

Étude
2019

Intelligence Artificielle & Relation Client

Quels enjeux pour les
professionnels du secteur de la
banque et de l'assurance ?

Étude réalisée par



*Pour découvrir Golem.ai vous pouvez vous
rendre sur le site www.golem.ai*

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

L'IA a fait une forte percée dans le domaine de la relation client. Mais qu'en est-il dans le secteur des banques / assurances ? Ont-elles intégré l'IA dans leurs solutions dédiées à la relation client ? Pour quels bénéfices et dans quels objectifs ?

Du chabot à l'automatisation, quelles applications sont déjà rentables ? Quelles sont celles qui sont déjà implémentées ou qui le

seront dans les trois prochaines années ? Les impacts sur le travail sont-ils positifs et comment l'IA est-elle perçue par les banques et assurances ?

Golem.ai, qui a développé une IA de compréhension du langage naturel explicable, a interrogé les acteurs de la banque / assurance pour comprendre quels enjeux l'IA représente dans la relation client.

**Télécharger
l'infographie**

Enquête réalisée auprès de 57 cadres dirigeants et professionnels travaillant dans le secteur de la banque ou de l'assurance

L'ensemble des chiffres des graphiques sont exprimés en pourcentage et sont téléchargeables en cliquant dessus

- 01** Objectifs de l'IA dans la relation client pour les banques et assurances
- 02** État des lieux et projets en IA pour la relation client
- 03** Impacts sur le travail et freins au développement de l'IA pour les banques et assurances
- 04** Quels budgets d'investissement en IA pour les banques et assurances ?
- 05** Profils du panel

**OBJECTIFS DE
L'IA DANS LA
RELATION CLIENT
POUR LES BANQUES
ET ASSURANCES**

01

1.

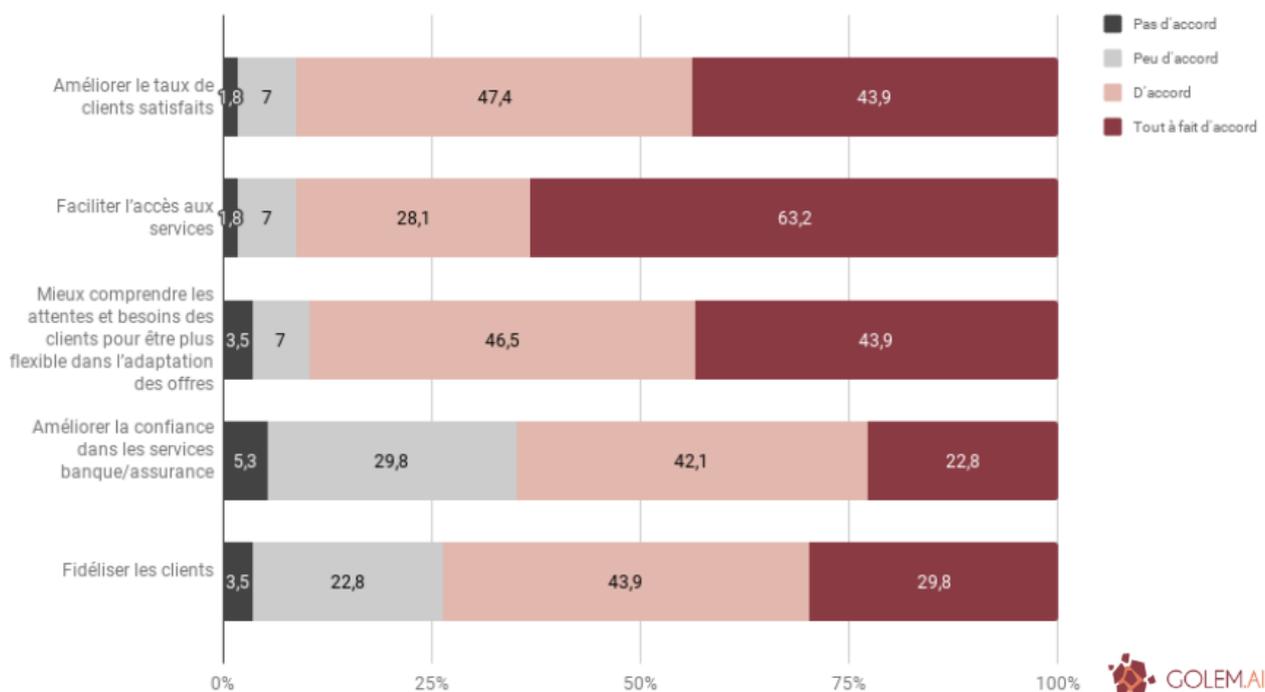
Etes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?

L'objectif de l'implémentation de l'IA dans les outils de relation client sert principalement à simplifier et améliorer cette dernière. Les personnes interrogées travaillant dans le secteur de la banque / assurance sont d'accord et tout à fait d'accord avec les affirmations suivantes, l'IA va permettre de :

- 91%** Faciliter l'accès aux services
- 91%** Améliorer le taux de clients satisfaits
- 90%** Mieux comprendre les attentes et besoins des clients pour être plus flexible dans l'adaptation des offres

À l'inverse les répondants ne sont pas ou peu d'accord avec le fait que l'IA va répondre aux objectifs suivants :

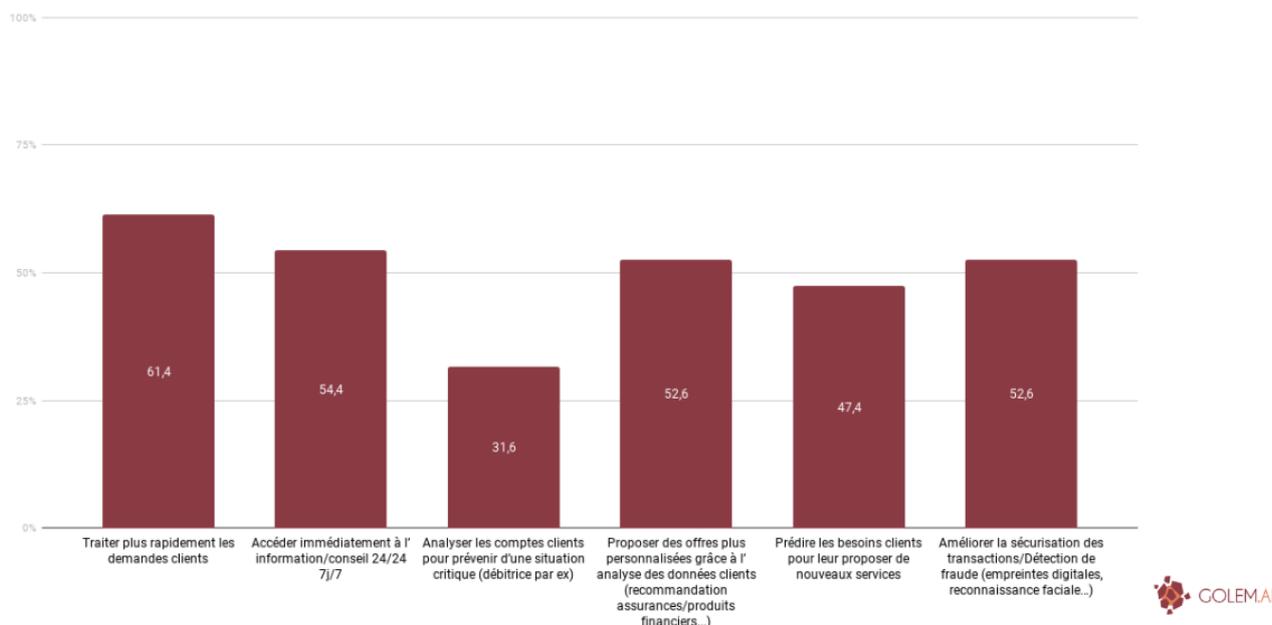
- 35%** Améliorer la confiance dans les services banques / assurance
- 28%** Fidéliser les clients



On peut penser que la relation humaine étant prépondérante dans le secteur de la banque / assurance, elle prime sur la technologie dans le choix de son établissement bancaire / assureur. Il existe dans ce secteur une véritable culture du service : la technologie l'améliore mais on compte sur l'humain pour instaurer la confiance et fidéliser les clients.

2.

Parmi les affirmations suivantes, cochez les 3 qui vous semblent les plus importantes pour les banques et assurances



À l'ère de la digitalisation des services qui se doivent d'être accessibles en temps réel, le consommateur veut pouvoir accéder rapidement à ce qu'il veut, quand il le veut, d'où il le veut et de préférence en toute sécurité. Les acteurs de la banque / assurance l'ont bien compris et estiment que la valeur ajoutée de l'IA est principalement de pouvoir :

- 61%** Traiter plus rapidement les demandes clients
- 54%** Accéder immédiatement à l'information/conseil 24/24 7j/7
- 53%** Améliorer la sécurisation des transactions/détection de fraude (empreintes digitales, reconnaissance faciale...)

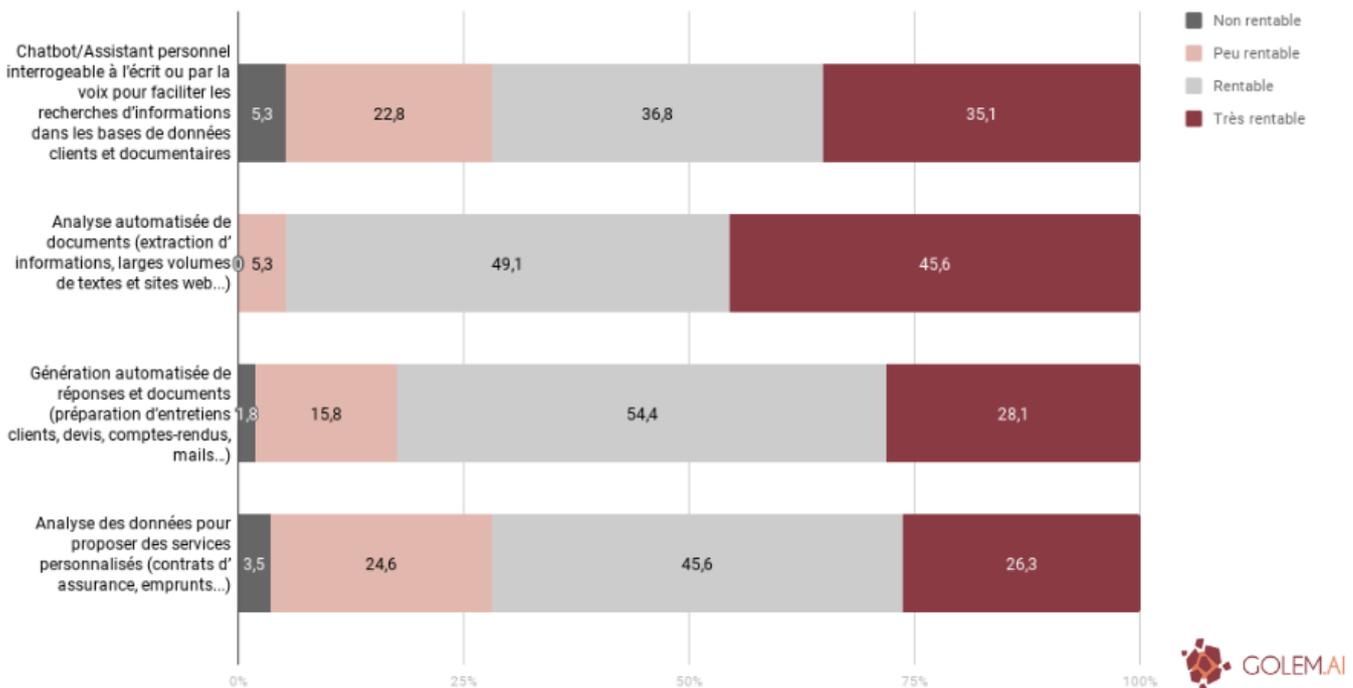
La valeur ajoutée de l'IA est moins perçue dans les capacités d'analyse prédictive qu'elle peut offrir. Même si on retrouve ex-aequo en 3ème position (53%) le fait de pouvoir proposer des offres plus personnalisées grâce à l'analyse des données (recommandation assurances/produits financiers...) on chute nettement en dessous de la moyenne pour :

- 47%** Prédire les besoins clients pour leur proposer de nouveaux services
- 32%** Analyser les comptes clients pour prévenir d'une situation critique

Ces réponses peuvent s'expliquer par le fait que l'IA est encore une technologie récemment utilisée dans les solutions des banques et assurances et que son potentiel est encore méconnu.

3.

Pour aider les banques et assurances à améliorer le service client, quelles sont selon vous les applications utilisant de l'IA qui sont rentables ?



On constate que la rentabilité est très liée au « gain de temps » rendu possible grâce à l'automatisation. Cette dernière est plébiscitée en termes de rentabilité par les acteurs de la banque / assurance pour les aider à améliorer le service client. Sont jugées rentables à très rentables :

- 95%** L'analyse automatisée de documents (extraction d'informations, larges volumes de textes et sites web...)
- 82%** La génération automatisée de réponses et documents (préparation d'entretiens clients, devis, comptes-rendus, mails...)

Toujours en termes de rentabilité et malgré des pourcentages élevés, arrivent en 2ème position ex-aequo à 72 % :

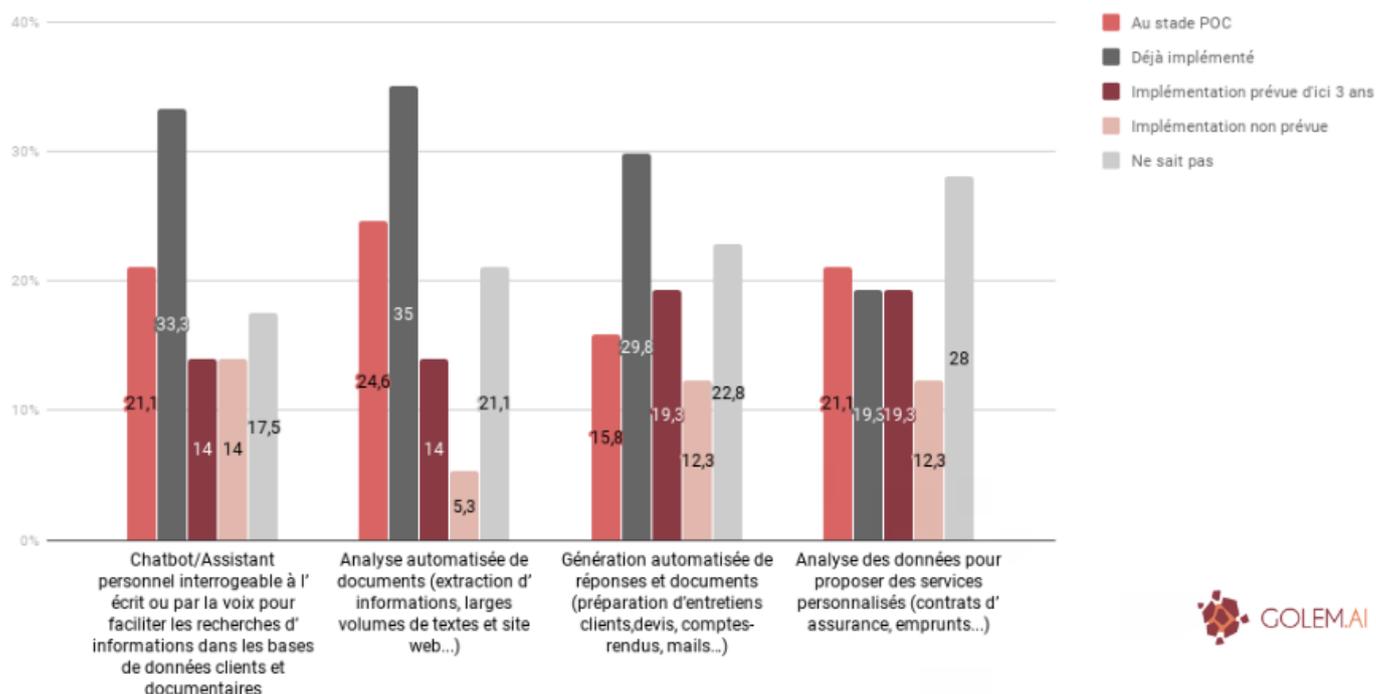
- 72%** L'analyse des données pour proposer des services personnalisés (contrats d'assurance, emprunts...)
- 72%** Le Chatbot/Assistant personnel interrogeable à l'écrit ou par la voix pour faciliter les recherches d'informations dans les bases de données clients et documentaires

ETAT DES LIEUX ET PROJETS EN IA POUR LA RELATION CLIENT

02

4.

Quelles sont les solutions utilisant de l'IA que vous avez déjà implémentées ou que vous allez implémenter d'ici à 3 ans ?



Le secteur de la banque / assurance a déjà implémenté des solutions à base d'IA pour la gestion de la relation client. On retrouve sur le podium les solutions qui font appel à l'automatisation jugée très rentable :

- 35%** Analyse automatisée de documents (extraction d'informations, larges volumes de textes et site web...)
- 33%** Chatbot/Assistant personnel interrogeable à l'écrit ou par la voix pour faciliter les recherches d'informations dans les bases de données clients et documentaires
- 30%** Génération automatisée de documents (préparation d'entretiens clients, devis, comptes-rendus, mails...)
- 19%** Analyse des données pour proposer des services personnalisés (contrats d'assurance, emprunts...)

Il est intéressant de noter le retour d'expérience sur les chatbots. Ils arrivent en 2ème position des outils déjà implémentés (33%) mais ils sont classés dans les derniers en termes de rentabilité dans le cadre de la relation client.

L'implémentation de l'IA va se poursuivre. Si on ajoute les solutions déjà existantes à celles qui vont être implémentées, on retrouvera sur le podium d'ici à 3 ans :

- 49%** Analyse automatisée de documents : 49 % avec une progression de 14 % par rapport à aujourd'hui (extraction d'informations, larges volumes de textes et site web...)
- 49%** Génération automatisée de documents : 49 % avec une progression de 19% (préparation d'entretiens clients, devis, comptes-rendus, mails...)
- 47%** Les chatbots/Assistants personnels interrogeables à l'écrit ou par la voix : 47 % avec une progression de 14% par rapport à aujourd'hui (pour faciliter les recherches d'informations dans les bases de données clients et documentaires)
- 38%** Analyse des données pour proposer des services personnalisés : 38 % avec une progression de 19% (contrats d'assurance, emprunts...)

	Outils d'IA intégrés à ce jour en % dans la banque / assurance	Total des outils d'IA présents d'ici 3 ans en %	Pourcentage de progression
Analyse automatisée de documents	35 %	49 %	+ 14 %
Chatbot/Assistant personnel	33 %	47 %	+ 14 %
Génération automatisée de documents	30 %	49 %	+ 19 %
Analyse des données	19 %	38 %	+ 19 %



On constate que toutes les solutions permettant de gagner du temps en automatisant des tâches à faible valeur ajoutée sont celles qui s'imposent dans les banques / assurances. Il est effectivement aisé de se rendre compte immédiatement du gain de temps résultant de l'automatisation des réponses à un mail ou de la rédaction d'un compte-rendu.

A contrario les solutions d'IA qui touchent aux données clients sont plus longues à intégrer. Cela peut s'expliquer par le fait que ces données sont très sensibles pour les acteurs de la banque / assurance qui portent particulièrement attention à la sécurisation de leurs données et à leur non-divulgaration.

Malgré cela, l'analyse des données permettant de proposer des services personnalisés affiche la plus forte progression d'implémentation d'ici à 3 ans (19%) avec la génération automatisée de documents.

**« A CONTRARIO LES
SOLUTIONS D'IA QUI
TOUCHENT AUX
DONNÉES CLIENTS SONT
PLUS LONGUES À INTÉGRER »**

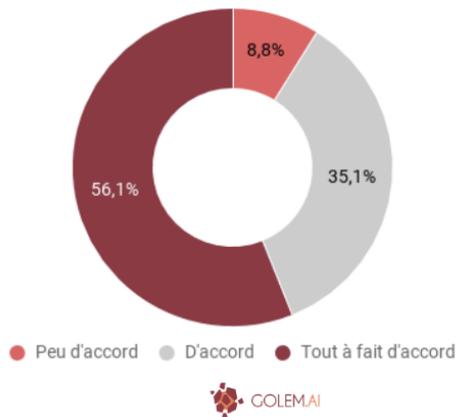
**IMPACTS ET FREINS
AU DÉVELOPPEMENT
DE L'IA POUR LES
BANQUES ET
ASSURANCES**

03

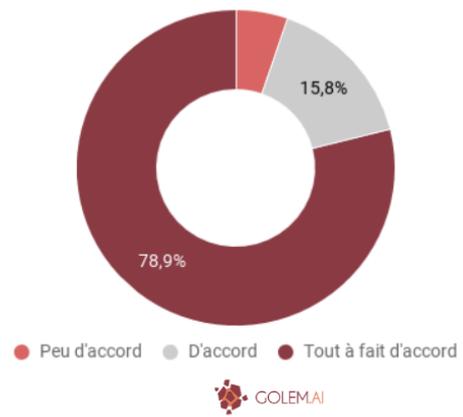
5.

Etes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?

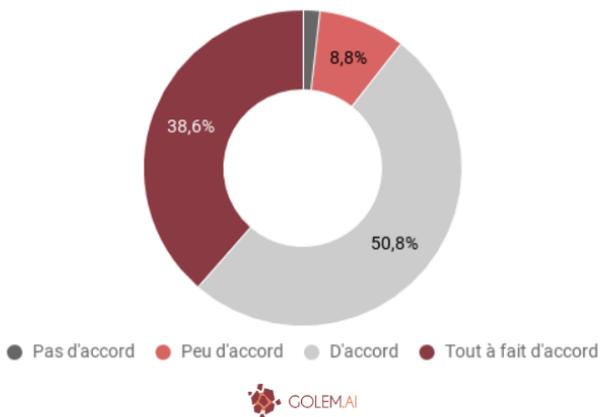
L'IA va libérer du temps pour les collaborateurs



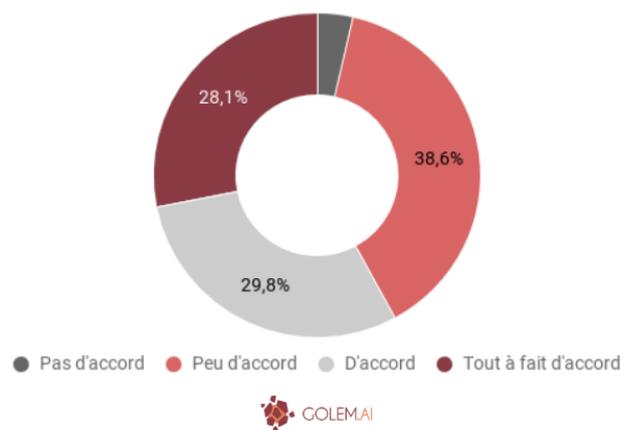
L'IA va automatiser des tâches à faible valeur ajoutée



L'IA va permettre d'être plus performant et plus fiable grâce à un meilleur traitement du big data



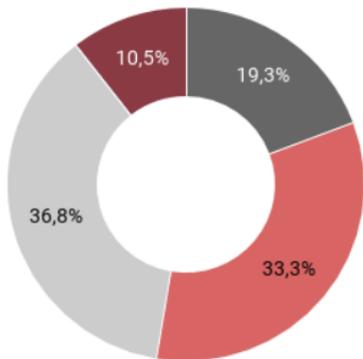
L'IA va permettre de créer de nouveaux produits et services



La perception de l'IA dans la relation client par le secteur banque / assurance est plutôt positive. Les personnes interrogées sont d'accord et totalement d'accord avec le fait que l'IA va permettre de :

- 35%** Automatiser des tâches à faible valeur ajoutée
- 33%** Libérer du temps pour les collaborateurs
- 30%** Être plus performant et fiable grâce à un meilleur traitement du Big Data
- 19%** De créer de nouveaux produits ou services

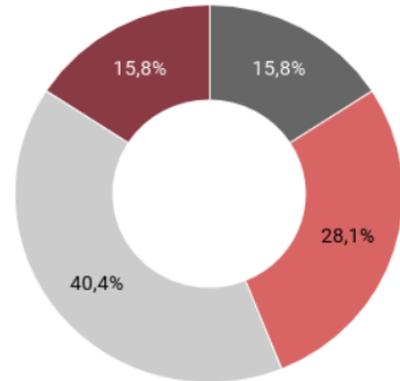
L'IA va déshumaniser les rapports avec les clients/prospects



● Pas d'accord ● Peu d'accord ● D'accord ● Tout à fait d'accord



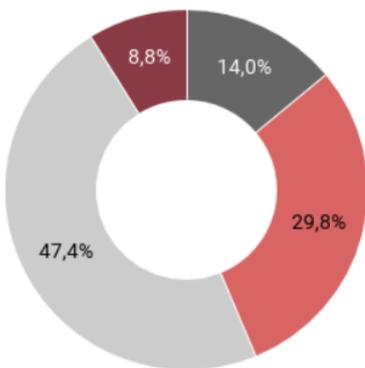
L'IA est trop coûteuse à développer



● Pas d'accord ● Peu d'accord ● D'accord ● Tout à fait d'accord



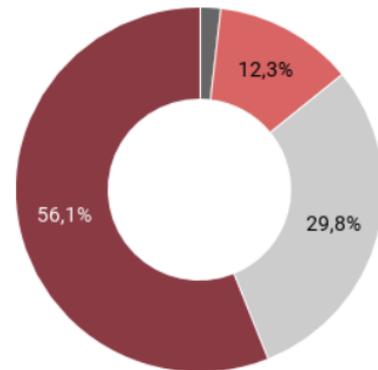
L'IA est trop complexe à mettre en oeuvre



● Pas d'accord ● Peu d'accord ● D'accord ● Tout à fait d'accord



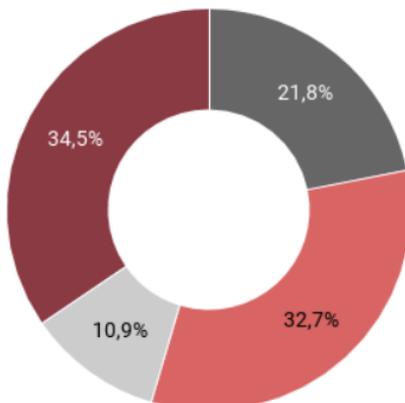
L'IA nécessite une évolution de la culture de l'entreprise



● Pas d'accord ● Peu d'accord ● D'accord ● Tout à fait d'accord



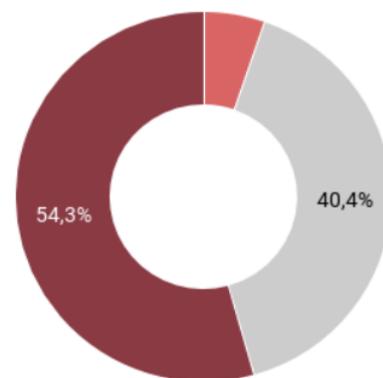
L'IA nécessite une évolution de la culture des clients



● Pas d'accord ● Peu d'accord ● D'accord ● Tout à fait d'accord



L'IA nécessite d'être formé à son utilisation



● Peu d'accord ● D'accord ● Tout à fait d'accord



Ils sont néanmoins près de la moitié (48 %) à craindre que l'IA déshumanise les rapports avec la clientèle.

Tous les bénéfices immédiatement visibles de l'IA – gain de temps grâce à l'automatisation des tâches - sont très bien perçus par les professionnels de la banque / assurance. Mais ils semblent un peu moins bien connaître tout le potentiel de l'IA et sa forte valeur-ajoutée comme par exemple la possibilité de créer de nouveaux produits ou services.

Les professionnels de la relation client dans le secteur banque / assurance sont demandeurs de formation : ils sont 94 % à estimer qu'elle est nécessaire. Le deuxième frein identifié concerne la culture d'entreprise (86 %) devant celle de la culture client (70%) qu'il faudrait faire évoluer. Les principaux freins sont :

- 94%** Nécessité d'une formation
- 86%** Nécessité d'une évolution de la culture d'entreprise
- 70%** Nécessité d'une évolution de la culture client

Les obstacles liés aux difficultés de mise en œuvre ou de coût arrivent bien après :

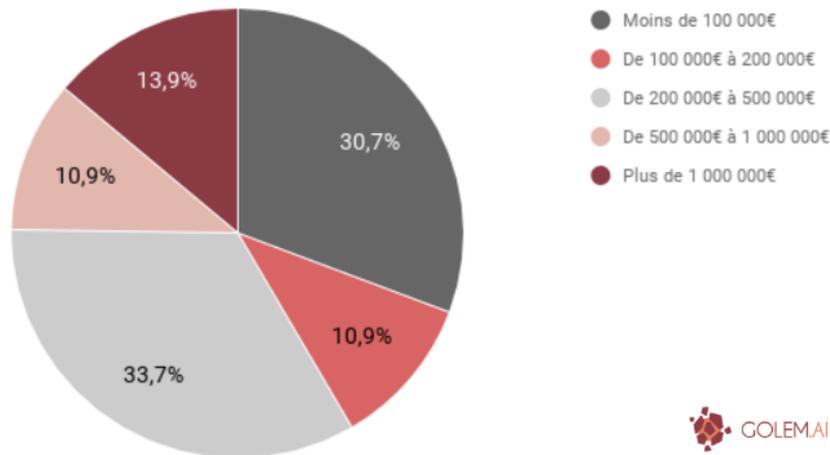
- 58%** Estiment que l'IA est trop complexe à mettre en œuvre
- 56%** Trop coûteuse à développer

**QUELS BUDGETS
D'INVESTISSEMENT
DANS L'IA POUR LES
BANQUES ET
ASSURANCES ?**

04

6.

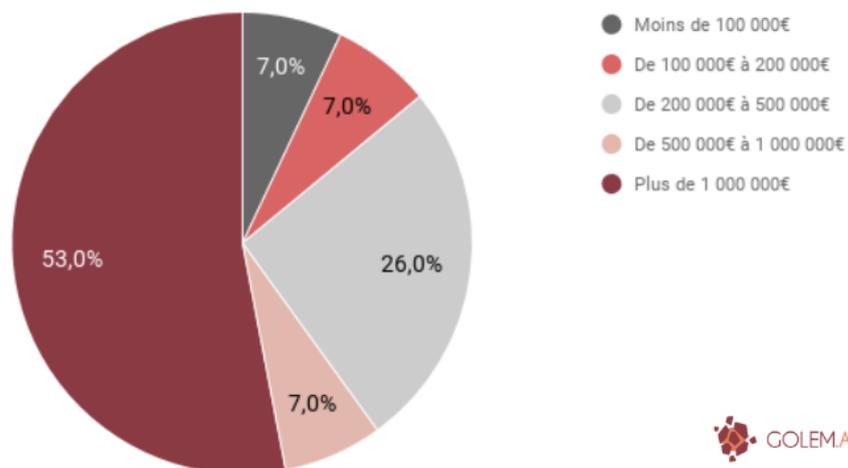
Connaissez-vous le montant des investissements qui ont déjà été réalisés pour implémenter l'IA dans votre entreprise ?



35% des personnes interrogées ont répondu à cette question et ont été ramenées sur 100%

7.

Connaissez-vous les investissements prévus pour implémenter l'IA dans les 3 ans ?



26% des personnes interrogées ont répondu à cette question et ont été ramenées sur 100%

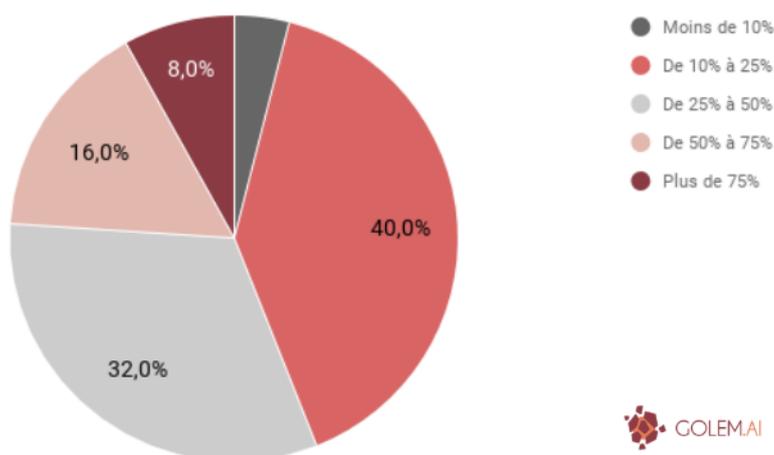
En récapitulatif pour les investissements d'aujourd'hui à d'ici 3 ans en % de progression :

	Montants investis à ce jour	Prévisions d'investissement d'ici à 3 ans	Pourcentage de progression
Moins de 100 000 €	31 %	7 %	- 24 %
De 100 000 à 200 000 €	11 %	7 %	- 4 %
De 200 000 à 500 000 €	34 %	26 %	- 8 %
De 500 000 € à 1 million	11 %	7 %	- 4 %
Plus de 1 million	14 %	53 %	+ 39 %



8.

Quelle sera la part dédiée à la relation client dans les investissements d'IA d'ici les 3 prochaines années ?



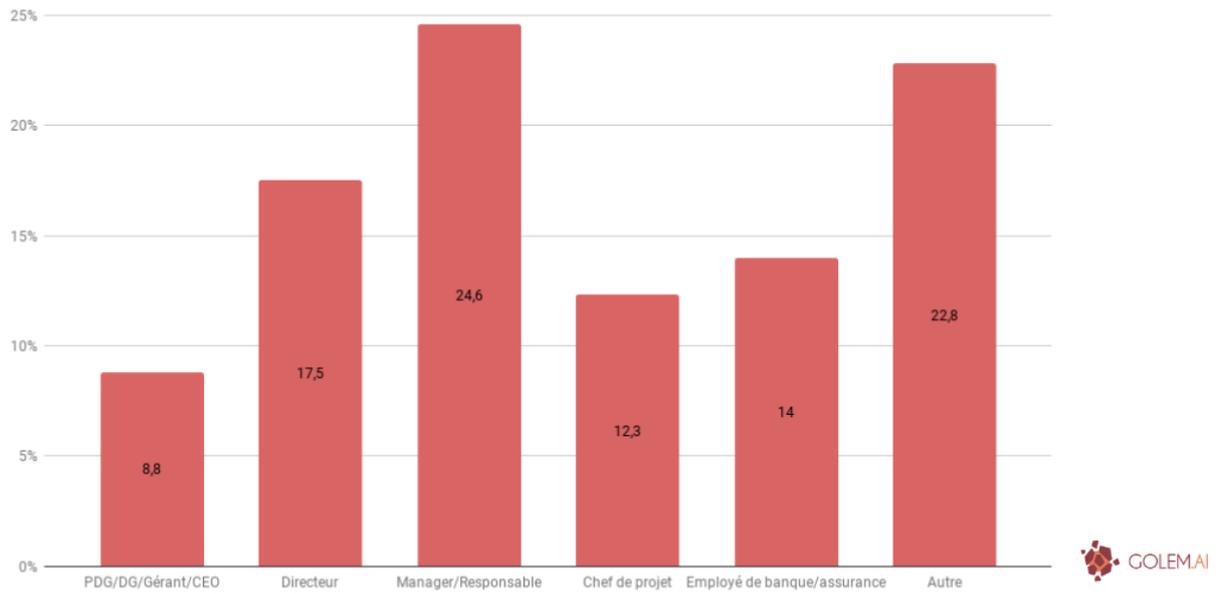
« La perception de l'IA dans la relation client par le secteur banque/assurance est plutôt positive, car l'IA va permettre de créer de nombreux services »

PROFILS DU PANEL

05

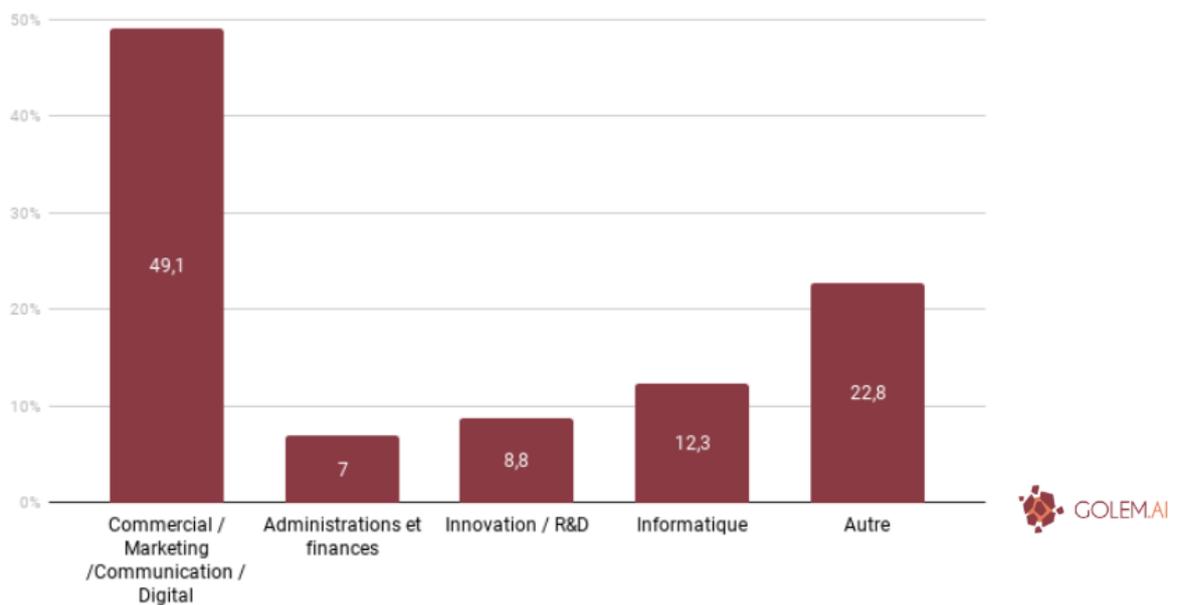
9.

Quelle est votre fonction ?



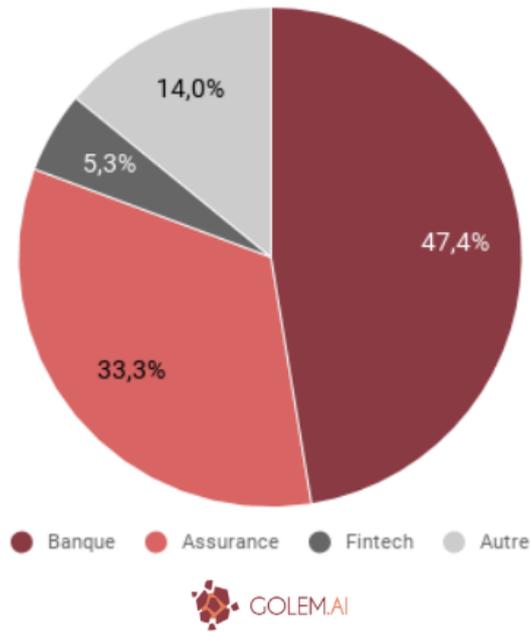
10.

Quel est votre service ?



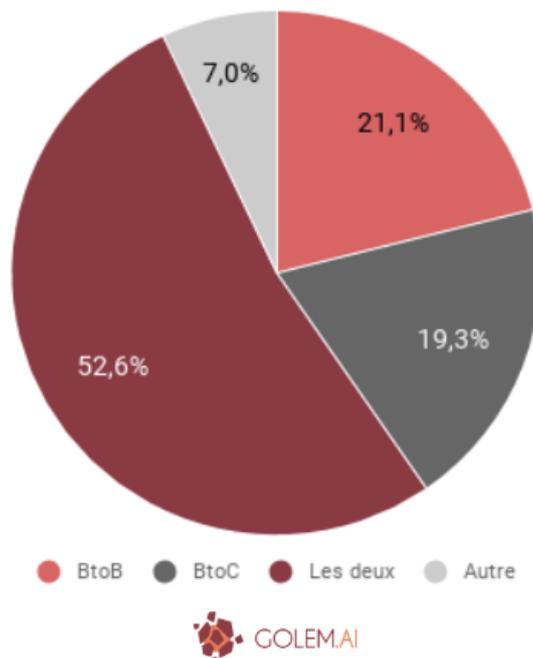
11.

Quel est votre secteur d'activité ?



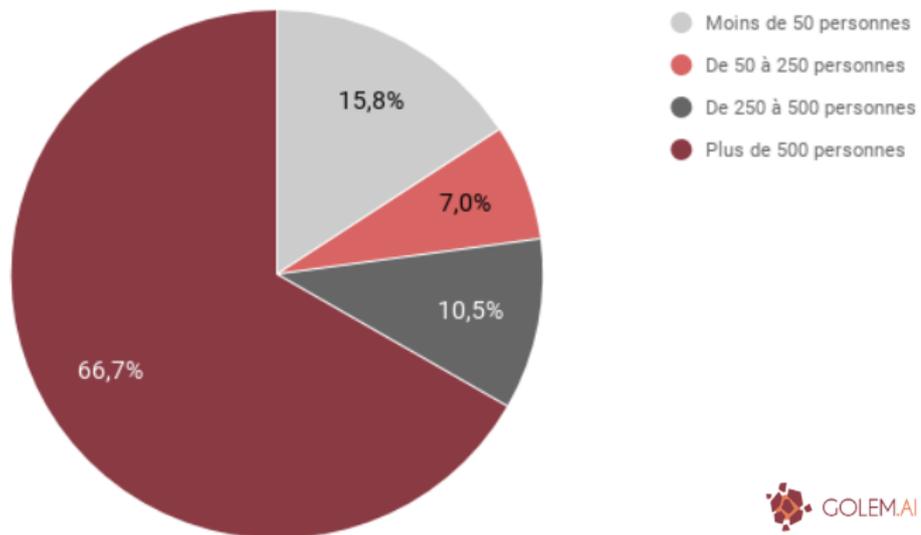
12.

Quel est votre marché ?



13.

Quelle est la taille de votre établissement ?



Étude réalisée par



Site internet

www.golem.ai

Contacts

Catherine Cervoni - Relation presse & média - presse@catherine-cervoni.com
06 26 27 67 07

Guillaume Navarre - Directeur de la communication - guillaume@golem.ai
Thomas Leduc - Chargé de communication - thomas.leduc@golem.ai

Qui sommes-nous ?

Golem.ai développe et vend des solutions pour l'automatisation et l'assistance des métiers grâce à une IA d'analyse du langage (mails, voix, documents...). Pas d'entraînement - Fonctionne sans internet - Multilingue - Explicable - RGPD friendly - Embarquable - Les données de vos clients (et les vôtres) restent chez vous.