

Les Centres de Relation Client dans l'Assurance

Benchmark KPMG 2018



Contexte du benchmark



Notre équipe KPMG Strategy & Business Transformation a réalisé une enquête portant sur les Centres de Relation Client (CRC) dans l'Assurance. Ceci afin d'identifier les principales tendances et les grands enjeux de transformation.

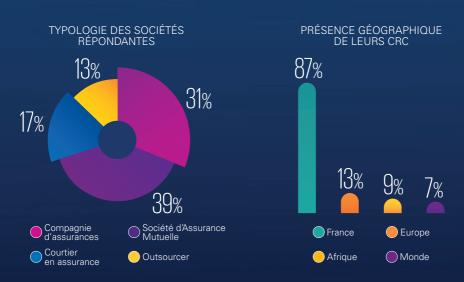


Les réponses à ce benchmark ont été collectées entre juin et septembre 2018 et anonymisées dans le cadre de notre restitution.

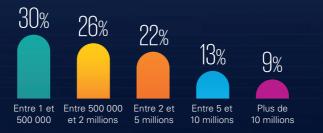


Notre panel de répondants est constitué de 23 acteurs du secteur de l'Assurance. Nos répondants représentent un CA cumulé de 120 milliards d'euros et environ 50 millions de clients.

Fiche d'identité du panel



CAPACITÉS GLOBALES DE LEURS CRC (nombre de demandes traitées annuellement)

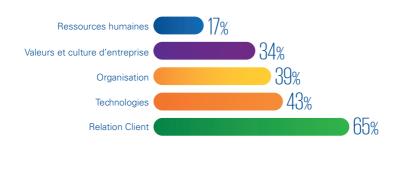


LIGNES MÉTIER D'ASSURANCE CONCERNÉES



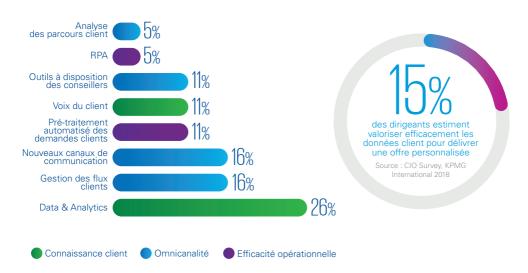
La Relation Client au cœur de la stratégie des Assureurs

Quels sont les axes de transformation prioritaires dans la stratégie globale de votre organisation ?



LES INVESTISSEMENTS PRIORITAIRES AU SEIN DES CRC EN LIEN AVEC LA RELATION CLIENT : CONNAISSANCE CLIENT ET OMNICANALITÉ

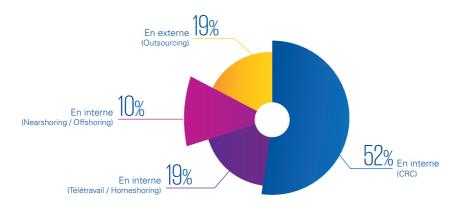
Quelles thématiques en lien avec la Relation Client vont faire l'objet d'investissements stratégiques au sein des CRC dans les 2 ans de la part de votre organisation ?



Activités & organisation

L'ORGANISATION DES CRC DANS L'ASSURANCE

Comment votre organisation gère-t-elle ses CRC?



UNE TENDANCE À DIVERSIFIER LES ACTIVITÉS AU SEIN DES CRC

Quelles sont les activités actuellement couvertes par les CRC de votre organisation ?

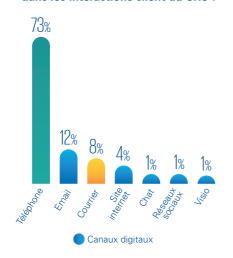




Technologie & multicanal

LES TENDANCES AUTOUR DE L'OMNICANALITÉ

Quels sont les canaux de communication sur lesquels le CRC intervient et leur part dans les interactions client du CRC? Quelle est l'évolution des flux* que vous constatez sur les différents canaux de communication gérés par le CRC?





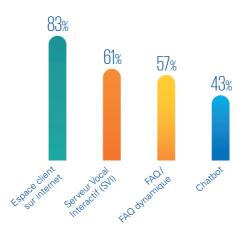
DES NOUVELLES TECHNOLOGIES AU SERVICE D'UNE MEILLEURE CONNAISSANCE CLIENT



Technologie & multicanal

DES OUTILS DE SELF-CARE PERMETTANT D'AMÉLIORER LE PARCOURS CLIENT

Quelles solutions de Self-care sont (ou vont être) mises en place?



Quelles démarches peuvent être gérées de manière autonome par le client grâce aux solutions de Self-Care mises en place ?





Performance

LES INDICATEURS DE PILOTAGE (KPI) DES CRC DE PLUS EN PLUS FOCALISÉS SUR LA SATISFACTION CLIENT

Quelles sont les thématiques d'indicateurs de performance (KPI) que vous suivez au sein du CRC ?



L'AMÉLIORATION CONTINUE AU SEIN DES CRC

Le CRC dispose-t-il d'une équipe d'amélioration continue / d'efficacité opérationnelle dédiée en propre à son organisation et ses processus ?

LA MESURE SYSTÉMATIQUE DE LA SATISFACTION CLIENT

Comment effectuez-vous la mesure de satisfaction client suite à une interaction avec le CRC?



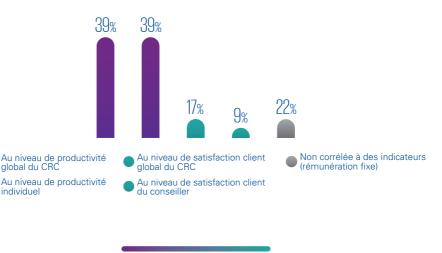


A froid (au delà d'une heure)

Ressources humaines

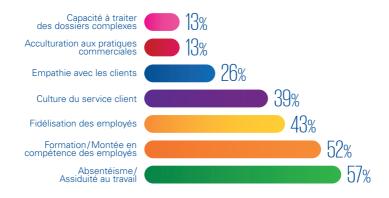
LA RÉMUNÉRATION AU SEIN DES CRC

La rémunération des conseillers du CRC est-elle corrélée ...?



LES PRINCIPAUX DÉFIS RH AU SEIN DES CRC

Quels sont les principaux défis dans la gestion RH au sein du CRC?



Notre vision du CRC Assurance du futur

PIVOT DE LA RELATION CLIENT ET INCARNATION DE LA PROMESSE DE L'ASSUREUR



Quel rôle pour le CRC à horizon 2020-2030 ?



Pivot de la relation client

Le CRC centralise les flux et informations des différents canaux et directions de l'entreprise



Expert de la connaissance client

Le CRC analyse les données clients pour une meilleure connaissance des assurés et une personnalisation des offres



Facilitateur de l'expérience client

Le CRC gère les demandes client de manière cohérente et efficace sur tous les canaux



Générateur de revenus

Chaque interaction client est une opportunité de fidélisation ou de rebond commercial dont le CRC doit savoir tirer parti



Facteur de différenciation

Face à l'alignement des offres, la différenciation passe par la qualité du service apportée au client (pertinence, empathie, ...)



Porteur de la promesse de l'assureur

Chaque interaction représente un moment de vérité et une opportunité pour le conseiller de satisfaire les attentes client

Notre proposition d'accompagnement

STRATEGY & BUSINESS TRANSFORMATION ASSURANCE

Nous accompagnons nos clients du secteur de l'Assurance dans leurs **stratégies d'optimisation**, **de croissance et de création de valeur** afin de répondre aux nouveaux challenges liés à l'environnement **digital** et aux évolutions **des attentes des clients**.



Transformer l'expérience client pour **renforcer l'engagement** et **développer** de nouveaux **avantages concurrentiels**



& valeur client

Tirer profit d'une meilleure connaissance client pour **préserver** et **accroître la valeur du portefeuille**



Efficacité opérationnelle & réduction des coûts

Délivrer un service d'excellence et optimiser les coûts pour **accroître** la performance opérationnelle



Nouveaux leviers de croissance

Développer et concrétiser de **nouvelles opportunités** au-delà des modèles « traditionnels »



Contacts



Julien Pavillon

Directeur Assurance Strategy & Business Transformation Mob.: +33 (0)6 12 08 22 23

Mail: jpavillon@kpmg.fr



Nicolas Calvet

Senior Manager Assurance Strategy & Business Transformation

Mob.: +33 (0)6 20 04 70 58 Mail: ncalvet@kpmg.fr

kpmg.fr

Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG S.A. est le membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse (« KPMG International »). KPMG International ne propose pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis-à-vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.

© 2018 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International. Imprimé en France. Conception - Réalisation : Advisory - OLIVER - Novembre 2018.

Crédit photo : iStock