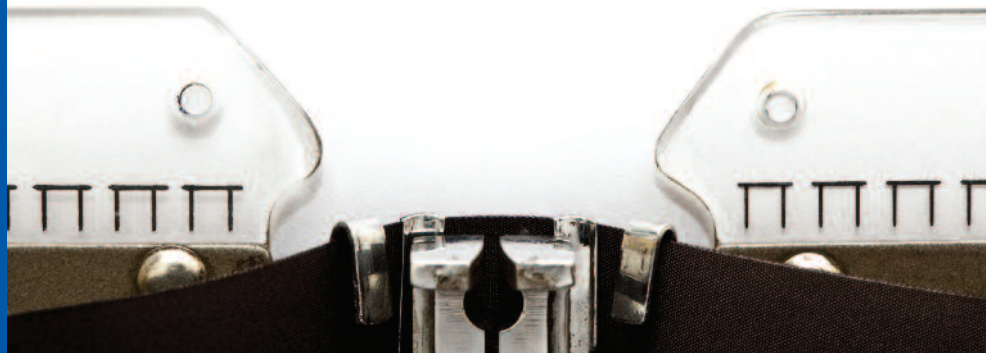


# Moderniser vos anciens systèmes de Communication Clients

*Dans le monde de l'entreprise, les mises en question sont essentielles. A tout moment de son évolution, une entreprise doit envisager la modernisation de son système de communication.*

*Le but de ce livre blanc est de vous donner les moyens de déterminer quand cette remise en question est nécessaire.*

Tout objectif sans plan  
n'est qu'un souhait !



## Sommaire

Il ne suffit plus d'imprimer des documents statiques et structurés . . . .	1
Pourquoi il est important de moderniser les processus de communication clients . . . . .	2
Comment se développer pour mieux répondre aux demandes de votre clientèle . . . . .	3
Les principaux points à prendre en considération pour moderniser et optimiser la communication clients . . . . .	4
Analyser vos applications CCM existantes pour trouver des opportunités . . . . .	6
Lier vos projets de modernisation de la communication clients à vos objectifs commerciaux . . . . .	7
Exemple d'une grande compagnie d'assurance IARD . . . . .	8

*« Devons-nous moderniser notre système de communication clients ? »*



## Résumé

Prévoir la mise à jour de votre système de communication clients vous offre l'occasion de rechercher la solution qui s'adapte le mieux à vos besoins actuels, et vous aide à planifier l'avenir de votre activité.

Si le changement est engagé trop tôt, vous courez le risque de ne pas voir se concrétiser les avantages promis. S'il intervient trop tard, au contraire, vous risquez de déplorer des pertes aussi bien en termes commerciaux (perte de la clientèle etc.) que de profits.

La liste des contraintes qui pèsent sur votre société et qui sont susceptibles d'être aggravées par des communications inefficaces est longue :

- Environnement réglementaire
- Crise économique persistante
- Environnement concurrentiel, de plus en plus compétitif
- Exigences des clients toujours plus élevées

Dans un tel contexte, le simple fait d'envisager la modernisation de votre solution de communication clients peut s'avérer aussi décourageant que de la réaliser : nouvelles interfaces utilisateur à intégrer, conversion des modèles à réaliser, intégration des données, accès aux bases de données, etc.

Les entreprises qui ont franchi le pas l'ont fait avec une approche par étapes rationnelles.

- Commencez avec des petites interventions et progressez ensuite à un rythme constant.
- Évaluez les systèmes et les processus existants.
- Identifiez les principaux domaines d'amélioration.
- Lorsque vous examinez la façon dont vous allez gérer stratégiquement les processus métier liés à votre communication clients, pensez à long terme, dans une perspective de croissance.

**Les sociétés qui ont adopté cette approche structurée ont réussi non seulement à survivre, mais aussi et surtout à se développer sur leurs marchés.**

## Il ne suffit plus d'imprimer des documents statiques et structurés

Historiquement, les compagnies d'assurance et les organismes financiers ont été parmi les premiers à adopter des solutions de communication clients, en particulier dans le domaine de la production de documents en gros volume et par lots. En effet, la production automatisée de documents statiques en batch constituait pour l'époque une vraie innovation. Aujourd'hui, bon nombre de ces solutions sont encore en place, alors que ces compagnies travaillent dans un environnement économique et technologique totalement différent de celui d'alors.

Désormais, pour toutes les entreprises, quelle qu'elles soient, ce sont les communications instantanées et celles au contenu dynamique qui sont les plus importantes. Les tâches basiques d'impression, les processus manuels, les systèmes disparates, propres aux anciens systèmes de communication clients, sont autant d'obstacles au développement d'une relation clients profitable, et à l'amélioration des revenus et de la productivité en général.

*Les systèmes « maison » de composition de documents ne sont plus en mesure de répondre aux besoins d'aujourd'hui.*

« Comment garantir que nos communications sont conformes alors que les modèles sont enregistrés sur les disques durs personnels des utilisateurs ? »

« Pourquoi devons-nous saisir manuellement le contenu et les données dans nos documents ? »

« Pourquoi ne pouvons-nous pas donner aux commerciaux les outils dont ils ont besoin pour générer des communications en temps réel ou en batch ? »

« Trouverons-nous encore des personnes qui maîtrisent nos systèmes une fois que le personnel en place sera à la retraite ? »

« Pourquoi notre centre d'appels reçoit-il autant de demandes relatives aux informations contenues dans nos documents ? »

Les entreprises doivent envisager de renoncer progressivement à leurs applications « maison » de composition de documents au profit de solutions de communications clients modernes, conçues et adaptées aux procédures et aux défis actuels.

## Pourquoi il est important de moderniser les processus de communication clients

Nous connaissons tous ce proverbe qui stipule que « le mieux est l'ennemi du bien ». Tant qu'un système fonctionne bien, le plus facile est de le conserver. Mais lorsqu'il est question de communications clients, cette position est intenable face aux impératifs de croissance et de rentabilité qui régissent la vie de l'entreprise. Les systèmes « maison », obsolètes, empêchent de nombreuses sociétés de moderniser leurs processus de génération de leurs communications client et d'obtenir de réels résultats commerciaux, notamment pour :

- **Croître sans augmenter les effectifs.** À mesure que votre société se développe, les processus jusqu'alors manuels peuvent atteindre des proportions excessives. Accroître les effectifs ne suffit généralement pas pour traiter la charge de travail supplémentaire. Pour faire face aux nouvelles exigences, il convient de faire évoluer les processus et les technologies.
- **Maîtriser les coûts et augmenter les profits.** Créer et diffuser manuellement les documents s'avère considérablement plus coûteux que leur automatisation. Les processus manuels engendrent des erreurs et, par conséquent, nécessitent des corrections ; il en résulte un nombre croissant d'appels au service clients. En réduisant les coûts de traitement de vos communications, vous réalisez des économies que vous pouvez ensuite répercuter sur vos clients ou réinvestir dans l'achat de nouveaux produits ou services.
- **Répondre plus facilement aux demandes de vos commerciaux.** Vos agents et vos commerciaux sont le fer de lance de votre société. Ils travaillent en tant qu'experts au contact des clients afin de discerner leurs objectifs et d'identifier les produits appropriés à leur situation. Ils contribuent à trouver les meilleures solutions en s'appuyant sur des évaluations, en développant des stratégies et en coordonnant produits et services. Ce sont des conseillers de confiance, et la mise en place de communications claires entre eux, vous et les clients est la clé d'une relation durable pour tous.
- **Dépasser les attentes des clients à chaque interaction.** Dans un environnement dominé par la compétition et l'arrivée de nouvelles techniques de marketing, il est évident que la qualité de vos services a une importance capitale aux yeux de vos clients. Pour les convaincre, vous devez compter sur vos agents et vos commerciaux pour gagner une première impression favorable. En effet, ceux-ci sont en première ligne au moment où vos clients décident, ou non, de continuer à vous faire confiance. La première chose consiste donc à leur confier les meilleurs outils pour les aider à optimiser l'expérience client tout au long de leur relation avec eux.
- **Raccourcir les temps de réponse.** Les retours rapides, précis et pertinents sont essentiels pour la réussite de votre société. Il ne suffit pas de gérer uniquement l'aspect technique des transactions. Des communications précises et opportunes sont déterminantes pour renforcer la relation et améliorer la qualité du service proposé.

*Pour réussir dans l'environnement compétitif actuel, les entreprises ont besoin d'une solution qui gère les communications basées sur les processus métier pendant tout le cycle de la relation clients.*

## Comment se développer pour mieux répondre aux demandes de votre clientèle

Si la composition de documents constituait un bon départ, la conservation des systèmes existants ne fait que retarder l'échéance. Les entreprises doivent évoluer et instaurer des environnements adaptés aux processus métier actuels et aux services clients multicanaux. Plus encore, elles ont besoin de systèmes qui ne seront pas dépassés au bout de deux ans ni même au bout de 20 ans. Les entreprises doivent donc moderniser leurs systèmes de génération de documents orientés papier au profit de solutions de communication client multicanale.

Cette modernisation peut prendre diverses formes, du remplacement pur et simple des systèmes existants à la mise en place progressive de composants. Quelle que soit la méthode choisie, les entreprises doivent commencer par développer une réflexion visant à moderniser et à optimiser leur communication clients. Sans stratégie globale, elles ne réussiront pas à tirer pleinement parti de l'effort de modernisation ni à garantir de véritables retours sur investissements.

La gestion de la communication clients, ou CCM, permet d'appliquer cette stratégie, appuyée sur un ensemble de technologies incluant notamment la génération de documents par lots. Toutefois, le concept de CCM va bien au-delà en proposant des solutions axées sur la création interactive de documents, les workflows d'approbation et de révision, la gestion des sorties et la diffusion multicanale, sous forme imprimée ou électronique.



# Flexibilité

## Evolutivité

## Coût total d'acquisition

## Adaptabilité

# Interopérabilité

## Les principaux points à prendre en considération pour moderniser et optimiser la communication clients

### Flexibilité

Les besoins évoluent au fil du temps. Si le travail nécessaire pour adapter un processus aux nouveaux besoins de l'entreprise requiert trop de temps, un développement informatique trop ambitieux et/ou des dépenses trop importantes, il ne se fera pas. Pour cette raison, vous devez choisir une solution intuitive et facilement configurable. Certains systèmes de CCM autorisent les responsables métier à apporter eux-mêmes des modifications. Les entreprises évoluent, la technologie évolue aussi. Elles ont donc besoin de fournisseurs pour qui l'amélioration continue des logiciels est stratégique. Sans programme de mise à jour cohérent, sans « roadmap », les solutions et les technologies sous-jacentes vieillissent rapidement, empêchant la société de maintenir ses processus métier sur la durée.

### Evolutivité

En l'absence de solutions évolutives, les entreprises restent prisonnières de technologies vieillissantes. Au bout de quelques années, elles se retrouvent, comme beaucoup d'autres, encombrées par des systèmes qui ne répondent plus à leurs besoins. Pour ces entreprises, deux des principaux aspects de l'évolutivité d'un système de CCM sont :

- La capacité d'extension en vue de traitements de gros volumes de communications
- La rapidité de prise en charge des utilisateurs, des sites, des processus et des nouvelles gammes de produits et services

À mesure que ces entreprises se développent, les volumes de leurs communications augmentent aussi.

Par conséquent, la stratégie globale de modernisation doit tenir compte du volume des communications que la société devra traiter aussi bien aujourd'hui que dans dix ou vingt ans. Toutefois, les solutions de CCM ne doivent pas évoluer seulement en termes de volume.

Elles doivent aussi pouvoir considérer d'autres éléments de croissance, tels que l'augmentation des effectifs, la complexité des communications, la diffusion multicanale, l'intégration de nouvelles données ou les nouvelles gammes de produits et services.

### Coût total d'acquisition

Le coût total d'acquisition (TCO) est une estimation financière permettant de déterminer les coûts directs et indirects d'un système. Il s'agit de quantifier l'impact financier de la solution, y compris les coûts de fonctionnement tels que ceux liés à la formation, la maintenance et la sécurité, ainsi que le prix d'achat initial, sur sa durée de vie complète. Ainsi, même si vous pensez avoir trouvé la meilleure solution pour optimiser votre système mais qu'elle vous coûte une fortune en maintenance ou en mise à jour, elle risque de ne pas générer de valeur pour la société. Une solution de CCM optimale doit avoir un faible coût total d'acquisition et, pour ce faire, elle doit présenter les caractéristiques suivantes :

**Offrir à la fois des fonctionnalités standard et des fonctionnalités personnalisables**, dans une proportion idéale d'environ 80/20 (80 % standard et 20 % personnalisation). Vous obtiendrez ainsi une réponse à vos besoins uniques sans que les coûts montent en flèche.

**Être flexible.** Les utilisateurs et administrateurs doivent pouvoir apporter facilement des modifications et ajouter des processus sans que la solution se transforme en projet informatique fastidieux et coûteux.

**Être facile à maintenir** et ne pas exiger l'intervention de nombreuses ressources informatiques. Les informaticiens consacrent ainsi leur temps à faire évoluer les solutions plutôt que les « débbuger ». En d'autres termes, une solution de CCM optimale vous fait économiser plus d'argent qu'elle ne vous en coûte.

## Adaptabilité

Il peut sembler surprenant que la même solution ait un impact sur des secteurs aussi différents que le Service Clients ou le service « Nouveaux Marchés ». En réalité, les systèmes existants anciens et les processus manuels ne sont pas problématiques uniquement pour un ou deux départements de votre société, mais pour tous. C'est pourquoi les sociétés ont besoin d'une solution transversale adaptée à l'ensemble de l'organisation. Elles ont besoin d'une solution de communication efficiente sur tous les aspects de la relation clients.

Au même titre que les « Nouveaux Marchés » ou le Service Clients, d'autres départements ont également des besoins en termes de communication. En appliquant une solution de CCM à ces activités, les entreprises bénéficient d'un retour sur investissement tangible et pérenne. Si la solution de CCM se cantonne à quelques secteurs de l'entreprise, les autres départements continueront de fonctionner de manière inefficace, voire créeront leurs propres solutions de remplacement. Dans tous les cas, les processus de communications clients seront moins optimisés et l'expérience des clients s'en ressentira immanquablement.

## Interopérabilité

Une solution de CCM ne fonctionne pas isolément. Elle doit s'adapter à l'infrastructure technologique, aux applications et aux normes qui existent dans et hors de votre société et elle doit s'intégrer facilement et rapidement avec les applications déjà en place. En donnant aux commerciaux les moyens d'accéder en quelques clics à un référentiel centralisé regroupant des modèles avec du contenu pré-approuvé et des workflows préconfigurés, la solution de CCM permet d'assembler et de générer les communications tout en autorisant une interaction en temps réel avec les clients. Il en résulte une plus grande réactivité, des réponses plus rapides et, au final, des clients satisfaits.

Parallèlement, l'adoption de normes ouvertes, d'une architecture orientée services (SOA) et de technologies éprouvées (XML, J2E, JBOS, Tomcat et WebSphere d'IBM) apporte la flexibilité, la fiabilité, l'évolutivité et le cadre nécessaires aux communications stratégiques, tout en garantissant des économies en termes de coût, de gestion et de ressources informatiques. Des bibliothèques d'API et de modules externes facilitent l'intégration du workflow, tandis que les données sont accessibles en temps réel directement ou à partir d'autres applications et bases telles que des bases SQL et des fichiers XML ou ASCII plats. Elles permettent de pré-alimenter des workflows, de déclencher l'insertion ou l'exclusion de contenus grâce à une logique orientée données et offrent de multiples fonctions de traitement des flux en sortie. Aucune ressource spécialisée, ni formation particulière aux technologies (XLS-FO, XSLT par exemple) ne sont nécessaires en dehors de celles qui existent déjà dans votre société.

## Analyser vos applications de CCM existantes pour trouver des opportunités

La plupart des entreprises ont plusieurs applications, différentes selon les services, pour traiter la production des documents et des correspondances ou, en général, pour gérer la communication clients. Bien souvent, il s'agit de solutions « maison » ou de versions anciennes de logiciels qui ne sont plus maintenues ou qui sont sur le point de devenir obsolètes. Ces applications anciennes (souvent exploitées sur mainframe) sont de plus en plus coûteuses à maintenir ou à mettre à niveau quand cela est possible. De plus, en cherchant à réduire les coûts de maintenance et les ressources dédiées, de nombreuses sociétés regroupent différents systèmes de CCM spécifiques dont les fonctionnalités finissent par être redondantes.

Procédez à un état des lieux de vos applications de CCM et déterminez ce qui vous aiderait à atteindre vos objectifs. Cette démarche implique de faire migrer des systèmes de CCM « maison » vers des applications packagées conçues par des fournisseurs qui ont une connaissance éprouvée du marché et des besoins de communication des entreprises.

**Ne passez pas à côté  
d'opportunités !**





## Lier vos projets de modernisation de la communication clients à vos objectifs commerciaux

Vos objectifs commerciaux s'appuient généralement sur des stratégies visant l'excellence dans des domaines tels que l'efficacité opérationnelle, la connaissance du client et le leadership en matière de produits ou de services. Ils sont le plus souvent axés sur l'exploitation, la croissance et l'évolution de votre activité.

Les entreprises doivent envisager des projets de modernisation des communications clients dans les termes suivants :

- Réduction des coûts d'exploitation via l'automatisation, l'optimisation et la centralisation des processus de création et de diffusion de tous les documents
- Réduction des coûts de distribution, tant pour les documents imprimés que pour les documents électroniques
- Amélioration du service clients, en vue d'une plus grande fidélisation
- Utilisation de contenu ciblé et personnalisé dans des ventes croisées (« cross selling ») et les ventes additionnelles (« up selling »), génératrices de revenus.

La modernisation des applications de communication clients permet d'accomplir toutes ces tâches en produisant des communications plus efficaces et plus pertinentes pour les clients.

**Agissez!**



# Exemple d'une grande compagnie d'assurance IARD

La composition interactive de documents réduit les coûts et les délais, et libère les informaticiens

*« En donnant aux utilisateurs métier la maîtrise du processus, le développement de modèles prend bien moins de temps qu'auparavant. »*

– Responsable systèmes des sinistres ISD



Une importante compagnie d'assurance IARD cherche à améliorer l'expérience de ses assurés et membres en simplifiant les processus de communication au sein du Service Sinistres. Connue pour son excellente couverture, ses tarifs peu élevés et son remarquable service clients, la société est aujourd'hui une des plus grosses compagnies d'assurance automobile des États-Unis avec plus de 8 millions d'assurés.

L'engagement de cette compagnie envers son Service Clients a contribué à sa croissance rapide, ce qui a généré une charge de travail conséquente pour le Service Sinistres. Tout en comprenant l'importance des documents dans la gestion générale des sinistres, la compagnie rencontre des difficultés pour fournir à ses 7000 gestionnaires de sinistres les moyens de contrôler la génération interactive et la diffusion de courriers personnalisés. Il est tout aussi problématique de garantir l'exactitude et la personnalisation des courriers, ainsi que leur conformité aux contraintes réglementaires en cours.

*« Une seule vérification suffit, au lieu de plusieurs auparavant. C'est un avantage colossal pour nous. »*

– Responsable systèmes des sinistres ISD

*"Nos ressources informatiques ont pu être redéployées vers d'autres projets sept mois plus tôt que ce qui était prévu. C'est un autre avantage colossal. »*

– Responsable systèmes des sinistres ISD

*« Avec son architecture orientée services, les fonctionnalités de Cincom Eloquence sont immédiatement disponibles ! »*

– Responsable IT

*« Cincom s'est beaucoup investi pour mettre son talent au service du projet, contribuant pour une grande part à sa réussite, et nous lui en sommes particulièrement reconnaissants. »*

– Responsable systèmes des sinistres ISD

Pour résoudre ces difficultés, la compagnie a fourni à ses agents des modèles de lettres établis par le service informatique, modèles accessibles par les diverses applications. Un autre problème est le délai entre la conception d'un nouveau modèle - ou la modification d'un modèle existant - et sa mise en production.

Cette phase de développement de modèles nécessite un traitement qui retarde parfois de plusieurs mois la mise en production des courriers. Une fois lancé, le développement subit des retards dus, entre autres, aux insuffisances des outils de test et de révision.

Ces problèmes, ajoutés aux frais de maintenance des différents systèmes, entraînent des inefficacités et augmentent les coûts informatiques. Compte tenu de la croissance de la compagnie, la situation devient préoccupante et va à l'encontre de l'objectif stratégique visé depuis toujours, à savoir générer des économies et les répercuter sur les assurés. Il devient manifeste que la compagnie doit renoncer à ses multiples applications serveur et mainframe et migrer vers une solution unique de gestion de la communication clients.

Afin de réduire les coûts tout en gérant la croissance du nombre d'assurés et son impact sur l'organisation du Service des sinistres, l'assureur a pris la décision de moderniser son système de gestion existant.

**Après une évaluation approfondie des fonctionnalités du système, suivie d'une comparaison des autres logiciels de communication clients disponibles sur le marché, la société a choisi Cincom Eloquence®.**

Après leur formation, les utilisateurs métier sont en mesure de convertir les modèles existants et de produire jusqu'à six modèles de document par jour. Par rapport aux anciens délais de conception, l'amélioration est significative, et l'implication minimale du service informatique aura permis une libération des ressources IT sept mois plus tôt qu'initialement prévu. Avec Cincom Eloquence, les concepteurs de modèles pré-visualisent les documents au format de leur choix en utilisant des fichiers de tests et, si besoin, des dates système différentes, directement depuis l'environnement de composition. Ainsi, les utilisateurs/concepteurs peuvent effectuer toutes les vérifications nécessaires avant d'utiliser leurs modèles dans leur application de gestion des sinistres. Les ressources informatiques sont moins sollicitées, et les temps de conception et de tests sont ramenés de plusieurs mois à quelques jours.

Cincom Eloquence a également permis d'améliorer les temps de réponse du nouveau système, alors que la compagnie craignait une dégradation en raison notamment de l'augmentation des volumes de courriers - devant dépasser les 5 millions au cours de l'année suivante. Via une interface de type navigateur, les gestionnaires des sinistres ont accès en quelques clics au référentiel central de Cincom Eloquence regroupant des modèles pré-approuvés basés sur des contenus conformes et des workflows préconfigurés. L'intégration directe entre les applications de la compagnie et le nouveau système de gestion des communications garantit la précision et la pertinence de chacun des courriers produits.

## A propos de Cincom Eloquence

Cincom fournit des solutions de communication clients hautement intuitives qui permettent d'atteindre un niveau inégalé de personnalisation en contexte et conformité.

Cincom Eloquence est une solution logicielle d'automatisation des documents avec de réelles fonctionnalités omni-canal et avec un moteur de communication unique et polyvalent qui permet aux entreprises de facilement concevoir, déployer, diffuser et gérer de gros volumes de communications interactives et à la demande.

Cincom Eloquence permet aux entreprises de renforcer leurs relations clients, de minimiser les risques liés à la mise en conformité et de réduire les coûts d'exploitation par l'automatisation des processus documentaires clé grâce à une suite logicielle innovante facile à intégrer et à utiliser et qui délivre un retour sur investissement rapide et continu. S'appuyant sur une expérience de plus de vingt ans dans les solutions de gestion de documents, Cincom a aidé des centaines d'entreprises du monde entier à acquérir, renforcer et développer leurs relations clients, à minimiser les risques liés à la mise en conformité avec les réglementations en vigueur, à réduire les coûts d'exploitation et à accélérer la diffusion de leurs communications sous forme de documents.

## A propos de Cincom

Pour tirer pleinement les avantages d'une solution d'automatisation des documents, il est important d'avoir comme partenaire une entreprise établie de longue date, fiable, sûre, couronnée de succès et ayant toujours fait preuve de solidité financière. Cela fait plus de 45 ans que Cincom se fixe pour objectif de fournir des solutions à haute valeur ajoutée, à faible risque et peu coûteuses, procurant en toute sécurité et cohérence un rapide retour sur investissement à des milliers de clients.

Cincom fournit des solutions logicielles et des services innovants pour les secteurs d'activités où la simplification métier est essentielle. Ainsi, des entreprises de renom du monde entier, telles qu'AGPM, Allianz, Aviva, Barclays, BNP Paribas, CareSource, Carnival, Christian Children's Fund, Church Mutual, Crédit Agricole, Citibank, Generali, Gieps, HCL Insurance, HSBC, MTL Insurance et Stater, pour n'en nommer que quelques-unes, s'en sont remises à Cincom.



Pour plus d'information, envoyez un courriel à [InfoEurope@cincom.com](mailto:InfoEurope@cincom.com), appelez le +33 1 53 61 70 00, ou visitez le site [www.cincom.fr](http://www.cincom.fr)

Cincom, le logo Quadrant Logo et Cincom Eloquence sont des marques déposées de Cincom Systems, Inc.

Toutes les autres marques appartiennent à leur détenteur respectif.

© 2016 Cincom Systems, Inc. Imprimé aux États-Unis Tous droits réservés

FORM CDSFR1503059-A4 10/16