



Une Gestion de Contenu Headless Personnalisée pour l'écosystème TEO

COMΣCO

COMΣCO est une startup allemande qui a lancé son application de services bancaires en ligne au début de l'année 2020. La start-up va d'ores et déjà atteindre entre 600 000 et 700 000 clients d'ici la fin de l'année. L'application, appelée TEO, est une plate-forme unique pour chaque banque et compte de cartes de crédit. Elle propose des conseils financiers interactifs et possède un portail d'achat adapté aux intérêts de chaque utilisateur. TEO permet aux utilisateurs d'effectuer toutes leurs transactions financières et achats quotidiens à partir d'une seule interface utilisateur, sur une seule application, au sein d'un seul et même écosystème, en pleine croissance.

L'application COMΣCO associe les comptes bancaires et les cartes de crédit d'un utilisateur à du commerce en ligne. Son site Web, son contenu, les recommandations et le blog sont exécutés en toute sécurité à partir de la plate-forme d'expérience numérique d'Ibexa dans le cloud et ont pris moins de huit mois à être développés. Aujourd'hui, COMΣCO gagne rapidement du terrain en Allemagne car la banque en ligne est intuitive, personnalisée et fournit du contenu via un mode Headless à l'application (iOS et Android) et au portail Web.

Ibexa possède l'évolutivité nécessaire pour soutenir l'objectif de COMΣCO, d'atteindre plusieurs centaines de milliers de clients d'ici la fin de l'année. Sa DXP fait preuve de d'une grande robustesse, ce qui est la principale considération de COMΣCO. Dans une enquête portant sur 30 applications fintech, la nouvelle venue TEO a remporté la note maximale de cinq étoiles en matière de sécurité - une base essentielle pour la réussite de ce projet.

Aucune banque allemande ne dispose d'un système qui peut publier du contenu dans son application et sur le Web simultanément. COMΣCO a utilisé la DXP d'Ibexa pour pouvoir faire les deux.

⚠ Défis

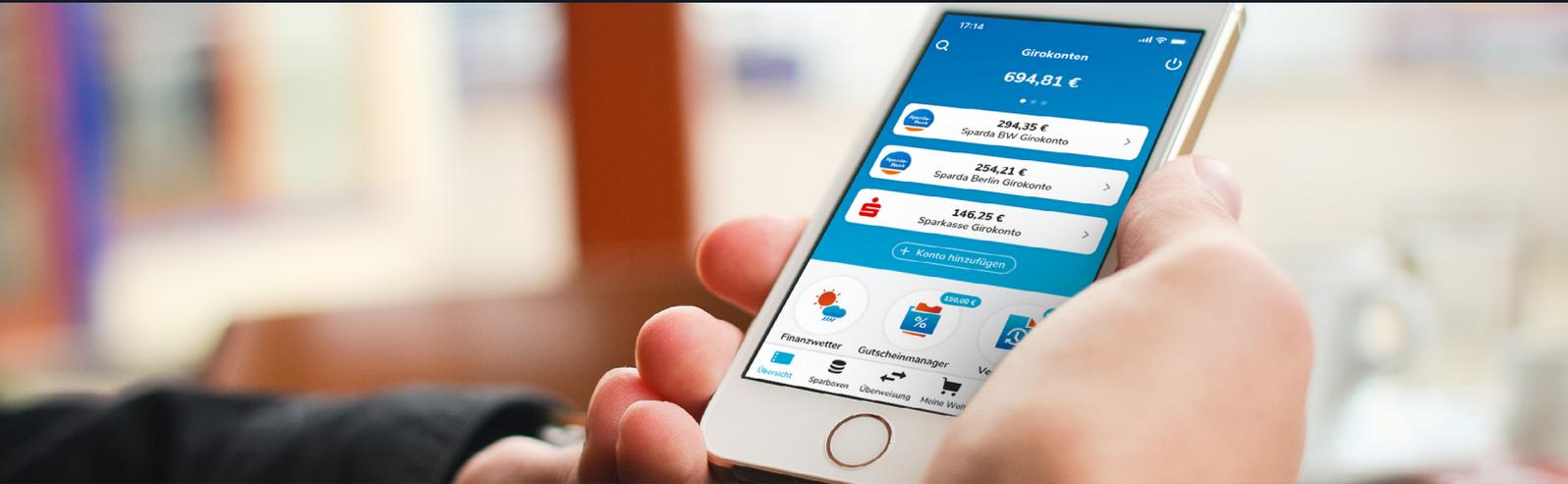
- La sécurité. Les banques exigent la sécurité la plus stricte et des systèmes d'autorisations strictes
- La robustesse. Les systèmes doivent pouvoir entrer en contact avec des milliers d'institutions et sites e-commerce
- L'évolutivité. TEO est sur la bonne voie pour avoir entre 600.000 et 700.000 clients d'ici la fin de l'année
- La flexibilité. La mise en œuvre d'une approche Headless
- Le flux de travail. Un système complexe de flux de travail et des rôles d'administrateur pour réguler le contenu
- La personnalisation. Pour que TEO ait un impact, le contenu doit être à 100% pertinent pour les utilisateurs

📦 Résumé du Projet

- De la phase de conception à celle de lancement, il a fallu au moins huit mois
- Approche Headless avec des frontaux de applications natives pour iPhone et Android et portail web obtenant leur contenu via une API définie
- Capacités intégrées pour 60 contenus contributeurs au sein d'un système serré de contrôle éditorial
- Personas et segments d'utilisateurs développés pendant la phase de conception et implémentés dans eZ Platform
- Tests de pénétration pour surveiller la robustesse du système

🏠 Avantages Commerciaux & Retours sur Investissements

- Une implémentation rapide de la DXP d'Ibexa
- 130,000 utilisateurs après quelques mois seulement
- Les éditeurs de COMΣCO, les banques partenaires et les partenaires e-commerces peuvent délivrer du contenu de manière sécurisée
- L'application TEO a gagné 5 étoiles en ce qui concerne la sécurité, ce qui est crucial pour les banques
- Le moteur de recommandation d'Ibexa assure que le contenu est ciblé au-delà de la diffusion explicite



Gestion de Contenu Headless Personnalisée pour l'écosystème TEO

Les banques et les autres institutions financières mènent une guerre sur deux fronts : ils doivent repousser les fintechs et protéger leur clientèle numérique des ambitions de géants de la technologie comme Apple, Google et Microsoft qui lanceront bientôt leur propre carte de crédit. Ce brouillage de la technologie et de la finance crée de nouveaux business models. L'application « Lifestyle Banking », lancée en janvier 2020 par la start-up allemande COMECO, est l'une des plus innovantes.

Son application TEO permet à l'utilisateur de la plateforme de centraliser tous ses comptes bancaires et ses cartes de crédit sur un unique système. Il peut également lancer des transactions depuis le frontend TEO, en contournant totalement les applications bancaires individuelles. Le catalyseur de l'activité COMECO est la réglementation européenne PSD2 qui oblige chaque institution à libérer ses interfaces client - et TEO peut connecter pas moins de 3 000 interfaces clients dans le système bancaire allemand très fragmenté.

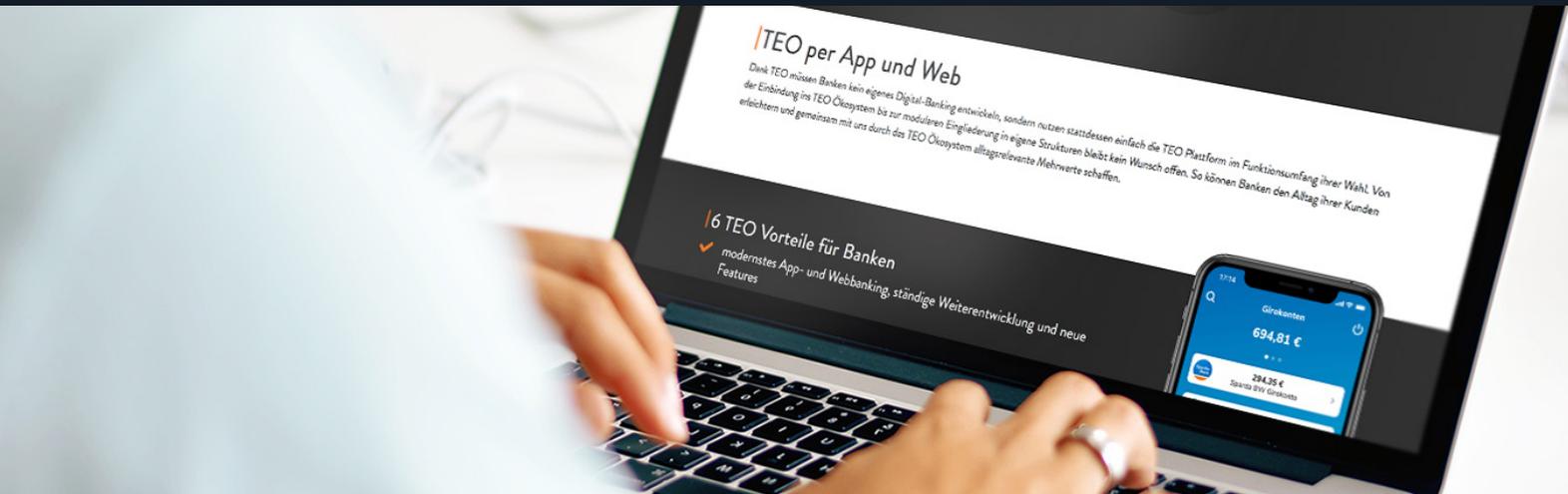
L'écosystème financier de l'application est combiné à une place de marché où les utilisateurs peuvent acheter en ligne. Les six banques partenaires peuvent mettre leur propre contenu sur l'application ; les utilisateurs disposant de comptes de banques non participantes verront uniquement le contenu COMECO « générique ». L'avantage pour les partenaires de TEO est que l'application les rapproche du client. En effet, ce dernier peut directement cliquer sur les partenaires et leurs e-boutiques. Alors que TEO est déjà à son apogée, cette proposition alléchante incitera encore plus de banques à s'inscrire au programme partenaires.

La complexité et la croissance explosive du modèle économique de COMECO requiert des demandes considérables qui pèsent sur la plateforme d'expérience numérique qui prend en charge COMECO. « D'abord et avant tout, le système doit être en mesure de mettre en avant les banques », déclare Björn Biedermann, Responsable Marketing et Commercial COMECO. « Les banques fonctionnent avec des règles commerciales particulières selon lesquelles une banque ne devrait jamais voir le contenu d'une autre banque. Votre système doit être capable de respecter rigoureusement cette condition. »

Prix de la meilleure application financière

Le numéro d'avril du magazine spécialisé en affaires d'entreprise appelé « Capital » a examiné quelles applications bancaires ont donné les meilleurs résultats Marketing sur le marché allemand. Le magazine a évalué 30 applications dans 3 catégories différentes et TEO a été récompensé et a gagné la première place parmi les banques indépendantes. En effet, TEO a reçu 4 étoiles sur 5 (70 points sur 100).





Huit mois seulement pour passer de la conception au lancement des applications natives iPhone et Android

COMECO et son partenaire technologique Rocket-Media ont examiné trois DXP en détail et ont décidé d'aller de l'avant avec la plateforme eZ Platform d'Ibexa. « Ibexa a coché toutes les cases », explique Björn Biedermann, « avec un moteur de personnalisation intégré, et la possibilité d'étendre le système avec un module e-commerce si et quand vous en avez besoin. »

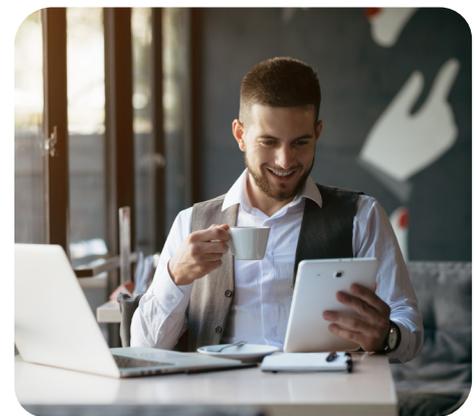
La DXP d'Ibexa a eu des bénéfices immédiats car grâce à la livraison Headless et la possibilité d'utiliser la gestion de site Web traditionnelle, la plateforme a fourni du contenu à une application bancaire complexe en moins de huit mois. La plate-forme est agile et facile à utiliser, ce qui permet des contributions de contenu provenant de sources extérieures telles que les banques partenaires.

« Sur le plan technologique, nous sommes dans une position unique grâce à eZ Platform. », déclare Oliver Putz, Conseiller de la Transformation Numérique chez COMECO. « Pas une seule banque allemande ne dispose actuellement d'un système qui peut publier du contenu dans son application mobile et dans son application Web simultanément. Mais COMECO est capable de publier du contenu dans deux applications en même temps. »

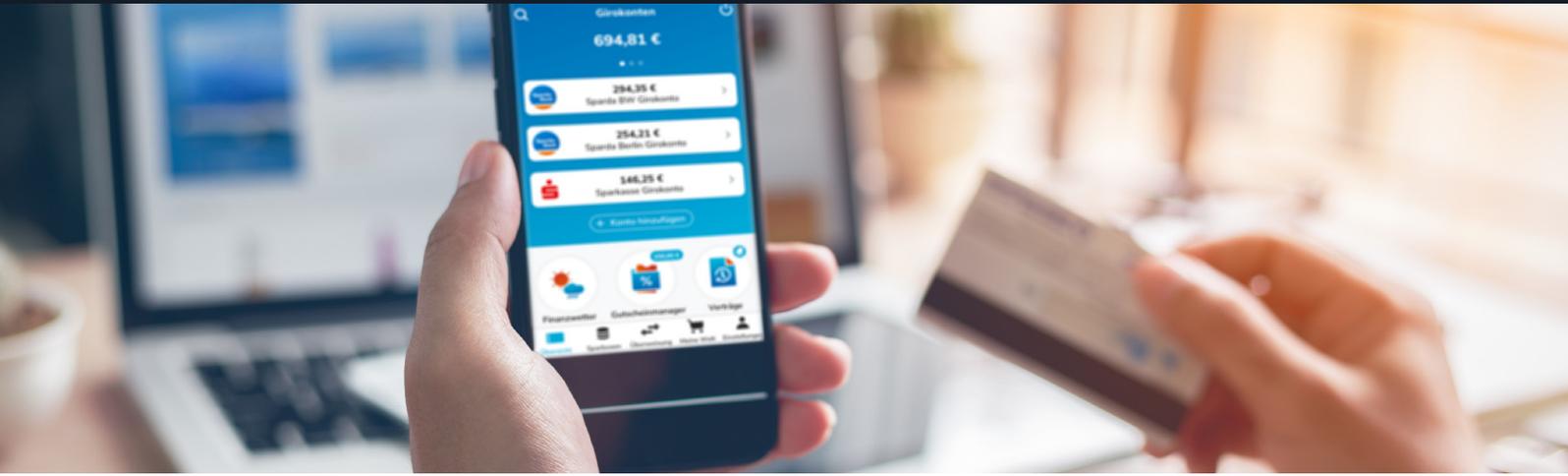
Du point de vue de Björn Biedermann, l'évolutivité était cruciale. « Nous sommes en route pour atteindre entre 600 000 et 700 000 utilisateurs d'ici la fin de 2020 », dit-il, « et jusqu'à présent, Ibexa a plus que suivi notre objectif ambitieux. » Les flux de travail et les autorisations sont étanches, tout comme la sécurité de la plate-forme, deux pré-requis essentiels pour COMECO.

Un autre avantage d'Ibexa est son approche intuitive du contenu – un pré-requis de l'ensemble des éditeurs du site et de l'application, non seulement de l'équipe COMECO, mais également des banques partenaires et d'autres agences externes. Pour cela, il fallait que ces autorisations finement granulées et des flux de travail sécurisés soient mis en œuvre dans eZ Platform pour assurer le contrôle et l'assurance qualité.

Il a fallu moins de huit mois entre la phase de conception et le lancement des applications natives pour iPhone et Android (ainsi que le portail Web) début 2020. La DXP d'Ibexa permet une approche « Headless », avec l'interface les applications et le portail Web obtiennent leur contenu via des API définies. Björn Biedermann ajoute : « Pour la publication de matériel marketing, le fait qu'eZ Platform permette une approche découplée est un grand avantage. En plus de l'API headless, le système propose son propre moteur frontal avec lequel nos sites Web de marketing peuvent être publiés. »



Nous sommes sur la bonne voie pour atteindre plusieurs centaines de milliers d'utilisateurs d'ici fin 2020.



L'atout de la Personnalisation : les clients voient du contenu qui correspond à leurs intérêts

L'édition et la personnalisation du contenu sont essentielles au succès de l'application TEO. Les deux deviendront de plus en plus complexes à mesure que de plus en plus de banques et d'entreprises d'e-commerce s'affilieront et auront besoin du contenu pour parler à leurs marchés cibles, très distincts.

« L'application a un large éventail d'utilisateurs et peut offrir à chaque utilisateur un avantage individuel », déclare Björn Biedermann. « Mais l'espace est limité : seuls six articles pour le moment (chacun a un lien vers beaucoup d'autres) peuvent être proposés sur l'écran initial de l'application. Cela signifie que la pertinence de ces histoires pour l'utilisateur est décisive pour nous. »

eZ Platform prend en charge la personnalisation, d'abord de façon explicite en filtrant le contenu en fonction des centres d'intérêt indiqués lors du processus d'intégration (il existe 11 catégories de finances et de style de vie différentes).

Deuxièmement, la société a récemment lancé la personnalisation implicite via le moteur de recommandation Ibexa qui enregistre et stocke le comportement des visiteurs de manière anonyme et indépendamment des centres d'intérêt.

Björn Biedermann veut exploiter pleinement le potentiel du moteur de recommandation, «et vraiment expérimenter avec cet outil ». Sur la base de ces données, le contenu peut être déployé à l'aide de scénarios de personnalisation orientés par cible. Par exemple, des histoires peuvent être recommandées à l'utilisateur avec lequel d'autres utilisateurs ayant un comportement similaire ont interagi particulièrement fréquemment. Ou le contenu et les types de contenu avec lesquels l'utilisateur n'a pas interagi plusieurs fois peuvent être déclassé.

Maintenant que la personnalisation implicite est opérationnelle, un autre projet de contenu de la prochaine étape est l'inclusion de plus de vidéos. En termes de modèle commercial, COMECO est prêt à se concentrer sur l'élément marketplace de l'application.

L'un de ses premiers partenaires e-commerce est un grand détaillant de sport français.

« Ils diffusent leurs produits sur notre plate-forme avec une API », explique Björn Biedermann, « afin que les clients puissent voir les offres spéciales dans le cadre de leur expérience TEO. Les clients peuvent effectuer un achat depuis notre application - mais sont pour le moment transférés à la boutique en ligne du détaillant pour finaliser leur achat. Nous sommes en train d'explorer l'avantage qu'une plate-forme intégrée peut offrir en particulier pour le marketing et le processus commercial.

Avec la DXP Ibexa, le filtrage et la personnalisation des histoires sont puissants - le moteur de Recommandation natif d'Ibexa était l'une des raisons pour lesquelles COMECO a choisi la DXP Ibexa sur deux autres concurrents.





L'extension des services aux partenaires de la banque renforce l'attractivité et l'adhésion à l'application

« La plate-forme Ibexa dans la première étape a été mise en œuvre pour gérer et fournir un contenu d'histoire personnalisé », explique Peter Passeck, PDG de rocket-media, partenaire technologique de COMECO. « Nous sommes probablement offrant 80% des avantages, nous savons qu'il a beaucoup plus à offrir. Il est maintenant temps de mettre en œuvre certaines des fonctionnalités les plus sexy d'eZ Platform - nous avons implémenté le Page Builder pour gérer les sites Web marketing www.goteo.de et www.comeco.com et il y a plus à venir. »

Les services destinés aux banques sont également étendus. Avec le générateur de formulaires de la plate-forme Ibexa, chaque banque sera en mesure de démarrer et de gérer ses processus de service individuels dans l'application TEO, de sorte que tout processus de service peut être lancé à partir de l'application, ce qui renforce son attractivité et sa pertinence.

Passeck salue la décision d'Ibexa de synchroniser une nouvelle version de sa DXP avec une nouvelle version de Symfony. « Je trouve que c'est une bonne idée pour l'ensemble de la plate-forme car les cycles de mise à jour courants maintiennent les versions prises en charge à long terme des deux synchronisées », dit-il.

Pour conclure, Oliver Putz souligne une fois de plus les pré-requis absolus du COMECO. "Si vous devez travailler avec des banques, une banque dira toujours : " Je veux avoir mon contenu au bon moment pour la bonne personne et il doit être livré. " Donc, si cela ne se produit pas, vous avez un problème." Il ajoute : « Et avec Ibexa, notre système n'a pas ce problème. Fantastique !" »

L'évolutivité était une considération importante. La base de clients de TEO grandit très rapidement et COMECO ne peut se permettre aucune fragilité du système afin de ne pas ralentir son élan. Ibexa a fait preuve de robustesse tout au long du projet. "Nous avons fait le bon choix », dit Björn Biedermann, Directeur Marketing et Commercial de COMECO.

COMΣCO

COMECO GmbH & Co KG
Rotebühlplatz 8
70173 Stuttgart
Allemagne
www.comeco.com



rocket-media GmbH & Co KG
Luitpoldstraße 8
91550 Dinkelsbühl
Allemagne
www.rocket-media.de

rocket-media est un fournisseur de services informatiques pour la transformation numérique. Le sud de l'Allemagne se concentre sur la communication numérique, les solutions en ligne (sites Web d'entreprise, portails B2B, e-commerce) et logiciel d'entreprise individuel. L'entreprise est dirigée par son fondateur et a été créée en 2000. Elle propose à ses clients des services complets en termes de conseil, conception, ingénierie d'utilisabilité, implémentation et en ligne marketing et opérations ultérieures.