

Quatre nouvelles solutions pour

Pour minimiser l'étape du paiement et fluidifier le parcours client, la filiale financière du groupe Auchan, Oney Banque Accord, propose quatre solutions inédites.

49,5%
DE PAIEMENTS PAR CB

La CB reste le moyen de paiement préféré des Français, devant les espèces (37,5%) et le chèque (13%), en janvier 2013

Source : Fédération bancaire française

Nombre d'innovations se sont cassé les dents contre les murs de l'habitude. Qui plus est quand elles touchent au paiement. « Comme pour tout ce qui se rapporte à l'argent, le conservatisme dans les usages a eu raison de nombre de révolutions annoncées, commente Quentin Bardet, directeur Banque Finance chez Viseo, société de services numériques qui accompagne les entreprises dans leurs transformations digitales. Il faut redoubler d'efforts pour donner de l'intérêt à un moyen de paiement et le distinguer suffisamment des moyens déjà disponibles pour justifier l'effort de changer ses habitudes. »

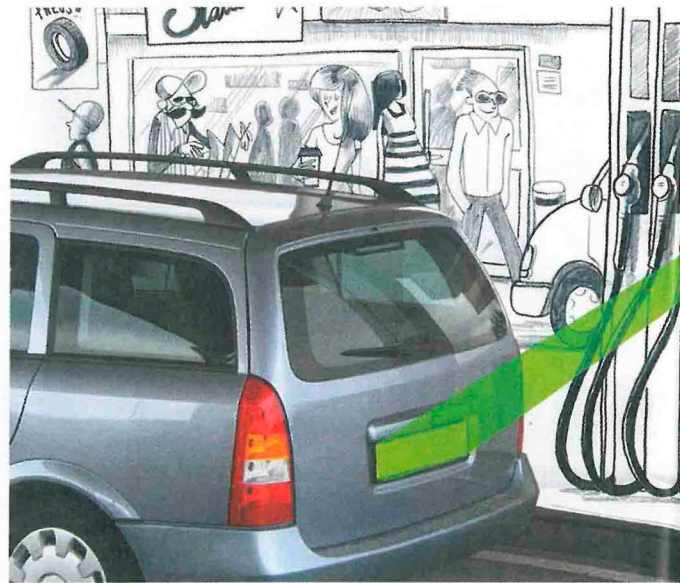
Cette analyse, de nombreux acteurs, dont Oney Banque Accord, filiale du groupe Auchan, l'ont bien comprise et de nouvelles solutions de paiement émergent. « Nous vivons un virage stratégique où nous voulons accompagner davantage les distributeurs dans le parcours

client, explique Jean-Pierre Vibourd, directeur général d'Oney Banque Accord Groupe France. Or, le paiement représente l'une des clés pour le fluidifier. Le passage en caisse reste un vrai moment "irritant" pour le client. Le paiement doit être le plus simple possible et ne nécessiter qu'une simple validation de la part du consommateur. »

« Le distributeur pourra savoir qui entre chez lui »

Et si le paiement est une clé privilégiée, l'outil favori du moment est bien le smartphone, et notamment ceux de la marque à la pomme. « On peut compter sur Apple pour rendre attrayant le sans-contact, juge le responsable de Viseo. Mais l'effet de mode seul s'essouffle très vite. Le nouveau paiement doit être le support d'autres services : relevés de comptes enrichis, programmes de fidélité, alertes, vérification des paiements suspects... »

Oney Banque Accord a justement poussé, via son Lab, ses re-



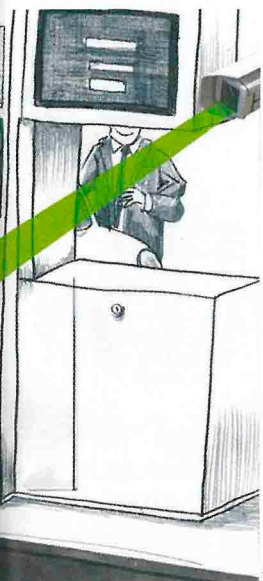
1 LA LECTURE des plaques minéralogiques

LA SOLUTION Le système Automatic reconnaît le client en lisant sa plaque d'immatriculation grâce à une caméra. Le consommateur valide ensuite le paiement en tapant un code qu'il aura choisi au préalable en se créant un compte en ligne et dans lequel il aura aussi renseigné son moyen de paiement. Auchan a éprouvé cette solution dans ses stations-service au Portugal et en Espagne et l'étendra cette année en France.

LES GAINS Cette solution a permis de diminuer par deux le temps de passage en station et d'augmenter la fidélité à l'enseigne. Au-delà du carburant, la reconnaissance par plaque d'immatriculation trouve tout son intérêt pour le drive ou encore les parkings.

cherches au-delà du simple passage en caisse, pour repenser le parcours client dans son ensemble. « Aujourd'hui, un distributeur ne sait pas qui est actuellement dans son magasin, résume le directeur général du groupe. Demain, il pourra le savoir via le mobile du client, si tant est que ce dernier soit d'accord. Cette connaissance permet-

accélérer le paiement



© ONEY BANQUE ACCORD / DR

2 LA RECONNAISSANCE de l'empreinte digitale

LA SOLUTION La méthode Natural Security repose sur l'usage de la biométrie. En caisse, le client validera son paiement grâce à son empreinte digitale. En revanche, pour des raisons de protections des données personnelles, l'empreinte devra être stockée sur un appareil connecté appartenant au client, comme un smartphone ou un porte-clés développé à cet usage. Lors du paiement, le système interrogera alors l'appareil pour valider qu'il s'agit bien de la bonne personne.

LES GAINS Oney Banque Accord envisage de lier cette technologie avec Flash'n Pay (lire ci-après), mais l'usage des données biométriques reste encore peu répandu.

3 LE SCAN des QR codes

LA SOLUTION Flash'n Pay est une solution de paiement mobile, dont le principe repose sur la lecture d'un QR code en caisse ou sur son écran d'ordinateur pour payer via son smartphone. Ce système fonctionne comme un portefeuille électronique où sont enregistrées les cartes bancaires et de fidélité du client. Il sera prochainement déployé chez Auchan en France. Une solution similaire, Flashiz, se développe chez Leclerc.

LES GAINS Pour la caissière, la procédure ne change pas et permet de gagner vingt-six secondes sur le passage en caisse.

4 LA VALIDATION plus rapide des e-transactions

LA SOLUTION SellSecure lutte contre la fraude sur internet et sécurise les paiements pour les e-commerçants, une alternative au système 3D Secure, solution de référence actuellement. Pour garantir la transaction, la solution étudiera de multiples critères portant sur la façon dont l'achat a été fait, en amont du paiement : adresse IP du client, machine utilisée, temps passé sur le site, rapidité de l'achat, historique du client... Cette solution est déjà en place chez Boulanger.

LES GAINS L'e-commerce pèse 50 Mrds € et la fraude représente 4 %, soit 2 Mrds €. Et dans le cadre du click & collect, il devient critique pour les enseignes de sécuriser les paiements.



tra alors aux enseignes de "pousser" des offres au bon moment et de contextualiser les achats. »

Interagir avec le client

Dans cette optique, la société élabore actuellement une application baptisée *Check-in Proximity*, qui permet des interactions privilégiées avec le client. Via cette solution, celui-là peut, par

exemple, prendre rendez-vous avec un vendeur. Ce dernier recevra une alerte dès que le consommateur franchira les portes du point de vente. Pendant l'échange, l'employé accèdera aux différentes informations du client et pourra alors entamer une discussion directe sur ses attentes et inclure rapidement dans la discussion la

question du paiement ou des solutions de financement. « Cela fait cinquante ans que le parcours client n'a pas évolué, et, demain, il devrait totalement se transformer », estime Jean-Pierre Viboud. Qui sait, peut-être bien que, là encore, Apple et son appli *Apple Pay* saura croquer dans les habitudes. ■

CLOTILDE CHENEVOY