

# Construire des nouveaux parcours clients

En Assurance Vie et IARD

2016



BANQUE - FINANCE - ASSURANCE - PROTECTION SOCIALE

[www.pericles-group.com](http://www.pericles-group.com)

# Construction des nouveaux parcours clients

## Contexte de nos interventions

1. **Le marché de l'assurance a pris conscience de la nécessité d'intégrer le Digital dans toute stratégie de distribution et de le traduire de façon concrète à la fois pour l'interne et pour ses clients.**
2. **Périclès Group accompagne de nombreux acteurs de l'assurance dans leurs projets de transformation digitale au sens large et plus précisément dans la construction des nouveaux parcours clients.**
3. **Les parcours clients vont permettre d'identifier les évolutions produits et services nécessaires, les optimisations de processus internes possibles, et d'aider à mettre en place de nouvelles capacités distributives motivées par l'omnicanalité.**



### L'omnicanalité : un enjeu prioritaire

Les clients (commerciaux, distributeurs, assurés) attachent une valeur forte à la mise à disposition de **fonctionnalités et de services à distance et/ou en mobilité**. Plus qu'un axe de satisfaction client, **les nouveaux usages (internet, smartphone, tablette,...) deviennent des exigences et des éléments de différenciation**. Il est nécessaire d'en tenir compte dans l'élaboration des parcours clients.

# Construction des nouveaux parcours clients

L'approche | Analyser vos forces et faiblesses, poser la cible

Digital

Connaissance clients

## Place du digital dans les parcours clients

- Identification de la place actuelle du digital et définition de son évolution dans les parcours clients cibles
- Développement d'une culture digitale

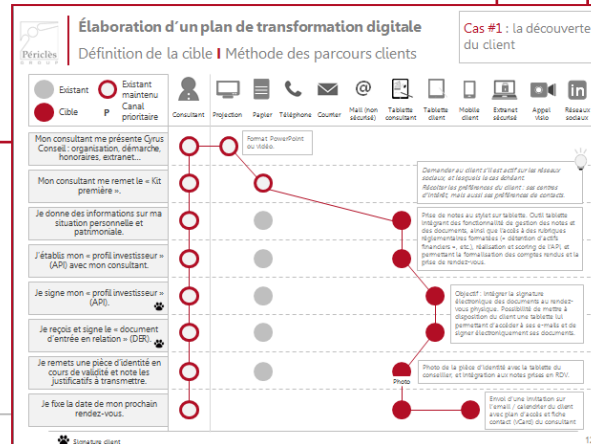
- Analyse des bases de données : enseignements pour mieux connaître les cibles visées et adapter les solutions (quels services proposés en ligne,...)

## Etat des lieux de la démarche commerciale en place

- Analyse des sites extranets selon les cibles (commerciaux, distributeurs, assurés) : le fond, la forme, l'architecture, l'ergonomie...et les sites internet
- Analyse de l'offre de services en ligne et des étapes de commercialisation
- Identification des points de rupture : des moments clés client afin d'éviter l'interruption de la chaîne de valeur commerciale

## Construction des nouveaux parcours clients

- Organisation du projet en ateliers de travail réunissant les principaux métiers impactés
- Sur la base de l'analyse de l'existant et de la connaissance marché, proposition de parcours clients bout en bout et de l'offre de services sous-jacente
- Identification des canaux de distribution et/ou outils adaptés (interne ou externe) en fonction des moments clients clés : de l'information à la gestion des prestations
- Evaluation du chiffrage et planification de la mise en œuvre



# Construction des nouveaux parcours clients

## Références et témoignages client

### PARCOURS CLIENT ASSURANCE VIE

- **Client** : Plateforme CGPI
- **Délai** : 3 Mois
- **Résultat** : état des lieux de l'existant, proposition de parcours clients cibles : CGPI et assurés, élaboration d'un catalogue de services en ligne et via outils mobile, chiffrage et planification

### PARCOURS ASSURE EN ASSURANCE VIE

- **Client** : CGPI
- **Délai** : 2 Mois
- **Résultat** : définition des ambitions de la stratégie digitale globale avec un focus sur la proposition de nouveaux parcours assurés, mobilisation des équipes en format atelier de travail, feuille de route

### PARCOURS CLIENT AUTO ET MRH

- **Client** : Filiale IARD d'un bancassureur
- **Délai** : 3 Mois
- **Résultat** : formalisation des parcours clients cibles en auto et MRH sur la souscription, gestion des contrats et des prestations, revue des processus

- **Une maîtrise de la démarche commerciale en assurance** : grâce à nos études de marché récurrentes sur les assureurs et les distributeurs (qualité de gestion des back-offices, baromètres produits et services : études qualitatives et quantitatives, séminaires client) confortés par les échanges menés dans nos Club Partenaires Vie et IARD, nous connaissons les bonnes pratiques et les difficultés de la distribution en assurance
- **Notre connaissance du marché et des outils** permet d'identifier la cible et d'envisager voire d'intégrer des solutions innovantes pour lesquelles nous vous accompagnons et organisons des rencontres de partenaires potentiels pré qualifiés
- **L'organisation d'ateliers réunissant tous les métiers impliqués** permet d'initier une culture digitale commune, de co-construire la cible à atteindre et anticiper les problèmes éventuels en les traitant en séance