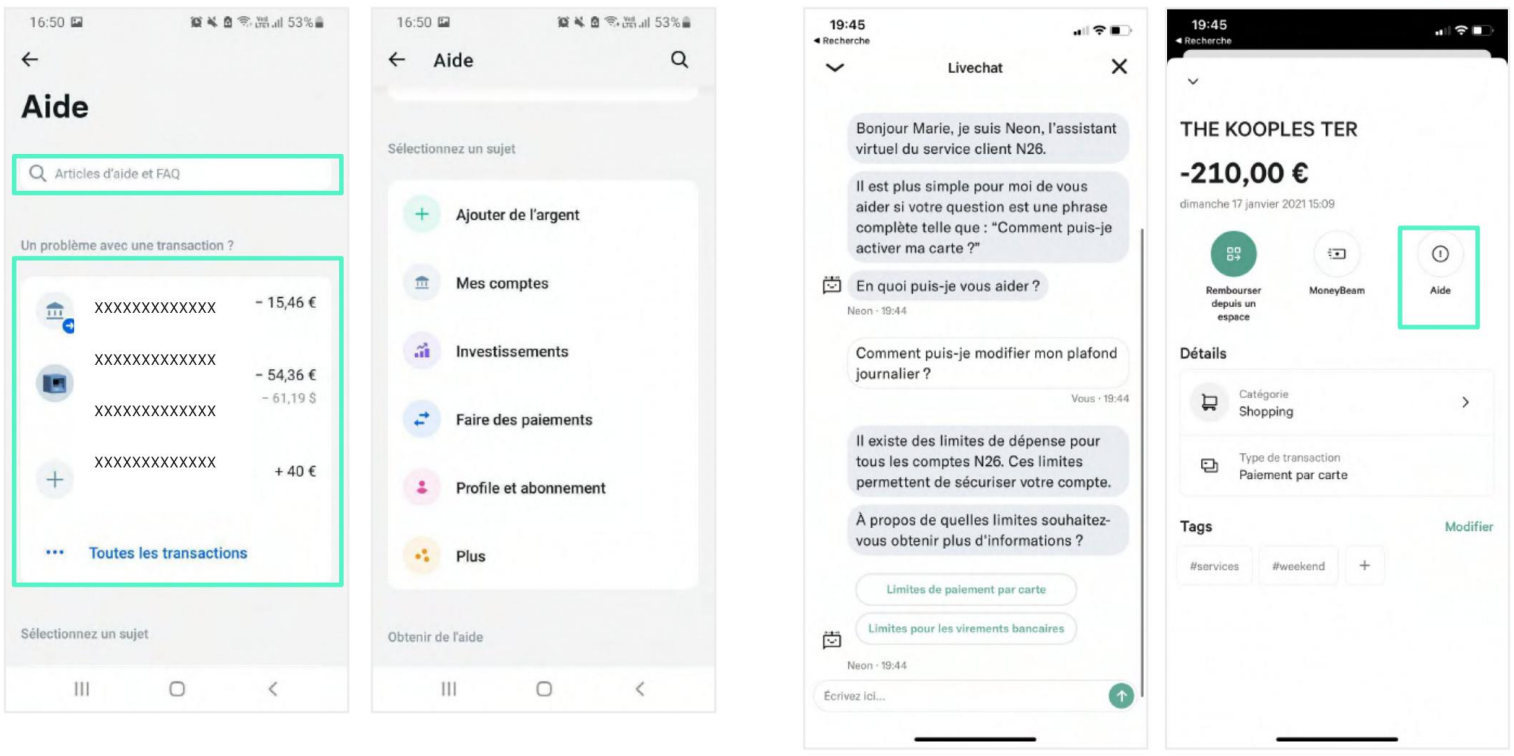




Gamification de la découverte des fonctionnalités de l'app avec à la clé des avantages à gagner sur le parcours

Une rubrique “Aide” guidante & segmentée par besoin

Moteur de recherche, intervention depuis le détail d’une opération, catégorisation des problèmes rencontrés, assistance par chat(bot), échanger avec la communauté, se conseiller entre pairs

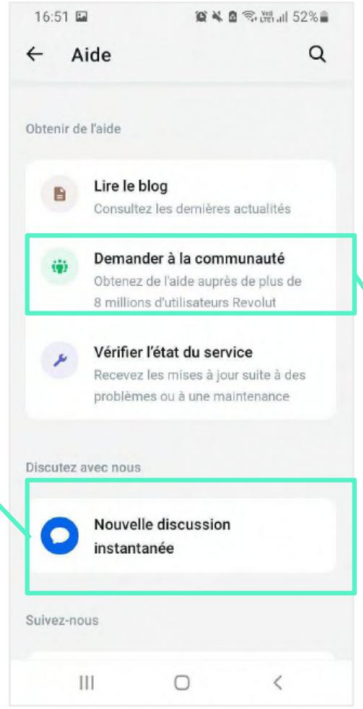


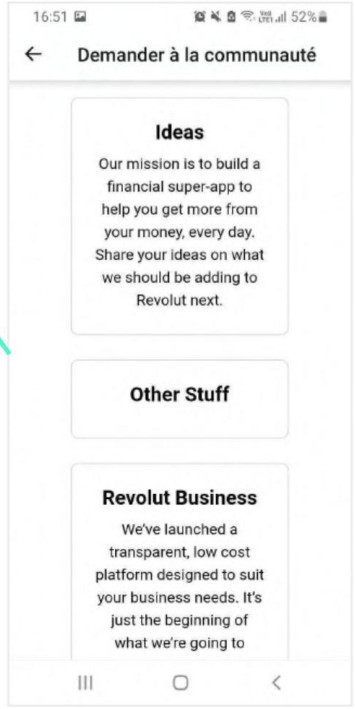
Une rubrique “Aide” guidante & segmentée par besoin

Moteur de recherche, intervention depuis le détail d’une opération, catégorisation des problèmes rencontrés, assistance par chat(bot), échanger avec la communauté, se conseiller entre pairs

Possibilité d’être assisté soit par un membre du personnel Revolut soit par Rita leur chatbot



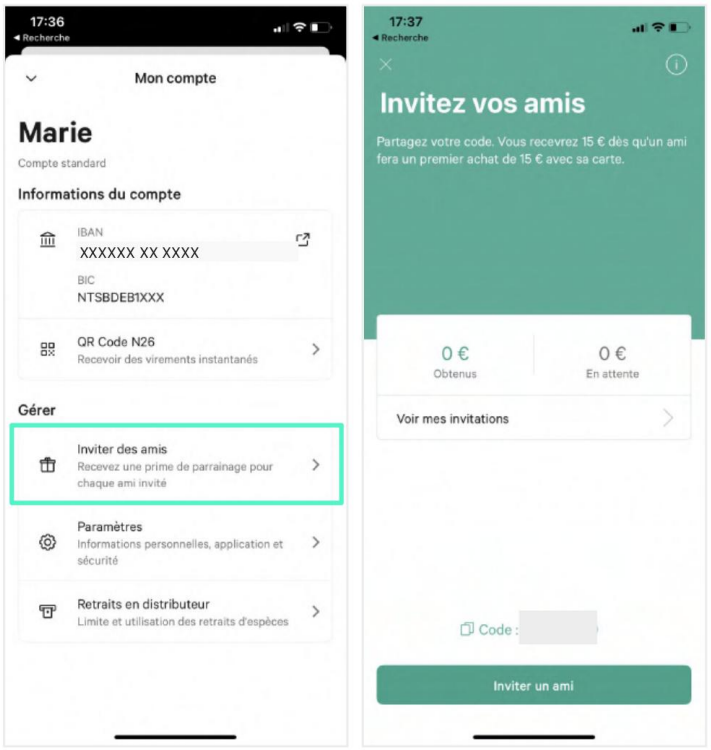


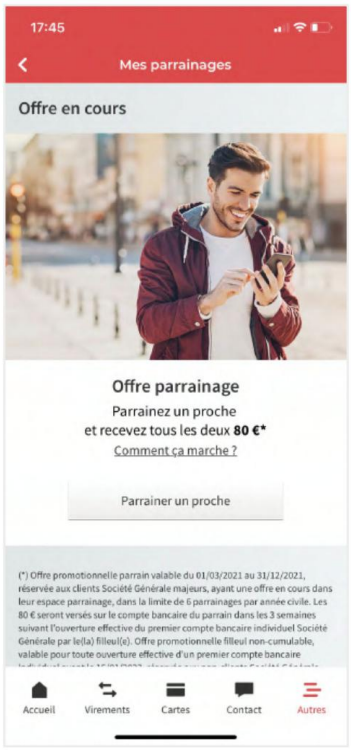




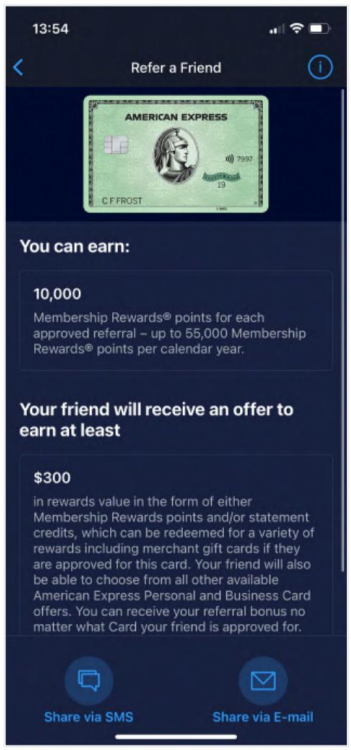
Récompenser la fidélité pour engager

Inciter les clients à inviter leur entourage à rejoindre leur banque, en mettant le parrainage rémunéré plus en avant, par exemple via des push contextualisés au bon moment









04 Conseil & upsell

Une relation privilégiée

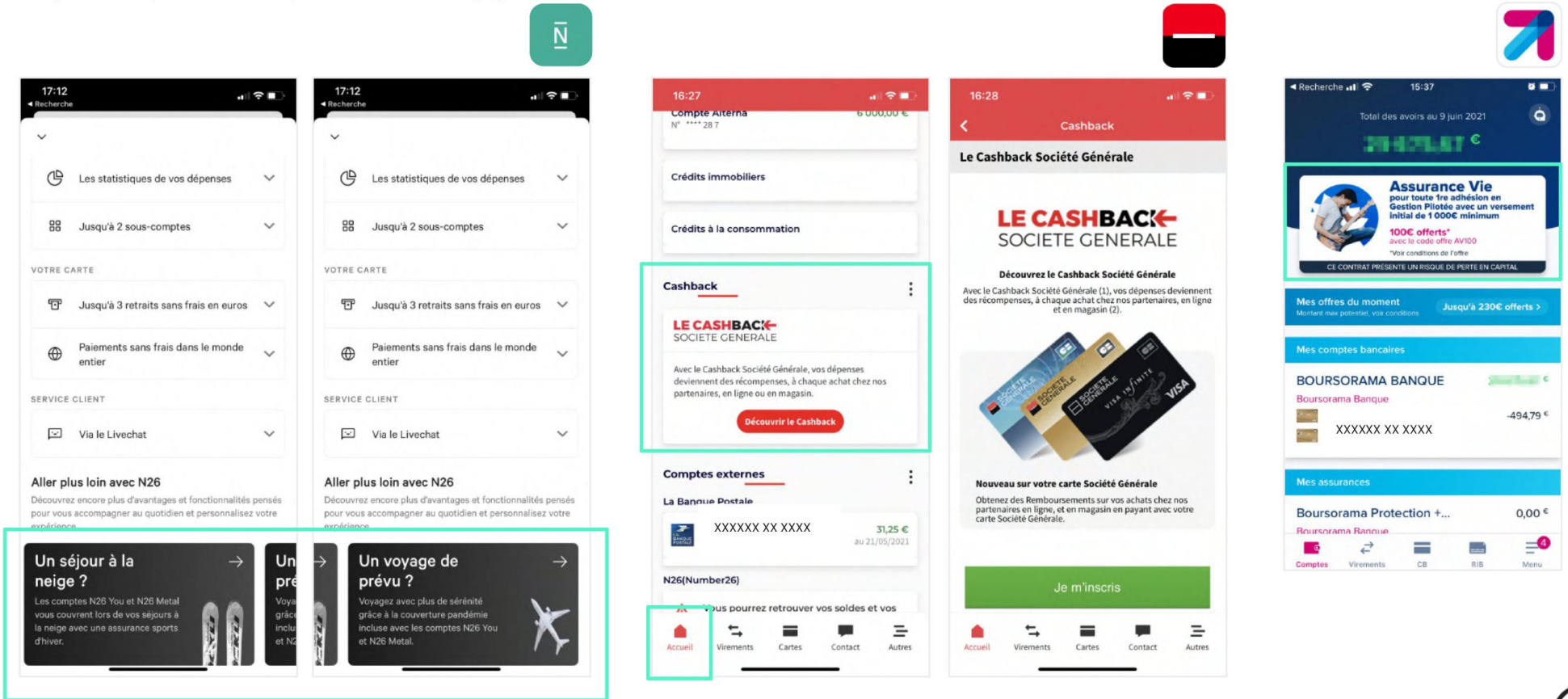
La promotion des offres produits

Tout ce qu'il faut, là où il faut.

Les services additionnels

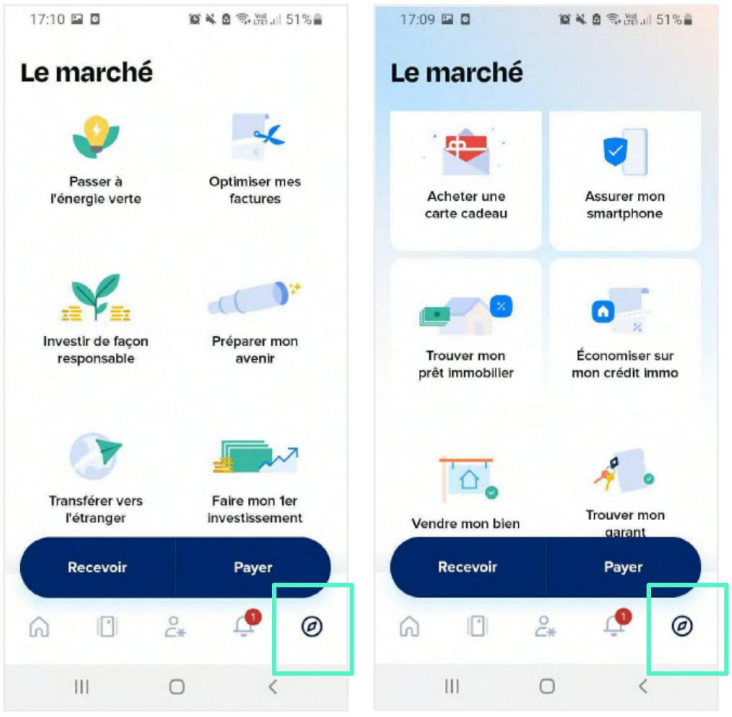
Des offres de produits qui ponctuent les parcours

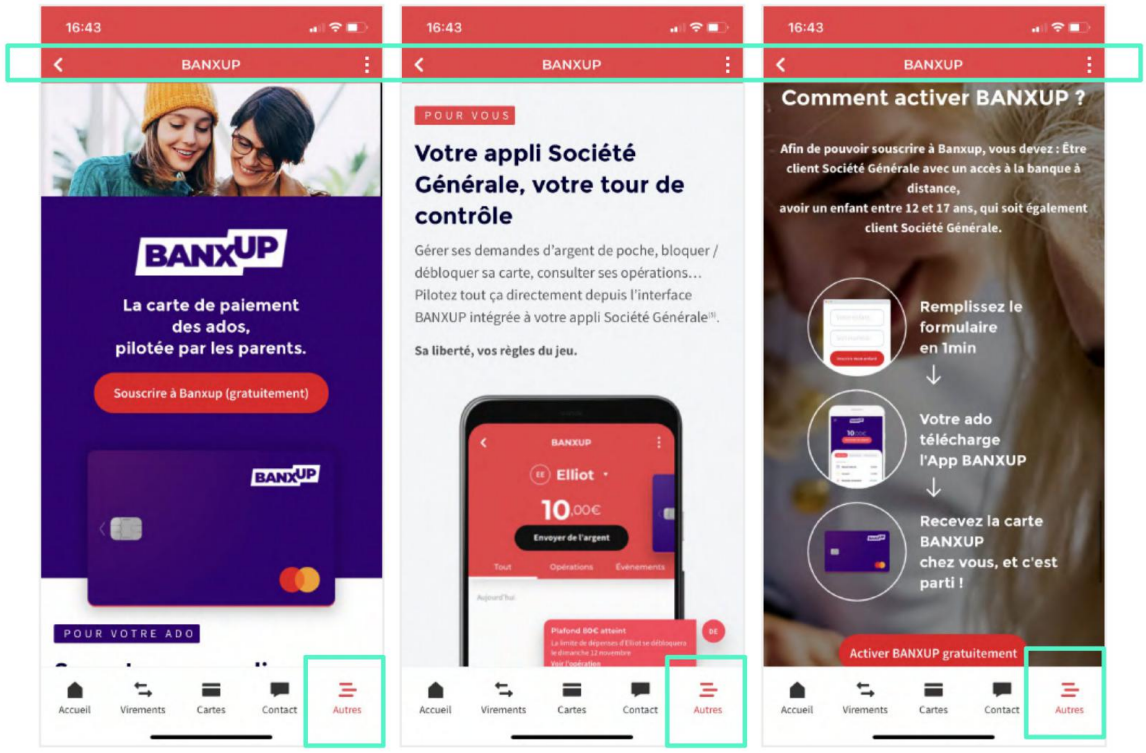
En home pour respirer entre les opérations, au sein des rubriques à travers des cards à swiper, en mode notification, depuis l'espace carte pour inciter à upgrader sa CB



Des rubriques dédiées à la découverte des produits

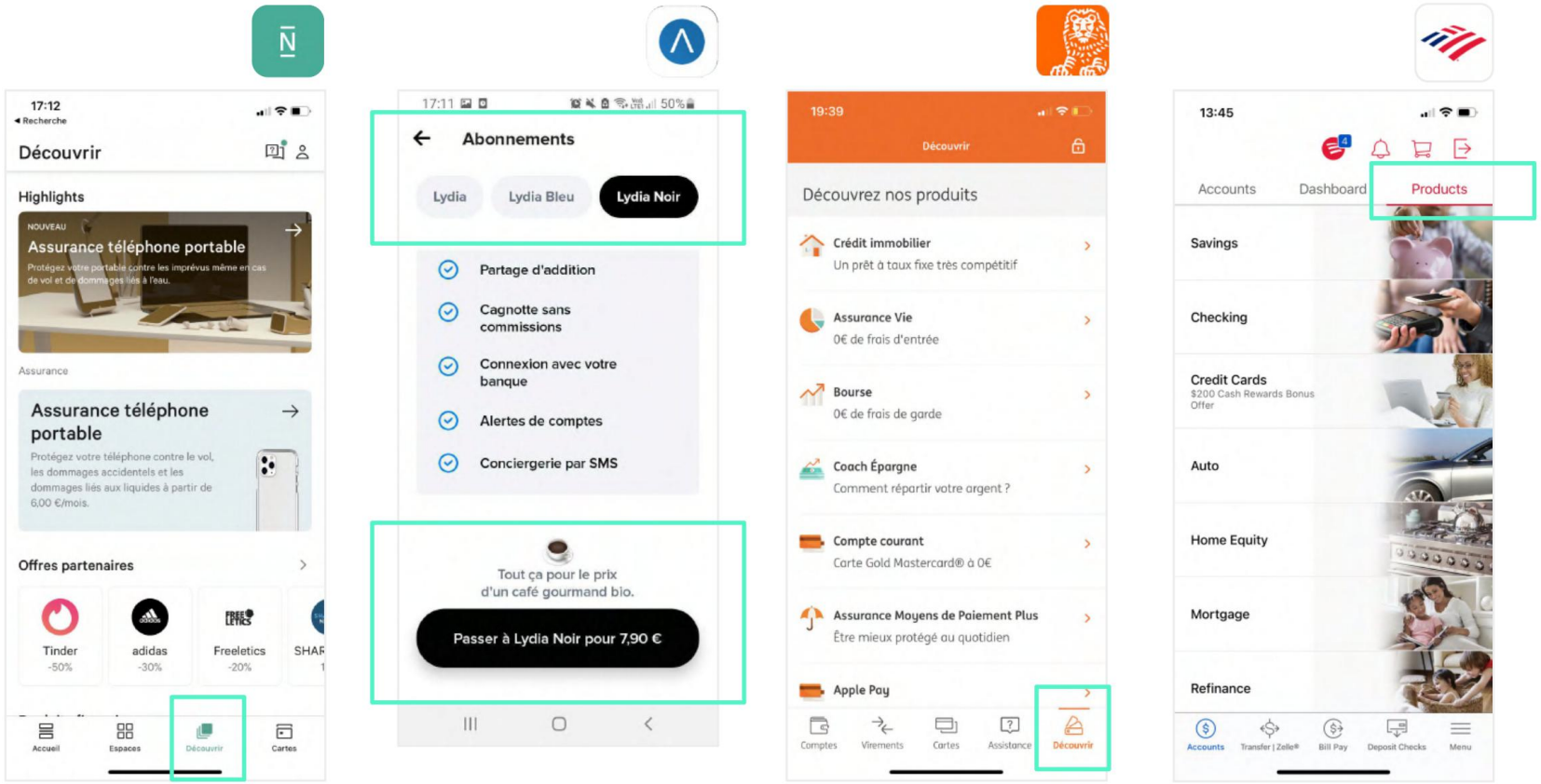
Onglet “Découvrir” en tab bar, ou “Autres” laissant ensuite place à des entrées par produit





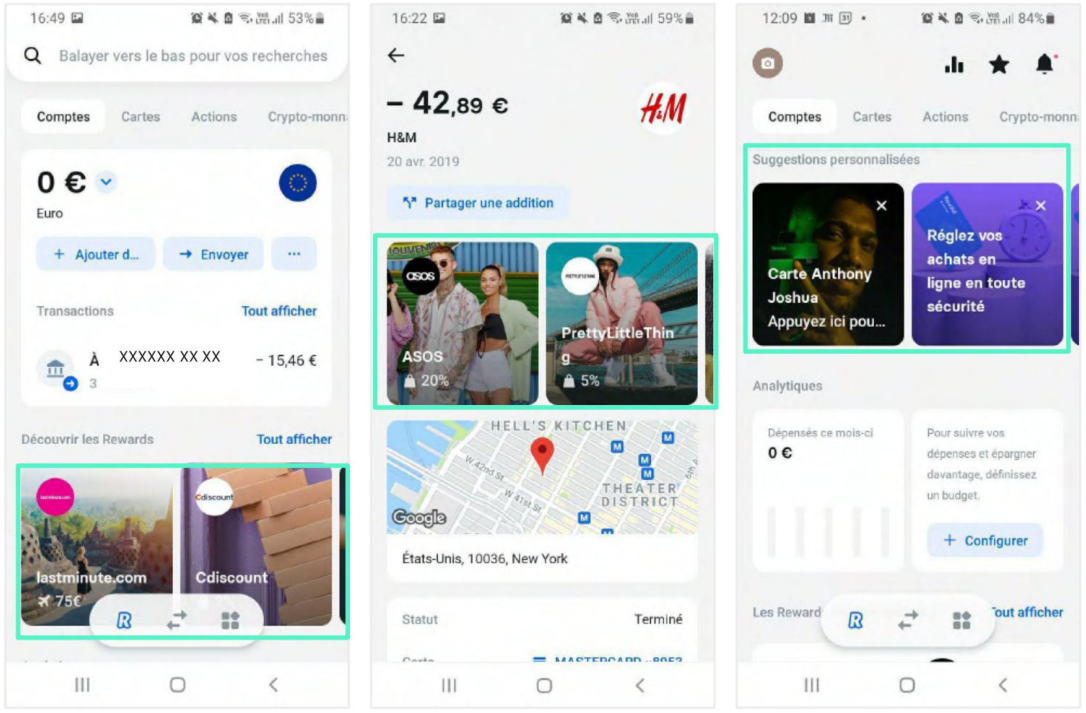
Des rubriques dédiées à la découverte des produits

Onglet “Découvrir” en tab bar, ou “Autres” laissant ensuite place à des entrées par produits



Des offres de produits poussées au bon moment au bon endroit

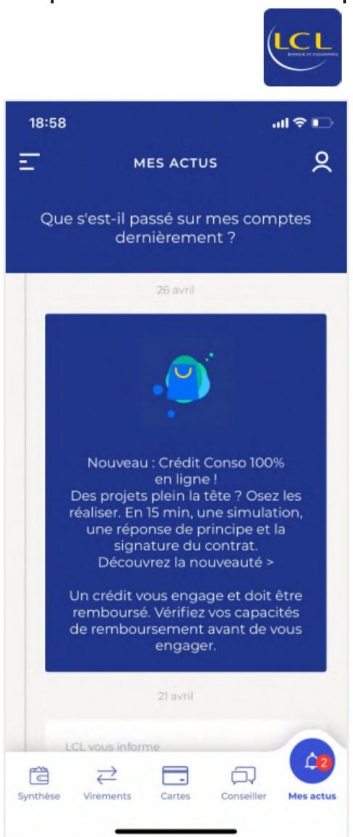
En fonction du profil client (âge, produits qu'il possède, ses revenus, dépenses…) et au moment où le client peut en avoir besoin (en lien avec une opération bancaire qu'il vient de réaliser, grâce à une notification personnalisée…)



Les rewards de Revolut (offres promotionnelles cagnottées au fur et à mesure des achats) sont poussées en home et au sein de chaque opération, en fonction de cette dernière ou des habitudes d'achat du client.
Des suggestions personnalisées depuis l'espace Comptes. Design inédits de CB, offre de cartes virtuelles…

Des offres de produits poussées au bon moment au bon endroit

En fonction du profil client (âge, produits qu'il possède, ses revenus, dépenses…) et au moment où le client peut en avoir besoin (en lien avec une opération bancaire qu'il vient de réaliser, grâce à une notification personnalisée…)

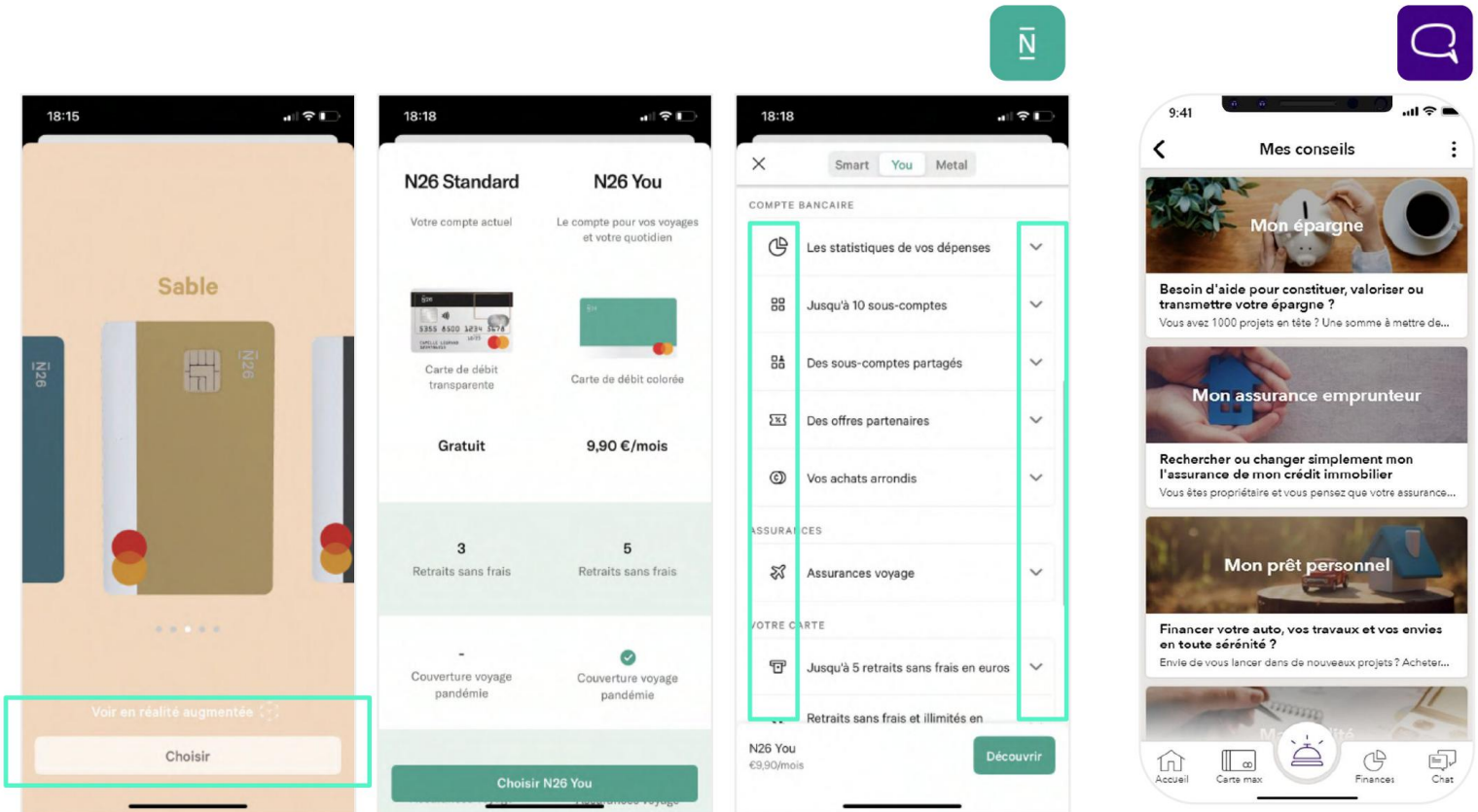




Offres intégrées au fil d'actualité des comptes

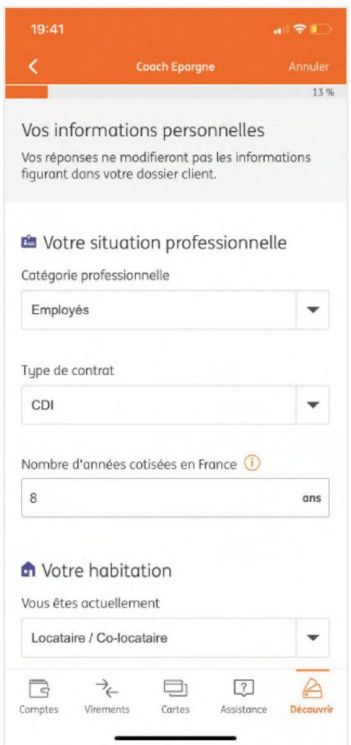
Le storytelling des offres pour mieux convaincre

Des gestures fluides pour passer d'une offre à l'autre facilement, comparateurs, fiches produits complètes et bien structurées, des contenus éditorialisés



Des simulateurs intelligents pour projeter & convaincre l'utilisateur

Limiter la perception fastidieuse d'un long formulaire en créant du rythme : questions simples, aspect ludique (quiz), peu de choix, peu de scroll, peu de texte, collecte de l'essentiel uniquement pour calculer rapidement l'offre la plus avantageuse, barre de progression, dévoilement progressif, remplissage automatique…









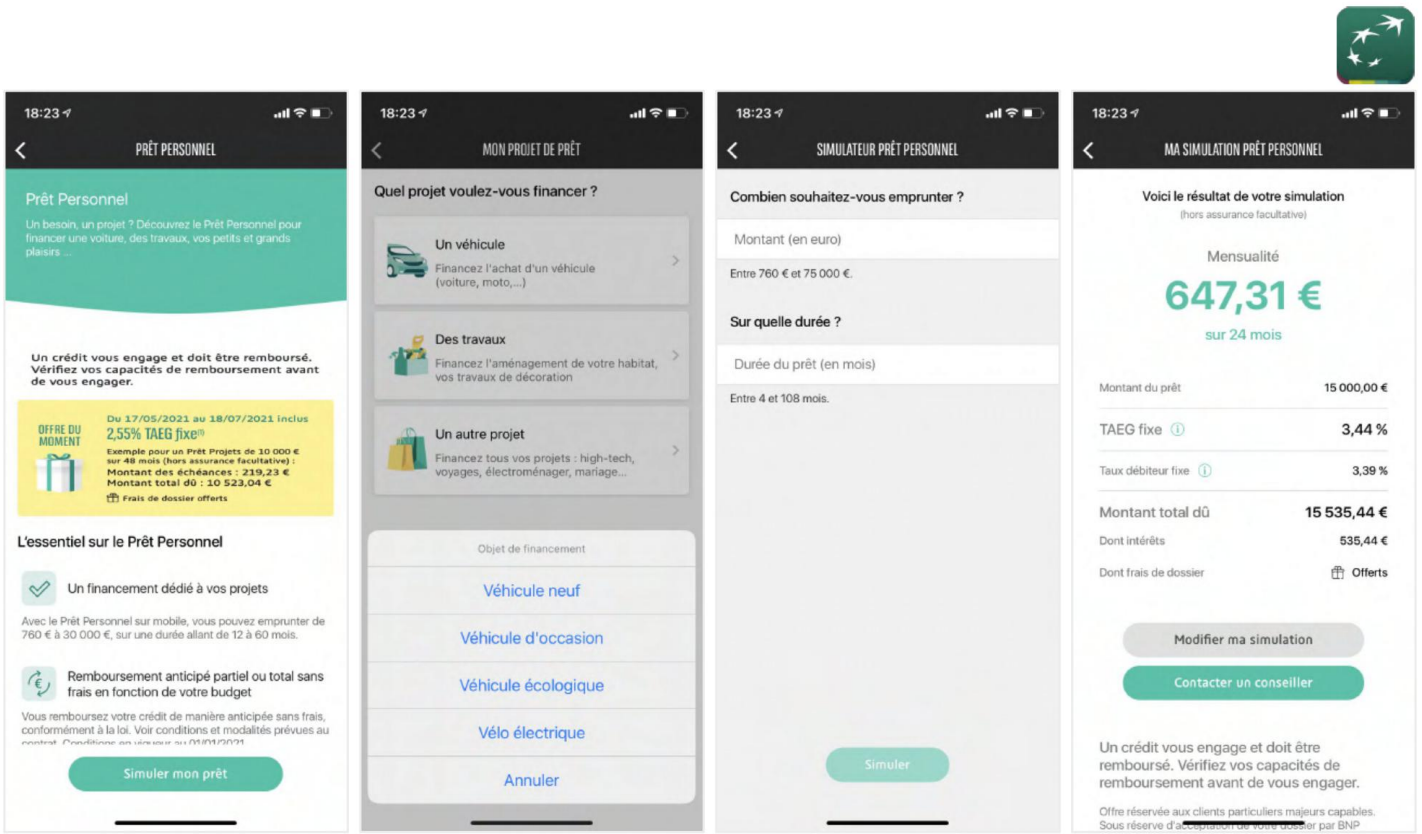
30%

L'auto-complétion facilite amplement la tâche de l'utilisateur et permet un remplissage jusqu'à 30% plus rapide*



Des simulateurs intelligents pour projeter & convaincre l'utilisateur

Limiter la perception fastidieuse d'un long formulaire en créant du rythme : questions simples, aspect ludique (quiz), peu de choix, peu de scroll, peu de texte, collecte de l'essentiel uniquement pour calculer rapidement l'offre la plus avantageuse, barre de progression, dévoilement progressif, remplissage automatique…



04 Conseil & upsell

Une relation privilégiée

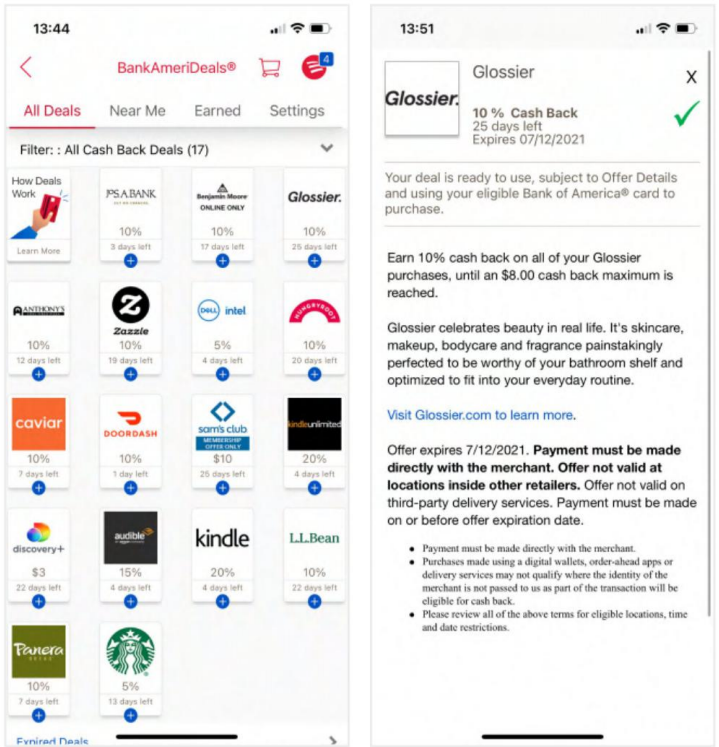
La promotion des offres produits

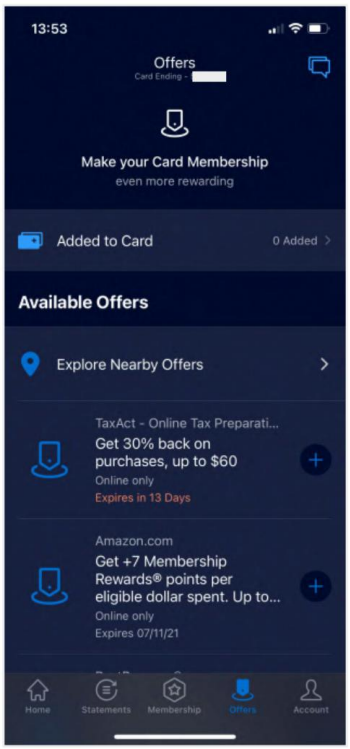
Les services additionnels

Ces petits plus qui font la différence.

Des offres de cashback pour récompenser les clients

Mise en avant des partenaires & récompenses



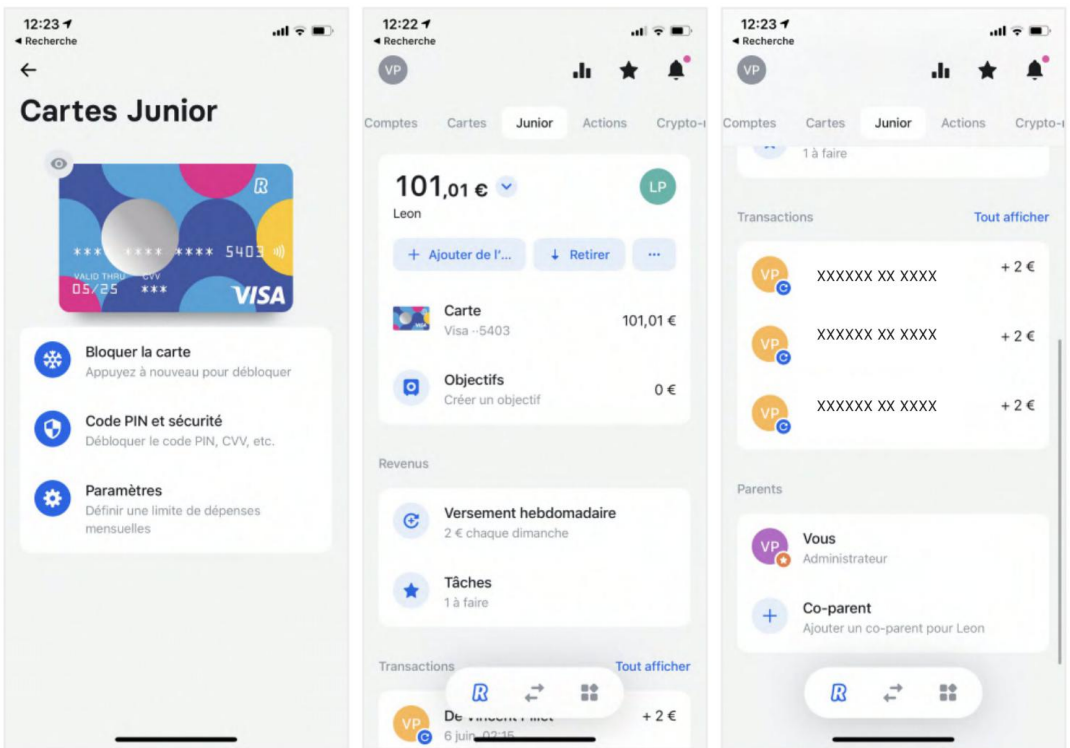






Gérer l’argent de poche de ses enfants

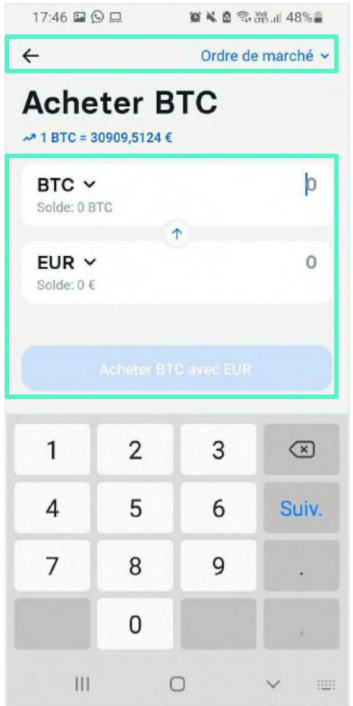
Une gestion totale in-app des parents sur la carte de leurs enfants : alimentation régulière d’argent de poche, objectifs, suivi des transactions, possibilité d’ajouter plusieurs parents pour gérer la carte…



Faciliter l'accès aux cryptomonnaies

Switch en mode crypto depuis le menu, achat rapide & simplifié des principales cryptomonnaies du marché, visualisation du cours de la monnaie







Tout le monde connaît l'ETH, l'une des crypto-monnaies les plus visibles en dehors de Bitcoin, on connaît moins la démarche globale de Ethereum dont l'ambition est de permettre à tout-un-chacun de développer de nouveaux services, de nouvelles apps, de nouveaux modèles, à travers son infrastructure décentralisée. En proposant une blockchain programmable, Ethereum ouvre la voie à une nouvelle génération d'apps dans de nombreux domaines...

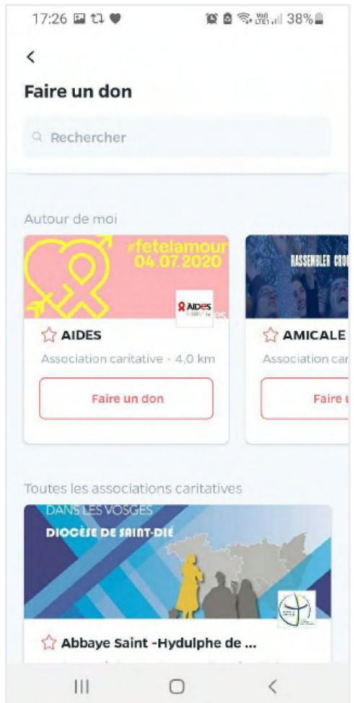


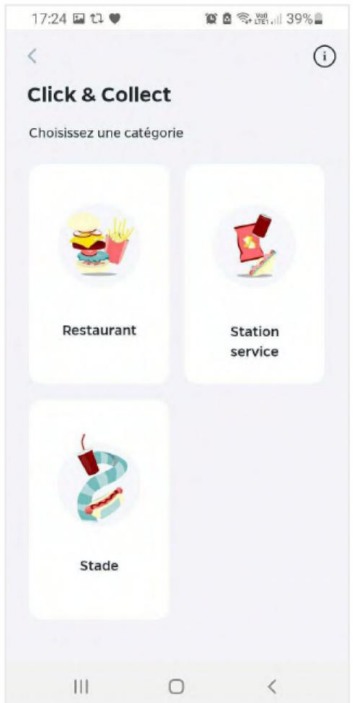
Dimitri Kyriazis - Directeur Conseil
USERADGENTS

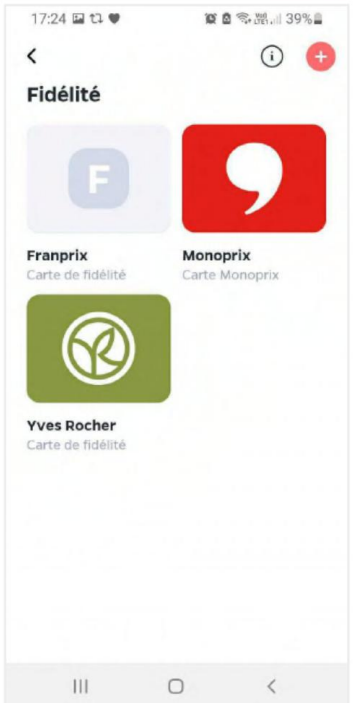
Dépasser l’offre bancaire pour préempter de nouveaux univers

Forfait mobile, assurance contre le vol de smartphone, télésurveillance, dons, click & collect, wallet de cartes de fidélité pour une expérience omnicanale en point de vente / agence physique





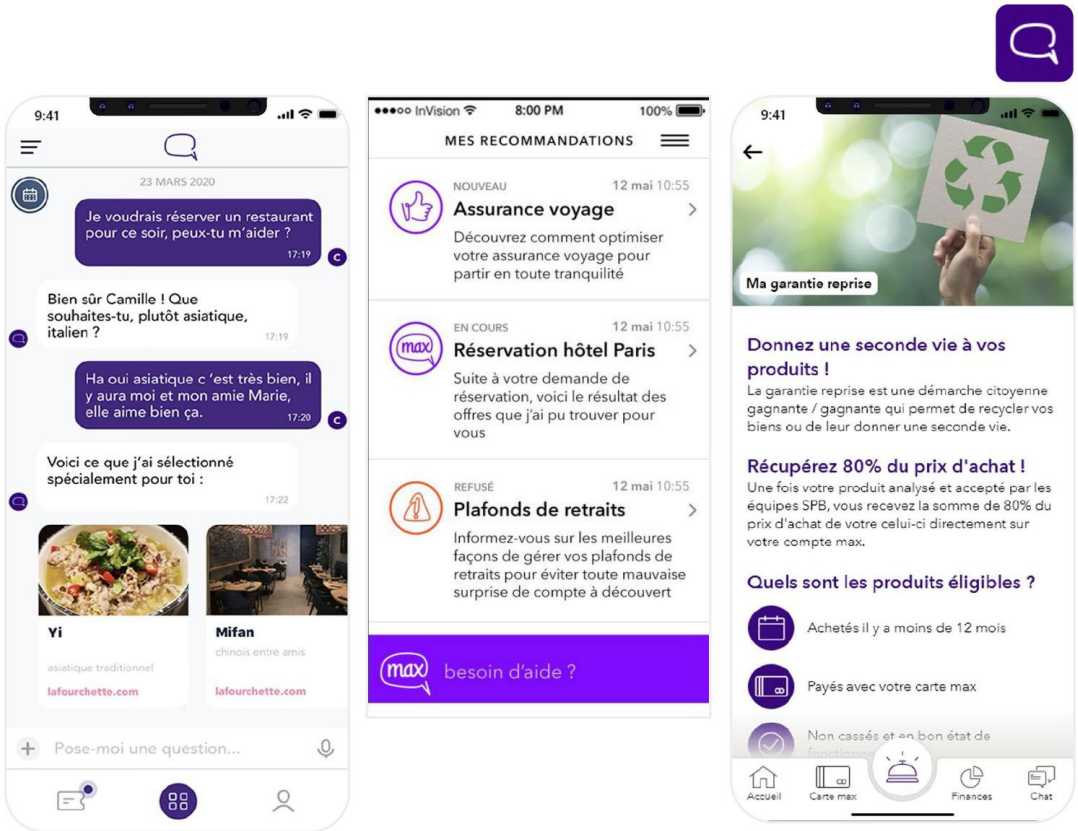




Lyf offre la possibilité d’embarquer toutes ses cartes de fid in-app manuellement ou sur simple scan de code-barres

Dépasser l’offre bancaire pour préempter de nouveaux univers

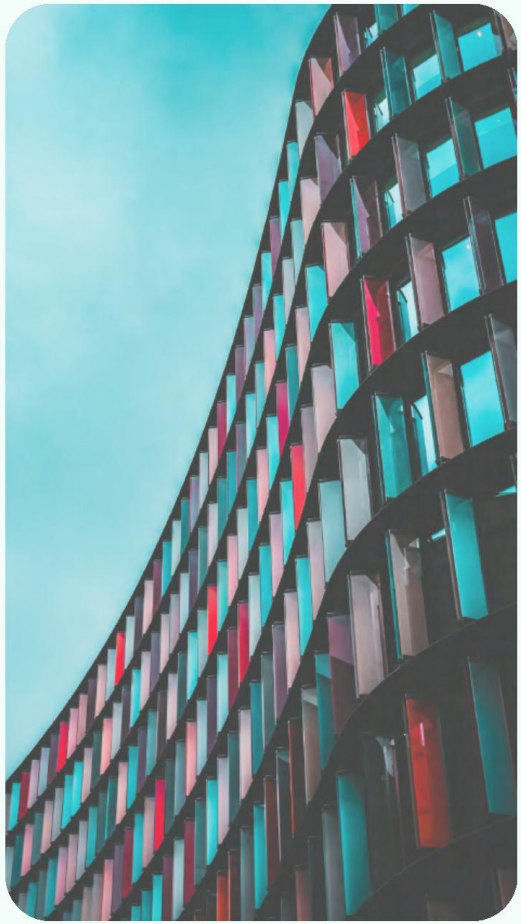
Service de conciergerie accessible via chatbot, recommandations personnalisées en fonction de l’historique des usages, service de seconde main…



03

Les enjeux du mobile banking

01 Une UX incarnée par le Design



Le design & la simplicité de l'expérience utilisateur : de nouveaux facteurs d'attractivité et d'acquisition

Les néo-banques & fintech plus généralement montrent la voie d'une nouvelle dynamique sur le marché en misant tout sur l'expérience client, le design, des interfaces conviviales et une offre de services simples et faciles à utiliser.

Au cœur de leur modèle : simplicité, transparence et cohérence.

Une identité de marque et un design finement ciselés pour mieux incarner la promesse et l'offre et faire une démonstration de cohérence : Penser Mobile-First : une organisation verticale de l'information, en strates. Incarner la proximité et la connivence avec un ton rédactionnel humain. Assurer une lisibilité et un rythme de lecture au travers de l'utilisation intelligente de différents assets graphiques : typographie, iconographie (photo, illustration, pictos), couleurs, call-to-actions bien visibles, etc...



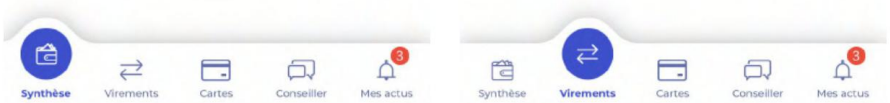
Alexandre Pascual - Directeur du Design USERADGENTS

EN SAVOIR PLUS SUR LE DESIGN SYSTEM →

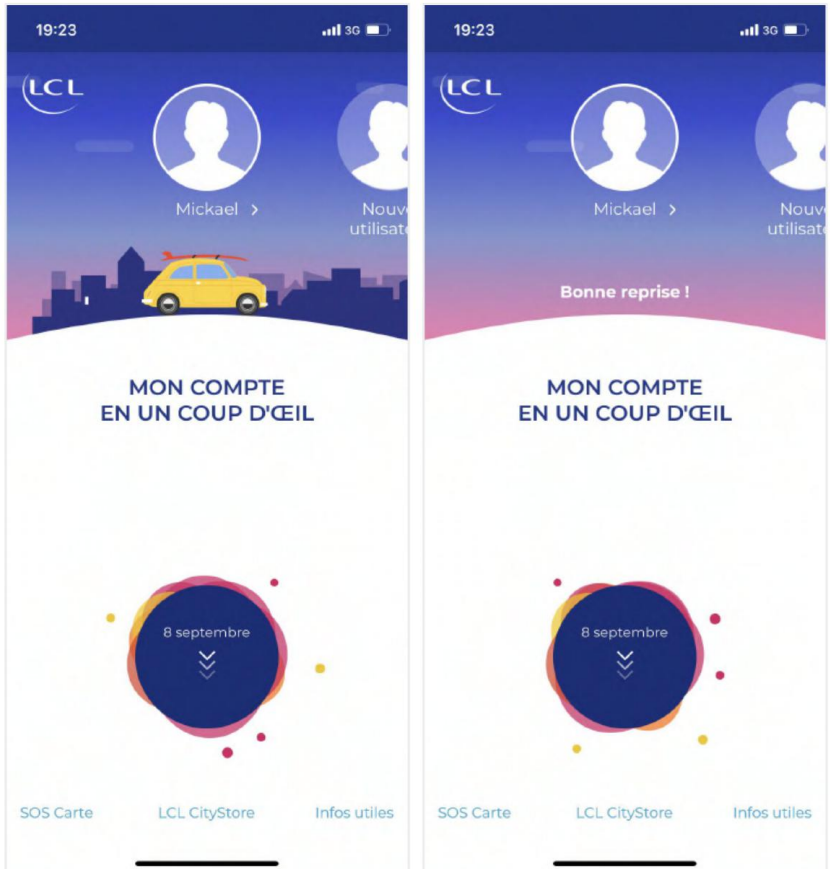
Les micro-interactions pour des interfaces vivantes & rassurantes

Plus encore que sur l'e-commerce, les utilisateurs ont besoin d' être rassurés lors de la réalisation d'actions plus ou moins sensibles : s'assurer qu'un virement a bien été passé, qu'une transaction est validée, que le RIB d'un bénéficiaire a été correctement ajouté...

Misez sur un design plus interactif et plus immersif grâce à des "retours" graphiques, sonores ou haptiques pour guider l'utilisateur, créer des interactions plus conviviales, et humaniser le service.



Tab bar animée facilitant les repères lors de la navigation entre rubriques.



En homepage, animation du rond central favorisant la découverte ou non du solde du compte courant, animation de l'illustration sur la partie supérieure de l'écran et message contextualisé.

02 Une UX servie par la tech



Site mobile & App : joindre l'utile à l'efficace

Sites mobiles et Apps sont toujours plus complémentaires : si l'application a longtemps été le canal de la relation client, elle permet à présent une souscription dématérialisée 100% mobile grâce aux fonctionnalités natives du téléphone (authentification forte, caméra, scan). Elle sert également l'omnicanalité, notamment lors d'interactions en agence. Votre site mobile reste un canal stratégique majeur au service de l'acquisition, avec des stratégies SEO fortes.

Créez des ponts entre les canaux (deeplinking ou smart banner), pour inciter au téléchargement de l'app, au développement de l'usage, et assurer une continuité de service sans couture.

> L'arrivée progressive des App Clip d'Apple et Instant App d'Android, sans téléchargement, facilitera encore plus l'acquisition de clients par les apps.

Si les sites mobiles peuvent aujourd'hui embarquer des fonctionnalités longtemps réservées aux apps (notifications, local/offline, accès à l'appareil photo,...), une app peut s'avérer plus rassurante pour l'utilisateur authentifié au regard de la sécurité, les institutions financières ayant l'obligation de garantir le respect des normes concernant la sécurité des données personnelles stockées dans les systèmes.



Dimitri Kyriazis - Directeur
Conseil USERADGENTS

MINI APPS : UNE RÉVOLUTION POUR LES APPS ? →

La data pour anticiper les comportements & personnaliser les services

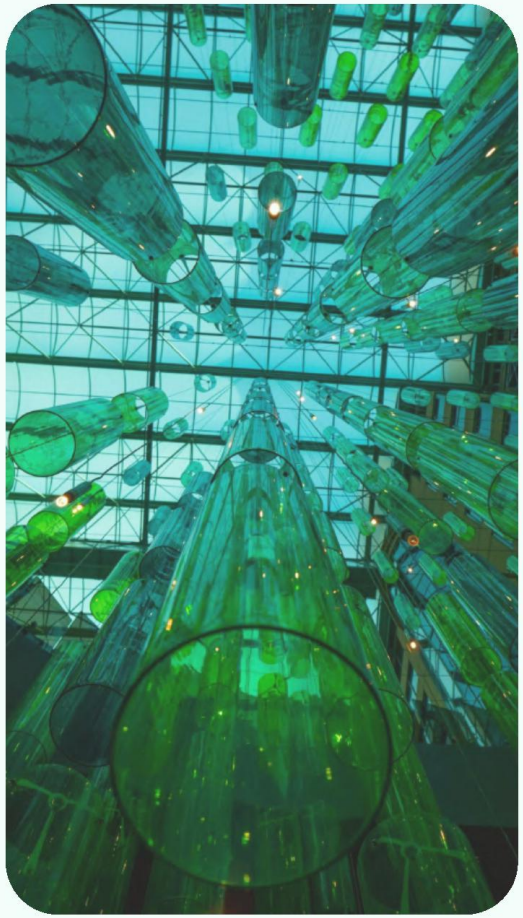
L'exploitation de la donnée est aujourd'hui un enjeu phare pour les services bancaires, que ce soit pour les nouveaux acteurs ou les traditionnels. Il devient nécessaire de développer des outils d'analyse qui permettent de prédire les comportements financiers des clients (habitudes de paiement et de consommation, impôts, organisation budgétaire mensuelle…) pour leur faire des recommandations personnalisées en matière d'offres bancaires et de gestion de comptes.

Basés en grande partie sur le marching learning, ces outils prédictifs peuvent aussi servir à détecter des activités inhabituelles chez les clients pour prévenir des fraudes ou en tout cas minimiser des risques potentiels préalablement identifiés.



> Dans un monde où les utilisateurs exigent un degré d'instantanéité inégalé, les acteurs des fintech savent exploiter la data en temps réel : par exemple à travers l'alerting directement pendant une transaction ou via la mise à jour quasi instantanée des comptes. Reste à voir comment les acteurs traditionnels parviendront à rattraper leur retard…

03 Une UX inclusive et responsable



Éco-conception

Si le numérique est indéniablement une solution pour limiter les effets du réchauffement climatique, son développement exponentiel nécessite aujourd'hui de mener une réflexion sur l'optimisation de son impact sur la planète. Un enjeu éthique mais aussi - soyons lucides - un combat pour trouver le juste équilibre entre l'expérience utilisateur, les objectifs business et l'optimisation des ressources.

Cette réflexion doit être intégrée dès la conception de l'architecture technique globale de votre site ou application, de façon pragmatique et itérative. L'objectif ? Éviter à terme les appels serveurs inutiles, optimiser le poids de vos pages, des données qui transitent sur le réseau et la taille des ressources graphiques de chaque écran, minimiser les accès aux ressources du téléphone et rationaliser la fréquence de mises à jour de votre service.



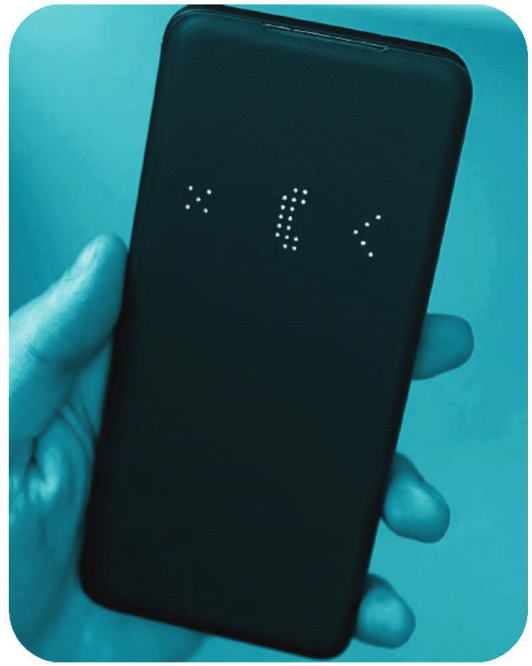
LIVRE BLANC : NOS CONSEILS POUR UN PROJET NUMÉRIQUE RESPONSABLE →

Accessibilité

Longtemps délaissée, l'accessibilité numérique est un impératif à prendre en compte à toutes les étapes de vos projets digitaux : dans la conception certes mais aussi dans le développement.

Dans les faits, cela signifie que l'information - textuelle ou visuelle - doit pouvoir être perceptible et compréhensible par le biais d'un sens au moins (ouïe, vue, toucher), que la navigation doit être suffisamment simple et intuitive pour tous et que le service doit être compatible avec tous les systèmes d'exploitation et les technologies d'assistance disponibles aujourd'hui.

Si nativement, les OS disposent de fonctionnalités permettant aux personnes en situation de handicap d'utiliser plus facilement leur smartphone, il reste indispensable d'intégrer une réflexion (entre autres) sur les couleurs, les contrastes, l'adaptation des contenus et la structuration de vos interfaces...



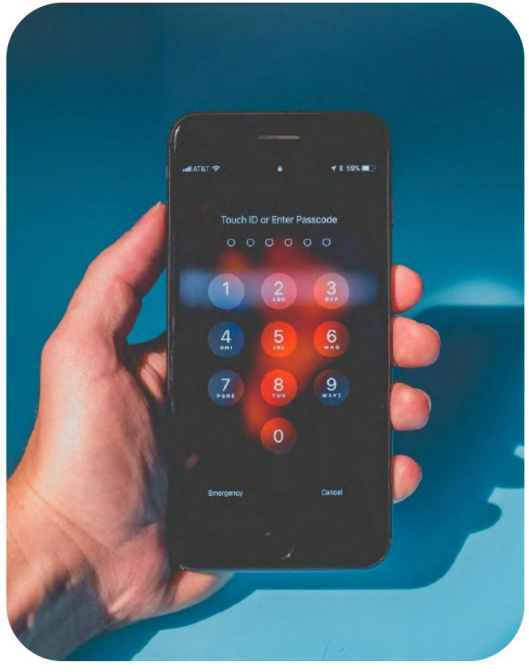
GUIDE PRATIQUE : NOS CONSEILS POUR OPTIMISER L'ACCESSIBILITÉ DE VOTRE APP →

Vie privée

Si les interfaces sont de plus en plus personnalisées afin d'améliorer l'expérience client, elles impliquent la collecte de données, parfois personnelles et sensibles (géolocalisation par exemple).

Il est donc impératif aujourd'hui de se poser les bonnes questions pour optimiser la gestion des données à chaque étape du parcours : pour être RGPD compliant, il faut être clair sur le consentement, collecter au bon moment les bonnes données, dans le temps et non en masse et enfin limiter l'usage et le stockage de ces données.
Les dernières règles sur la géolocalisation avec l'autorisation unique sont un bon exemple.

Il est aussi important de réfléchir à l'optimisation de son réseau de partenaires intégrant des trackers (via des SDK ou cookies) dans son service.



ALLER PLUS LOIN SUR LE SUJET AVEC NOTRE CONFÉRENCE SUR LE SUJET →

Pensée pour et par vos utilisateurs

Votre service design ne peut être pensé sans intégrer vos utilisateurs : ce sont eux qui valident les usages, la compréhension d'un parcours, l'adhésion à une fonctionnalité, la qualité de votre expérience.

Vos utilisateurs peuvent être interrogés à différentes étapes du projet : panel de clients sollicités en phase de conception, test d'un POC avant déploiement, ou encore A/B test en production.

> Le tracking et les analytics sont également des sources de données enrichissantes à exploiter, dès lors que vous aurez taggé les bonnes étapes du parcours.

Le positionnement "human-centric" est affiché comme un argument majeur au cœur du système de valeurs des fintech et comme une preuve de leur différenciation vs. les acteurs traditionnels. Les clients ont une place spéciale, ils sont invités à témoigner, voter, noter, contribuer à l'évolution de l'offre. Une plateforme de feedbacks permet aux utilisateurs de partager leurs besoins, suggérer de nouvelles idées de services, de fonctionnalités ou de produits d'assurance.

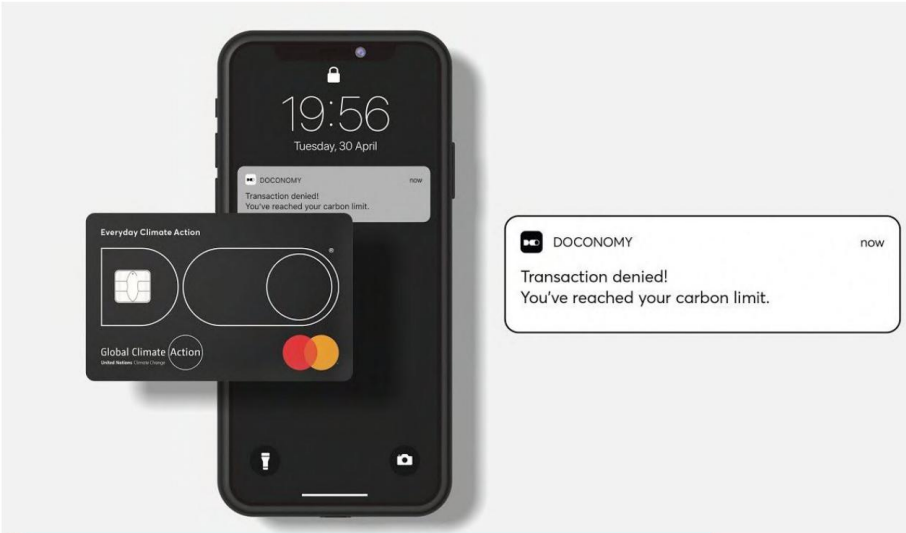


Ingrid Thonet - Directrice UX
et Service Design USERADGENTS

Miser sur l'accompagnement, la transparence, l'éthique et l'impact positif pour (re)créer la confiance

La dématérialisation des services bancaires a profondément transformé le rôle du conseiller, dont le rôle demain sera d'incarner la relation client, essentielle pour conserver un lien humain et accompagner ses clients dans les grandes étapes de la vie.

Si le secteur de la finance a longtemps été considéré comme opaque et hermétique, les "néo" ont bousculé le secteur en faisant le choix de prendre à contre-pied la croyance sociétale négative par une totale transparence et une revendication d'une "vision" radicalement transformée de leur métier.



De plus en plus d'acteurs s'engagent et se positionnent comme entreprises "à mission" ayant un impact sur la société au travers de leurs actions de rétribution, en faveur de causes qui leur tiennent à cœur.



Dimitri Kyriazis - Directeur Conseil
USERADGENTS



Pour aller plus loin…

Pour aller plus loin.

Notre expertise



Banques traditionnelles et néo-banques, organismes de crédits, sociétés d'assurance et mutuelles, courtiers et gestionnaires de biens, Useradgents vous accompagne dans la conception, le design et le développement de de services digitaux fluides, adaptés aux usages en mobilité et aux nouvelles attentes de vos clients.

En savoir plus

Notre conférence



Vous souhaitez organiser une conférence sur le sujet dans votre entreprise ? Nous pouvons intervenir sur le sujet pour acculturer vos équipes et les faire réfléchir aux enjeux les concernant.
Nous proposons également des ateliers d'idéation sur-mesure.

Contactez-nous

USERADGENTS

Mobile First & User Centric

Depuis plus de 10 ans, USERADGENTS, l'agence digitale mobile first du groupe HighCo, accompagne les entreprises dans le design et le développement de services digitaux sur-mesure : applications mobiles, sites web, chat & voice bots, expériences AR & VR, dispositifs in-store.

+ 13 ans

+ 60 experts

+ 40 awards



Besoin d'accompagnement pour votre prochain projet digital ? Contactez-nous



Merci !

Marie Billon

Responsable du pôle Trendwatchers
m.billon@useradgents.com

Séverine Dumont

Directrice Conseil
s.dumont@useradgents.com

Marion Griesemann

Chargée de Communication
m.griesemann@useradgents.com

Dimitri Kyriazis

Directeur Conseil
d.kyriazis@useradgents.com





USERADGENTS

8 rue de la Rochefoucauld - 75009 Paris - 01 77 75 65 90
www.useradgents.com