



Microsoft®

Vue à 360° du courtier et du client avec Microsoft Dynamics CRM

Travi@ta
YOUR CRM EXPERTS
Microsoft Dynamics CRM

pays: Belgique

secteur: finances & assurances

défi

Toute discussion sur la gestion de la relation client (Customer Relationship Management – CRM) fixe la connaissance du client comme priorité : on peut uniquement parler de 'relation' avec un client, un point de vente ou un courtier quand on sait qui il est, quels produits ou services il préfère et comment il souhaite rester en contact avec l'entreprise.

Toute discussion sur la gestion de la relation client (Customer Relationship Management – CRM) fixe la connaissance du client comme priorité : on peut uniquement parler de 'relation' avec un client, un point de vente ou un courtier quand on sait qui il est, quels produits ou services il préfère et comment il souhaite rester en contact avec l'entreprise. Le défi consiste à centraliser sur un seul écran des informations qui sont généralement dispersées dans plusieurs départements (c'est ce qu'on appelle aussi la vue à 360° ou 'Single View').

De la satisfaction clients à la fidélisation

Les clients prennent de plus en plus souvent leur décision sur la base d'autres facteurs que les 4 P classiques du marketing mix (produit, prix, promotion, place) : d'autres facteurs acquièrent autant d'importance, comme la qualité, la confiance, la reconnaissance et l'image de marque.

Toutes les activités de marketing, de vente et de support profitent donc d'une connaissance approfondie du client (ou courtier) : les informations de contact, l'historique et les besoins spécifiques, mais

solution

Grâce à Microsoft Dynamics CRM, il est possible de centraliser sur un seul écran des informations généralement dispersées dans plusieurs départements (= vue à 360° ou 'Single View').

avantages

- Augmentation de la fidélité du courtier
- Contrôle sur l'ensemble des relations avec le courtier
- Meilleure vue sur la valeur réelle du courtier pour l'entreprise
- Meilleure préparation aux entretiens de vente

aussi ses préférences, doivent être accessibles de manière simple et claire.

Si le courtier attend par exemple de son assureur qu'il réponde à ses attentes de façon consistante, ce dernier doit d'abord avoir pour objectif de transformer la satisfaction du courtier en fidélité. Cela nécessite notamment une connaissance approfondie de ses caractéristiques et de son comportement d'achat : ses achats et chiffres d'affaires dans le passé, les nouvelles opportunités, sa valeur potentielle pour l'organisation... .

Contrôle de la relation globale avec le courtier

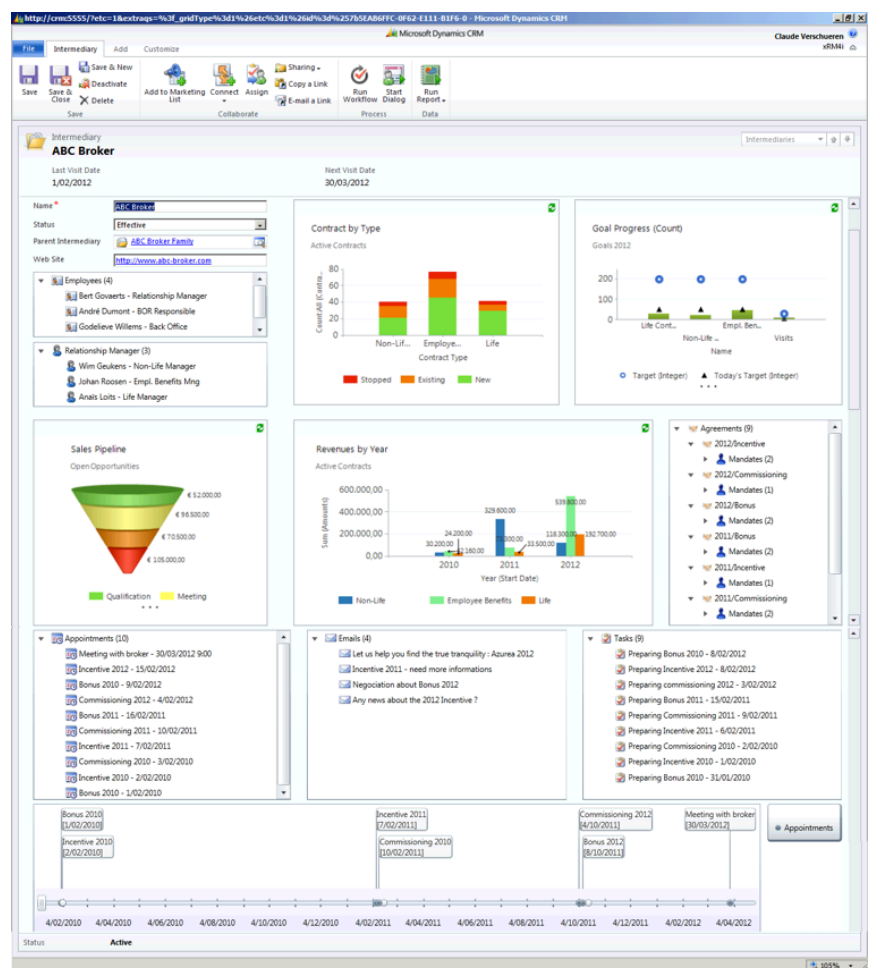
Travi@ta a développé une solution BRM (Broker Relationship Management) basée sur Microsoft Dynamics CRM, où le concept de 'single view' joue un rôle central.

Ainsi, en introduisant leur système BRM, un grand assureur et client de Travi@ta voulait regrouper dans un seul système des informations clés auparavant réparties entre plusieurs applications et écrans. Désormais, les gestionnaires de relations chez l'assureur peuvent avoir un aperçu de l'ensemble de la relation avec le courtier en un



"Quoi que l'on cherche, l'organisation doit être sûre à 100% qu'elle trouvera les informations dans le système CRM."

Noël Van de Velde, Manager
Distribution Support chez Mercator



'Single view' sur le courtier



"Notre objectif était de réaliser une vue synthétique à 360° sur le courtier. Non seulement au niveau de ses données signalétiques, mais également en y intégrant les informations sur ses clients et prospects."

Frédéric Kekenbosch, Business Process Manager chez Mensura

seul clic de souris : qu'il s'agisse des opportunités et des campagnes de marketing ou du signalement de nouveautés et des informations sur les nouveaux produits.

Une vue synthétique qui unit le courtier et le client final chez Mensura

Mensura est le troisième assureur en matière d'assurances Accidents du Travail dans le secteur privé. Divers logiciels, non suffisamment intégrés, constituaient un frein à l'efficacité des équipes commerciales et des gestionnaires, surtout au niveau de la production et du suivi des offres.

Microsoft Dynamics CRM et son environnement de développement xRM se sont avérés les solutions idéales pour répondre aux besoins des utilisateurs. Aujourd'hui, la visibilité à 360° des informations centralisées contribue à une meilleure prise de décisions et aux négociations commerciales plus performantes.

Broker Value

Frédéric Kekenbosch, Business Process Manager chez Mensura: " Tout comme d'autres assureurs,

Mensura entretient une relation commerciale principalement avec le courtier. Notre objectif était de réaliser une vue synthétique à 360° sur le courtier. Non seulement au niveau de ses données signalétiques, mais également en y intégrant les informations sur ses clients et prospects."

Le concept de 'Broker Value' résume bien cette approche d'une vue à 360°. Chez Mensura, Microsoft Dynamics CRM sert d'un réel tableau de bord sur le courtier, en y intégrant des informations provenant d'autres systèmes back-office: sur un seul écran courtier, le commercial et le gestionnaire ont accès au nombre de contrats et à la valeur totale du portefeuille du courtier, à ses offres en cours et enfin à sa rentabilité.

Une meilleure préparation aux entretiens de vente

Un grand assureur belge centralise non seulement les informations de contact et les rapports de visite dans le système BRM, mais aussi les devis qui ont été créés par le back office : "L'architecture ouverte de Microsoft Dynamics CRM nous permet de consulter des informations provenant de différentes sources et systèmes par le biais d'un écran central dans le module BRM. Le gestionnaire de relations aborde donc ses entretiens commerciaux en étant mieux préparé et en perdant moins de temps."

HPG Belgium : une vue à 360° sur des polices complexes et des 'top-ups'

HPG Belgium, fondée en 2010, intervient en qualité de 'Master Broker' pour les produits d'assurance-vie de Prudential International Assurance plc, filiale à 100 % du Prudential Group britannique. L'entreprise commercialise les produits principalement auprès d'une clientèle aisée, par le biais d'un réseau d'environ 200 courtiers et détient actuellement un portefeuille de l'ordre de 440 millions d'euros avec cinq employés.

Une police est une donnée complexe chez HPG Belgium : chaque police peut compter jusqu'à quatre preneurs et dix têtes assurées, un nombre illimité de bénéficiaires, sans oublier les courtiers ; ceci

contrairement à la plupart des assureurs belges qui ont au maximum de 2 preneurs par police. La gestion de police doit aussi tenir compte de retraits d'argent périodiques ou uniques ou de résiliation d'une police pour cause de rachat ou de décès. La police constitue l'unité de base de la vue à 360° dans le système BRM. Les 'top-ups' – versements supplémentaires sur une police existante – sont également gérés dans le CRM comme des unités à part entière.

Une vue à 360° comme moyen de garder le contact avec le marché

Outre les avantages immédiats des informations CRM centralisées (partage des données, gain de temps et qualité du service dans les contacts commerciaux), un acteur important du monde des assurances fait référence à un meilleur reporting qui permet de garder le contact avec le marché. Ce faisant, l'assureur utilise Microsoft SQL Server Reporting Services pour générer à partir de Microsoft Dynamics CRM les rapports sur mesure nécessaires et suivre de près la situation.

Chez l'assureur Mercator, Noël Van de Velde, Manager Distribution Support, parle même d'une nouvelle culture de la transparence : "Quoi que l'on cherche, l'organisation doit être sûre à 100% qu'elle trouvera les informations dans le système CRM."

The screenshot displays the 'Single view' for client Alexandra Albertson in Microsoft Dynamics CRM. The interface includes a menu bar with options like 'File', 'Party', 'Add', and 'Customize'. The main content area is divided into several sections:

- General:** Personal information including Full Name (Alexandra Albertson), Main Phone (+32 (0)47 28 60 15), and E-mail (alexandra.albertson@mail.com).
- Contractual connections:** A table listing connections to other parties and insurance contracts.
- Interpersonal connections:** A table listing relationships with other individuals and organizations.
- Est. Revenue by Est. Close Date and Status:** A bar chart showing revenue trends from 2010 to 2012, categorized by status (Lost, Won, Open).
- Opportunities by Intermediaries:** A bar chart showing revenue by intermediary (ABC Broker, CEUME NV).
- Activities:** Lists of appointments, emails, and tasks.

'Single view' sur le client

Pour plus d'informations

Pour plus d'informations concernant les produits et services Microsoft décrits, appelez le +32 (0)2 704 30 00 ou rendez-vous sur <http://www.microsoft.be/cases>.

Pour plus d'informations concernant Traviata, visitez le site Web www.traviata.eu ou appelez le +32 (0)2 721 88 80.