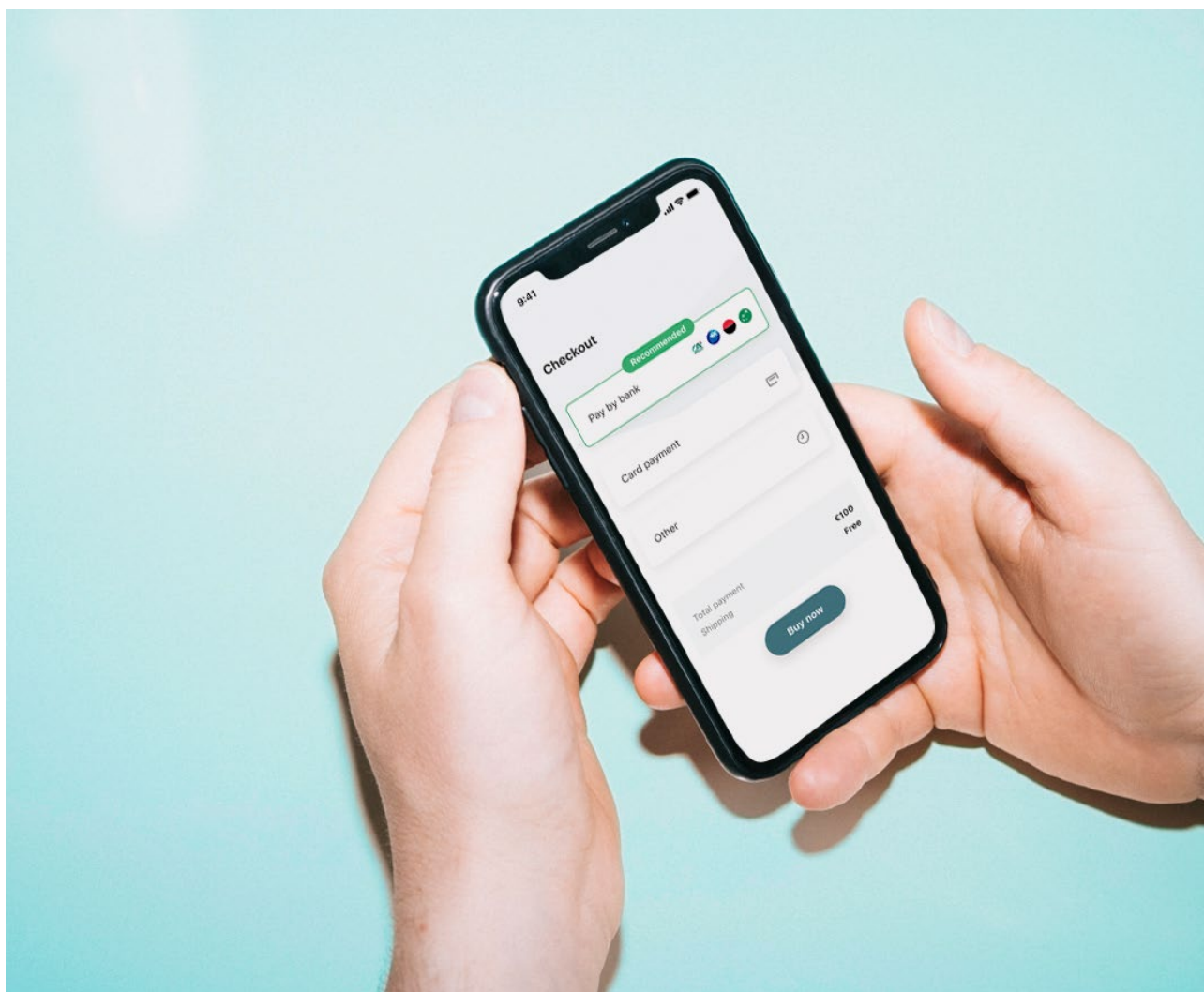


Créez une expérience utilisateur de **Pay by Bank** gagnante



Pay by Bank offre plus de flexibilité et d'options de personnalisation, contribuant ainsi à booster la conversion. Voici comment profiter au maximum de cette opportunité.

tink^{co}
A Visa Solution

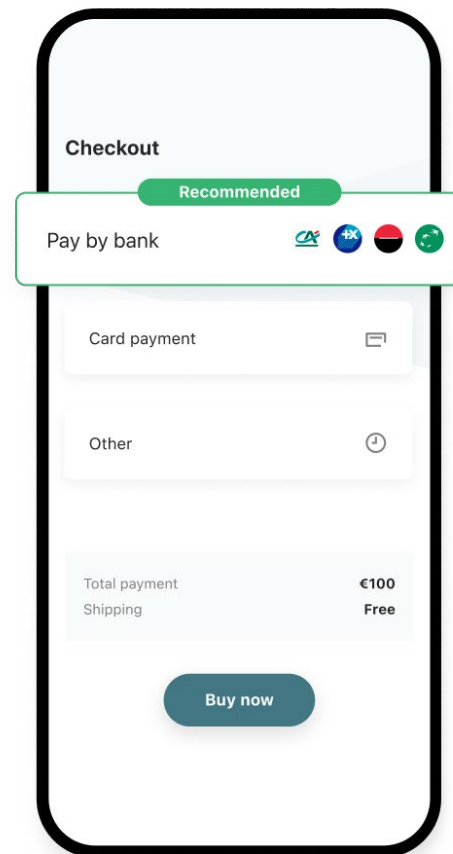
Dans ce guide, notre équipe vous révèle ses meilleures pratiques en termes de design UX et d'optimisation de la conversion, grâce aux études, aux expériences et au travail mené en continu auprès des clients de Tink.



Contenu

6	Les indicateurs de performance
14	Construire votre parcours
19	Un flux optimisé pour les paiements mobiles
23	Des flux d'authentification plus courts
27	Une communication claire avec les utilisateurs
35	Une interface et un flux cohérents
38	Tests et itérations
40	Checklist du design UX

Lors d'un paiement en ligne, les utilisateurs doivent se sentir en sécurité et en confiance à tout moment. La moindre friction peut perturber le parcours utilisateur et faire baisser le taux de conversion.



Le **Pay by Bank** présente un potentiel considérable en termes de qualité et de personnalisation du parcours utilisateur. Une ligne de code suffit pour l'intégrer à n'importe quel support, qu'il s'agisse de paiements e-commerce, de factures ou de QR codes. Le flux d'authentification est conçu pour être suivi en ligne et ne requiert qu'un système de reconnaissance faciale ou d'empreinte digitale.

Surtout, il vous offre de nombreuses options de personnalisation. Vous pouvez créer un parcours et une interface sur mesure pour votre cas d'usage : une expérience de paiement presque entièrement en marque blanche.

Cette caractéristique est importante, car le flux de paiement constitue une partie significative de l'expérience utilisateur globale. Le Pay by Bank vous permet d'avoir le contrôle lors du paiement, de le personnaliser en fonction de votre marque et de guider les utilisateurs d'une étape à l'autre avec fluidité.

Ce guide aborde tous les aspects de l'expérience Pay by Bank, depuis les principaux ajustements UX/UI à apporter jusqu'aux options de personnalisation de Tink, en passant par notre expérience sur la manière dont positionner au mieux Pay by Bank sur votre page de paiement ainsi que la communication qui doit être faite auprès du client final.

Le lancement par Adyen de sa propre solution de Pay by Bank atteste de la diffusion large et rapide de ce service, et souligne la compétitivité déjà considérable de l'expérience utilisateur.

Ce guide est conçu pour vous aider à construire et à optimiser vos flux de Pay by Bank, afin d'améliorer vos taux de conversion.

“ Pay by Bank offre aux consommateurs un choix plus large tout en permettant aux entreprises d’accepter des paiements instantanés de compte à compte, de n’importe quelle personne en possession d’un compte bancaire, en Europe et au-delà. Pay by Bank, c’est une solution pratique qui permet à n’importe qui de payer directement depuis son compte bancaire. Dès que le consommateur est authentifié, le montant est simplement transféré.



– **Tom Pope,**
Senior VP Payments
chez Tink

Section 1

Les indicateurs de performance

Pour concevoir votre parcours utilisateur de **Pay by Bank**, vous utiliserez sans doute une North Star Metric comme le taux de conversion afin d'en évaluer les performances. La bonne nouvelle, c'est que le Pay by Bank présente déjà des taux de conversion très compétitifs, même si ceux-ci varient selon les marchés et les cas d'usage.

Qu'est-ce que la conversion ?

Tous les fournisseurs n'ont pas la même définition du taux de conversion. Par ailleurs, certains termes comme « taux de succès », « taux de conversion » et « taux de complétion » sont souvent utilisés sans distinction. Chez Tink, nous utilisons un indicateur end-to-end pour désigner le pourcentage d'utilisateurs qui suivent un flux d'open banking (un paiement, une connexion de compte, ou les deux) jusqu'au bout.

$$\begin{array}{c} \text{nombre} \\ \text{d'actions} \\ \text{effectuées avec} \\ \text{succès} \end{array} \div \begin{array}{c} \text{nombre total} \\ \text{de sessions} \\ \text{utilisateurs} \\ \text{uniques} \end{array} \times 100 = \begin{array}{c} \text{taux de} \\ \text{conversion} \end{array}$$

Le nombre d'utilisateurs arrivés au bout du flux avec succès (vérification de compte, initiation de paiement, etc.)

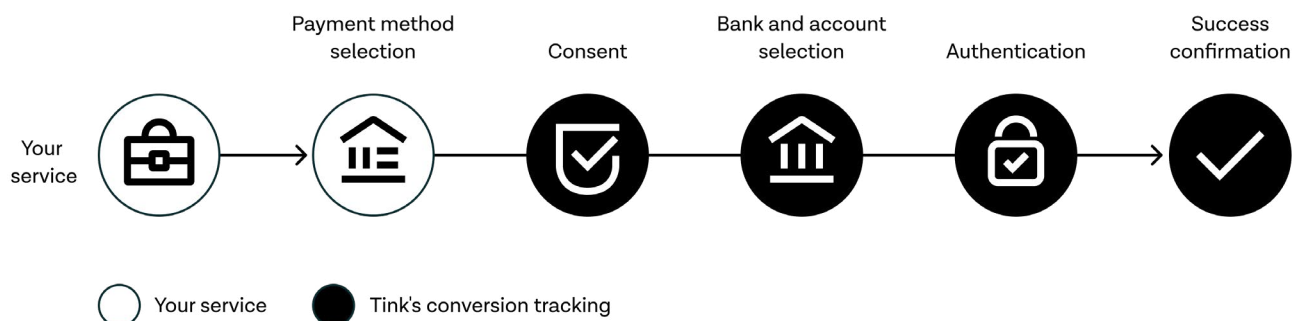
Le nombre total d'utilisateurs ayant débuté un processus d'authentification

Avant de comparer cet indicateur avec d'autres mesures, comme le taux d'autorisation de cartes, rappelez-vous qu'il s'agit d'outils différents et peu comparables. La plupart des indicateurs de performance se limitent à la dernière étape de l'autorisation, sans prendre en compte l'ensemble du parcours, négligeant ainsi les étapes liées à la saisie de données (informations de carte...).

L'indicateur de Tink intègre aussi l'interface de la banque elle-même et prend en compte les erreurs du côté de la banque. En effet, nous estimons que pour être utile, un indicateur doit mesurer la conversion réelle. De plus, nous investissons massivement dans l'optimisation des flux bancaires imparfaits, et cet indicateur nous aide à mesurer l'impact de notre travail.

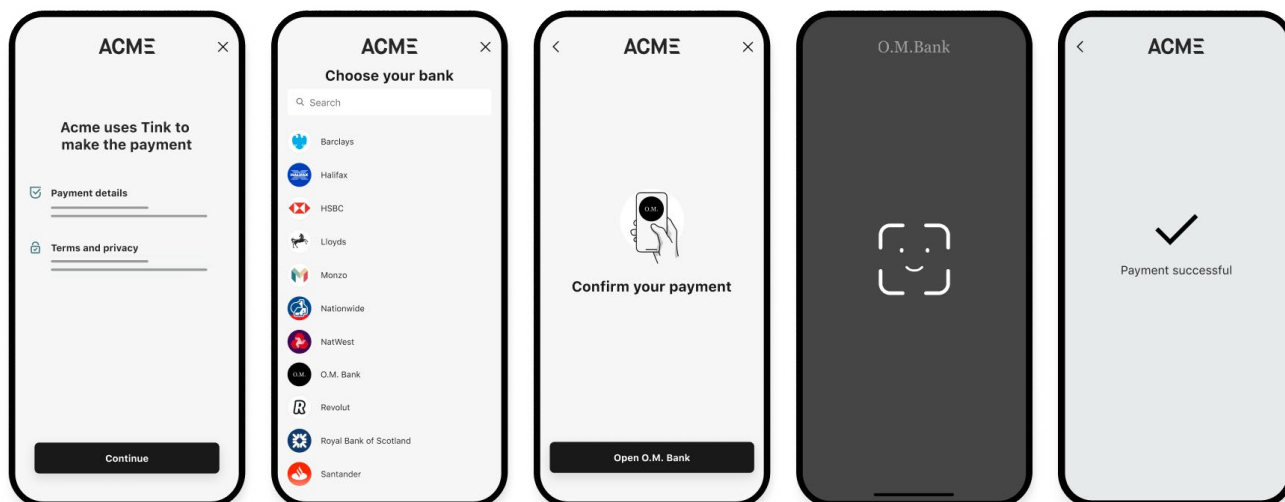
Mesurer le taux de conversion

Chez Tink, nous suivons la conversion à chaque étape du flux, du moment où un utilisateur choisit l'open banking pour initier un paiement (PIS) ou connecter un compte (AIS) jusqu'à ce que l'action soit effectuée. Dans le cadre des paiements, nous mesurons la conversion dès que l'utilisateur choisit le Pay by Bank comme moyen de paiement et est redirigé vers Tink.



Exemple de flux d'open banking type.

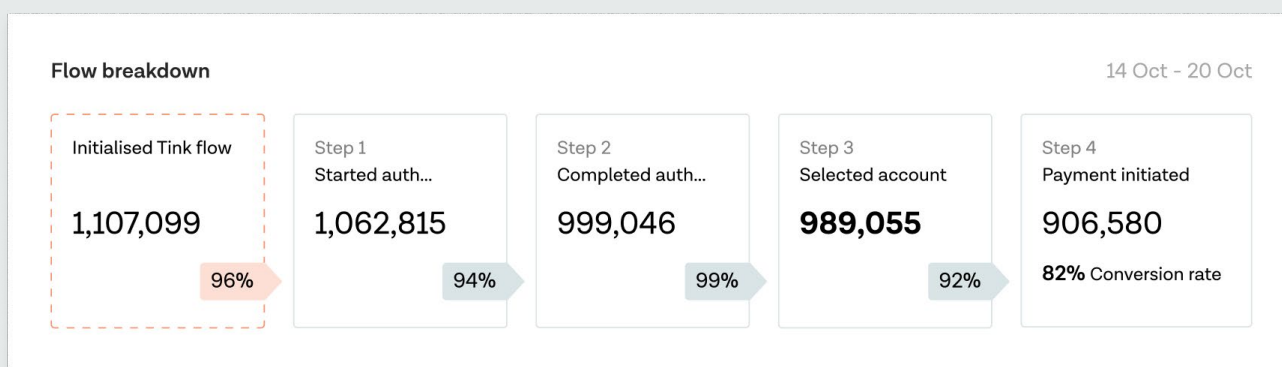
Sur les marchés matures de l'open banking, comme le Royaume-Uni et les pays nordiques, les flux utilisateurs se composent généralement de 4 à 6 écrans. Il est crucial de mesurer le taux de conversion à chacun d'entre eux. Grâce aux rapports et analyses détaillés disponibles dans la Console, les clients de Tink peuvent explorer les données pour savoir combien d'utilisateurs ont lancé le flux, combien se sont authentifiés, et combien sont allés jusqu'au bout. Cet aperçu vous permet de savoir à quel niveau optimiser votre flux.



Exemple de flux de Pay by Bank avec écrans de consentement, choix de banque, authentification et succès.

Comme dans le cas de tous les modes de paiement, l'abandon constitue la principale explication à la baisse du taux de conversion dans les flux de Pay by Bank, et en est responsable dans près de 9 cas sur 10. En ce qui concerne les paiements en open banking, les erreurs techniques et du côté des banques n'ont en revanche qu'une responsabilité minimale.

La bonne nouvelle, c'est que vous pouvez activement minimiser l'abandon grâce à l'optimisation UX et le test A/B. En effet, les clients de Tink peuvent personnaliser le flux de paiement de manière avancée, comme vous le verrez plus loin dans ce guide.



Répartition classique des erreurs pour un client de Tink avec un taux de conversion end-to-end de 82 %.



~ 15 %

Abandon utilisateur

L'abandon est principalement dû à des frictions dans le flux d'authentification de la banque, telles que des étapes supplémentaires, une interface ou un flux qui manque de fluidité, des redirections sur le web, etc.

0 à 3 %

Erreurs de la banque

Les erreurs de la banque ou du prestataire de services de paiement gestionnaire de comptes sont des erreurs techniques que rencontrent les banques. Généralement faible, le taux d'erreur varie d'une banque à l'autre.

< 1 %

Erreurs inconnues

Dans la plupart des pays, les erreurs inconnues sont rares et surviennent principalement dans le cas de banques qui n'ont pas encore été classées.

+ 85 %

Taux de conversion end-to-end

Le nombre de tentatives d'authentification via Tink Link divisé par le nombre d'authentifications réussies avec retour de données.

Standards de performance

Sans surprise, il n'existe aucun standard de référence pour le taux de conversion du Pay by Bank. Celui-ci varie selon le cas d'usage, le secteur et le marché. En ce qui concerne les clients de Tink, les mesures réalisées entre septembre et octobre 2022 montrent que dans les marchés matures, comme le Royaume-Uni et les pays nordiques, le taux moyen est de 80 à 90 % pour les nouveaux utilisateurs, et de plus de 90 % pour les utilisateurs réguliers.

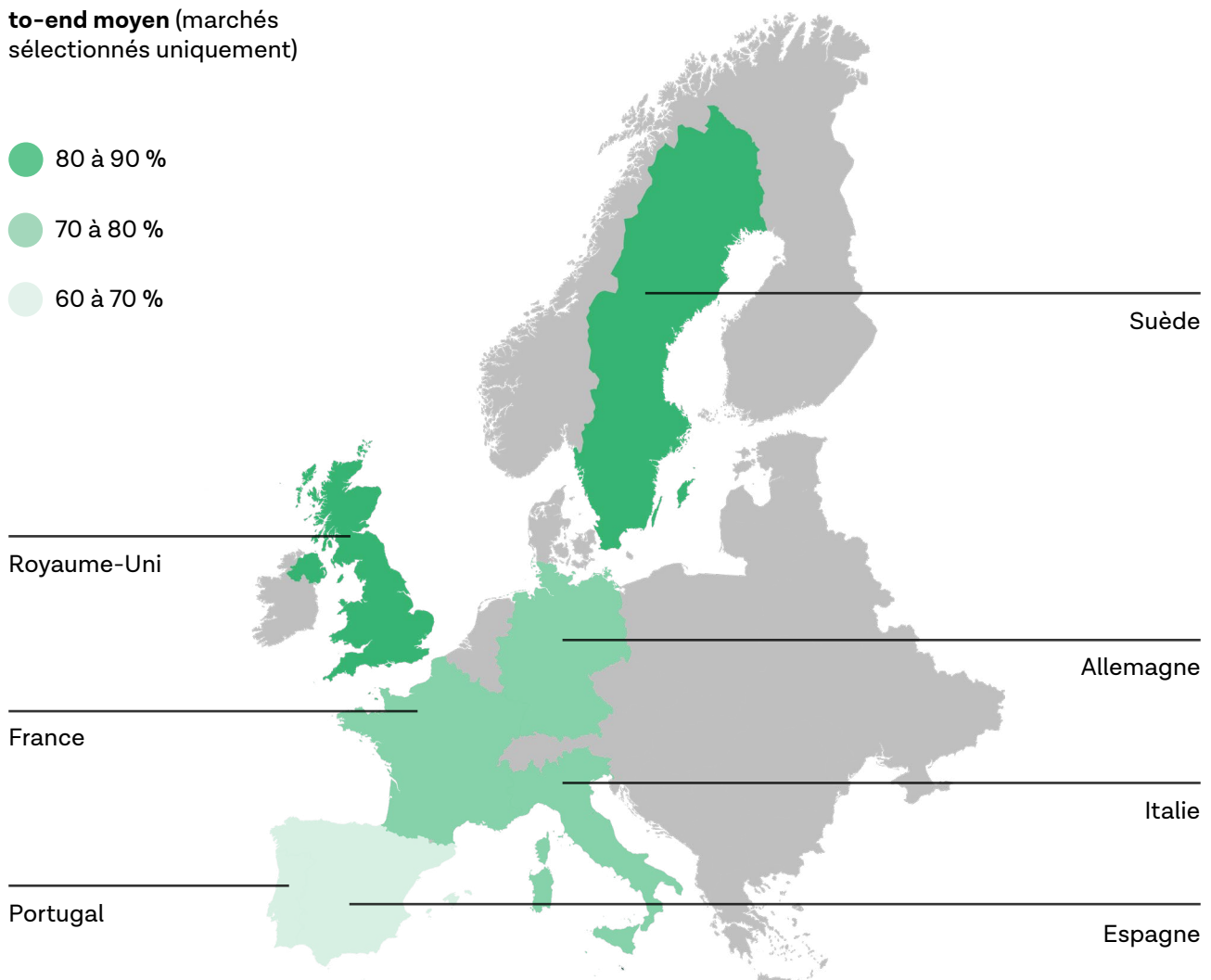
S'il est difficile de faire des comparaisons directes avec d'autres modes de paiements pour lesquels la performance end-to-end n'est pas mesurée, le Pay by Bank présente cependant des performances similaires ou supérieures dans les marchés matures. Dans les marchés en croissance, comme l'Allemagne et la France, le taux de conversion est plus faible, mais augmente rapidement.

Taux de conversion end-to-end moyen (marchés sélectionnés uniquement)

80 à 90 %

70 à 80 %

60 à 70 %



Taux de conversion moyen du Pay by Bank dans une sélection de marchés, à partir de données recueillies par Tink entre septembre et octobre 2022.

Le taux de conversion varie également d'un secteur à un autre. Ceci n'est pas surprenant, puisque les motivations des utilisateurs sont propres à chaque secteur. L'action à laquelle vous invitez un utilisateur et ses raisons de l'accomplir sont évidemment différentes s'il s'agit de rembourser un prêt, de recharger un compte ou de faire un achat en ligne. Un utilisateur est sans doute plus motivé à payer lorsqu'il cherche à régler une facture dans les temps que lorsqu'il achète une paire de chaussures.

Billing and invoicing

86%

Telco and utilities

81%

Wealth management

80%

Financial services

78%

iGaming

71%

Les taux de conversion en open banking ne cessent de progresser à mesure que les volumes augmentent, que les banques optimisent leurs flux et que de nouvelles réglementations entrent en vigueur. Chez Tink, nous nous attendons à voir cette augmentation s'accélérer au fil du temps. C'est déjà le cas au Royaume-Uni et en Suède, par exemple.

Évidemment, le flux de paiement ne représente qu'une partie du parcours utilisateur, et votre flux de Pay by Bank ne doit pas être jugé de manière isolée. Il est essentiel d'optimiser le parcours end-to-end et les étapes qui précèdent et suivent votre flux de Pay by Bank.

Paieement par carte

-  12 clics en moyenne
-  > 1 minute end-to-end
-  saisie manuelle et redirection

Pay by Bank

-  5 clics en moyenne
-  ~ 30 secondes end-to-end
-  pas de saisie manuelle

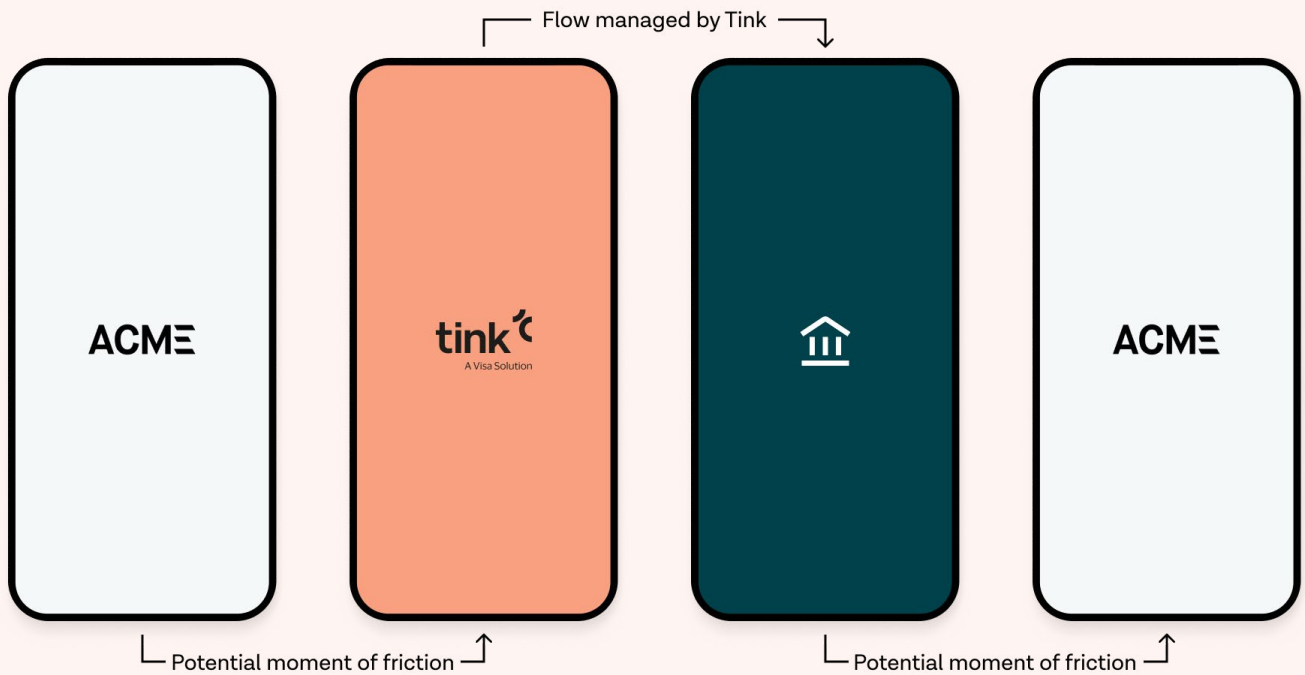
L'essentiel :

- Assurez-vous de mesurer votre taux de conversion end-to-end dans son ensemble.
- Examinez dans le détail les performances de chaque étape du flux
- Évaluez la performance en termes de taux de conversion de cas d'usage similaires dans votre marché

Section 2

Construire votre parcours

Nos recherches montrent que les intégrations avec Tink qui rencontrent le plus de succès sont fluides, sûres et cohérentes. Ceci est particulièrement vrai pour les paiements, un secteur dans lequel la moindre friction ou confusion peut décourager l'utilisateur. C'est pourquoi il est essentiel de garantir une transition fluide et harmonieuse entre votre produit et Tink, et de personnaliser le flux Tink en fonction de votre cas d'usage.



Évitez le contenu inutile

Globalement, plus le parcours utilisateur comporte d'étapes, plus il demande du temps et des efforts, ce qui fait baisser le taux de conversion. Le contenu dupliqué ou répétitif peut aussi être source de frictions. Chaque élément de contenu doit avoir un objectif clair et suivre une progression logique d'un écran à l'autre.

1. Ne dupliquez pas le contenu

Au moment de concevoir votre flux, passez en revue chaque élément et demandez-vous en quoi celui-ci aide l'utilisateur à atteindre son but. Certains clients intègrent à leur flux du texte concernant le consentement et la conformité issu des écrans de Tink, sans véritable nécessité. S'il est important de faire preuve de transparence envers les utilisateurs, inclure trop d'informations peut générer de l'ambiguïté et de la confusion.

2. Fusionnez certaines étapes

Pour rendre la navigation plus directe et mieux structurée, il est utile d'assembler certaines étapes en sections pertinentes. Vous pourriez, par exemple, demander à l'utilisateur d'indiquer le montant à payer et son mode de paiement préféré (banque et compte source) sur le même écran. Assurez-vous cependant de fusionner ces étapes de manière logique, selon une hiérarchie visuelle claire, pour éviter les frictions inutiles. Si vous hébergez l'étape du choix de la banque, vous devrez peut-être distinguer les différentes banques qui font partie d'un même groupe.



Utilisez des raccourcis

Les clients de Tink qui rencontrent le plus de succès évitent de demander à l'utilisateur la même chose à plusieurs reprises et lui proposent parfois de sauter certaines étapes. Cette option est essentielle pour les utilisateurs réguliers.

1. Sauter des étapes

Lorsqu'un utilisateur sélectionne sa banque et son compte source pour la première fois, ou si vous disposez déjà de ces informations dans vos fichiers, vous pouvez pré-remplir les champs correspondants lors de sa prochaine utilisation. Vous pouvez pré-sélectionner son mode de paiement préféré ou lui permettre de sauter complètement ces étapes. Si vous hébergez cette étape sur votre application, il est préférable de donner à l'utilisateur la possibilité de modifier ses préférences.

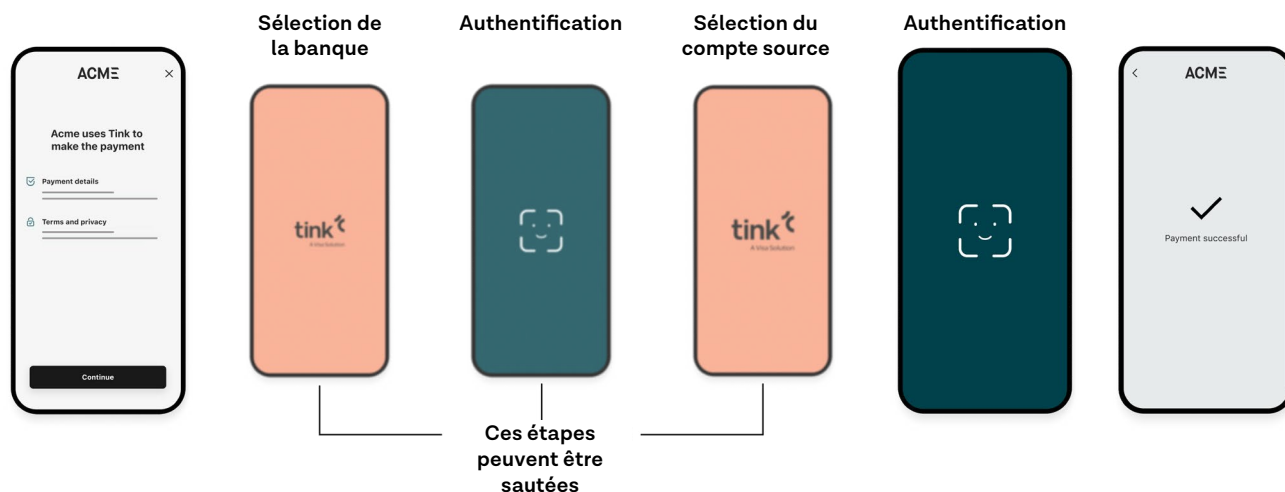
2. Créez des utilisateurs permanents

Le nombre d'écrans que voit un utilisateur varie en fonction du statut permanent ou temporaire que vous lui attribuez sur Tink Link. Dans certains pays (comme l'Allemagne, l'Italie et la Suède), l'utilisateur doit agréger ou connecter son compte avant d'initier un paiement, ce qui peut nécessiter deux étapes d'authentification. Grâce à Tink, vous pouvez cependant fusionner ce processus avec une seule étape d'authentification forte (SCA). Les utilisateurs permanents, eux, n'ont pas besoin de s'authentifier deux fois puisqu'ils ont déjà donné leur consentement pour une durée allant jusqu'à 180 jours. Cette fonctionnalité est particulièrement intéressante si vous avez beaucoup d'utilisateurs réguliers.

3. Utilisez des champs pré-remplis

Vous pouvez également pré-saisir les données dont vous disposez déjà. Par exemple, un utilisateur doit généralement saisir certaines informations (comme son numéro de sécurité sociale) pour s'identifier auprès de sa banque et s'authentifier. Pré-remplir ces champs épargne des efforts à l'utilisateur et lui fait gagner un temps précieux.

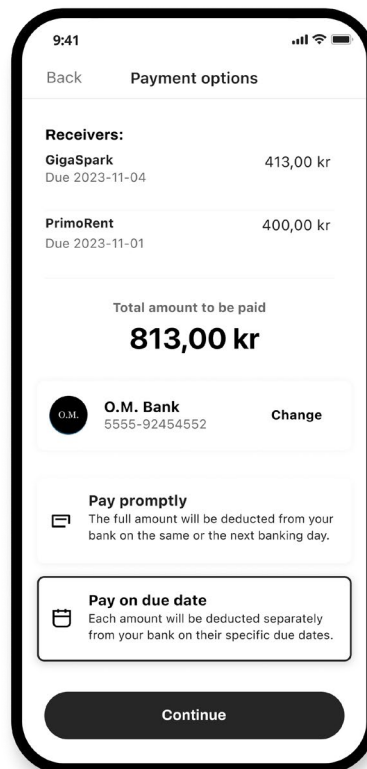
Exemple : Pré-saisir les informations bancaires et du compte source de l'utilisateur permet de sauter une étape d'authentification, réduisant ainsi le nombre d'écrans. Voir l'image ci-dessous.



4. Envisagez les paiements de masse pour les cas d'usage impliquant le règlement de factures

Régler de nombreuses factures est un processus chronophage et laborieux dans la mesure où l'utilisateur doit effectuer chaque paiement séparément en s'authentifiant à chaque fois. Sur un appareil mobile, ceci est d'autant plus délicat et peut mener à un taux d'abandon plus élevé.

La solution de paiement de Tink permet aux utilisateurs de payer plusieurs factures après une seule authentification grâce aux paiements de masse. Ainsi, les utilisateurs ne s'authentifient qu'une seule fois et économisent du temps, ce qui améliore le taux de conversion. (Disponible uniquement en Suède depuis novembre 2023)



L'essentiel :

- Évitez de dupliquer du contenu issu du flux de Tink dans votre propre flux
- Fusionnez certaines étapes pour raccourcir le flux, sans surcharger l'écran ni créer de confusion
- Assurez-vous de ne pas retirer d'informations essentielles lorsque vous supprimez des étapes
- Envisagez de segmenter les utilisateurs en fonction de leur fréquence d'utilisation (nouveaux, ponctuels et réguliers) et de leur proposer un parcours sur mesure
- Si vous disposez de ces informations, pré-sélectionnez la banque préférée et le compte source de l'utilisateur ou permettez-lui de sauter ces étapes
- Pré-saisissez toutes les informations personnelles possibles

Section 3

Un flux optimisé pour les paiements mobiles

Aujourd'hui, les utilisateurs s'attendent à pouvoir payer et transférer de l'argent rien qu'avec leur téléphone mobile. Or, les parcours utilisateurs sont rarement optimisés pour les applications mobiles. Le processus d'authentification comporte souvent trop d'étapes, ce qui ajoute des interactions inutiles et provoque des frictions. La suite de produits de Tink optimisée pour les applications mobiles permet de réduire de près de 50 % les parcours utilisateurs dans les marchés matures de l'open banking, comme le Royaume-Uni et les pays nordiques, garantissant ainsi une meilleure expérience et un parcours d'authentification plus fluide.

Les SDK mobiles

L'utilisation d'un kit de développement logiciel (SDK) conçu pour les appareils mobiles vous permettra de diviser le parcours de Pay by Bank par deux. Prenons un exemple de parcours utilisateur au Royaume-Uni. Un flux classique compte quatre étapes lors desquelles l'utilisateur doit accomplir une action.

1. L'utilisateur consent au traitement de ses données

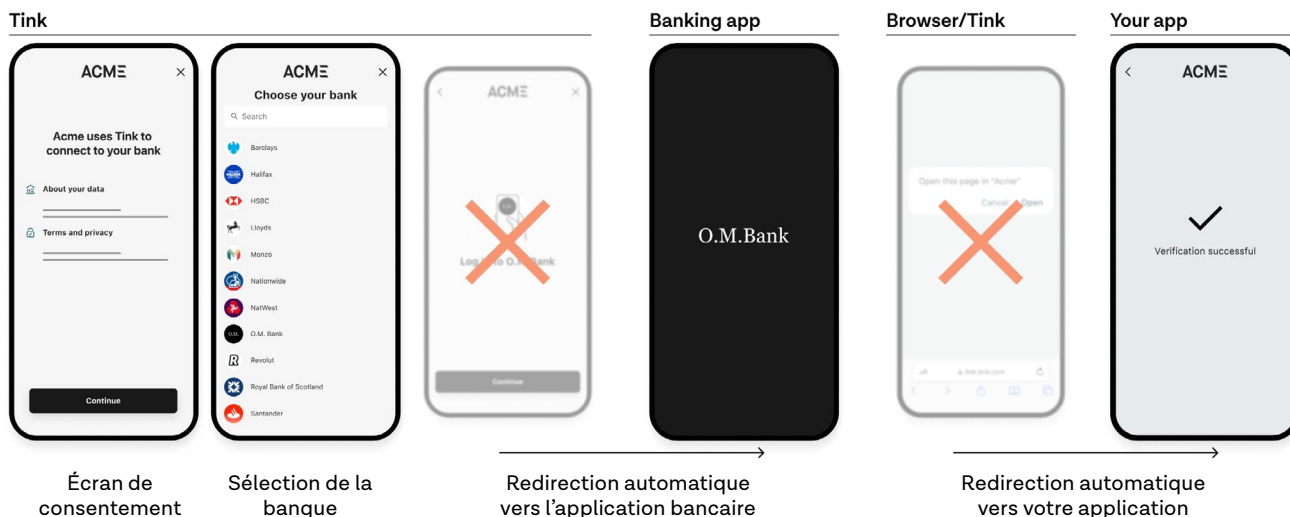
2. Il sélectionne son fournisseur de services bancaires

3. Il initie manuellement la redirection vers son fournisseur de services bancaires

4. Il initie manuellement la redirection pour revenir à l'application initiale

Chaque étape impose une interaction à l'utilisateur, ce qui est loin d'être optimal. Moins l'utilisateur doit faire de clics, plus l'expérience d'open banking est fluide.

Le SDK mobile de Tink redirige automatiquement l'utilisateur vers son fournisseur de services bancaires puis vers l'application, lui épargnant ainsi toute action. La suppression de deux des étapes manuelles du flux réduit le parcours utilisateur de moitié. Non seulement ceci a un effet considérable sur le nombre total de flux suivis avec succès, mais l'expérience utilisateur s'en retrouve aussi grandement améliorée.



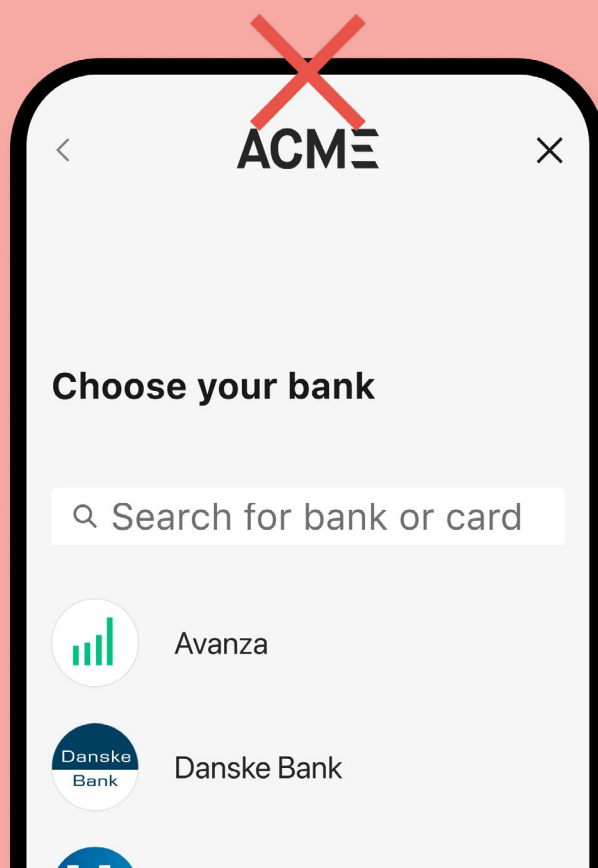
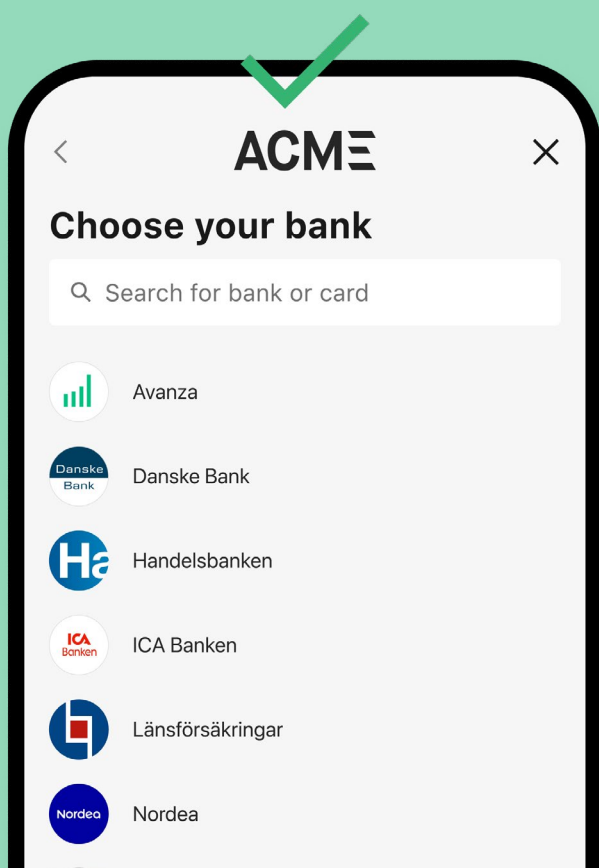
Le SDK mobile est disponible sur [iOS](#) et [Android](#).

Test sur mobile

Si vous n'avez pas d'application mais proposez tout de même des services mobiles, nous vous recommandons de tester vos flux sur un appareil mobile. Dans certains flux mobiles, le design n'est pas responsive, les boîtes de dialogues sont trop petites, ou le texte est difficilement lisible. Anticipez ces problèmes et testez votre flux sur différents appareils mobiles.

La bonne nouvelle, c'est que le [SDK Web de Tink Web](#) est optimisé pour les appareils mobiles, même si vous ne proposez pas d'application mobile. Le design s'adapte à la taille de l'écran et l'utilisateur reste sur la même fenêtre de navigation, ce qui lui garantit une transition aussi fluide que possible.

Exemple : Testez la facilité d'utilisation de votre flux sur différents appareils mobiles, pour éviter les espaces vides inutiles et garantir que le contenu est lisible et correctement formaté.

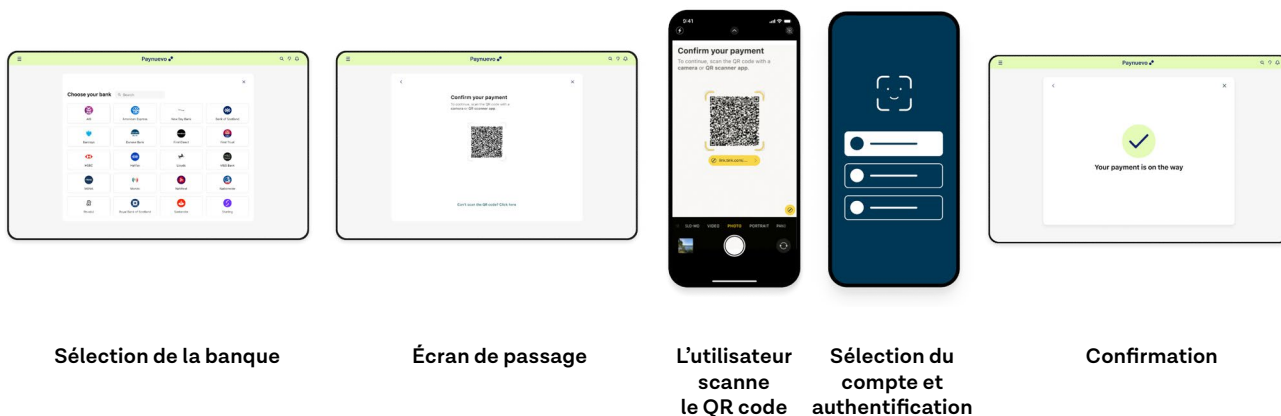


Authentification via un appareil mobile

Dans certains pays, vous pouvez proposer aux utilisateurs qui s'engagent dans un flux d'open banking depuis un ordinateur de s'authentifier sur leur application bancaire mobile.

Pour cela, l'utilisateur scanne un QR code avec son appareil mobile, comme sur l'illustration. Il peut également choisir de poursuivre le flux classique sur son ordinateur. L'utilisateur a ainsi la possibilité d'utiliser l'application mobile de sa banque pour se connecter et accomplir le processus d'authentification, ce qui assure un flux d'authentification conçu pour le mobile.

Le passage de l'ordinateur au mobile est intégré à Tink Link dans tous les cas où les banques permettent la redirection d'application à application. Cette solution résulte souvent en une augmentation considérable de la conversion. (Notez que cette fonctionnalité n'est aujourd'hui disponible qu'au Royaume-Uni, en France, et dans une moindre mesure aux Pays-Bas et en Italie.)



L'essentiel :

- Si vous proposez une application, utilisez le SDK Mobile de Tink pour réduire considérablement le nombre d'étapes
- Testez votre flux end-to-end sur différents appareils mobiles
- Activez la fonctionnalité de passage ordinateur-mobile pour proposer un flux d'authentification plus fluide

Section 4

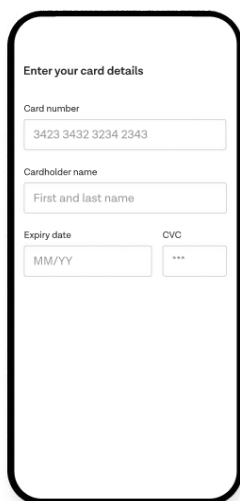
Des flux d'authentification plus courts

L'authentification bancaire occupe une place majeure dans votre flux Pay by Bank : elle permet à l'utilisateur d'approuver le paiement, vous aide à réduire les pertes liées à la fraude, et contribue à inspirer confiance.

Contrairement à d'autres types d'authentification, le Pay by Bank est conçu à partir de l'authentification forte du client (SCA), ce qui offre un flux plus rapide et une meilleure expérience sans renoncer à la sécurité.

La fonctionnalité de redirection d'application à application du SDK Mobile de Tink dirige automatiquement vos utilisateurs vers leur application bancaire pour se connecter par reconnaissance faciale ou empreinte digitale, puis les redirige vers votre service en quelques secondes. Lors des tests menés auprès de banques britanniques, le processus n'a demandé que deux clics et huit secondes.

Paiement par carte



Enter your card details

Card number

3423 3432 3234 2343

Cardholder name

First and last name

Expiry date

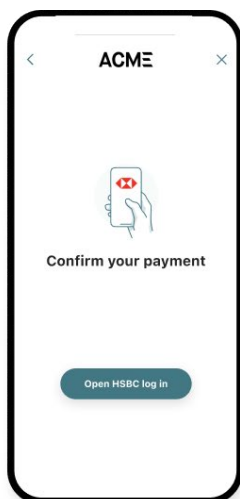
MM/YY

CVC



9 clicks
45 seconds

Pay by Bank



ACME

Confirm your payment

Open HSBC log in



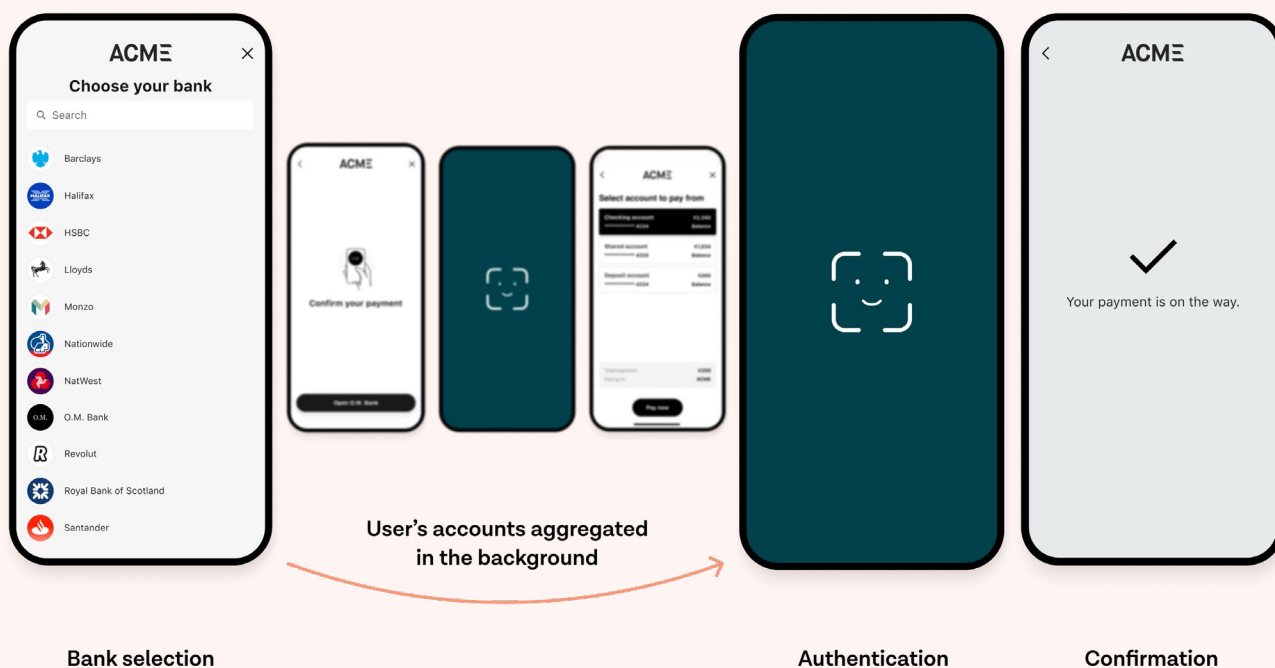
2 clicks
8 seconds

Données moyennes obtenues lors du test d'un paiement par carte avec 3D Secure et d'un paiement Pay by Bank classique avec les principales banques du Royaume-Uni en novembre 2022.

Une SCA plus rapide

Votre flux de Pay by Bank doit évidemment être conforme aux réglementations locales et aux normes de sécurité. Dans certains pays (comme l'Allemagne, l'Italie et la Suède), les utilisateurs devront éventuellement passer par deux étapes d'authentification, au lieu d'une comme c'est le cas dans d'autres pays : la première pour agréger ou connecter leur compte, la deuxième pour procéder au paiement.

Tout comme le SDK Mobile réduit le nombre d'écrans du parcours utilisateur, la solution de SCA unique de Tink vous permet de diviser le parcours de paiement par deux. Lors de la première utilisation, vos clients peuvent consentir à la conservation de leur compte source pour une durée allant jusqu'à 180 jours, vous évitant ainsi de leur demander leurs données à deux reprises. L'utilisateur s'authentifie une seule fois, sans devoir s'authentifier comme propriétaire du compte à chaque paiement.



Cette fonctionnalité réduit non seulement le parcours de paiement, mais elle peut aussi booster considérablement le taux de conversion. Les avantages :

Un paiement plus rapide

Grâce à un flux de paiement en un clic, les utilisateurs réguliers peuvent payer deux fois plus vite, passant d'un parcours de 38 secondes en moyenne en Europe à seulement 19 secondes.

Moins de frictions

Réduire le nombre d'étapes, c'est proposer aux utilisateurs une expérience plus fluide et plus satisfaisante

Une plus grande fidélité

Plus le flux sera pratique et agréable, plus les utilisateurs seront convaincus et fidèles à votre service

Un taux de conversion plus élevé

Avec une augmentation moyenne de 10 % du taux de conversion observée jusqu'à présent, l'optimisation du parcours de paiement peut entraîner une augmentation considérable du chiffre d'affaires

L'essentiel :

→ Si possible, sautez les étapes SCA inutiles (Tink applique automatiquement cette solution dès qu'elle est disponible)

→ Utilisez des SDK conçus pour les mobiles, avec redirection automatique d'application à application

→ Utilisez des messages d'aide contextuelle pour préparer les utilisateurs à un flux classique d'authentification bancaire dans votre ou vos marchés

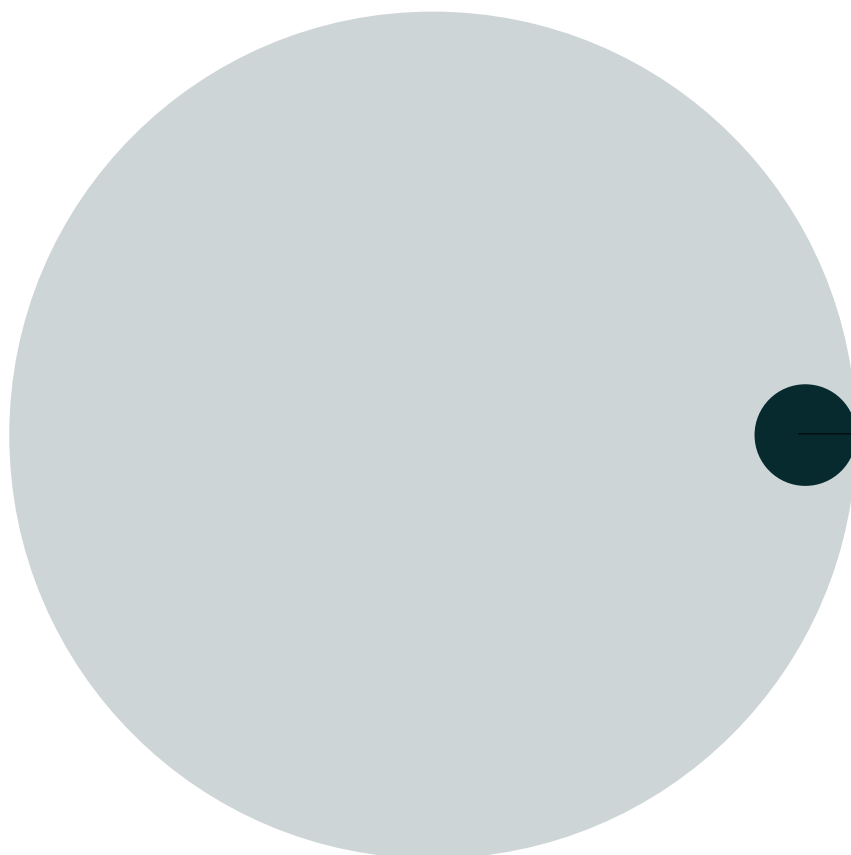
Section 5

Une communication claire avec les utilisateurs

Communiquer le bon message au bon moment est essentiel pour proposer une expérience utilisateur de qualité. Mais dans le cas des paiements, il peut être difficile de trouver le juste équilibre. Trop de contenu peut frustrer l'utilisateur, surtout lorsque sa volonté de payer est grande. En revanche, trop peu de contenu peut lui donner l'impression de ne pas être assez informé ou de manquer de sécurité.

Le grand avantage de Pay by Bank, c'est qu'initier un paiement à partir d'un compte bancaire n'a rien de nouveau. Tout le monde paie grâce à sa banque depuis des années. C'est un processus sûr et familier. Même si elle prend un nouveau nom, l'expérience utilisateur est conçue à partir du compte bancaire que chacun utilise au quotidien, ce qui constitue un premier facteur de confiance.

Les récentes études de consommation menées par Tink montrent que l'association avec la banque de l'utilisateur profite au Pay by Bank (la confiance des consommateurs envers les banques reste en effet élevée) et que le paiement bancaire est un concept familier à la plupart des consommateurs. Dès mai 2022, 12 % des personnes entre 18 et 34 ans au Royaume-Uni déclaraient l'avoir déjà utilisé. Par ailleurs, 7 millions de personnes utilisaient des services d'open banking rien qu'en janvier 2023. Vos utilisateurs pourraient donc être bien plus habitués au concept du Pay by Bank que vous ne le croyez.



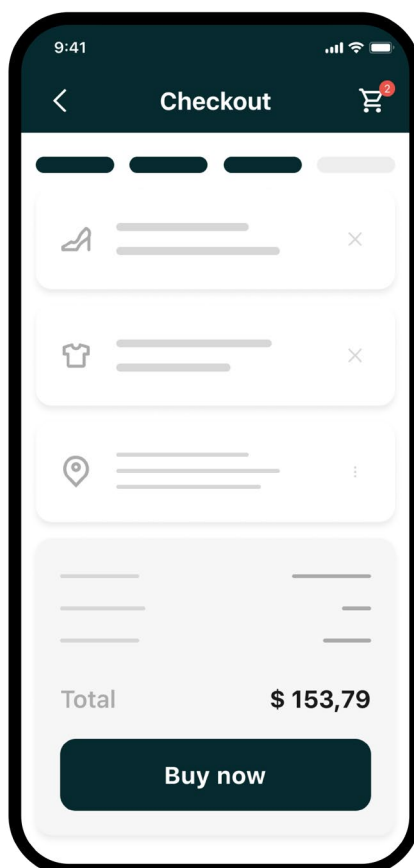
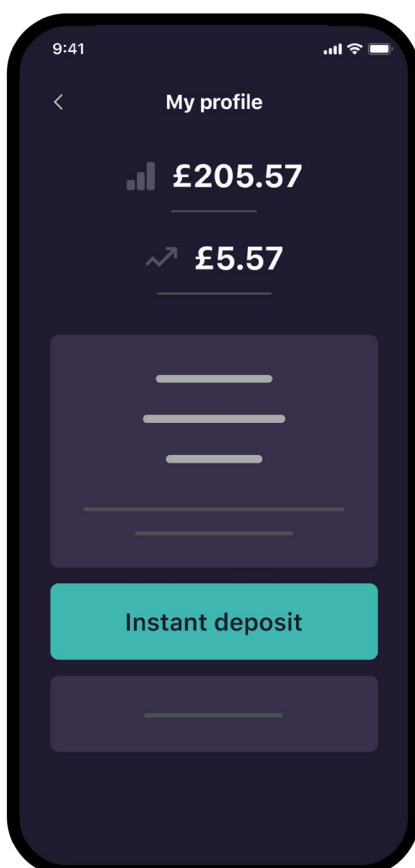
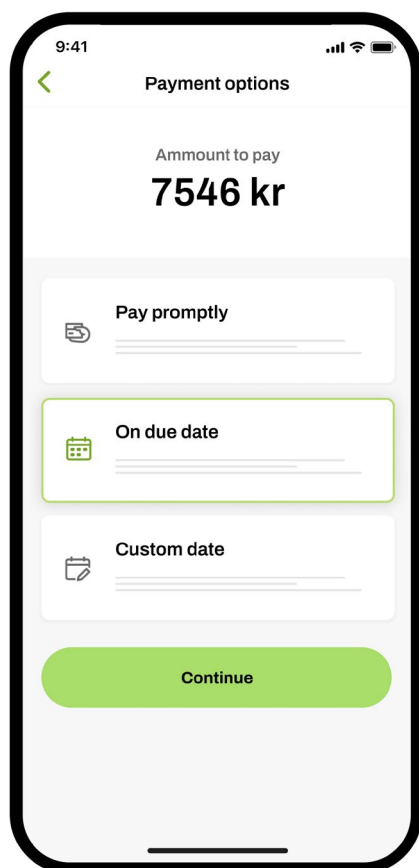
12 %

des personnes entre 18 et 34 ans installés au Royaume-Uni déclarent avoir déjà utilisé Pay by Bank

Nom et positionnement

Il n'existe aucune approche universelle en ce qui concerne le nom et le positionnement du Pay by Bank dans votre expérience utilisateur. Nous l'appelons « Pay by Bank » car c'est bien de cela qu'il s'agit, même si ce nom n'est pas forcément le plus adapté à votre cas d'usage ou à votre marché. La compréhension par les utilisateurs, et donc la conversion, doit être votre priorité.

Quel que soit le mode de paiement choisi, le type de paiement que vous demandez à l'utilisateur d'effectuer varie d'un cas d'usage à un autre. Positionnez donc votre option de Pay by Bank en fonction de ces caractéristiques. Dans certains cas d'usage, ou si vous ne proposez qu'une seule option de paiement, vous n'aurez peut-être pas besoin de donner un nom à ce service.



Régler une facture, recharger un compte ou un portefeuille, faire des achats en ligne.

Dans les cas où vous proposez plusieurs options de paiement à l'utilisateur, dont le Pay by Bank, nous vous conseillons de choisir un nom descriptif, facile à comprendre et en cohérence avec votre cas d'usage pour éviter toute confusion.

Exemple : Au moment de payer un achat e-commerce, quelque chose comme « Payer avec votre application bancaire », « Payer via votre banque » ou tout simplement « Pay by Bank » pourraient être des options efficaces. En revanche, ces termes pourraient dérouter ou dissuader l'utilisateur qui souhaite tout simplement transférer de l'argent à un ami, vers un autre compte ou vers un portefeuille numérique.

Il est donc essentiel de faire des recherches approfondies pour déterminer ce qui fonctionne le mieux pour vous et de mener des tests A/B afin de valider vos choix. Voici quelques idées pour vous guider.

Faire un achat en ligne

- Payer via une application bancaire
- Pay by Bank
- Paiement bancaire mobile

Recharger un compte

- Virement instantané
- Virement sécurisé
- Virement direct

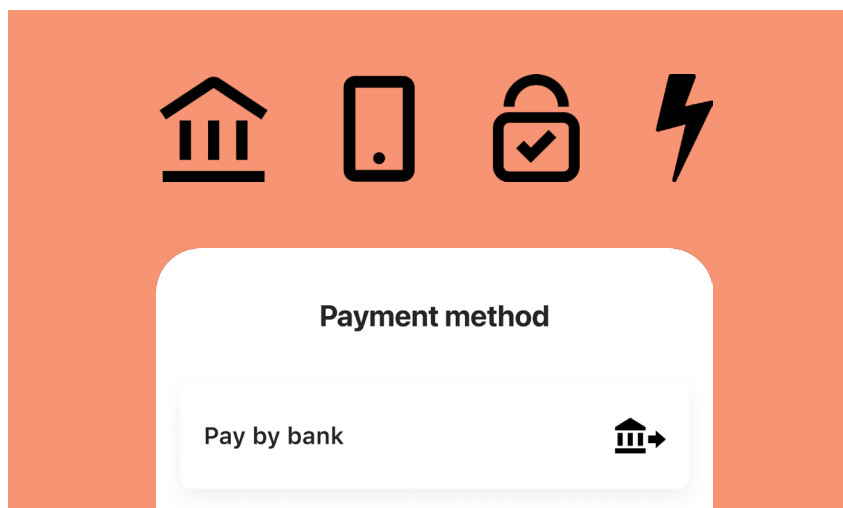
Régler une facture

- Virement sécurisé
- Paiement bancaire facile
- Payer directement depuis votre compte bancaire

Transférer de l'argent à quelqu'un

- Virement rapide
- Virement sécurisé

En ce qui concerne l'interface, pensez à accompagner votre option Pay by Bank d'icônes et d'autres éléments visuels pour que l'utilisateur sache clairement à quoi s'attendre. Ces choix doivent toujours être cohérents avec le positionnement général de votre option Pay by Bank et les points sur lesquels vous souhaitez insister (la banque, l'application mobile, la sécurité, la rapidité, etc.).



Préparez les utilisateurs en amont

Le [guide UX de Tink](#) vous explique dans le détail pourquoi il est important de préparer les utilisateurs à passer à Tink. Dans le cadre des paiements, d'autres éléments doivent également être pris en compte.

1. Informez les utilisateurs en amont

Au moment d'ajouter ou de remplacer un mode de paiement, pensez à informer les utilisateurs en amont et expliquez-leur les changements à venir. Pour cela, vous pourriez utiliser un simple e-mail, un message temporaire sur la page de paiement, ou un pop-up sur l'application.

2. Préparez les nouveaux utilisateurs

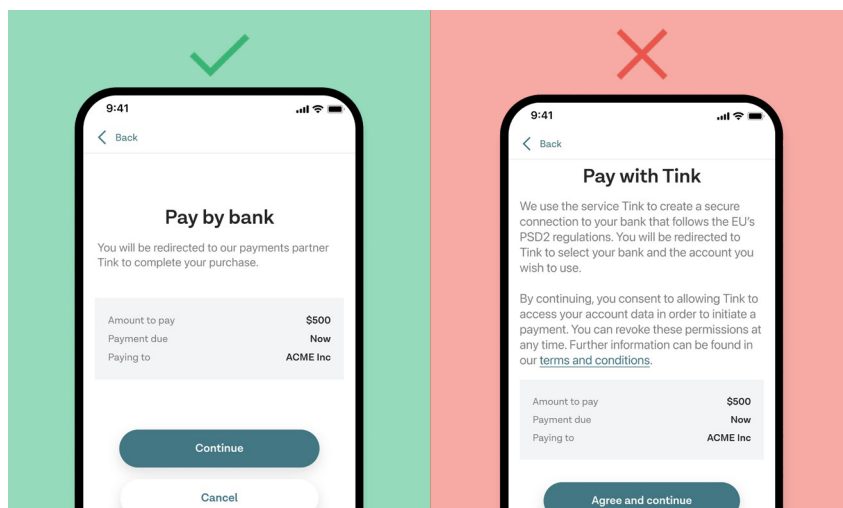
Les nouveaux utilisateurs et les utilisateurs ponctuels auront sans doute besoin guidés davantage que les utilisateurs réguliers. Les étapes qui précèdent le flux de Tink peuvent constituer le moment idéal pour introduire une « friction positive » : un message ou un écran supplémentaire informant l'utilisateur de ce qui l'attend. Les meilleurs exemples sont les plus simples : un message court expliquant que l'utilisateur va devoir s'authentifier grâce à sa banque pour procéder au paiement est un bon choix.

Une autre manière de préparer les utilisateurs est de leur rappeler que les modes d'authentification peuvent varier selon les banques et les pays. Dans certains pays, comme l'Allemagne et les Pays-Bas, il n'est pas rare que les banques demandent aux utilisateurs de se servir d'un lecteur de carte pour s'authentifier.

3. Évitez d'insister sur Tink

Vous pourriez être tenté de faire référence à Tink au cours du parcours de paiement. Cependant, nous mentionner sans contexte approprié peut être source de confusion.

Exemple : Sur les écrans qui précèdent le flux de Pay by Bank, nous vous recommandons de préparer les utilisateurs à ce qui les attend et de ne leur donner que des informations nécessaires, plutôt que d'insister sur votre partenariat avec Tink.



Les messages d'aide contextuelle

Lors d'un paiement en ligne, les utilisateurs doivent se sentir en sécurité et en confiance à tout moment. Il faut les aider à comprendre ce qu'ils doivent faire, ce qui va se produire, et comment agir en cas de problème.

1. Le partage des données

Afin de rediriger l'utilisateur vers Tink, nous vous conseillons de lui indiquer de manière claire et concise les informations qu'il sera amené à nous communiquer. La divulgation progressive est une bonne option qui consiste à ne donner à l'utilisateur que des informations essentielles et à lui proposer une solution simple pour en savoir plus (comme un encart déroulant).

2. L'aide contextuelle

Les messages d'aide contextuelle permettent à l'utilisateur de comprendre où il se situe dans le parcours et quelles sont les prochaines étapes. Prenons l'exemple des erreurs et des paiements réussis. Une fois que l'utilisateur a initié un paiement, confirmez-lui que tout a bien fonctionné en affichant un reçu ou un résumé du paiement, et en indiquant clairement le statut du paiement sur l'application. Ainsi, l'utilisateur sait que le transfert est bien en cours, même si le paiement n'a pas encore été traité.

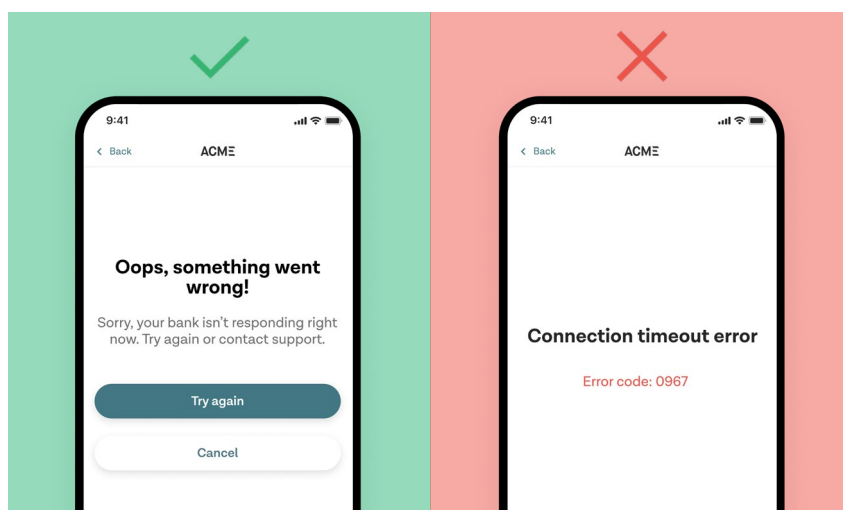
3. La validation des informations de l'utilisateur

Vous pouvez également utiliser des messages d'aide contextuelle pour valider les informations de l'utilisateur en temps réel, à partir des conditions de paiement. Ceci peut prévenir la saisie incomplète ou erronée d'informations et donc les échecs de paiement inutiles. Si vos utilisateurs sont amenés à transférer des montants importants, nous vous conseillons d'indiquer clairement des limites de montant (en fonction des conditions générales de la banque).

4. Les messages d'erreur

Quand un problème survient, les utilisateurs ont besoin de savoir ce qui s'est passé et comment réagir. Certaines banques utilisent des messages d'erreur assez génériques, mais chez Tink, nous essayons d'être aussi précis que possible. Pour mieux informer l'utilisateur et lui indiquer les prochaines étapes, nous avons défini des codes d'erreur.

Exemple : Au moment de concevoir des messages d'erreur, donnez à l'utilisateur le plus de contexte possible et indiquez-lui clairement la marche à suivre.



Le contenu localisé

Lorsque vous étendez vos services à un nouveau marché, vous devez généralement intégrer des modes de paiement locaux, vous conformer aux réglementations locales et localiser le contenu de votre application. Grâce à Tink et au Pay by Bank, une grande partie de ce travail est accomplie automatiquement.

Il suffit de modifier deux paramètres sur Tink Link pour lancer votre produit sur différents marchés. Tout le contenu est localisé avec créativité, qu'il s'agisse de la langue, des banques ou des conditions générales. Vous pouvez ainsi configurer le contenu et vous lancer dans de nouveaux marchés en quelques clics. Ce système est d'autant plus avantageux que les services de Tink sont disponibles dans 18 marchés avec plus de 6 000 connexions avec les principales banques européennes.

market vous permet d'activer l'écran de sélection de banque pour un marché donné sans avoir à construire une fonctionnalité supplémentaire



```
.../pay/?client_id=clientId&redirect_uri=redirectURI&paymentId=paymentId&market=GB&locale=en_GB
```



```
.../pay/?client_id=clientId&redirect_uri=redirectURI&paymentId=paymentId&market=DE&locale=de_DE
```

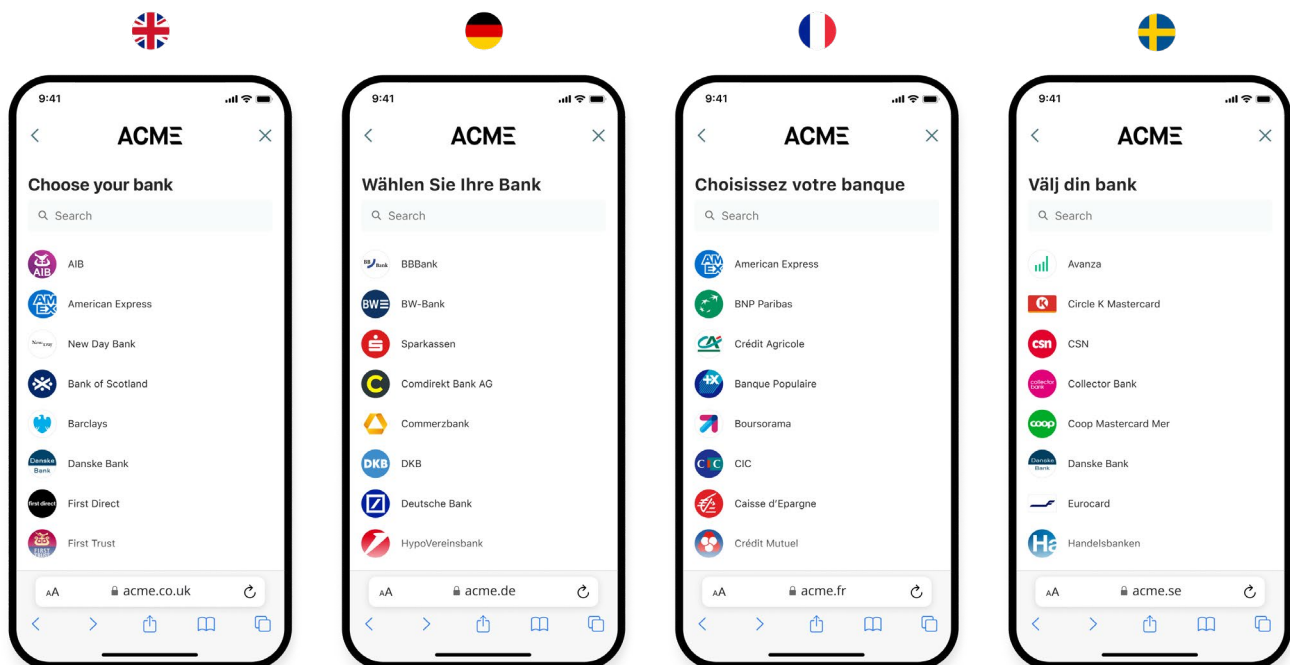


```
.../pay/?client_id=clientId&redirect_uri=redirectURI&paymentId=paymentId&market=FR&locale=fr_FR
```



```
.../pay/?client_id=clientId&redirect_uri=redirectURI&paymentId=paymentId&market=SE&locale=se_SE
```

locale vous permet d'activer une ou plusieurs langues, assurant aux utilisateurs une bonne compréhension



L'essentiel :

- Choisissez un nom et un symbole clairs et reconnaissables pour votre mode de paiement
- Informez les utilisateurs avant d'ajouter ou de remplacer un mode de paiement
- Expliquez brièvement aux utilisateurs ce qui les attend, surtout s'il s'agit de leur première utilisation
- Communiquez aux utilisateurs les conditions générales de manière non intrusive
- Utilisez des statuts pour signaler les paiements réussis ou les erreurs et guider les utilisateurs
- Assurez-vous que l'intégralité de votre contenu est localisée et pertinent

Section 6

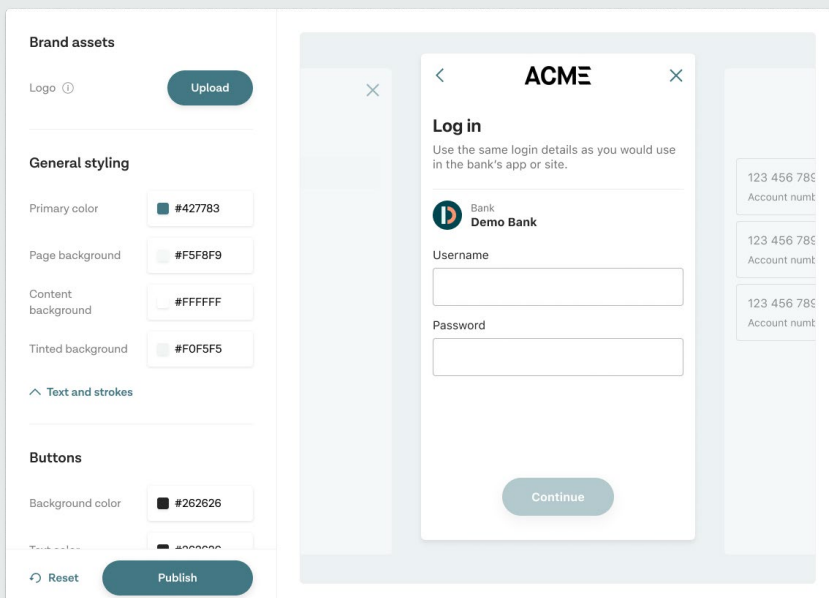
Une interface et un flux cohérents

Chez Tink, nous pensons qu'il est essentiel que votre flux reflète l'image et l'identité de votre marque. Inspirer un sentiment de confiance et de sécurité à l'utilisateur est particulièrement important quand il s'agit de paiements et de traitement de données. Une expérience visuelle cohérente permet aussi de réduire la charge cognitive, optimisant encore le taux de conversion.

Le service Pay by Bank de Tink est une solution en marque blanche. Seul votre logo ou celui de votre vendeur apparaît. Les couleurs, la typographie et le tone of voice (style de communication) sont personnalisés selon votre image de marque. Comme indiqué dans la section précédente, vous pouvez adapter le nom et le positionnement de ce mode de paiement à votre cas d'usage et à votre expérience utilisateur. Ainsi, vous contrôlez entièrement la manière dont vous le présentez aux utilisateurs.

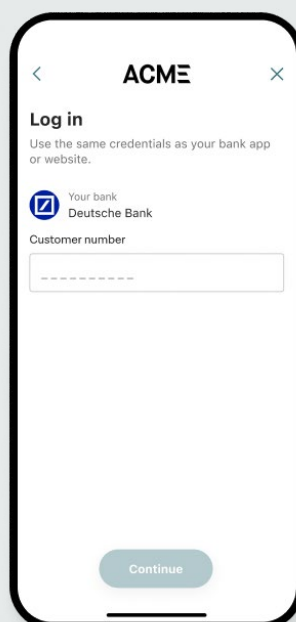
Une interface personnalisable

La Tink Console et nos API de personnalisation assurent une transition fluide entre l'étape de paiement et le flux de Tink. Nous vous conseillons de toujours utiliser des couleurs cohérentes et d'ajouter des logos personnalisés. Consultez le [guide UX de Tink](#) pour découvrir des exemples.

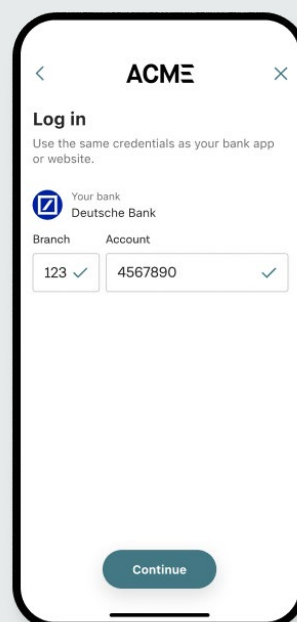


La cohérence est essentielle

Pour garantir la cohérence du parcours utilisateur, nous vous conseillons d'utiliser les mêmes champs de saisie dans le flux de Tink Link que ceux que vos clients ont l'habitude de saisir sur vos propres interfaces de connexion. Dans l'exemple de droite, les champs étaient différents de ceux habituellement proposés sur la page de connexion, ce qui était source de confusion pour les utilisateurs au moment de saisir leurs identifiants. L'alignement du flux d'open banking avec la page de connexion a permis aux utilisateurs d'identifier clairement quelles informations saisir.



Ancien champ unique



Nouveaux champs séparés

Le tone of voice

Une autre manière de garantir la cohérence de votre flux consiste à vous adresser aux utilisateurs comme vous avez l'habitude de le faire, avec le tone of voice (style de communication) de votre marque. Ceci est particulièrement important pour les étapes que vous hébergez sur votre propre application.

En règle générale, utilisez des textes simples et pertinents : les longs paragraphes ont tendance à dissuader les utilisateurs (ceux-ci n'ont probablement pas besoin de tout savoir sur la DSP 2). Un parcours utilisateur fluide fait un usage modéré du texte, qui est toujours clair, concis et adapté au contexte. Évitez le jargon technique et les termes compliqués. Utilisez des boutons d'appel à action (CTA) clairs.

Notez que nous effectuons un test A/B pour tous les contenus qui apparaissent sur les écrans du flux de Tink, et que le flux est toujours localisé selon le pays et la langue choisis par l'utilisateur.

L'essentiel :

- Garantisiez la cohérence du flux en le personnalisant selon votre image de marque sur la [Tink Console](#)
- Personnalisez entièrement l'apparence de Tink Link, du logo jusqu'à la typographie, pour le web, iOS et Android et adaptez-la à votre application en toute simplicité
- Garantisiez la cohérence du flux en reflétant les champs de saisie de vos pages de connexion
- Utilisez le tone of voice de votre marque tout au long du parcours sur votre application
- Faites preuve de transparence et communiquez avec les utilisateurs sans les assommer de texte
- Chez Tink, nous optimisons continuellement nos propres textes et les localisons pour chaque pays

Section 7

Tests et itérations

Ça y est, vous avez conçu et construit votre parcours utilisateur, et configuré Tink Link. Vous voilà donc prêt à lancer votre produit. Mais pas si vite ! Les flux qui rencontrent le plus grand succès ont été validés par des testeurs, testés en interne auprès d'employés, et déployés progressivement auprès de groupes d'utilisateurs sélectionnés. Tester et réitérer les flux au fil du temps est une étape cruciale pour créer la meilleure expérience possible, introduire de nouvelles technologies ou demander aux utilisateurs de modifier leur comportement.

La validation des testeurs

Avant de tester votre flux auprès d'utilisateurs et de paiements réels, vous devez vous assurer qu'il fonctionne. Tink a configuré des testeurs pour de nombreux pays, qui vous permettent de simuler le parcours utilisateur dans différents scénarios et cas limite.

L'approche « test and learn »

Au moment de planifier le déploiement de votre produit, prévoyez suffisamment de temps pour le tester en interne et l'étendre progressivement à votre audience en réitérant le flux petit à petit. Les lancements qui rencontrent le plus grand succès sont d'abord testés dans un pays donné auprès d'un groupe d'utilisateurs avant d'être étendus à d'autres pays et utilisateurs.

S'il n'existe pas de règles strictes en matière de design UX, il est toutefois important de procéder à des tests A/B avant de prendre une décision. Nous collaborons étroitement avec nos partenaires avant, pendant et après la phase de lancement afin de tester et d'optimiser leurs intégrations.

L'essentiel :

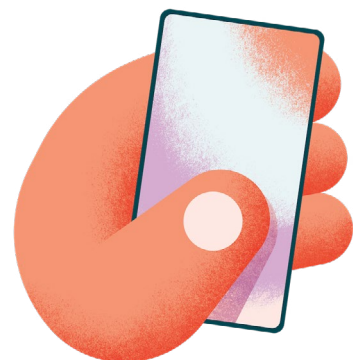
- Validez votre flux à l'aide des testeurs et auprès de collègues avant de passer aux utilisateurs réels
- Déployez votre flux progressivement, en recueillant l'avis des utilisateurs et en réitérant le flux petit à petit
- Certains pays ont un marché d'open banking plus mature que d'autres : une approche progressive au cas par cas vous permettra de vous adapter aux subtilités locales

Section 8

Checklist du design UX



- ✓ Apprenez à connaître vos utilisateurs, leur cas d'usage et leurs motivations (vous pouvez commencer par créer des user personas)
- ✓ Utilisez les SDK Mobiles pour les applications Android et iOS
- ✓ Créez des flux différents pour les nouveaux utilisateurs et les utilisateurs réguliers
- ✓ Personnalisez le flux selon votre image de marque
- ✓ Retirez le contenu et les écrans inutiles
- ✓ Incluez des indications de statut (erreur, paiement réussi...) dans votre design
- ✓ Préparez les utilisateurs avant de les rediriger
- ✓ Enregistrez les choix précédents des utilisateurs
- ✓ Testez le flux auprès de collègues et d'utilisateurs réels, et recueillez leurs avis
- ✓ Planifiez un déploiement progressif auprès de groupes d'utilisateurs



Vous souhaitez créer votre propre expérience de **Pay by Bank** ?

Chez Tink, nous pensons que le Pay by Bank présente un potentiel considérable en termes de qualité UX. Une ligne de code suffit pour l'intégrer à n'importe quel support, qu'il s'agisse de paiements e-commerce, de factures ou de QR codes. L'interface est personnalisable selon chaque marque et peut donc s'intégrer à n'importe quel parcours utilisateur. Le flux d'authentification est conçu pour être proposé en ligne. L'utilisateur n'a qu'à cliquer : aucune saisie manuelle n'est requise. En résumé, le Pay by Bank, c'est la rapidité. 5 clics, 30 secondes, et c'est fait.

**Contactez-nous pour en savoir
plus sur la manière dont Tink peut
vous fournir la solution de Pay by
Bank dont vous avez besoin.**

Approfondissements :

- Qu'est-ce qu'un bon taux de conversion pour le Pay by Bank ? (article uniquement disponible en anglais)
- Comment atteindre le meilleur taux de conversion possible pour le Pay by Bank (article uniquement disponible en anglais)
- 3 manières d'accélérer l'adoption du Pay by Bank (article uniquement disponible en anglais)
- Accélérer les taux de conversion de l'open banking (article uniquement disponible en anglais)



