

Solution de portail innovante pour une société d'assurance tournée vers le futur

IBM

Software Group



Bienvenue au podcast de ce jour. Nous avons le plaisir d'accueillir Nicolas Jene, responsable du programme Xnet chez Generali, qui nous parle d'une solution de portail novatrice, pour une société d'assurance tournée vers le futur. L'interview est menée par Claudio Grolimund.

Claudio Grolimund: „Nicolas Jene, à quoi ressemblait à l'origine le site Web de Generali ? Que souhaitiez-vous améliorer et que vouliez-vous modifier?“

Nicolas Jene: „Il me faut revenir en arrière et commencer en 1998. Generali a toujours été présente sur Internet et disposait bien évidemment déjà de son propre site en 1998. Mais le marketing direct d'assurances a en fait été inventé par la société d'assurance Fortuna, qui est aujourd'hui intégrée à Generali. C'est sur cette base que nos ventes de polices se sont effectuées jusque vers la fin des années 90. Puis, entre 2000 et 2004, nous avons lancé un tout nouveau site. Nous nous sommes cependant aperçus que nous n'avions pas réalisé les progrès techniques souhaitables. C'est de ce constat qu'est né notre projet Xnet.“

Claudio Grolimund: „En dehors de l'augmentation du chiffre d'affaires, pouvez-vous nous indiquer quels étaient vos autres objectifs de politique commerciale?“

Nicolas Jene: „Nous avons d'un côté une politique de marketing direct, qui doit pouvoir s'appuyer sur un site Internet. Mais notre société fonctionne également selon un modèle de vente hybride, ou, pour employer le vocabulaire utilisé au sein de notre entreprise, une stratégie multicanaux. C'est-à-dire que nous travaillons aussi avec des agences et des courtiers. L'objectif était donc de regrouper le tout sur un seul et même site, tout en offrant des informations ciblées aux divers groupes de clients. Or, les objectifs de

politique commerciale – avec d’un côté ceux de marketing direct et de l’autre les informations destinées par exemple aux courtiers ou à d’autres groupes cibles – rendaient l’opération difficile. Mais je pense qu’avec le portail Xnet, nous avons bien réussi.“

Claudio Grolimund: „Vous aviez notamment pour objectif l’augmentation du rendement et du chiffre d’affaires. Souhaitiez-vous également améliorer l’efficacité?“

Nicolas Jene: „Tout à fait. Il est clair que notre vision était orientée processus ; c’est-à-dire que ce site ne devait pas uniquement servir à la vente, mais également permettre l’optimisation des processus ainsi que la notification et la gestion des sinistres. Nous avons réalisé des sondages, qui se sont révélés plutôt négatifs : les utilisateurs ne savaient pas comment remplir les déclarations de sinistres, ce qui compromettait l’idée de libre-service. C’est à ces différentes problématiques que le portail public Xnet doit permettre de répondre.“

Claudio Grolimund: „Quels étaient sinon les souhaits des conseillers et des clients pour le portail?“

Nicolas Jene: „Nous avons adopté une approche centrée sur l’utilisateur. C’est un point d’une grande importance. C’est-à-dire que nous travaillons en fonction de groupes cibles et proposons à ces derniers les informations ou les solutions spécifiques dont ils ont besoin. C’est là le concept central qui sous-tend l’ensemble du portail ; ce qui signifie que notre site doit s’adresser de manière ciblée aux différents utilisateurs. Il ne doit donc pas uniquement être convivial, mais également répondre spécifiquement aux divers besoins. Concrètement, cela signifie que nous devons toujours nous souvenir du point suivant : nous avons des personnes intéressées qui se rendent sur notre site et il faut qu’elles puissent accéder rapidement aux informations. Evoquons par exemple le cas des courtiers. De quelles informations ont-ils besoin? Comment devient-on courtier? Auparavant, notre site ne tenait pas compte de tels paramètres.

La rubrique « Pourquoi GENERALI » que nous avons introduite est très importante puisqu’elle décrit aux clients les avantages d’une collaboration avec GENERALI.

Auparavant, les choses n'étaient pas si claires et le site ne comprenait que des descriptions de produits. Aujourd'hui, la structure du portail est beaucoup plus spécifique et présente aux clients les avantages concrets que nous leur offrons.“

Claudio Grolimund: „Vous avez organisé vos offres de services en fonction des différentes étapes de la vie. Comment le client accueille-il cette nouvelle orientation?“

Nicolas Jene: „Nous n'avons effectué aucune évaluation, mais recevons des retours de la part de nos agents généraux notamment. Et ceux-ci sont extrêmement satisfaits. La simple orientation produits ne répondait plus aux besoins actuels. Les gens ne comprenaient pas à quoi les prestations proposées correspondaient, car ils ne savaient pas ce qu'étaient les produits. S'agissait-il par exemple d'assurances de choses ? En quoi se différenciaient-elles d'un produit d'assurance-vie ? L'idée de conseil qui régit l'ensemble du site est également très appréciée. Nos agents généraux peuvent laisser leurs clients surfer eux-mêmes sur le site et leur dire : « Regardez, vous pouvez dans un premier temps consulter notre site, puis revenir vers nous pour obtenir des conseils et des informations détaillées.“

Claudio Grolimund: „Vous nous avez décrit les avantages de votre site Internet. Qu'est-ce qui le rend tellement unique et innovant par rapport à d'autres portails?“

Nicolas Jene: „La véritable innovation, c'est que nous disposons maintenant d'un véritable portail, intégrant notamment le système de gestion des contenus ; ce dernier ne représente désormais plus le tout, mais est simplement un des composants individuels. A l'avenir, nous serons ainsi à même d'intégrer rapidement et efficacement différentes applications dans l'ensemble du portail. Nous prévoyons aussi des outils de planification de la prévoyance, de planification de la retraite ou des rubriques consacrées aux personnes de plus de 50 ans. Ces différents éléments pourront être intégrés successivement, relativement facilement par le biais de la fonction « glisser-déposer.“

Claudio Grolimund: „Qu’avez-vous développé dans le domaine du libre-service et des contenus générés par les utilisateurs, comme par exemple les modifications d’adresse?“

Nicolas Jene: „Lorsque nous développons une application, celle-ci dispose d’un cœur et d’un frontal. Or ce dernier est spécifique à chaque utilisateur. Nous pouvons donc individualiser l’application pour mettre à la disposition des utilisateurs les fonctions en libre-service dont ils ont besoin. Ce qui est bien entendu le but de l’exercice. En effet, quel gaspillage de temps et d’énergie si le client doit nous appeler pour nous faire part de son changement d’adresse ; il faut ensuite que nous transmettions cette information à nos collaborateurs pour qu’ils l’introduisent à leur tour dans le système. Or, en Suisse, la banque en ligne est très répandue et les clients connaissent donc parfaitement le concept de libre-service. Les études de marché ont montré qu’ils n’y voient aucun problème. Donc il est clair que c’est absolument la direction qu’il faut prendre.“

Claudio Grolimund: „Quelle est la situation du portail en matière de sécurité et de protection des données ? Comment pouvez-vous garantir la sécurité et la protection de la sphère privée des utilisateurs?“

Nicolas Jene: „Nous disposons en interne d’un responsable de la sécurité. Celui-ci a en plus fait appel à une société externe indépendante, qui s’est chargée d’analyser la sécurité des installations en examinant chacun des éléments. Elle ne s’est pas contentée de regarder si des attaques extérieures par le biais du Web étaient possibles, mais a également réalisé des analyses pour savoir si les applications avaient été correctement développées. Pour moi, ce dernier point est relativement important. Notre système de sécurité ne peut en effet pas se limiter à un bon pare-feu. Il s’agit également de savoir si tout a été développé et installé conformément aux directives, et si la gestion des correctifs et des mises à jour est également orientée sécurité. Nous disposons par ailleurs de collaborateurs qui se sont très fortement engagés pour ce projet et qui, en collaboration avec IBM, ont implémenté les correctifs nécessaires pour assurer une sécurité maximale.“

Claudio Grolimund: „Quels sont les critères décisifs qui ont incité Generali à choisir IBM et WP Experts comme partenaires?“

Nicolas Jene: „Nous utilisons SAP et collaborions déjà avec IBM. L'ensemble de nos applications centrales d'assurance tournent par ailleurs sur le serveur d'applications Web avec la plateforme WebSphere. Il était donc logique d'également travailler avec IBM pour l'intégration des applications.“

Claudio Grolimund: „WP Experts s'est tenue à vos côtés dans toutes les étapes de réalisation de votre projet, depuis l'évaluation jusqu'à l'implémentation. Elle vous a ainsi notamment fourni des prestations de conseil et a formé vos collaborateurs. En quoi a-t-elle pu vous aider et comment la collaboration a-t-elle fonctionné?“

Nicolas Jene: „Notre société dispose depuis longtemps de son propre portail et a donc réuni une certaine expérience dans ce domaine. Au fil du temps, nous avons appris qu'il existait des sociétés spécialisées spécifiquement dans l'intégration des portails. Une nécessité si l'on considère la complexité extrême de cette thématique. Nous dépendons donc fortement d'un soutien professionnel, et IBM et son partenaire WP Experts nous ont apporté l'aide dont nous avons besoin.“

Claudio Grolimund: „Quelles solutions utilisez-vous et comment l'intégration et la migration se sont-elles passées?“

Nicolas Jene: „Nous utilisons un nombre relativement élevé de logiciels IBM, notamment Websphere Portal Server et Websphere Application Server, qui servent fondamentalement de bases au portail, ainsi que le système IBM de gestion des contenus Web. Ces trois éléments constituent en fait les piliers de l'ensemble de la solution. Et il est clair que l'intégration a bien fonctionné. Le portail en est le meilleur exemple. Ce type de développements est donc faisable, même si, bien évidemment, il s'agit d'informatique et qu'il y a toujours des problèmes. Mais avec la collaboration d'IBM, nous avons parfaitement tout maîtrisé.“

Claudio Grolimund: „Nicolas Jene, merci pour ces informations très complètes.“



© Copyright IBM Corporation 2010. Tous droits réservés.

IBM et le logo IBM sont des marques déposées d'International Business Machines Corporation aux Etats-Unis et dans d'autres pays.

Les marques d'autres entreprises sont reconnues. Les dispositions contractuelles et les tarifs sont disponibles auprès d'IBM et de ses partenaires commerciaux. Les informations concernant les produits sont celles valables lors de la mise sous presse. L'objet et l'étendue des prestations sont déterminés individuellement dans chaque contrat. Le présent document n'a été publié qu'à des fins d'information générale.