



## Les sept facteurs de compétitivité par l'«identité numérique»

*Dans le cadre du colloque sur « l'identité numérique relais de la croissance économique » du 14 novembre, Forum ATENA revient sur sept avantages de l'usage de l'identité numérique pour l'amélioration de la compétitivité des entreprises.*

1. Moderniser l'offre de services

L'identité numérique est au cœur de l'innovation. Elle génère rapidité, personnalisation, ergonomie, confort et économie dans la distribution de services ou de produits. En suscitant une nouvelle ingénierie dans la conception et la délivrance des offres, elle porte le renouveau et la création de valeur.

2. Améliorer la sécurité et la confiance

L'identification des parties permet aux entreprises d'avantage de sécurité. Cette sécurité tient d'une meilleure prévention des fraudes et des risques, d'un suivi efficace des règles de conformité et de la régulation en matière de traçabilité des opérations, et enfin sur le plan numérique de la lutte contre la cybercriminalité et d'une meilleure protection de la vie privée.

3. Simplifier et développer la relation client

La simplification du parcours client résulte du déploiement ou de l'utilisation des identités numériques, car les contraintes de l'enrôlement sont alors réduites. L'identité numérique permet également de consolider l'historique du client quelque soit l'appareil numérique (mobile, tablette, ordinateur, autre) avec lequel celui-ci se connecte à l'entreprise.

4. Favoriser une gestion économique et dématérialisée

La gestion des identités numériques est le pilier indispensable pour gérer les processus d'authentification, de signatures électroniques, de mandats de paiements automatisés, d'archivage dématérialisé des factures et transactions horodatées.

5. Augmenter la connaissance marketing

Outre la consolidation des parcours clients, l'utilisation de l'identité numérique permet de faciliter l'utilisation de corrélations ou de liens, dans des analyses de l'environnement de type big-data, en facilitant l'exploitation des résultats et la personnalisation des actions de géo localisation et de communication.

6. Conquérir de nouveaux clients

Avec l'identité numérique, le contact de la prospection jusqu'à la transaction peut se faire directement entre client et fournisseur, en se libérant de plusieurs niveaux d'intermédiation et de frontières physiques ou économiques. Aller chercher de nouveaux clients qui étaient jusqu'à présent hors d'atteinte devient possible.

7. Elever la valeur transactionnelle

L'identité numérique se décline en plusieurs « niveaux d'assurance » progressifs qui permettent d'augmenter le montant de la transaction conjointement à la garantie contractuelle associée à cette transaction. C'est une source de création ou de développement de la valeur sur le long terme d'une relation commerciale, ou via la garantie d'un tiers de confiance pour une identité numérique externe, certifiée du niveau requis.