

Laetitia Beretti, April Santé Prévoyance : « Nous répondons aux emails de nos clients en moins de 24 heures »



April Santé Prévoyance appartient au groupe April, devenu en moins de 20 ans le premier courtier grossiste en France

ainsi qu'un acteur de référence à l'échelle internationale avec une présence dans 37 pays. Faire changer l'image de l'assurance et simplifier la vie de ses clients ont toujours été parmi les objectifs de ce groupe novateur et « défricheur social ». Avec 217 M € de chiffre d'affaires en 2012, April Santé Prévoyance compte plus d'un million d'assurés.

L'entreprise emploie près de 600 collaborateurs et travaille avec plus de 15.000 courtiers. Dans cette interview, Laetitia Beretti, chef de projet chez April Santé Prévoyance, explique le contexte qui a présidé au déploiement de la solution de gestion des emails d'Akio dans une perspective multicanal.

La relation client est une priorité chez April Santé et

Prévoyance. Qu'est-ce qui vous a amené à opter pour une solution de gestion des emails ?

Initié en janvier 2011, notre projet visait à optimiser le traitement des emails entrants et sortants. Les constats : une amplification des contacts par mail (1 flux sur 4 hors téléphone) ; le mail était traité comme un courrier. Forts de ces constats et des benchmarks réalisés, nous avons fait le choix de modifier notre organisation et nos outils afin qu'ils répondent aux attentes de nos clients.

Comment le choix de la solution Akio s'est-il opéré ?

Nous avons sollicité notre GIE informatique April Technologies ; qui nous a proposé des solutions répondant à notre besoin. Après benchmarks et échanges avec des sociétés comme la Poste Mobile ou encore GDF, nous avons retenu en 'short list' deux éditeurs. Suite à une analyse technique et fonctionnelle, notre choix s'est porté sur

Akio en particulier grâce à sa méthode projet. Nous avons fait le choix du mode SaaS pour sa rapidité et sa simplicité d'installation.

Quelles ont été les principales étapes de votre projet ?

L'étape la plus importante a été celle de l'organisation. Dès celle-ci définie, il nous a été aisé de porter la mise en œuvre de l'outil. Nous nous sommes organisés en ateliers (8 au total) avec une équipe projet pluridisciplinaire au sein d'ASP (*managers* opérationnels, experts métier et SI, responsable relation client), une équipe d'April Technologies et une équipe d'Akio. L'objectif des ateliers était de définir les contours de la solution en termes d'organisation, de construction de la base de connaissance client, de définition des processus, d'impact sur le système d'information, etc. Dans l'offre Akio, nous avons retenu les modules Akio Mail Center, Akio Chat Center, le Web Self Service, le sondage en ligne et le co-browsing permettant la prise

en main à distance de l'outil afin d'assister nos assurés lors de la navigation sur leur espace client. Le premier contact commercial avec Akio a eu lieu en janvier 2012, Le choix des fonctionnalités et la contractualisation réalisée par April Technologies en juin 2012. Nous avons fait le choix de déployer les fonctionnalités retenues par lots cohérents en termes d'organisation. Le 1^{er} lot a consisté à mettre en place Akio Mail Center en novembre 2012, puis les interactions avec notre système d'information courant avril 2013. Depuis septembre 2013, nous proposons à nos assurés un nouveau canal de communication depuis l'espace client : le chat, accompagné d'une enquête en ligne. Les assurés sont également plus autonomes grâce à la mise en place du Web Self Service, qui leur permet d'obtenir les réponses aux questions en temps réel.

Quel bilan tirez-vous de ce déploiement après neuf mois de fonctionnement de la solution Akio dans sa configuration complète ?

Afin d'être au plus près des équipes, nous avons fait le choix de dédier un superviseur pour le canal email ; dupliquant la même organisation que pour le canal téléphonique. Nous optimisons également notre organisation en fonction de la saisonnalité. Nous avons pu espacer la fréquence de nos comités de relecture des emails ; initialement hebdomadaires ; suite à la montée en compétence de nos collaborateurs. Grâce à notre nouvelle organisation et à la solution Akio, nous pouvons répondre à toute demande parvenue par email en 24 heures. Pour le canal chat, nos assurés sont satisfaits à 93 %. Actuellement, nous traitons en moyenne 200 emails par jour, le canal téléphonique restant le canal privilégié par nos clients. Toutefois, le canal email est en progression constante. Notre site mobile, disponible depuis 2 ans favorise également l'usage du canal email.

Quelles sont les prochaines étapes ?

Technologies Bancaires est éditée par PUBLI-NEWS S.A.
23 bis, rue Danjou - 92100 Boulogne-Billancourt
Tél : 01 75 60 28 40 - Fax : 01 47 57 37 25
Email : i.lancry@publi-news.fr
| Site Internet : www.publi-news.fr

Prix au n° : 40.00 € HT

Président et Directeur des Publications : Marc Laufer

Rédactrice en chef : Andréa Toucinho

Rédaction : Jo Cohen

Copyright : Technologies Bancaires ne peut être reproduit ou transmis en totalité ou en partie qu'avec l'accord préalable et écrit de la société editrice Publi-News.

Actuellement, seuls les services d'après-vente bénéficient de ces services. Nous étudions la possibilité d'élargir cette fonctionnalité à nos services d'avant-vente ou encore de proposer à nos assurés la fonctionnalité de Web Call Back.

ABONNEMENT

Abonnez-vous à la lettre professionnelle **Technologies Bancaires** pour 1 an (22 n°) au tarif de :
France : 777,40 € TTC (TVA 19,60 %)
International : 650,00 €
Contactez le service abonnement à l'adresse :
Publi-News 23 bis, rue Danjou - 92100 Boulogne-Billancourt
Tél 01.75.60.28.66 ou i.lancry@publi-news.fr