

Étude de cas

Santander

Le Groupe Santander est une banque de détail et commerciale qui compte plus de 188 000 employés et 125 millions de clients.

Secteur: Bancaire

Produit: Couverture médiatique négative via notre API

Prix remportés: « Financial Innovation Awards 2019 » pour la meilleure innovation en matière de conception de produits ou de services pour l'intégration numérique des entreprises.



Santander UK automatise le filtrage des informations médiatiques négatives et réduit de moitié le temps d'intégration de ses clients.

Santander UK, une banque de détail et commerciale d'envergure au Royaume-Uni, était confrontée à la fois à des processus manuels très volumineux, nécessitant beaucoup de ressources humaines, à des systèmes en silo et à des coûts exponentiels. La banque avait besoin de transformer sa stratégie d'intégration de grands comptes et de PME pour garder une longueur d'avance sur la courbe de l'économie numérique. Santander UK a donc choisi ComplyAdvantage et a délaissé les outils standard au profit d'une solution automatisée qui va droit au but.

Problématique

Pour aller au-delà des expériences numériques proposées par les promoteurs de la Fintech, Santander UK avait besoin de réduire sensiblement la durée du cycle d'intégration des clients tout en supervisant les contrôles pour lutter contre le blanchiment d'argent. La banque devait donc s'affranchir des charges de travail habituellement gérées en version papier et automatiser autant que possible les processus touchant directement la clientèle.

Jusqu'à maintenant, lorsqu'un client faisait une demande d'ouverture de compte chez Santander UK et qu'aucune information publique le concernant n'était disponible, la banque devait filtrer de gros volumes d'informations médiatiques négatives pour vérifier l'entité et mieux profiler le risque financier associé.

Pour son activité de banque d'entreprise, Santander UK cherchait à innover sa pile technologique en portant le plus possible de ressources dans le Cloud.

Solution

Utiliser des API configurables comme point d'intégration facilitait l'automatisation recherchée par Santander UK. Sans API, la nouvelle proposition n'était pas réaliste sachant que ComplyAdvantage est le seul processeur de données capable d'offrir ce niveau de souplesse pour répondre aux besoins des clients.

Avec les gains de performance tirés de l'automatisation de processus auparavant manuels, Santander UK a pu injecter en toute sécurité de gros volumes de données dans la solution AIM Insight de ComplyAdvantage, filtrer des entités par rapport à des milliards de points de données et remonter sans peine les résultats négatifs aux analystes.

“La solution ComplyAdvantage permet de réagir plus vite, d’élargir les recherches d’informations médiatiques négatives, de fournir des correspondances plus précises et d’éviter à la banque de se retrouver dans une situation risquée au regard de la criminalité financière.”

Jonathan Holman, Responsable de la transformation numérique pour l’activité Banque d’entreprise et commerciale de Santander

“Grâce à l’offre actuelle de produits (ComplyAdvantage) et à la feuille de route tracée pour l’avenir, le service peut évoluer au gré de la réglementation et de l’expérience que nous souhaitons offrir à nos clients.”

Jonathan Holman, Responsable de la transformation numérique pour l’activité Banque d’entreprise et commerciale de Santander

La richesse des sources disponibles est essentielle pour alimenter AIM Insight en données. Cette couverture complète permet de s’emparer très tôt des problèmes évoqués par les médias locaux et donne une longueur d’avance à la banque pour prendre des décisions avant la publication des articles dans la presse nationale.

Le classement des articles selon une taxonomie alignée sur celle du GAFI permet de les filtrer très rapidement dans le cadre de ce processus automatisé qui est au cœur du projet d’intégration numérique.

Les paramètres de l’API sont configurables si bien que Santander peut modifier les seuils, les chaînes de recherche et toute autre information pertinente en fonction de ses besoins. Désormais, les analystes Santander ont toujours les bonnes informations à portée de clavier pour prendre des décisions plus éclairées. Les processus manuels fastidieux appartiennent au passé et Santander UK peut s’adapter en un clin d’œil à l’évolution de la réglementation et de la stratégie commerciale.

Résultat

En utilisant ComplyAdvantage dans le cadre de sa stratégie numérique, Santander UK a pu réduire la durée du cycle d’intégration des clients de 12 jours à 2 jours en moyenne.

Dans la plupart des cas, la banque a réduit de plus de la moitié le temps nécessaire à l’intégration de clients, cette réduction pouvant atteindre parfois 75 ou 80 %. Les tâches qui faisaient d’ordinaire perdre du temps aux agents en charge de la conformité ont été automatisées si bien que ces derniers peuvent aujourd’hui se concentrer sur d’autres menaces qui pèsent sur l’entreprise.

Santander UK procède désormais à un filtrage des informations médiatiques négatives pour toutes les entités en rapport avec l’intégration d’un grand compte ou d’une PME.

Récompenses

- Lors de la cérémonie de remise des prix de l’édition 2019 des Financial Innovation Awards, Santander UK a reçu le prix de la Meilleure innovation en matière de conception de produits ou de services pour l’intégration numérique des entreprises.
- Celent a récompensé Santander UK pour son initiative « Taking Onboarding to the Next Level » (« Porter l’intégration vers un niveau supérieur ») en lui décernant le prix Model Bank 2019 Commercial Customer Onboarding Award.