

A background image showing a man and a woman in business attire looking at a laptop screen together.

LALUX ASSURANCES

Étude de cas

Enjeu :

LALUX Assurances souhaite disposer d'une vision client consolidée pour toutes les filiales du groupe et faire évoluer une architecture constituée par la juxtaposition de systèmes d'information en silos.

Solution :

EXALEAD OneCall fournit une information complète sur le client, en agrégeant, dans une même vue à 360°, toutes les données relatives à son activité.

Bénéfices :

- Agrégation des données structurées et non structurées
- Interface utilisateur simple, intuitive et évolutive
- Meilleure compréhension des besoins des clients
- Identification de nouvelles opportunités de vente
- Intégration des obligations réglementaires



« L'avantage d'EXALEAD OneCall est sa mise en place très rapide et facile, à des coûts modérés, tout en couvrant l'ensemble de nos besoins. »

— Christian Strasser, Directeur général, LALUX Assurances

SE CONCENTRER SUR LA VALEUR CLIENT

Dans leur approche commerciale, les compagnies d'assurance, comme la plupart des entreprises, sont affectées par les transformations liées à la révolution numérique. L'enjeu majeur est de répondre aux attentes de plus en plus complexes de leurs clients. Ces consommateurs, augmentés du pouvoir d'information du numérique, recherchent un service plus efficace, plus rapide et plus performant. Cette évolution se double d'une surveillance réglementaire croissante qui durcit les règles encadrant les activités financières, spécialement celles concernant les produits assuranciers. Entrées en vigueur en 2018, des réglementations européennes – dont la directive sur la distribution d'assurances (DDA) – ont pour objectif de renforcer la protection des clients et visent à harmoniser les règles applicables aux distributeurs d'assurance, quel que soit leur statut. La DDA fait également converger les règles applicables à la distribution de produits d'assurance vie et celles relatives aux autres produits d'investissement.

Ces évolutions réglementaires en cascade, initiées dès les années 2000, soulignent l'importance de la valeur client. Cette tendance correspond à la philosophie des assureurs qui souhaitent exercer leur métier de façon responsable, en plaçant le client au cœur de leur stratégie marketing. C'est le cas de la société LALUX Assurances, acteur majeur au Luxembourg dans l'industrie de l'assurance des biens et des personnes, présent également sur le secteur de l'assurance vie et de l'épargne. Son Directeur général Christian Strasser le confirme : « Il est important dans notre stratégie d'entreprise de pouvoir couvrir l'assuré de manière complète. Il nous faut donc connaître sa situation et ses besoins afin de le conseiller et l'orienter au mieux. Cette vision de notre rôle correspond à la fois à notre philosophie et à l'évolution réglementaire de nos métiers, qui visent à mieux informer et protéger le client ». Pour Christian Strasser, la vocation d'un assureur est de garantir que l'ensemble des besoins en assurance de ses clients soit couvert à chaque étape de leur vie, qu'il s'agisse d'assurance de personnes, d'assurance vie ou d'assurance dommages. Cela suppose d'avoir un accès simple et rapide à l'ensemble des informations liées à ses clients.

RASSEMBLER TOUTES LES INFORMATIONS

Pour LALUX, ce défi se double d'une problématique supplémentaire liée à l'existence au sein du groupe de différents systèmes d'information, selon les produits d'assurance souscrits par les clients et les filiales du groupe concernées. Si l'entreprise envisageait dans un premier

temps de mettre en œuvre une solution de gestion de la relation client classique de type CRM, la solution EXALEAD OneCall a finalement été retenue. En effet, celle-ci permet de rassembler toutes les informations client en un même espace, avec l'avantage de relier facilement les différents systèmes informatiques indépendants, jusqu'alors cloisonnés.

« La transformation numérique de notre entreprise repose sur trois points : l'amélioration des fonctions de *front office* et de vente, la simplification du système d'information et l'exploitation des données », résume Vincent Arnal, Directeur des systèmes d'information chez LALUX Assurances. « EXALEAD OneCall nous aide à relever ce triple défi, puisqu'il adresse les trois aspects de notre transformation numérique. Nous l'avons positionné comme une solution d'exploitation de données à destination du réseau de distribution en *front office* et il a contribué à l'optimisation du système d'information », explique-t-il.

L'intérêt de la solution EXALEAD tient également à la spécificité des marchés de LALUX. Dans l'industrie des services financiers et en particulier dans l'assurance, la fidélisation des souscripteurs et les opportunités de ventes croisées sont la clé du succès, et reposent sur la compréhension du comportement du client. En effet, les produits y sont relativement peu différenciés. La qualité de la relation est alors essentielle.



« Ce qui a fait la différence en faveur d'EXALEAD, c'est sa capacité d'agrégation des données et la puissance de son moteur de recherche, associées à la possibilité de réaliser une interface sur-mesure et personnalisée. »

— Vincent Arnal, Directeur des systèmes d'information, LALUX Assurances

UN MOTEUR DE RECHERCHE PUISSANT

« Ce qui a fait la différence en faveur d'EXALEAD, c'est sa capacité d'agrégation des données et la puissance de son moteur de recherche, associées à la possibilité de réaliser une interface sur-mesure et personnalisée », poursuit Vincent Arnal. La solution répond à un besoin qui n'était pas couvert auparavant et demande peu d'opérations d'enrichissement ou de retraitement des données. « Elle s'alimente de manière automatique. Ni les équipes commerciales, ni celles du *back office* [équipes en charge de la gestion des opérations d'assurance] n'ont à saisir de nouvelles données, ce qui la distingue de la plupart des solutions de CRM », ajoute-t-il.

Il s'agit en outre de données mises à jour en permanence, au fur et à mesure de la vie des contrats ou de l'évolution du profil personnel et de la situation des assurés. Le caractère intuitif de l'interface et la performance de son moteur de recherche, qui constitue l'élément central de la solution EXALEAD, sont les raisons principales de son succès.

Le déploiement de la solution a été assez rapide. Son architecture légère et sa facilité d'intégration avec les logiciels existants sont des atouts majeurs. La maîtrise technique des consultants de Mind7 Consulting, cabinet de conseil spécialisé dans la performance par les données et l'amélioration des processus, proche des métiers comme du département informatique, est aussi une des clés de la réussite du projet. L'approche utilisée pour la mise en place de la solution repose sur une méthodologie agile. Ainsi, quatre mois seulement ont été nécessaires au paramétrage et au déploiement de la solution. « Le logiciel et son interface utilisateur sont très intuitifs et la formation du réseau, qu'il s'agisse de nos agents comme de nos salariés, a été particulièrement facile », confirme Steve Balance, Directeur commercial, LALUX Assurances.

UNE ÉCOUTE, DES SOLUTIONS

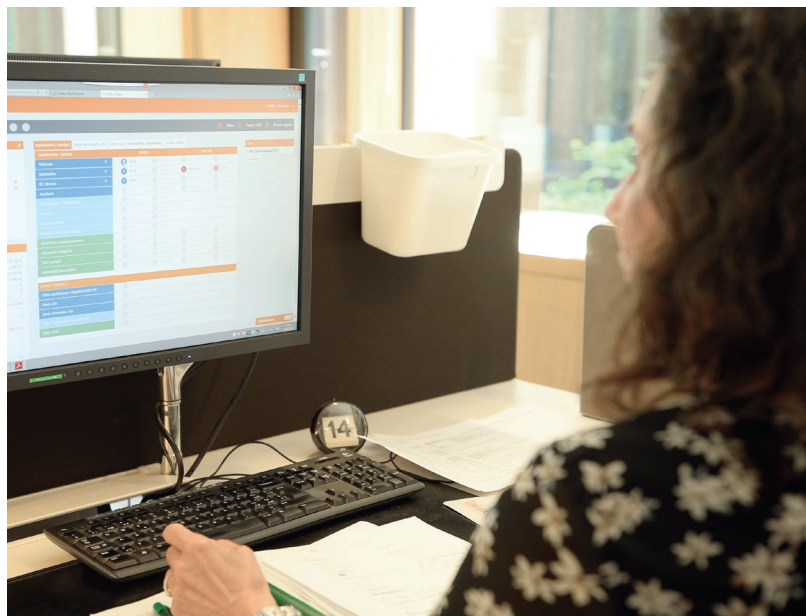
Cette facilité de prise en main constitue pour le Directeur commercial un point très important. Une particularité du système de distribution des produits d'assurance tient au fait que le réseau commercial est en général partiellement constitué d'agents généraux, chefs d'entreprise indépendants commercialisant de façon exclusive les produits de l'assureur. Chez LALUX, les utilisateurs de la solution EXALEAD OneCall sont principalement le réseau de distribution, mais également le *back office*.

La solution EXALEAD permet d'offrir aux clients une écoute, des conseils et des solutions adaptées à leurs besoins, qui évoluent à chaque étape de leur vie en fonction de leur âge, de leur situation familiale, de leur patrimoine, de leurs objectifs d'investissement. La plateforme constitue le support d'un service de proximité efficace, optimisant la disponibilité des collaborateurs et des agents vis-à-vis des clients. La solution permet également de répondre dans les meilleurs délais à leurs interrogations. Les collaborateurs et les partenaires peuvent ainsi déployer leur expertise professionnelle en fournissant aux clients un conseil de qualité et en leur proposant des produits et des services répondant à leurs besoins.

« EXALEAD OneCall est une aide appréciée par les salariés de LALUX comme par les agents distributeurs de nos produits », résume Steve Balance. « La solution est rapide, très intuitive et évolutive. » La première étape du projet a donc consisté à rassembler toutes les informations relatives au client au sein d'une même vue à 360°.

Pour les produits d'assurance vie, l'initiateur du produit doit établir un document standardisé d'information clé pour l'investisseur, le *Key Information Document*, dont l'équivalent pour les produits d'assurance non-vie est l'*Insurance Product Information Document*. Accueillant des fonctionnalités et des processus liés à la DDA, EXALEAD facilite la création et la recherche de ces documents.

La satisfaction du client est une priorité pour Steve Balance. Il affirme que dans les métiers de l'assurance, elle « dépend



En haut : EXALEAD OneCall offre aux collaborateurs de LALUX Assurances une interface utilisateur sur-mesure, intuitive et évolutive.

En bas : La vue 360° d'EXALEAD OneCall permet à Steve Balance, Directeur commercial de LALUX Assurances, de personnaliser ses recommandations et de promouvoir la collaboration interne.

À propos de LALUX Assurances

Première compagnie d'assurance luxembourgeoise, créée dans le Grand-Duché en 1920

Produits : assurances vie et non-vie

Salariés : 500 salariés directs et 1 500 agents

Siège : Luxembourg

En savoir plus
www.lalux.lu

À propos de Mind7 Consulting

Spécialisé dans la mesure de la performance et le traitement des données, Mind7 Consulting exploite les données à travers des systèmes d'information afin de répondre aux nouvelles priorités des entreprises. Mind7 Consulting construit des solutions innovantes sur-mesure avec des éditeurs partenaires afin d'accélérer les projets de ses clients en mode agile.

En savoir plus
www.mind7.com



de la capacité à apporter au client une réponse rapide et pertinente, que le contact s'établisse via un agent général ou un centre d'appels ». La vue à 360° était indispensable pour obtenir cette réactivité.

CONSTRUIRE LA CONFIANCE

Par le choix de leur assureur, les clients expriment leur confiance dans sa capacité à tenir son engagement d'expertise et de proximité, étroitement liée à la relation durable qu'il veut construire avec eux. Améliorer la satisfaction de ses clients est ainsi l'un des objectifs prioritaires de LALUX, car dans un secteur aussi concurrentiel que celui de l'assurance, la capacité à proposer des produits adaptés au besoin du client est essentielle pour le fidéliser. C'est précisément ce que permet de faire la vue à 360° du client de la solution EXALEAD OneCall.

« Dans l'assurance, ce n'est pas le produit en tant que tel qui fait la différence, mais la confiance construite avec le client » conclut Christian Strasser. « Notre besoin premier était de disposer d'une solution nous permettant d'avoir une vue la plus globale possible du client. L'avantage d'EXALEAD OneCall est sa mise en place très rapide et facile, à des coûts modérés, tout en couvrant l'ensemble de nos besoins. Désormais, nous voulons aller encore plus loin et connecter l'interface avec de l'intelligence artificielle en alimentant en données des algorithmes pouvant adresser des sujets délicats comme celui de la fraude et de l'attrition client. »

Notre plateforme 3DEXPERIENCE® renforce nos applications au service de 11 industries et décline un large portefeuille de solutions-expériences pour l'industrie.

Dassault Systèmes, « The 3DEXPERIENCE® Company », fournit aux entreprises et aux particuliers des univers virtuels pour imaginer des innovations durables. Ses solutions leaders sur le marché transforment la conception, la fabrication et la maintenance des produits. Les solutions collaboratives de Dassault Systèmes favorisent l'innovation sociale en augmentant les possibilités du monde virtuel d'améliorer le monde réel. Le Groupe apporte de la valeur à plus de 250 000 clients de toute taille et de toute industrie dans plus de 140 pays. Pour plus d'informations : www.3ds.com.



3DEXPERIENCE®