

"Notre démarche s'inspire de la symétrie des attentions"

Publié par **Véronique Meot** le 10 avr. 2023 – mis à jour à 09h01



Valérie Imbert, directrice des services clients Solly Azar, explique la stratégie du grossiste en assurance et sa manière d'écouter ses clients et ses collaborateurs.

Quelle est la stratégie relation client de Solly Azar et que signifie le pluriel de votre fonction, directrice des services clients ?

Courtier grossiste, **Solly Azar dispose de plusieurs services clients, dédiés à chaque gamme de produits** (IARD, pôle immobilier, assurance de la personne et assurance des animaux). Je dirige l'ensemble des services, regroupant les conseillers client qui répondent au téléphone et les collaborateurs chargés du suivi de gestion (sinistre et adhésion). **Au total 140 collaborateurs tous basés en France. Nous venons d'ailleurs de renouveler la certification « Service France Garanti » délivrée par l'Afnor.**

Solly Azar pilote la relation client via trois axes : le bien-être des collaborateurs, la satisfaction clients et la maîtrise des risques. **Notre démarche s'inspire de la symétrie des attentions**, nous pensons en effet que si nos conseillers sont heureux, ils prêteront davantage attention aux besoins des clients. La mesure du risque fait partie de notre activité d'assureur.

Avec quels outils pilotez-vous la gestion de la relation client ?

Nous utilisons des tableaux de bord précis pour mesurer la qualité du service, le délai d'attente au téléphone, le taux de décroché, etc. Nous avons également mis en place un certain nombre d'indicateurs comme le délai moyen de traitement d'une demande reçue par mail. **Nous formons nos collaborateurs à la démarche d'amélioration continue.** Nous avons déployé un module de formation sur le recueil d'une objection client, un sur l'amélioration du parcours, etc. Nous disposons également de module de formation court (30 minutes) sur des thèmes permettant à chacun d'améliorer son employabilité (écoute active, questionnement, etc.) Nous proposons à nos collaborateurs un parcours métier leur permettant de progresser à leur rythme, qui a beaucoup contribué à faire baisser l'absentéisme et le turn-over.

Vous avez récemment communiqué sur le dispositif d'écoute client déployé avec Eloquant, qu'apporte-t-il ? Et quelles sont les prochaines étapes ?

L'enquête réalisée depuis le mois d'août 2022 après chaque interaction clé (demande de devis, souscription de contrat en ligne, déclaration d'un sinistre, etc.), en évitant

d'interroger plusieurs fois le même client, mesure trois éléments : la satisfaction générale, l'expérience utilisateur à toutes les étapes du parcours, et le taux de recommandation.

L'application Eloquant est très utilisée pour faire progresser les collaborateurs et récolter des verbatim clients. Chaque service peut ainsi suivre ses taux de satisfaction, NPS et nous calculons un score de fidélité, un mix des deux. Les collaborateurs reçoivent en temps réel les informations les concernant, qu'il s'agisse d'une bonne note ou d'une appréciation moins bonne de la part du client. L'analyse des verbatim permet au responsable du service de mettre en place des actions pour améliorer la satisfaction.

Ce dispositif représente une véritable mine d'informations, et a vocation à être pérenne. Beaucoup restent à faire, par exemple pour améliorer le vocabulaire, la façon d'expliquer et de s'exprimer suivant la cible client etc.

La prochaine étape consistera à utiliser l'application Eloquant pour l'écoute des courtiers, qui n'ont pas les mêmes besoins que les assurés