

Diffusez vos communications client par voie électronique

Et répondez ainsi aux attentes de vos clients

Pour de nombreuses banques et assurances, la diffusion des communications client par voie électronique peut représenter un défi de taille. Cependant, le passage à la transmission électronique des documents est une tendance irréversible, renforcée par les attentes croissantes des clients et des distributeurs. Des études montrent que la plupart des banques et des compagnies d'assurance en sont encore aux premiers stades de la transmission électronique. En effet, si certaines entreprises, parmi les plus importantes et les plus innovantes, sont plus avancées, la plupart ne disposent encore que d'options réduites, voire d'aucune. Pour illustrer l'état d'avancement ou de retard des entreprises, selon le point de vue adopté, on constate que 39 % des assureurs disent envoyer leurs cartes d'assurés par transmission électronique. Ce document, qui compte parmi les plus faciles à diffuser par voie électronique, n'est donc pas diffusé par courriel par 61 % des assureurs. Il s'agit pourtant d'envoyer simplement les cartes d'assuré dans le corps d'un courriel ou via un lien Internet afin de permettre aux clients de l'imprimer eux-mêmes.

Les questions auxquelles sont confrontées la plupart des banques et des assurances sont :

- 1) comment passer à la diffusion électronique des documents ?
- 2) que peut-on apprendre des pionniers dans ce domaine ?

Voici quelques étapes évidentes (ou pas...) permettant de se lancer dans la diffusion électronique :

1. **Élaborer un plan général incorporant la diffusion électronique et l'impression/expédition.** Bon nombre de précurseurs en matière de transmission électronique financent leurs efforts en réduisant leurs coûts d'impression et d'expédition. Il faut donc définir une stratégie pluri-annuelle décrivant les différentes étapes permettant d'accélérer le passage à la diffusion électronique et de diminuer progressivement la production et l'envoi des documents papier. Examinez toutes les ressources internes actuellement disponibles pour gérer l'impression et l'envoi des courriers ainsi que les éventuels engagements contractuels en cours dans ce domaine.
2. **Déterminer les types de correspondance que vos clients et vos agents souhaitent le plus recevoir par voie électronique.** Si les types de communications client sont très variés, il n'est pas nécessaire de les transmettre tous et tout de suite par voie électronique. De plus, tous vos clients ou assurés n'exigent pas que leurs documents leur parviennent systématiquement par courrier électronique ou sur leur smartphone/tablette. Identifiez les types de clientèle réclamant une transmission électronique de leurs courriers et établissez la liste des documents plébiscités - Les relevés ? Les polices d'assurance ? Les déclarations de sinistres ? Les factures ? Les avis de renouvellement ? Les correspondances relatives à des sinistres ?

3. **Intégrer dans votre application la capture des coordonnées de vos contacts.** La plupart des systèmes internes ne capturent pas les adresses électroniques ou les numéros de téléphone mobile en prévision de l'envoi de messages. Le recours éventuel à des services externes rend parfois plus difficile la sécurisation de ces informations. Pensez donc bien à intégrer dans votre application la capture des coordonnées comme une donnée standard.
4. **Élaborer un plan et une approche informatique pour capturer et gérer les préférences de transmission.** Les tout premiers adeptes de la transmission électronique ont conçu leur application, ou étendu leur système en place, en intégrant cette fonctionnalité. De nos jours, les fournisseurs de logiciel sont de plus en plus nombreux à la proposer de base. Il est en effet important de connaître les préférences de transmission des clients ou des agents pour chaque type de document. Tous les documents ne doivent pas forcément être communiqués de façon identique. Les assurés peuvent vouloir recevoir leurs contrats par voie électronique mais leur lettre de renouvellement par courrier traditionnel, ou inversement. Idem pour les clients d'une banque vis à vis de leurs relevés mensuels ou annuels. Chaque client, chaque assuré a donc différents besoins. Les entreprises les plus avancées en matière de diffusion électronique proposent un centre de gestion des préférences sur leur portail client.
5. **Veiller à ce que les solutions de communications client** qui génèrent et fournissent des documents imprimés puissent aussi **produire des contenus numériques dans un format adapté pour une diffusion électronique.** Dans l'idéal, la solution gère et assure le suivi de la transmission électronique des communications ou fournit un lien vers une solution CRM (ou tout autre système) capable de gérer la diffusion.

La diffusion électronique des documents ouvre des nouvelles perspectives aux entreprises et joue un rôle capital dans l'amélioration de l'expérience client. En définitive, elle génère trois types de bénéfices : une réduction des coûts d'envoi des courriers, une meilleure satisfaction client et une approche écologique ! Les projets de passage à la diffusion électronique doivent s'intégrer aux projets concernant les systèmes centraux, les solutions de communications client et le CRM. Ils doivent être considérés comme partie intégrante d'une stratégie à long terme, et non simplement comme des projets ponctuels et indépendants.

Pour plus d'informations, contactez Cincom France :
50 avenue Daumesnil, 75012 Paris, **01 53 61 70 00**,
InfoEurope@cincom.com, ou visitez le site
cincom.fr/CCM.

À propos de Cincom

Cincom Systems, éditeur majeur de solutions CCM (Customer Communications Management), accompagne les entreprises dans la transformation digitale de leurs communications clients, adhérents, sociétaires et partenaires. Cincom est reconnu comme un leader dans les secteurs assurances, mutuelles, santé, banques et services.

Des milliers de clients dans le monde utilisent nos solutions CCM pour délivrer une expérience client personnalisée et fluide et faire de leurs communications client un levier de croissance : AGPM, Allianz, Aviva, Banque CPH, Banque Populaire, BNP Paribas, Caisse Épargne, Carnival, COVEA, Crédit Agricole, Crédit Agricole Consumer Finance, EOS France, Generali, Gieps, Groupama, HSBC, Mutuaide Assistance, Ponant, Stater...

Cincom fournit la solution de communications client la plus intuitive du marché. En rationalisant la conception, le déploiement, la diffusion et la gestion d'importants volumes de communications sous la forme de documents hautement personnalisés, Cincom permet à de nombreuses banques et assurances de :

- Instaurer, renforcer et développer la relation client
- Minimiser les risques liés à la mise en conformité et à la réglementation
- Réduire les coûts d'exploitation
- Accélérer la diffusion de toutes les communications clients



Pour plus d'information, envoyez un courriel à InfoEurope@cincom.com, appelez le +33 1 53 61 70 00, ou visitez le site www.cincom.fr

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

Toutes les autres marques appartiennent à leur détenteur respectif.

© 2019 Cincom Systems, Inc. Imprimé aux États-Unis Tous droits réservés

FORM CDSFR1702013-5PC 2/19