

Etude Forrester Consulting

L'étude Forrester révèle un impact direct entre la performance des sites Web des institutions financières et la satisfaction des clients

Paris, le 1er Mars 2010 - Akamai, l'unique service managé du marché capable de diffuser des contenus (riches, interactifs et dynamiques) sur le Web et d'accélérer les applications sur Internet, révèle les résultats de l'étude menée par Forrester Consulting sur l'impact de la performance des sites Web sur la satisfaction clients.

- 64 % des clients des banques et des courtiers sur Internet ont vécu des expériences en ligne insatisfaisantes.
- Les performances des sites Web constituent de loin le principal motif de mécontentement.
- En termes de préoccupation, les performances viennent en deuxième position après la sécurité.

Les résultats de cette étude montrent une forte exigence des clients en termes de performances des sites Internet des institutions financières. En effet, 75 % des clients s'attendent à une disponibilité des sites supérieure ou égale à 99%. 36 % des usagers des banques sur Internet et 42 % des courtiers en ligne insistent sur l'importance d'une disponibilité de 100 %. On y apprend également que 56 % des usagers des banques et courtiers en ligne souhaitent que les pages web se chargent en moins de deux secondes.

« Les sociétés du secteur banque, finance et assurance réalisent un important travail pour assurer la disponibilité des systèmes centraux », a déclaré Stephen Pierzchala, consultant chez Gomez. « Mais il existe des champs d'amélioration sur Internet. Dans une récente évaluation du secteur, 35 des 47 banques testées ne parvenaient pas à diffuser des pages en moins de deux secondes ».

Fondé sur l'avis de 621 clients américains effectuant des opérations bancaires ou de courtage en ligne, Forrester Consulting est parvenu aux conclusions suivantes :

- Le Web est considéré comme vital par un pourcentage d'utilisateurs toujours croissant.
- L'importance d'Internet pour le secteur banque, finance et assurance ne cesse de croître : 57 % des américains effectuent leurs opérations bancaires en ligne et 36 % des américains possédant un portefeuille d'investissement effectuent leurs transactions en ligne. 29 % des usagers des banques en ligne et 27 % des usagers des courtiers en ligne accèdent quotidiennement à leurs comptes.
- Les mauvaises performances des sites Web sont la cause de mécontentement la plus fréquente : 64 % des clients des banques et des courtiers sur Internet ont vécu des expériences en ligne insatisfaisantes lors de l'accès à leurs comptes.

« Chaque année, les clients du secteur banque, finance et assurance utilisent de plus en plus les services en ligne. Depuis le début de la crise économique, ils consultent encore plus fréquemment leurs comptes », a constaté Kevin Levitt, vice-président de la société d'information sur le commerce en ligne ComScore. « Cette étude confirme que les performances sur Internet peuvent avoir un fort impact sur l'acquisition de nouveaux clients et leur satisfaction. Les institutions qui proposent des applications rapide et performantes constatent un taux de conversion « clients » plus important ».

Cette étude fait également apparaître que les performances des sites Web ont un impact direct sur le chiffre d'affaires, les bénéfices et le taux de satisfaction. Selon l'étude, trois clients potentiels sur dix sur le Web partent chez un concurrent lorsqu'ils rencontrent des problèmes de performances. En effet, 29 % des internautes dans une phase de recherche, qui rencontrent des problèmes sur un site Web d'une institution financière, se dirigera vers le site Web d'un concurrent. 48 % des utilisateurs de site de courtage utiliseront le téléphone ou changeront de service, s'ils n'ont pas pu réaliser leur transaction.

Aux mauvaises performances s'ajoute la mauvaise réputation faite par les Internautes à leurs pairs : 48 % des usagers ayant eu une « mauvaise expérience » ne recommandent pas les services d'une société à un ami ou à un parent. De plus, il ressort qu'une plus grande implication en ligne d'un utilisateur entraîne une plus grande rentabilité, les utilisateurs expérimentés coûtent moins cher aux banques et ils apportent davantage de chiffre d'affaires aux sociétés de courtage.

« Cette étude révèle que de bonnes performances représentent beaucoup plus qu'un simple agrément. Les problèmes de performances se traduisent par des coûts réels pour l'entreprise », a expliqué Rich Bolstridge, responsable de la stratégie banque, finance et assurance chez Akamai. « Les sociétés de courtage en ligne ne pouvant offrir rapidité et fiabilité vont perdre des transactions et ne fidéliseront ni les clients actifs, ni les investisseurs individuels. Les banques verront leurs clients passer sur des canaux plus coûteux ou, pire encore, se détourner d'elles à un rythme plus élevé. Il y a une pression constante pour augmenter le niveau de fonctionnalité du site, mais si l'on n'est pas attentif aux performances, on peut faire plus de mal que de bien ».

Pour lire et télécharger gratuitement une copie de l'étude entière, veuillez consulter http://www.akamai.com/dl/whitepapers/Akamai_TLP_FS_Web_Perf.pdf?campaign_id=AANA-6JPYZS

La différence Akamai

Akamai® est l'unique fournisseur de services managés du marché capable de diffuser des contenus (riches, interactifs et dynamiques) sur le Web et d'accélérer les transactions et les applications sur Internet. Aujourd'hui Akamai compte parmi ses clients quelques-uns des plus grands groupes internationaux et ce dans l'ensemble des secteurs d'activités. Véritable alternative aux infrastructures Web centralisées, le réseau mondial d'Akamai s'appuie sur plusieurs dizaines de milliers de serveurs dédiés qui, en plus d'offrir un point de vue incomparable sur le réseau Internet, apportent aux entreprises l'envergure, la fiabilité, la visibilité et les performances nécessaires pour déployer leurs modèles économiques et mener à bien leurs activités en ligne. Akamai conforte l'Internet dans son rôle d'information, de divertissement, d'échange et de communication. Pour découvrir la différence Akamai, allez sur www.akamai.fr et suivez @Akamai sur Twitter.