RELEVER LES DÉFIS DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DANS LA GESTION DE PATRIMOINE

Hyland™

TABLE DES MATIÈRES

(cliquez pour accéder à un chapitre)

3 Introduction

4 Partie 1 : Un paysage en pleine mutation

9 Partie 2 : Gestion de patrimoine numérique

12 Partie 3 : Services de contenu pour la gestion de patrimoine

14 Partie 4 : Adopter le changement

Introduction

Plus que n'importe quel autre produit financier, la gestion de patrimoine est une activité de grande proximité qui s'appuie sur un service et une interaction personnalisés. Les clients attendent des conseils et des solutions adaptés à leurs objectifs financiers et à leurs attitudes individuelles à l'égard du risque. Les gestionnaires, quant à eux, passent des années à établir la confiance grâce à un contact et à une collaboration constants.

Traditionnellement, cela s'est traduit par des réunions en face à face. Les gestionnaires fournissent une mise à jour physique du portfolio, collectent les documents pertinents et répètent l'opération si nécessaire. À l'ère de la technologie numérique et collaborative, cet échange de papier n'est plus nécessaire – pourtant, selon une étude de PwC, la gestion de patrimoine reste « l'un des secteurs les moins technologiques » des services financiers.

Il y a plusieurs raisons à cela, en tête desquelles on trouve la démographie du secteur lui-même. Les clients qui recherchent des services de gestion de patrimoine, à savoir les particuliers fortunés (HNWI), ont tendance à être plus âgés et moins compétents en matière de technologie — c'est du moins ce que pensent les gestionnaires de patrimoine. Mais comme nous le verrons plus tard, ce n'est pas nécessairement vrai. Du moins, pas pour longtemps.

LA VAGUE NUMÉRIQUE EST LÀ

La vitesse d'innovation des paiements et des services bancaires aux consommateurs est telle que les clients, toutes générations confondues, attendent désormais la même chose de la gestion de patrimoine. La technologie a également uniformisé les règles du jeu en réduisant les obstacles à l'entrée, ce qui a permis à des concurrents natifs et agiles sur le plan numérique de prendre des parts de marché.

Pour les sociétés de gestion de patrimoine traditionnelles, la technologie numérique offre une superbe occasion d'accroître leur efficacité, de gérer les coûts et de transformer leur rôle et leur valeur auprès de leurs clients. Dans ce livre électronique, nous soulignons pourquoi ignorer la vague numérique n'est plus une option, avec des informations telles que :

- Tendances clés qui façonnent le paysage changeant de la gestion de patrimoine
- Défis rencontrés par les organisations lors de l'adoption de la technologie numérique
- Avantages des processus numériques dans la gestion de patrimoine

QUI EST CONSIDÉRÉ COMME UNE PERSONNE À VALEUR NETTE ÉLEVÉE ?

Le secteur des services financiers classe les particuliers fortunés (HNWI) comme des clients ayant des actifs liquides au-dessus d'un certain seuil. Bien que le montant exact diffère selon les institutions financières et les régions, les classifications générales sont les suivantes :

- **Riche** — Un investisseur disposant de plus de 100 000 dollars mais de moins d'1 million de dollars
- **HNWI** — Un investisseur dont les actifs financiers sont supérieurs à 1 millions de dollars
- **Très HNWI** — Un investisseur dont les actifs financiers sont supérieurs à 5 millions de dollars
- **Ultra HNWI** — Un investisseur dont les actifs financiers sont supérieurs à 30 millions de dollars

Partie 1 : Un paysage changeant

“

La gestion de patrimoine telle que nous la connaissons est obsolète. L'époque des conseils personnalisés et axés sur les produits est aujourd'hui aussi datée que les gros titres d'hier.

Kendra Thompson
Directrice générale Accenture Wealth & Capital Markets

Bien que la gestion de patrimoine ait été lente à s'adapter aux changements technologiques, l'industrie est en phase avec la révolution numérique. Voici quelques raisons qui expliquent pourquoi :

CHANGEMENT DÉMOGRAPHIQUE

Jusqu'à récemment, la majorité des HNWI qui recherchent des services de gestion de patrimoine ont plus de 50 ans et sont moins et sont moins enclins à se familiariser avec le numérique — une croyance qui a contribué à la complaisance numérique de l'industrie. Cependant, une étude menée par PwC a révélé que les HNWI de tous les groupes d'âge sont à l'aise avec la technologie numérique dans leur vie quotidienne :

- **85 %** des HNWI utilisent trois appareils numériques ou plus
- **98 %** accèdent quotidiennement à l'internet, aux applications ou aux deux
- **69 %** utilisent les services bancaires en ligne et mobiles

La même étude a révélé que les HNWI de moins de 45 ans sont plus ouverts, confiants et enthousiastes à l'idée d'adopter la technologie, et sont plus intéressés par la gestion des investissements en ligne. Dans les années à venir, les Millennials — (environ 80 millions aux États-Unis) — atteindront l'âge de la maturité financière. Au fur et à mesure qu'ils accroîtront leur patrimoine ou en hériteront au cours des prochaines années, ils deviendront probablement la génération la plus riche de l'histoire des États-Unis, selon RBC Wealth Management. Et d'ici 2025, ces clients potentiels soucieux de leur carrière et férus de technologie représenteront près des trois quarts de tous les revenus, apportant avec eux leur appétit numérique.

ATTENTES DES CLIENTS

Les clients fortunés de tous les marchés et de tous les groupes d'âge attendent désormais des fonctionnalités en ligne pour toute leur vie financière, de la banque aux investissements. Il n'est plus possible pour le secteur de la gestion de patrimoine de croire que sa clientèle ne veut pas ou n'a pas besoin de gérer ses actifs numériquement.

Les attentes des clients qui ont déjà entraîné des changements dans les services bancaires aux consommateurs entraînent à présent des changements dans la gestion de patrimoine. Selon Refinitiv, il existe quatre principales attentes des clients :

- **Livraison numérique et 24h/24, 7j/7** – Cela stimule et touche tous les services financiers, mais il est important de noter qu'elle n'exclut pas la nécessité d'un service client en personne.
- **Service conforme et convivial** – Les clients s'attendent à un service transparent, conforme non seulement à leur juridiction de résidence fiscale, mais aussi en tant qu'investisseur mondial.
- **Contenu personnalisé et pertinent** – Les clients s'attendent à un service sur mesure en fonction de leurs objectifs d'investissement personnels et de leur profil de risque.
- **Frais et données de performance transparents** – La loyauté et les relations ne suffisent plus pour retenir les clients, qui tolèrent de moins en moins les frais cachés. Ils veulent également être en mesure de surveiller leur risque/rendement net de frais.

NOUVEAUX CONCURRENTS

Les entreprises qui continuent d'ignorer ces demandes de clients risquent de perdre des parts de marché, en particulier au profit d'acteurs non traditionnels et de plateformes de gestion de portefeuille purement numériques.

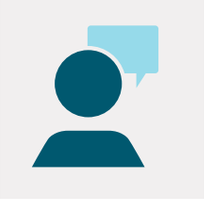
Les fournisseurs de services émergents, tels que les plateformes de conseillers robotisés, gagnent du terrain dans le monde entier, utilisant des algorithmes pour offrir des conseils financiers pour une fraction du prix d'un conseiller de clientèle. Avec des modèles de service allant de l'investissement automatisé aux conseils guidés, les conseillers robotisés doublent leurs actifs en gestion (AUM) tous les deux mois et devraient atteindre 2 billions de dollars d'ici 2020, selon un rapport Bloomberg.

Il convient toutefois de noter que le taux d'adoption est encore faible. Bien que les HNWI soient au courant des services de conseils robotisés, une étude de PwC confirme qu'ils ne sont que 6 % à les utiliser, ce qui suggère qu'ils considèrent les plateformes de conseils robotisés comme un service de masse. Néanmoins, les sociétés de gestion de patrimoine doivent garder cela à l'esprit pour le long terme. Les clients fortunés — surnommés les « HENRY » (hauts revenus, pas encore riches) — qui utilisent des services de conseils robotisés sont peu susceptibles de rechercher la gestion de patrimoine traditionnelle lorsque leurs actifs atteignent le seuil de qualification.

Pendant ce temps, les géants de la technologie Google, Apple, Facebook, Amazon, Alibaba et Tencent ont tous exprimé leur intérêt à investir le secteur de la gestion de patrimoine. Plus de la moitié des HNWI interrogés dans le World Wealth Report 2018 affirment qu'ils utiliseraient les services de gestion de patrimoine d'une société BigTech, ce qui pourrait représenter 12 milliards de dollars de flux d'actifs potentiels. Bien que ces entreprises n'aient pas encore fait leur entrée sur le marché en raison des obstacles qu'elles rencontrent, y compris sur les questions de protection de la vie privée et de contraintes réglementaires, il est probable que la décision soit davantage une question de temps qu'une question de conditions. Pour se préparer à cet avenir, les principales sociétés de gestion de patrimoine investissent massivement dans des technologies innovantes telles que l'automatisation intelligente et l'intelligence artificielle (IA).

Obstacles à l'adoption

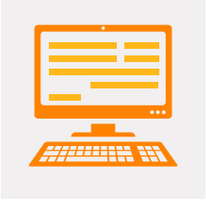
Le secteur de la gestion de patrimoine est confronté à plusieurs défis dans l'adoption de la technologie numérique. Parmi eux, on trouve :



UNE DEMANDE INSUFFISANTE DE LA PART DES CLIENTS

Même si les attentes évoluent en faveur des fonctionnalités numériques, la lenteur de l'adoption par les clients est l'un des facteurs les plus bloquants pour l'innovation. Dans un rapport de Thomson Reuters et Forbes, 50 % des gestionnaires de patrimoine ont déclaré que la capacité de leur entreprise à passer au digital et à tirer parti des nouvelles technologies est entravée par leurs clients les moins férus de technologie.

Une autre étude de Mckinsey a révélé que les « attaquants numériques » — tels que les conseillers robotisés Betterment, Wealthfront et Future Advisor — demeurent de petits acteurs du secteur malgré des attentes élevées. Cependant, les clients de ces attaquants numériques signalent des niveaux de satisfaction cinq à dix fois plus élevés.



DES SYSTÈMES EXISTANTS QUI ENTRAVENT L'INNOVATION

La technologie elle-même constitue sans doute le plus grand défi de transformation numérique pour la gestion de patrimoine. La plupart des fournisseurs de services sont criblés de systèmes existants rigides qui manquent d'évolutivité et d'interopérabilité et qui sont mis en œuvre comme des solutions provisoires plutôt que dans le cadre d'une transformation holistique.

Ces systèmes abritent des données dans des systèmes disparates et entravent le mouvement des données entre les silos, empêchant la vision à 360 degrés du client nécessaire pour fournir des services personnalisés aux clients partout et à tout moment. Dans de nombreux cas, les entreprises s'appuient sur ces principaux systèmes pour prendre en charge les nouvelles tendances des consommateurs, telles que le mobile et les réseaux sociaux, ce qui se traduit par une difficulté à mettre à jour leurs applications mobiles ou à établir le lien entre leur smartphone, leur tablette et leur expérience bancaire en ligne.

UNE CULTURE D'AVERSION AU RISQUE

La plupart des dirigeants et PDG comprennent l'urgence et le besoin d'innovation, mais un environnement à risque comme la gestion de patrimoine peut afficher une certaine réticence face au changement. En outre, la plupart des gestionnaires de patrimoine considèrent encore l'informatique comme une fonction qui ne fait que soutenir leur activité principale plutôt que comme une stratégie commerciale centrale.

Ce qui est plus inquiétant, c'est que de nombreux gestionnaires de relations avec la clientèle surestiment dangereusement leur offre numérique, qualifiant leur entreprise de « numériquement avancée » dans une enquête de PwC alors que le seul service offert aux clients est un site web.

Partie 2 : Gestion numérique du patrimoine

“

Nous entrons dans une nouvelle ère, une quatrième époque, animée par les avancées technologiques. Alors que les époques précédentes ont développé l'efficacité d'un processus établi, les technologies disponibles ou en cours de développement nous permettent aujourd'hui de repenser le processus.

Patrick Donaldson
Responsable du développement du marché, Patrimoine Asie

Le Global Wealth Report 2017 de BCG a révélé que la technologie numérique était un accélérateur clé pour les changements futurs dans la gestion de patrimoine. Mais même si les acteurs du secteur reconnaissent l'importance de la technologie, la plupart des organisations ne parviennent pas à tirer une quelconque valeur opérationnelle de leurs programmes de transformation. En effet, elles poursuivent l'innovation numérique en tant qu'exercice de sélection de fonctionnalités centré sur ce que leur technologie existante peut fournir. Ces solutions palliatives entraînent des fonctionnalités numériques qui sont basiques, déconnectées et insuffisantes pour répondre aux besoins des clients.

À quoi ressemble la transformation numérique pour la gestion de patrimoine ?

INTÉGRATION SANS PAPIER

L'un des domaines dans lesquels les sociétés de gestion de patrimoine traditionnelles ont du mal à suivre est le processus d'intégration des clients. L'époque où les clients se rendaient dans une agence physique pour ouvrir un nouveau compte est révolue — si elle ne l'est pas déjà. — Pour rester pertinentes et compétitives à l'ère du numérique, les entreprises doivent respecter une règle de base : une livraison rapide, peu coûteuse et facile. Et cela commence par l'intégration.

EXPÉRIENCE CLIENT TRANSPARENTE

Dans un monde où tout un chacun peut ouvrir un compte de micro-investissement à partir de son téléphone en moins de cinq minutes, une expérience client sans faille est cruciale pour rester compétitif, car un parcours client rationalisé n'est pas seulement plus efficace d'un point de vue opérationnel, c'est aussi le seul moyen de gagner de nouveaux clients et de fidéliser ceux qui existent déjà. L'expérience client est devenue une priorité stratégique absolue pour les sociétés de gestion de patrimoine. En fait, le cabinet de conseil Walker estime que d'ici 2020, l'expérience client devrait dépasser le prix et le produit en tant que facteur de différenciation clé sur le marché.

WORKFLOWS EFFICACES

En plus d'acquérir et de servir des clients, les gestionnaires de patrimoine et de relations assument généralement des tâches administratives fastidieuses telles que l'ouverture de compte, les transactions et les paiements. L'accueil des clients à l'aide de formulaires imprimés est une tâche peu pratique et désagréable, qui implique la saisie de données répétitives et une importante paperasserie, la plupart des données collectées étant destinées à répondre aux besoins de conformité.

Malheureusement, ces informations sont souvent bloquées dans des référentiels cloisonnés en raison de systèmes existants qui ne communiquent pas entre eux, ce qui alourdit encore le travail administratif des employés. Lorsque les données des clients sont réparties entre plusieurs systèmes, classeurs et boîtes de réception de courrier électronique, il peut être difficile — voire quasi impossible — de retrouver des informations pertinentes. Et la nature sensible de ces données signifie que les systèmes disparates présentent un risque sérieux de non-conformité, en particulier si les processus impliquent des approbations effectuées par courrier électronique.

Imaginez une plate-forme unique qui intègre l'acquisition de clients, l'intégration numérique, la conformité réglementaire, la gestion des relations et l'intelligence d'affaires, offrant aux gestionnaires de relations une vue à 360 degrés de chaque client. Non seulement cela réduit la charge administrative considérable des gestionnaires de patrimoine, mais cela leur permet également de fournir aux clients un service plus rapide et plus précis.

RÉDUCTION DES COÛTS

L'ouverture manuelle d'un compte implique un massif workflow interne pour vérifier, stocker et mettre à jour les informations des clients au fil du temps. La numérisation réduit considérablement la durée du processus. Une société de technologie de gestion de patrimoine a déclaré qu'elle était en mesure de réduire le processus de 25 jours à un jour, réduisant ainsi les coûts opérationnels. Les processus numériques permettent également de vérifier automatiquement les informations, ce qui minimise les coûts de conformité.

Partie 3 : Services de contenu pour la gestion de patrimoine

Une plateforme de services de contenu robuste comme OnBase, la plateforme d'information d'entreprise de Hyland, résout les problèmes mis en évidence dans les sections précédentes, notamment les workflows inefficaces, la charge administrative et les données cloisonnées dans des systèmes disparates. OnBase permet un processus numérique de bout en bout qui commence par la capture et le stockage des documents par voie électronique, ce qui élimine le besoin de formulaires en papier et de vérification manuelle. Une fois les informations stockées, les employés bénéficient d'un accès instantané à celles dont ils ont besoin, quand ils en ont besoin.

ÉLIMINEZ LES RISQUES DE SÉCURITÉ ET LES PROBLÈMES DE CONFORMITÉ

Les documents capturés par une plateforme de services de contenu sont automatiquement classés, ce qui vous permet d'appliquer des règles de sécurité, d'accès et de conservation aux documents, tout en collectant les données avec précision. Cela garantit une plus grande sécurité en permettant :

- **Contrôle de version** – Garantit que la bonne version d'un document est traitée ou produite pendant la découverte électronique
- **Gestion des dossiers et de la conservation** – Automatise le processus de déclaration des documents en tant que dossiers, de mise en attente et d'exécution des tâches de conservation telles que la suppression automatique ou l'archivage

Les groupes de disques chiffrés fournissent une couche de sécurité supplémentaire pour le contenu stocké dans OnBase. Les documents sont automatiquement chiffrés en AES-256 (l'un des chiffrements les plus difficiles à craquer) au cours de leur importation et deviennent indéchiffrables lorsqu'ils sont récupérés en dehors du système. Même au sein d'OnBase, les fichiers ne sont accessibles qu'aux utilisateurs disposant des autorisations appropriées, ce qui réduit encore le risque d'exposition.

AUTOMATISEZ LES TÂCHES PAPIER

La reconnaissance de données et la reconnaissance optique de caractères peuvent ensuite extraire des informations de cette image de document, qu'il s'agisse d'un format électronique ou d'un document papier numérisé, ce qui réduit le besoin d'intervention manuelle. Une solution de workflow stratégique peut ensuite acheminer des documents, des paquets de documents et des informations à l'employé ou à l'approbateur le plus approprié, ce qui réduit considérablement les erreurs de processus pour les examens non conformes (NIGO) et conformes (IGO).

RÉDUIRE LE DÉLAI DES ANS

La bonne solution de services de contenu réduit et élimine parfois le besoin d'interaction humaine lors des processus de back office. En réduisant la nécessité de rechercher des informations sur les clients dans plusieurs systèmes, les organisations de gestion de patrimoine peuvent éliminer ces coûts. Les utilisateurs peuvent suivre les SLA en temps réel, fournir des commentaires aux clients à la volée et revoir le tout via des métriques de tableau de bord.

DONNEZ PLUS DE POUVOIR À VOS GESTIONNAIRES DE PATRIMOINE

Une solution de services de contenu permet également aux gestionnaires de patrimoine et aux autres membres du personnel d'accéder facilement aux informations à partir d'un emplacement central sécurisé, ce qui leur permet de consacrer plus de temps à la fourniture d'un service de qualité supérieure aux clients. Servir les clients plus rapidement aide votre organisation à répondre aux attentes changeantes de vos clients et prospects en matière de communication.

Les gestionnaires de patrimoine ne font plus attendre les gens en cherchant les données des clients dans les classeurs et les partages de fichiers. Ils peuvent désormais nouer des relations plus significatives avec les clients et introduire de nouveaux produits et services.

Partie 4 : Adopter le changement

“

Heureusement, le rôle de la technologie dans la gestion de patrimoine n'est pas simplement d'automatiser, mais de compléter et de faciliter la transformation numérique. L’avenir de la gestion de patrimoine n’est pas automatisé, impersonnel ou robotique. Il est personnalisé — basé sur une compréhension des objectifs de vie des clients, et combine la technologie avec le service pour aider les gens à réaliser leurs rêves.

Cheryl Nash
Présidente des services d'investissement, Fiserv

L'évolution du paysage de la gestion de patrimoine — y compris la démographie et les attentes des clients, ainsi que l'émergence de concurrents agiles, continueront de façonner le secteur dans les années à venir. En 5 à 10 ans, le rôle des gestionnaires de patrimoine tel que nous le connaissons sera très différent.

La réussite à long terme – et donc, la survie – des organisations dépendra de leur façon de réagir face à la vague numérique. Les sociétés de gestion de patrimoine qui ont investi dans la technologie numérique enregistrent déjà des rendements sous la forme d'une plus grande satisfaction de la clientèle, ce qui se traduira par des clients fidèles.

Mais ce serait une erreur de penser que la technologie pourrait remplacer la valeur des conseils et des services personnalisés, ou que les clients de demain s'attendront à ce que tout se fasse en ligne et à distance. L'avenir de la gestion de patrimoine est plus personnalisé que jamais, à condition que les organisations puissent réaliser la vision de l'innovation numérique utilisée pour compléter et améliorer leurs offres.

N'INNOVEZ PAS POUR UNE QUESTION DE TECHNOLOGIE

La mise en œuvre d'une plateforme de services de contenu comme OnBase est une première étape intéressante dans la réalisation de cette vision, ainsi que pour récolter des gains immédiats et mesurables. Donner aux employés l'accès aux informations dont ils ont besoin, quand ils en ont besoin, se traduit par un service plus rapide et plus précis, ce qui augmente la satisfaction des clients.

Le routage automatique, sécurisé et sans papier rend plus efficaces les processus administratifs tels que l'ouverture et la gestion des comptes, ce qui permet de réduire les coûts opérationnels. De plus, une solution comme OnBase s'intègre dans plus de 500 applications uniques sans codage personnalisé, offrant plus de 30 options différentes d'intégration avec les principales technologies financières.

Innover uniquement pour le plaisir de la technologie n'entraînera que des coûts irrécupérables. Pour obtenir une valeur opérationnelle grâce à l'innovation numérique, les organisations de gestion de patrimoine peuvent commencer par appliquer les leçons des premiers utilisateurs, comme trouver des façons plus agiles de travailler et faire de l'expérience client une priorité.

Hyland™

En savoir plus sur **Hyland.com/FinancialServices**

©2019 Hyland Software, Inc. et ses affiliés. Tous droits réservés.