

A close-up photograph of a woman's face on the left, showing her nose and bright red lips. Her hands are positioned below, holding a stream of small, light-colored seeds or particles that fall from her fingers, creating a vertical path of falling seeds that fills the center of the frame. The background is a soft, out-of-focus white.

# Distribution et relation clients : vers l'éloge de l'immédiateté ?

**precisely**

En partenariat avec



Nous sommes dans une course de vitesse. La société actuelle passe d'un mode de fonctionnement « à temps long » où les repères se comptaient en année à l'échelle de l'individu, en siècle à celle de l'histoire, à un mode « à temps court », société du zapping, du fast et dans laquelle il s'agit de vivre l'intensité sans la durée et d'obtenir des résultats à l'efficacité immédiate.

Nos entreprises sont désormais confrontées à ce « phénomène d'immédiateté », du « zéro délai » dans la vie courante et quotidienne, incarnant le besoin d'obtenir les résultats les plus rapides et les plus performants possibles dans le moins de temps possible. Le client exige de fait une immédiateté « naturelle » qui oblige les entreprises du secteur de l'assurance à s'interroger et surtout à transformer radicalement leurs pratiques, leurs process, leurs organisations, ... . Ce besoin actuel d'immédiateté, associé à de la personnalisation et de l'interactivité voulues par les clients transforme nos entreprises, fracture les métiers, challenge les collaborateurs et nécessite de disposer d'outils agiles. La relation clients est l'affaire de tous ! **Les entreprises du secteur de l'assurance : doivent-elles s'adapter au « temps » de l'immédiateté souhaité aujourd'hui par les clients ? Ce « temps » de l'immédiateté, impacte-t-il concrètement, l'organisation des entreprises ?**

**C'est l'objet de cette enquête totalement anonymisée. Réalisée sur internet du Mardi 16 Mars au Lundi 22 mars 2021**

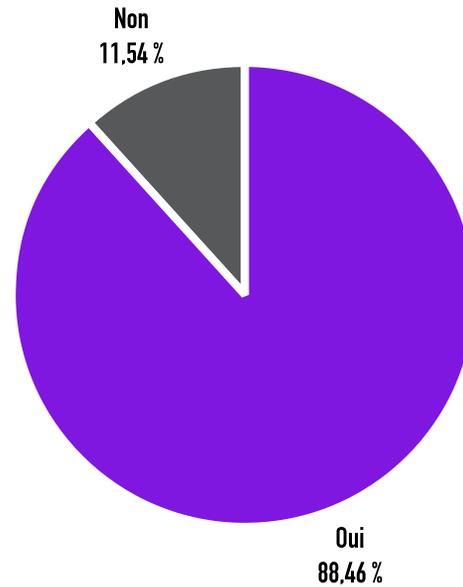
**A destination des professionnels du secteur de l'assurance . 203 répondants à l'intégralité des questions (16)**

**precisely**

En partenariat avec

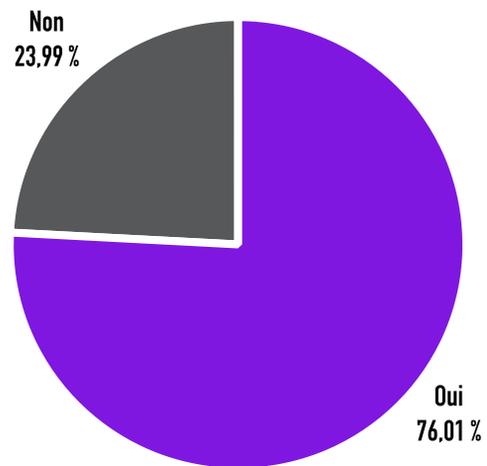


**D'un point de vue général, l'entreprise doit-elle s'adapter au « temps » de l'immédiateté, souhaité aujourd'hui par les clients ?**



**precisely**

**D'un point de vue spécifique, les entreprises du secteur de l'assurance doivent-elles s'adapter au « temps » de l'immédiateté, souhaité aujourd'hui par les clients ?**

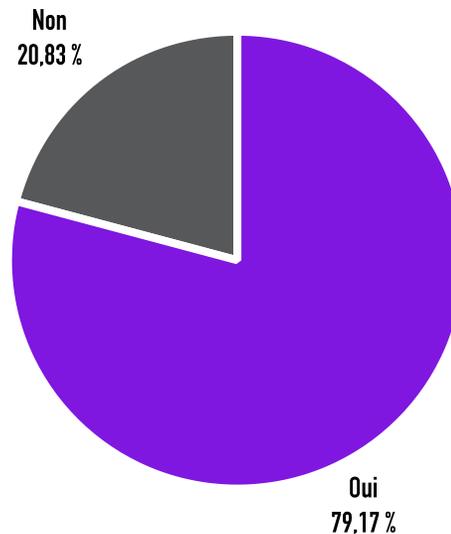


**precisely**

En partenariat avec



**Pour les clients, ce qui peut incarner le « standard » de l'immédiateté et de la personnalisation semblent-être des entreprises comme Amazon, Netflix, Apple, ... et rarement des assureurs. Pensez-vous que ces « standards » de la relation clients, doivent s'appliquer au secteur de l'assurance ?**



**precisely**

## Pourquoi ? (Quelques verbatims)

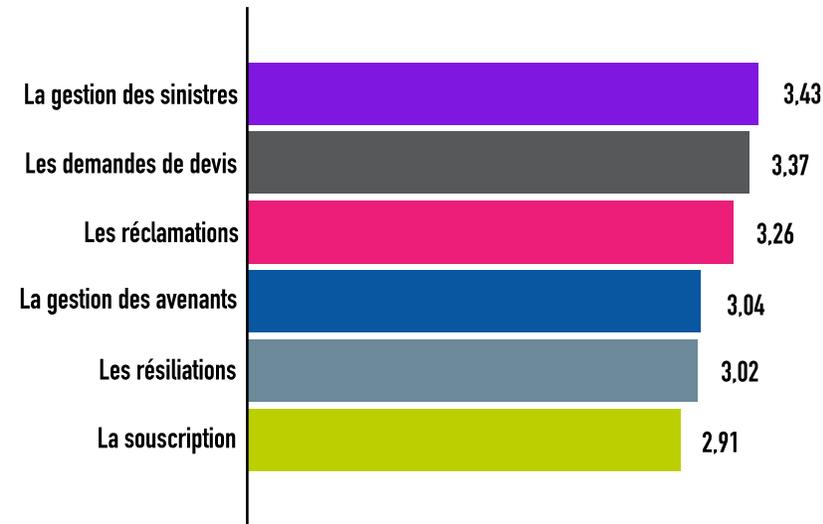
- « Le secteur de l'assurance est un service. En tant que partenaire de nos Clients nous devons répondre aux besoins et demandes de nos assurés. »
- « Quand le client a goûté à la performance, le standard de qualité attendu évolue. »
- « Le consommateur s'est familiarisé au e-commerce. la digitalisation est devenu synonyme de simplicité et d'immédiateté. »
- « Oui à l'immédiateté concernant les actes de souscription et gestion. Plus compliqué pour le règlement de sinistre complexe en IARD comme en assurances de personnes »
- « Apparition de nouveaux acteurs dans le domaine de l'assurance avec de nouveaux codes, le client final a pris l'habitude de traiter ses différents sujets avec rapidité et besoin de transparence. »
- « Pour beaucoup de demandes simples il n y a pas de raison pour que l'assurance prenne plus de temps à répondre que d'autres entreprises. »
- « Il s'agit d'un phénomène sociétal généralisé »
- « Il faut savoir accepter certains délais dans des réponses, certaines demandes peuvent être prise en compte rapidement mais d'autre demandent plus de travail. »

precisely

En partenariat avec

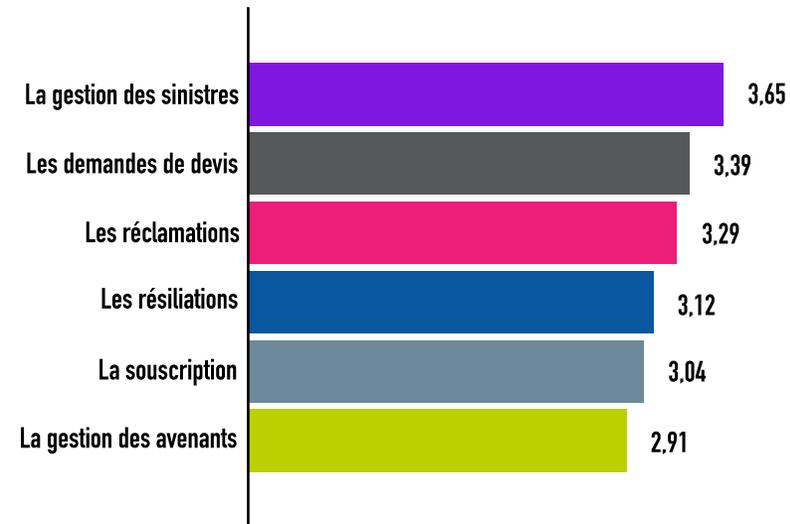


**Est-il indispensable que les assureurs accélèrent significativement la palette des services immédiats proposés aux assurés, 24/7 ? Dans toutes les étapes de la vie d'un contrat, pour : (de 0, pas du tout indispensable à 4 très indispensable)**



**precisely**

**Selon vous, les assurés souhaitent-ils des services immédiats 24/7, pour :  
(de 0 pas de demande des assurés à 4 très forte demande des assurés)**



**precisely**

En partenariat avec



**Selon votre ressenti général, en tendance, veuillez noter les délais de réaction (réponse) de l'assureur vers les clients (chaque proposition doit être notée de 0 à 4 – 0 plus d'une semaine, 1 moins d'1 semaine, 2 moins de 48H, 3 moins d'une journée, 4 mo**



**Les demandes  
de devis**



**La souscription**



**La gestion  
des avenants**



**La gestion  
des sinistres**



**Les résiliations**



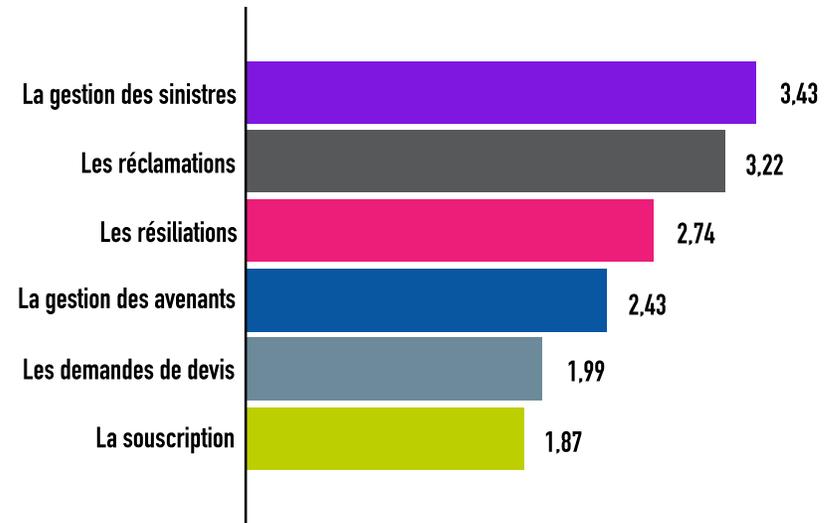
**Les réclamations**

**precisely**

En partenariat avec

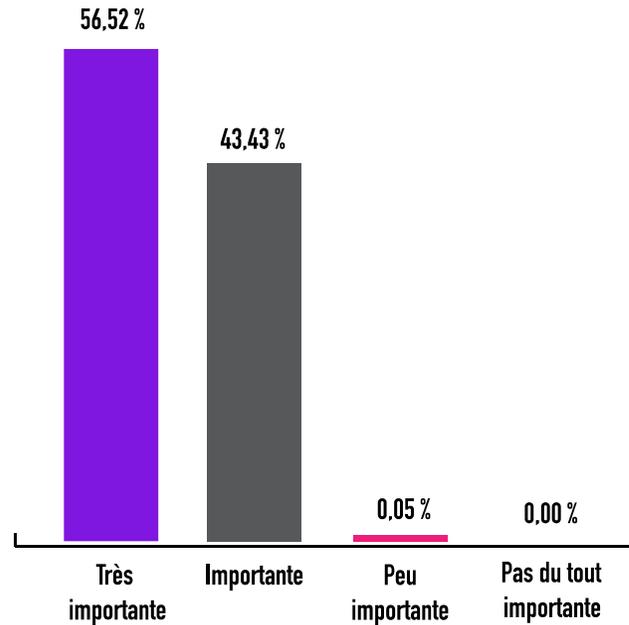


**Selon vous, dans quel domaine l'assurance doit-elle accélérer les délais de réaction vers ses clients (chaque proposition doit être notée de 0 à 4 – 0 pas d'accélération, 4 forte accélération)**



**precisely**

**L'immédiateté des réponses apportées aux besoins des clients, est-elle importante dans la qualité globale de la relation clients ?**



**precisely**

## Pourquoi ? (Quelques verbatims)

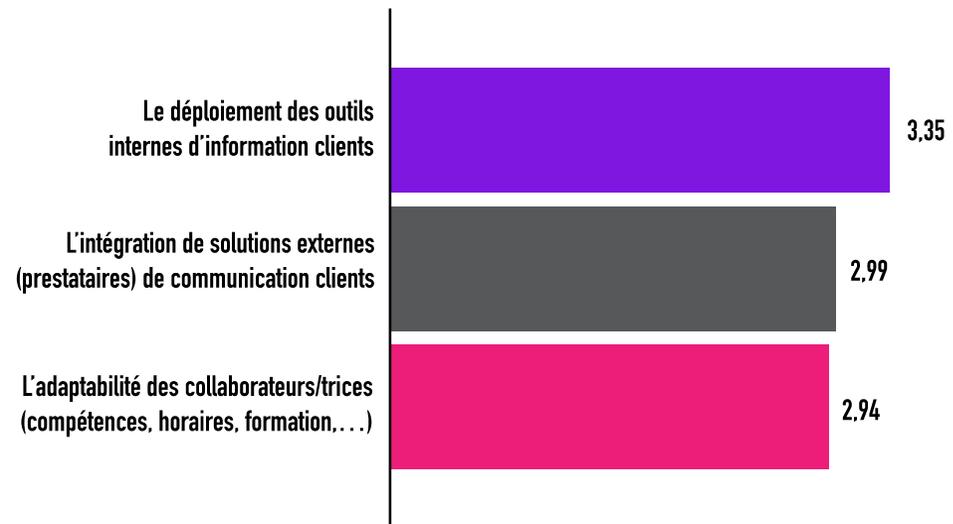
- « Simplement parce qu'elle répond à une demande »
- « Pour l'image de marque et la satisfaction client »
- « Les attentes clients évoluent vers de l'immédiateté et tout traitement trop long engendre insatisfaction client et réitération de la demande (donc coûts supplémentaires pour la compagnie) »
- « Assurer c'est aussi rassurer »
- « Pour ne pas laisser le doute s'installer chez les clients ... et leur donner envie de passer à la concurrence ! »
- « Les situations de contact avec son assureur ne sont pas fréquentes. Elles doivent donc être irréprochables »
- « Les clients ne veulent plus attendre. Ils payent pour un service et bien souvent sont mal voire très mal servis alors que leur fréquence de consommation et d'interaction est faible (en assurance) »
- « La vitesse et le prix sont prioritaires pour la majorité des clients »
- « Quand le client appelle, il veut une réponse et du conseil. Sinon autant passer par du selfcare »
- « A minima au moins dire au client que sa demande est prise en compte et qu'une réponse définitive lui sera transmise dans les meilleurs délais »

precisely

En partenariat avec



**Est-il indispensable que l'ensemble des moyens internes ou externes relatifs à la gestion de la relation clients, s'adapte en termes de délais de mise en place, à cette immédiateté souhaitée par les clients ? (chaque proposition doit être notée de 0 à 4 – 0 pas indispensable à 4 indispensable et urgent )**

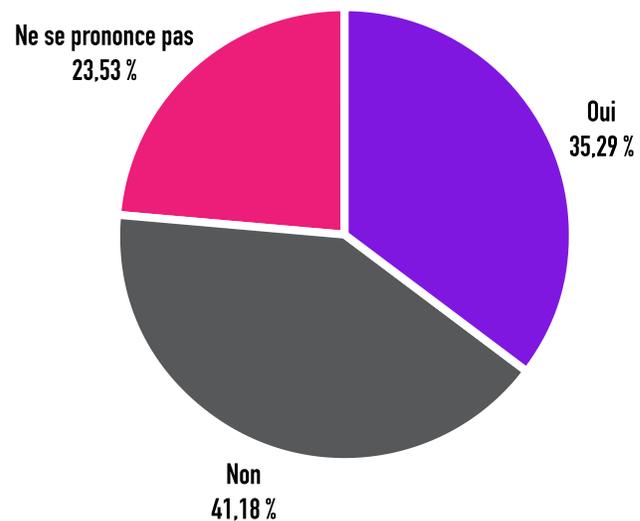


**precisely**

En partenariat avec



**A titre d'exemple, à votre avis, est-il possible de mettre en place techniquement un outil d'interaction client en 5 jours (exemple Chatbot) ?**

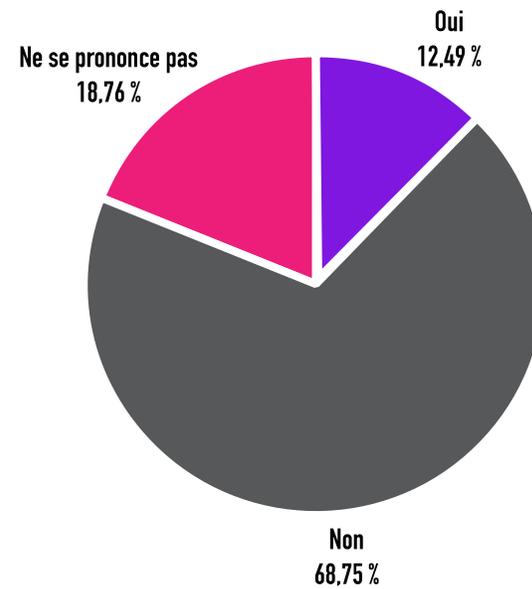


**precisely**

En partenariat avec



**Le vidéo bot (outil vidéo interactif intelligent) est un nouvel outil pour optimiser l'immédiateté, la personnalisation avec les clients, l'utilisez-vous ?**



**precisely**

## Pourquoi ? (Quelques verbatims)

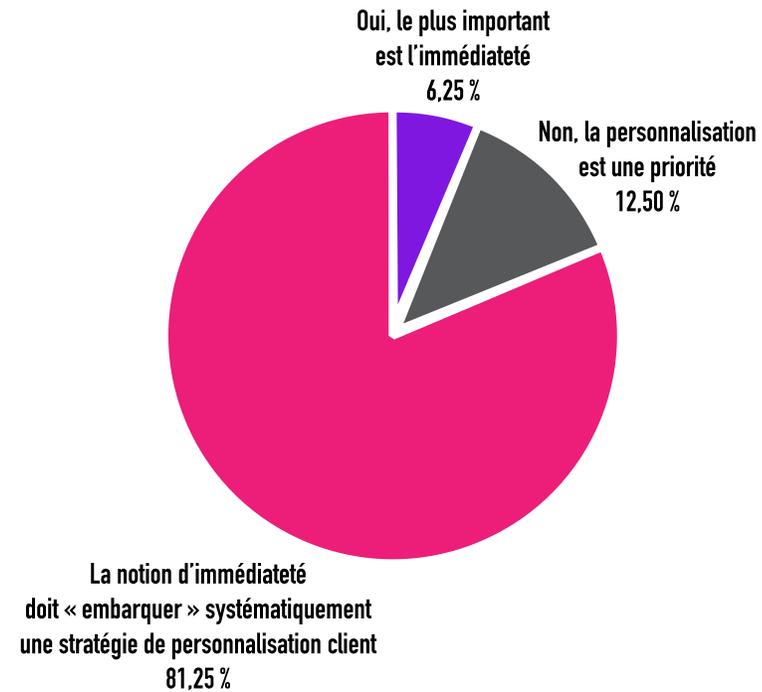
- « Pas encore démocratisé »
- « Pas les moyens financiers et techniques pour implémenter »
- « Offrir toutes les possibilités d'interaction aux clients »
- « Attention aux Bots (call ou vidéo) utiles sur des questions/réponses simples (état de suivi d'un sinistre, primes) mais qui peuvent s'avérer vite agaçants sur des questions complexes
- « Clientèle rurale âgée pas adaptée aux bots »
- « Le coût »
- « Pas eu l'occasion de le découvrir »

precisely

En partenariat avec



## La notion d'immédiateté de réponse aux besoins des clients, l'emporte-t-elle sur la personnalisation de la relation client ?



**precisely**

En partenariat avec



# Aujourd'hui qu'est-ce qui vous empêche de répondre immédiatement (en temps réel) à vos clients ?

01

Les outils technologiques de l'entreprise

02

Les process & procédures internes

03

Le manque de "culture client" interne

04

Les budgets à consacrer

05

La qualité des données

**precisely**

En partenariat avec



**Aujourd'hui qu'est-ce qui vous empêche de personnaliser, comme vous le souhaiteriez, les relations avec vos clients ?**

**01**

Les outils  
technologiques  
de l'entreprise

**02**

La qualité  
des données

**03**

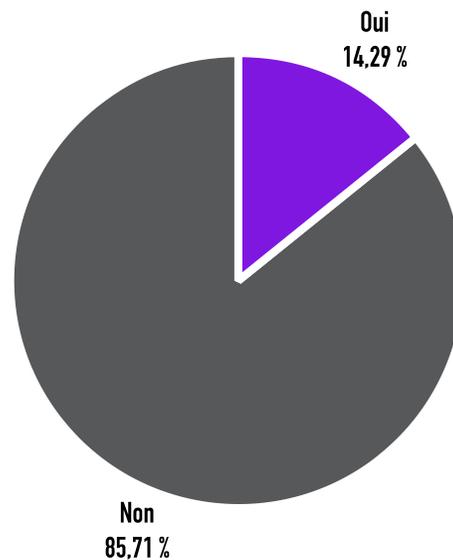
Les budgets  
à consacrer

**precisely**

En partenariat avec



**Est-ce vous pensez que la réglementation RGPD empêche la personnalisation voulue par le client ?**

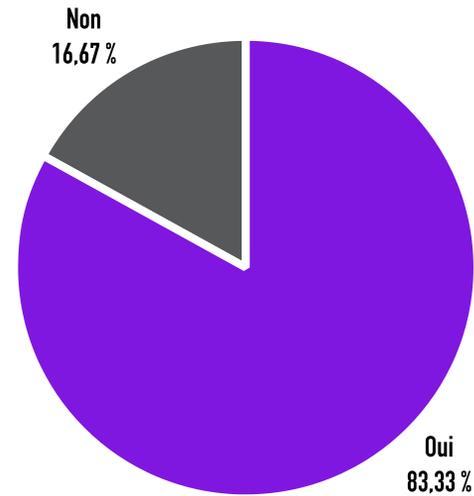


**precisely**

En partenariat avec



**Des outils plus personnalisés, qui répondent aux besoins d'immédiateté des assurés se développent de plus en plus. Pensez-vous en 2021, augmenter la « palette » des canaux de communication accessibles immédiatement par vos assurés ?**



**precisely**

En partenariat avec

