Une digitalisation autonome de la relation client

Pour la troisième édition du prix de l'Initiative de Profession CGP en partenariat avec Schroders, la thématique choisie reposait sur la digitalisation de la relation client. La récompense a été décernée au cabinet Finadoc Actionnal, dirigé par François Almaleh, pour son organisation informatique développée depuis plus de dix ans en interne et qui place le client au centre de son dispositif avec transparence, autonomie et pédagogie.

Dès la création de son cabinet, François Almaleh, gérant du cabinet Finadoc Actionnal à Marcq-en-Barœul dans le Nord, a souhaité construire un outil orienté vers le client final afin de permettre les échanges de données avec ces derniers. L'outil sert ainsi de colonne vertébrale à l'organisation du cabinet. François Almaleh explique : *« Nous avons bâti un outil orienté sur les standards de marché, c'est-à-dire en langage* HTML *pour une accessibilité sur le* Web, *et basé sur une base de données au format standard que nous gérons nous-mêmes afin de ne pas être pieds et poings liés avec un prestataire de services et pour pouvoir faciliter les échanges et transferts de données. Un CGP digital est celui qui a une posture digitale et qui accorde une importante majeure à la* data *et partage ses informations avec le client. Pour être digital, le CGP doit déployer, vis-à-vis des clients et des régulateurs, des moyens techniques adaptés, en phase avec les nouveaux outils numériques, cohérents et utiles. Cette organisation doit être interne car les assureurs et plates-formes déploient des moyens, souvent imparfaits et incomplets, pour non pas digitaliser notre profession mais davantage pour optimiser leur charge administrative, et partiellement la nôtre… »*

> **Pour être digital, le CGP doit déployer, vis-à-vis des clients et des régulateurs, des moyens techniques adaptés, en phase avec les nouveaux outils numériques, cohérents et utiles.**
>
> — François Almaleh

François Almaleh, gérant du cabinet Finadoc Actionnal.

Diplômé de l'IAE de Lille en 1988, François Almaleh a exercé durant dix ans en banque d'entreprise (essentiellement grands comptes), puis dix années également en banque de gestion de fortune (chez BGP Indosuez et UBS). En 2009, il crée le cabinet Finadoc Actionnal basé à Marcq-en-Barœul, près de Lille. Associé à Elisabeth Wacrenier depuis 2014, il conseille une clientèle de dirigeants d'entreprise en finances privées et haut de bilan (actionnariat, cession, transmission). Le cabinet gère 120 millions d'euros d'encours pour une vingtaine de familles clientes. Il est adhérent de la CNCGP et certifié Afnor ISO 22222 depuis 2014.

Des performances décryptées et accessibles en ligne

Via l'extranet sécurisé du site du cabinet, les clients accèdent à différents types de données sur leur situation patrimoniale réactualisée chaque début de mois. En se connectant à leur espace dédié, ils accèdent à des graphiques

A la remise du prix de l'Initiative dans les locaux de Schroders France. De gauche à droite : Karine Astesana, directeur de clientèle de Profession CGP, Gaël Chervet, président du groupe Ficade (éditant le magazine), Benoît Descamps, rédacteur en chef de Profession CGP, François Almaleh, lauréat de la 3e du prix de l'Initiative, Ugo Cezar, responsable commercial distribution de Schroder Investment Management, et Nathaële Rebondy, responsable marketing et service clients de Schroders.

financiers dynamiques avec le détail des performances, les fiches DICI des fonds, les fiches Morningstar, et pour leurs portefeuilles, ils accèdent à des données comme le risque moyen pondéré historisé.
Sur ses investissements financiers, le client accède également à une cartographique des risques. *« Il s'agit d'un outil pédagogique leur permettant de bien identifier les risques/opportunités pris »*.
D'ailleurs, le cabinet a développé un algorithme *smart data* pour la mise en place de ses allocations. Les prévisions d'une vingtaine sociétés de gestion sont agrégées (Axa, Pictet, Schroders, UBS, Fidelity, JP Morgan…). De là, en fonction du consensus des sociétés de gestion, le cabinet peut, selon le positionnement des fonds dont les portefeuilles sont décomposés, décider de la pertinence ou non d'arbitrer ou souscrire tel ou tel fonds. *« Selon la vision agglomérée des sociétés de gestion, nous déterminons une tendance de marché, puis selon la composition des portefeuilles, nous déterminons si le fonds est adapté à la configuration de marché ou non »*, souligne François Almaleh.

Une carte patrimoniale digitale

En matière de connaissance client, le cabinet met à disposition de ses clients une cartographie de leur situation patrimoniale, mise à jour en permanence (réalisé avec le logiciel *XMind*). Celle-ci reprend l'ensemble des éléments suivants : l'identification du client (nom, prénom, date de naissance, profession, coordonnées, situation matrimoniale), sa situation professionnelle, ses objectifs, sa fiscalité, ses conseils (notaire, avocat, expert-comptable), une vision à 360° de son patrimoine et par classe d'actifs (patrimoine professionnel, immobilier, financier) et par type d'enveloppe et établissement, et leurs origines de propriété (bien propre, donation, succession) avec les éventuelles dettes et structurations juridiques (SCI, démembrement…).

Les données clients, le système informatique, ainsi que les adresses mails sont totalement sécurisés via un double cloud hébergé en Suisse, SecureSafe.

« En clientèle, cette carte est imprimée au format A3. Cela permet d'avoir une vision globale et partagée de l'organisation du patrimoine. Le client a la même information que le cabinet et la valide pour une meilleure transparence dans la relation. Bien sûr, cette cartographie est historisée. La traçabilité des relations avec les clients est fondamentale. La connaissance du client se perçoit très vite par l'intéressé ; historisée et organisée, elle devient efficiente ». Un *book* du patrimoine détaillé au format *Word* peut également être imprimé et remis au client avec une table des matières générée automatiquement.
Parallèlement à ces outils, le cabinet est équipé des outils de ManyMore, notamment en ce qui concerne les connexions aux plates-formes des fournisseurs pour la récupération des données et les arbitrages avec les compagnies d'assurance.
Le cabinet Finadoc a également établi son propre questionnaire d'évaluation de la tolérance aux risques du client, de sa connaissance et de son expérience des marchés. Ce questionnaire mixant évaluation et scoring a été conçu et amélioré depuis dix ans et est accessible en ligne. *« A tout moment, le client peut se connecter à son extranet, revalide le questionnaire et cette mise à jour s'implémente dans la stratégie d'investissement. Cela ne lui prend qu'une quinzaine de minutes »*, note François Almaleh. >>>

Une mémoire financière et contractuelle partagée et sécurisée

Une GED sert de *« mémoire financière et contractuelle »* de la relation entretenue entre le cabinet de CGP et ses clients. Les documents clients et d'entrée en relation, les lettres et rapports de mission, les opérations conseillées et réalisées sont historisées, horodatées et certifiées. L'historique des cartographies patrimoniales et financières, les réponses et résultats des questionnaires de risques sont également conservés.
Les données clients, le système informatique, ainsi que les adresses mails sont totalement sécurisés via un double *cloud* hébergé en Suisse, SecureSafe. *« La conservation des données est la clef de voûte de la préservation de nos fonds de commerce »*.
La signature électronique des documents est, quant à elle, réalisée avec Adobe et KeeeX (certification dans la *blockchain*) ou encore DocuSign. *« Le problème est que les plates-formes veulent que nous utilisions leurs outils, alors nous devons nous adapter aux process de chacun… En adoptant notre propre système de signature, nous maîtrisons mieux notre cohérence réglementaire et facilitons les contrôles »*.

Pédagogie financière et information

Pour que les clients soient acteurs de leur patrimoine, des fiches et articles pédagogiques sont mis à leur disposition. Par exemple, un schéma global présente les risques les plus importants que l'on retrouve en matière de placements patrimoniaux. Des documents sur la gestion flexible ou l'investissement à long terme sont également proposés. Une *newsletter* est envoyée aux clients du cabinet avec des liens vers des articles publiés sur le site du cabinet ou pouvant être lue au format pdf. Le cabinet publie également régulièrement sur les réseaux sociaux, principalement LinkedIn, afin d'améliorer sa visibilité.

Via l'extranet sécurisé du site du cabinet, les clients accèdent à différents types de données sur leur situation patrimoniale réactualisée chaque début de mois.

François Almaleh, gérant du cabinet Finadoc Actionnal, lauréat de la 3e édition du prix de l'Initiative..

« Ici, notre démarche est constante dans le temps et doit bien être conforme aux contraintes de l'AMF en termes de démarchage bancaire et financier », précise François Almaleh. Avec cette organisation, le cabinet Finadoc Actionnal a donc digitalisé l'ensemble de sa relation client, mais également sécurisé son développement en construisant des outils en conformité avec la réglementation et qui lui permettent de réduire ses risques opérationnels et d'augmenter sa productivité.

Benoît Descamps

Ugo Cezar, responsable commercial distribution de Schroder Investment Management.

« Toutes nos félicitations à François Almaleh pour la qualité et le caractère innovant de sa démarche »

Tout en félicitant le gagnant, Ugo Cezar, responsable commercial distribution chez Schroders, revient sur la nécessité des CGP de construire une démarche digitalisée : *« Après l'approche pédagogique et l'investissement responsable, le thème de la digitalisation de la relation clients nous avait semblé particulièrement pertinent pour l'évolution de la profession de conseiller. Nous sommes donc ravis d'accompagner les réalisations de nos partenaires en ce sens grâce au prix de l'Initiative, et nous adressons toutes nos félicitations à François Almaleh pour la qualité et le caractère innovant de sa démarche. La digitalisation permet d'accompagner les clients et de mieux systématiser leur suivi, de faciliter et de simplifier l'accès aux produits financiers. Elle permet également une communication privilégiée avec les* Millennials, *souvent en complément d'une relation de conseil traditionnelle. »*

Des outils pour les distributeurs

Chez Schroders, les solutions digitales sont au cœur du dispositif d'accompagnement des distributeurs. *« En tant que société de gestion, le développement d'outils digitaux est crucial dans de nombreux domaines, qu'il s'agisse de l'analyse financière au service des équipes de gestion, du service client ou de l'accompagnement marketing de nos clients*, poursuit Ugo Cezar. *Ainsi, nous avons développé en Asie un* chatbot *à destination de nos clients distributeurs, leur permettant d'accéder en temps réel à toute information liée aux marchés ou à nos fonds. Notre application* SchrodersLens *permet de partager avec nos clients l'ensemble des* insights *et contenus rédigés par nos experts sur les marchés, la macroéconomie et les différentes classes d'actifs. En matière de connaissance et d'accompagnement des clients finaux, notre plate-forme pédagogique* investIQ *permet aux investisseurs finaux de comprendre leur profil d'investisseur, ainsi que leurs points forts et axes d'amélioration afin de prendre des décisions d'investissement mieux étayées. Elle s'accompagne de nombreux supports vidéo pédagogiques pour tirer parti de leur profil et améliorer leurs connaissances, et est déjà intégrée dans le parcours client de certains de nos distributeurs. »*