

L'excellence opérationnelle permet d'offrir des expériences client qui renforcent l'attachement aux marques



Jérôme DURON
Directeur du développement Majorel en France et référent banque & assurance.

En passant d'un modèle centré sur le risque à un autre centré sur le client, l'assurance bouleverse ses habitudes pour utiliser désormais les moyens les plus modernes de la connaissance client. Il en est de même du secteur bancaire qui affirme sa volonté de construire un rapport à la fois plus interactif et personnalisé avec le consommateur.

Rencontre avec Jérôme Duron, Directeur du développement Majorel en France et référent banque & assurance.

Majorel est un acteur international majeur de la gestion de la relation client. Quelle est la stratégie qui assoit ce développement ?

Majorel c'est aujourd'hui près de 50 000 personnes. Présentes dans une trentaine de pays sur tous les continents, elles sont toutes animées par une seule et même ambition : faire la différence en étant toujours plus proches des consommateurs dans un monde en transformation perpétuelle et porter une attention croissante à la qualité de l'expérience ressentie par l'utilisateur final.

Nos trois leviers de performance sont : le collaborateur qui s'engage au quotidien, les solutions qui permettent d'enrichir la relation client et enfin la data qui doit être mise au service du résultat attendu.

Pour renforcer notre position et toujours mieux anticiper les besoins des marques, nous avons souhaité créer début 2019 un acteur international incontournable de l'expérience client. La nouvelle structure Majorel ainsi constituée a été très bien accueillie par nos clients.

Réussir à satisfaire ses clients est devenu critique pour le secteur de l'assurance. Quelles sont les actions proposées par Majorel pour lui permettre de fidéliser ses clients ?

Le secteur de l'assurance doit aujourd'hui faire face à une concurrence accrue et à de multiples évolutions réglementaires. La concurrence n'a plus de frontières, la data (privée

et publique) croît de façon exponentielle et, parallèlement, la réglementation accélère la transformation du secteur de l'assurance qui prend le virage de l'expérience client. Tout ceci suppose un bon ajustement de la relation entre le client et l'assureur dont le rôle est tout à fait particulier. Il est là en effet pour porter assistance face à des difficultés spécifiques (maladie, sinistre, accident, décès). Cette relation est à la fois directe, avec les clients finaux, et indirecte via l'animation d'un réseau de représentants sur le terrain. Par ses métiers, ses capacités, ses outils, Majorel peut accompagner le secteur sur ces deux volets comme sur la dimension réglementaire car nous savons que la disponibilité dépend de la capacité à acquérir de la compétence, or la compétence demande beaucoup de temps. Nous avons donc développé des solutions dites d'agent augmenté qui permettent de garantir expertise et compétence et de réduire les mises à jour réglementaires ou le nombre d'erreurs au quotidien.

L'agent ainsi placé au cœur du dispositif peut être à la fois totalement à l'écoute de son client et dans une vraie qualité d'échange tout en garantissant la dimension de conformité et une réelle qualité d'expertise face à des dossiers complexes.

Quelles autres solutions digitales proposez-vous aux secteurs de la banque et de l'assurance ?

Nous avons développé tout un écosystème de solutions digitales en appui des secteurs banque et assurance lesquels sont fortement consommateurs de ce type de solutions (lettre recommandée totalement électronique, aide à la souscription numérique avec signature électronique, système de contrat vocal, aide à la dématérialisation, solution de copiable permettant de scanner l'ensemble des documents, de les enregistrer et de les classer en vue de se débarrasser du papier tout en conservant une copie digitale légale...).

Toutes ces solutions viennent enrichir la proposition de valeur sur la relation client dans les banques et assurances et agissent en facilitateurs dans les relations et dans la dématérialisation des échanges. C'est là un axe important, d'autant que la loi Hamon a démultiplié ces sujets. Il est en effet désormais essentiel pour les banques et les assurances de bénéficier de ce type d'outils. Elles ont en effet d'énormes volumes à traiter, des économies potentielles à réaliser sur ces échanges et doivent pouvoir se concentrer sur leur cœur de métier. Le défi que nous les aidons à relever est donc d'intégrer la complexité croissante de la réglementation tout en améliorant la fluidité et la rapidité au bénéfice de l'expérience client.