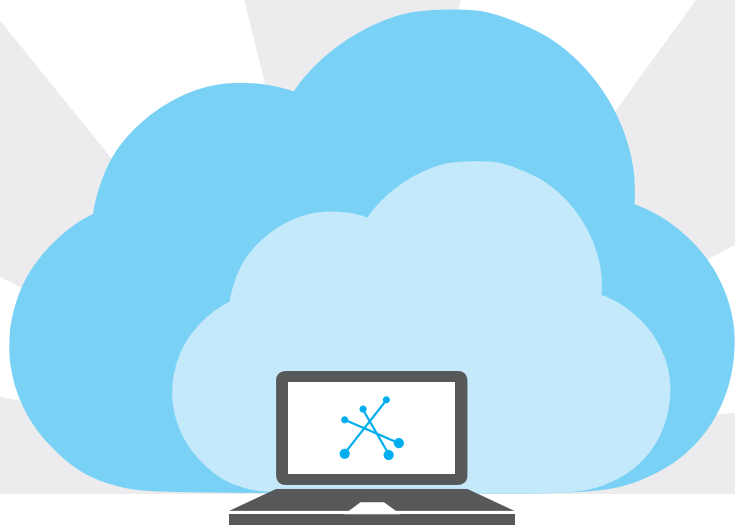


AMBITION CLIENTS 2020

Digitalement vôtre

LE DIGITAL AU SERVICE DES
CLIENTS ET DES COLLABORATEURS





SOMMAIRE

- P.03 Osons la transformation digitale !** - par Christian Baudon
- P.04 Panorama** d'un monde qui change avec le digital
- P.06 La révolution digitale, 4 batailles à mener pour Covéa**
- par Xavier Ducurtil
- P.07 «Faire ensemble !»** par Michel Gougard
- P.08 Les 4 axes** du programme Ambition Clients 2020
- P.12 Quelques initiatives clés** du programme
- P.14 Les 5 bonnes RAISONS** d'adhérer au programme
- P.15 Les 5 bonnes FAÇONS** d'adhérer au programme

Ce document est édité par Covéa – 86, rue Saint-Lazare – 75009 PARIS
Directeur de la publication : Christian Baudon – Directeur de la rédaction : Xavier Ducurtil
Comité de rédaction : Isabelle Legrand, David Porcheron
Conception / rédaction / réalisation : [WEFactory](#) – Crédits illustration : Marion François – Crédits photo : Kasia Kozinski

OSONS LA TRANSFORMATION DIGITALE!



Qui imaginait il y a quelques années regarder la télévision sur une tablette numérique en choisissant son programme à la carte ? Qui pensait ne plus avoir besoin de billet d'avion ou de train ? Qui imagine aujourd'hui vivre sans Internet et encore moins sans mobile ? Nous sommes chaque jour davantage équipés d'appareils devenus indispensables, que nous utilisons simultanément et en toute agilité, pour travailler, consommer, communiquer, se sociabiliser.

La révolution digitale est entrée dans tous les foyers transformant nos usages, nos attentes et notre environnement économique.

Cette révolution, nous devons nous l'approprier également dans l'entreprise, avec enthousiasme et détermination. Si nos clients se transforment et si nos concurrents évoluent, nous devons également changer pour améliorer notre compétitivité. D'un point de vue stratégique, c'est indispensable, pour continuer de servir notre ambition commune : fournir à nos clients les meilleures expériences d'Assurance.

C'est dans ce but que le **programme Ambition Clients 2020** a été conçu.

Découvrez, au fil de ces pages, le sens des projets qui seront progressivement mis en œuvre dans le Groupe pour atteindre avec succès, et grâce à la mobilisation de tous, nos objectifs : mieux connaître et reconnaître nos clients et simplifier leur vie d'assuré ; moderniser nos outils et nos pratiques ; mieux créer et travailler ensemble... En un mot, exister pleinement dans ce nouveau monde !

“ *Le digital est une formidable opportunité pour améliorer la vie de nos clients, de nos collaborateurs et ainsi nous faire gagner en compétitivité !* ”

Digitalement Vôtre,

Christian Baudon

Directeur Général Assurances Covéa

PANORAMA D'UN MONDE QUI CHANGE...

Des clients hyper-connectés

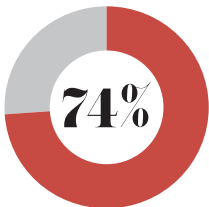


CONTRE
27%
EN 2011

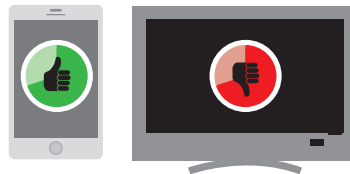


DES FRANÇAIS
sont membres
d'un réseau social

Les 15-25 ans : une génération ultra digitale



déclarent qu'ils ne pourraient vivre
SANS L'INTERNET MOBILE



70%

des 15-25 ans opteraient pour
LEUR TÉLÉPHONE/TABLETTE
PLUTÔT QUE LEUR TÉLÉVISEUR
s'ils devaient choisir entre les 2



qui s'équiperont pour la

1ère
fois

EN ASSURANCE
DANS LES 5 ANS À VENIR

n'auront pas connu
UN MONDE
SANS DIGITAL



et se distingueront
par une utilisation
INTENSIVE
DU DIGITAL

AVEC LE DIGITAL

L'impact du digital sur l'entreprise



DE PROFITABILITÉ
par rapport à la moyenne
pour les entreprises à forte
maturité digitale



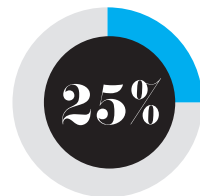
**DE BIEN-ÊTRE
AU TRAVAIL**
dans les entreprises les
plus matures dans leur
transformation numérique



DES ENTREPRISES DÉCLARENT QUE
LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE
FAIT PARTIE DE LEURS AXES
STRATÉGIQUES À MOYEN TERME

DES ENTREPRISES PENSENT QUE
LA SIMPLIFICATION DU PARCOURS CLIENT
EST LA PIERRE ANGULAIRE DE LA RELATION
CLIENT ET DU MARKETING DIGITAL,
D'ICI À L'HORIZON 2016

**Et pour l'Assurance,
l'essor de nouveaux
concurrents**



**DES CLIENTS
prêts à s'assurer
chez Google
ou Amazon**



SOURCES : chiffres extraits Journées enseigne MAAF, 24 avril 2014 + Étude Roland Berger « Du rattrapage à la transformation : l'aventure numérique, une chance pour la France ». Étude Markess 2014, portant sur les « Stratégies clients digitales et CRM pour optimiser le parcours client ».

LA RÉVOLUTION DIGITALE, 4 BATAILLES À MENER POUR COVÉA

Par **Xavier Ducurtil**, Directeur Marketing Stratégique



Tous les secteurs de l'économie, y compris celui de l'Assurance sont profondément transformés par la révolution digitale. Nous avons identifié quatre batailles principales qui sont autant de défis à relever pour Covéa et ses Marques. La bataille des données, matière première de nos métiers, qui devient un enjeu de compétition majeur ; celle du lien client qui fait aujourd'hui la force de nos Marques et qu'il faut absolument préserver ; bataille de la modernisation

digitale engagée contre les acteurs majeurs de la Banque et de l'Assurance et, enfin, la bataille de la culture car nous voulons accompagner tous les collaborateurs.

Pour que Covéa soit au rendez-vous de ces challenges, deux conditions s'imposent. D'abord, il faut le « pouvoir », c'est-à-dire trouver les moyens financiers, organisationnels, techniques et humains pour conduire ces transformations. C'est le cas. Et, pour mener à bien ce programme ambitieux, la deuxième condition fondamentale est de le « vouloir » : c'est à dire accepter les transformations nécessaires, réinventer notre métier, en renforçant nos connaissances et nos pratiques digitales individuelles et collectives.

Le programme Ambition Clients 2020 a été organisé autour de ces quatre batailles pour trouver des réponses stratégiques et opérationnelles. Il se concrétisera progressivement sous forme de nombreuses réalisations dans chacune des Marques et au niveau de Covéa, au service de nos clients et de nos collaborateurs. Vaste programme !

“*Réinventer
notre métier, en renforçant
nos connaissances
et nos pratiques digitales.*”

« FAIRE ENSEMBLE ! »

Comment le Groupe accompagne-t-il les collaborateurs au travers d'Ambition Clients 2020?

Les enjeux de la transformation numérique dans l'entreprise sont considérables car elle modifie les attentes des clients, ce qui nous pousse à revoir nos offres et aussi nos méthodes de travail. Le Groupe accompagne cette mutation interne en encourageant un fonctionnement en écosystème collaboratif, en 2 mots : faire ensemble ! L'objectif est de privilégier l'innovation, l'autonomie, le travail en équipe et la responsabilisation. Une occasion exceptionnelle pour les femmes et les hommes du Groupe !

Différents projets ont déjà démarré, qui vont de l'acculturation au digital, au tutorat inversé en passant par le développement de Corus, notre réseau social d'entreprise.

Quelles vont être ces nouvelles méthodes de travail ?

Utiliser des outils collaboratifs, cultiver la pluridisciplinarité, être nomade, développer le télétravail sont quelques-unes des pistes explorées. Cette organisation, plus souple, va

favoriser la coopération et l'innovation et faire passer au second plan le travail « en silos ».

Comment vont-elles impacter les pratiques managériales ?

Le rôle du manager va lui aussi se modifier et nous allons l'accompagner en ce sens. Il passe d'un mode de gestion et de contrôle à désormais plus de stimulation et de coordination. Il va être un accompagnateur qui donne des orientations pour travailler dans un environnement dynamique, qui met en avant les valeurs de partage et de co-construction et qui favorise la créativité et l'initiative en valorisant l'apprentissage par l'échec. Un rôle autrement plus gratifiant !



Michel Gougnard,
Directeur Général
des Ressources
Humaines
et Communication
Interne de Covéa

“ *Le digital est l'occasion de repenser notre agilité organisationnelle en plaçant l'homme au cœur de notre dispositif, nous allons construire des méthodes de travail faites de souplesse et de collaboration.* ”

VALORISER L'ACTIF CLIENT



Le lien que nous avons réussi à créer avec nos clients est notre bien le plus précieux. Le digital nous offre quantité d'opportunités pour le préserver et le développer. Saisissons-les !

Poster la photo de la voiture de ses rêves sur Facebook ou Pinterest, remplir un formulaire administratif en ligne, équiper sa maison de détecteurs de fumée reliés à son Smartphone... Autant de démarches délivrant des informations clés pour détecter des prospects au moment où leurs projets d'assurance se construisent et **affiner notre connaissance de nos clients et de leurs risques.**

Apprécier le plus précisément possible la situation de chacun est un puissant levier d'action pour améliorer la qualité de nos services et enrichir notre offre. Ne laissons pas de nou-

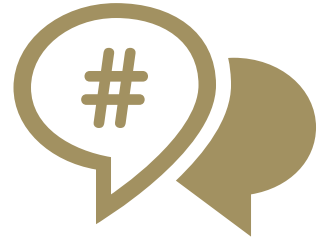
veaux acteurs, en possession de nombreuses données, s'immiscer entre nos clients et nous !

Pour construire un lien client toujours plus fort, Covéa développe différents outils qui serviront notamment à identifier les données client, les collecter, les trier, les organiser et les mettre en commun. Sur la base de cette ressource, nous améliorerons la manière d'apprécier les risques de nos clients, **nous pourrons concevoir de nouveaux services, à la fois rentables et adaptés**, ou encore développerons nos capacités de ciblage. Prêts à façonner le visage de l'Assurance de demain ?

*“ Le nouveau rôle de l'assureur se résume en 4 mots : **prédictif, proactif, personnalisé et participatif.** ”*

50

À l'horizon 2020, **50 milliards d'objets connectés**, des lunettes à la voiture, apparaîtront dans nos vies.



DÉVELOPPER LA PROXIMITÉ DIGITALE

La proximité est LE point fort de nos trois Marques, pour être aux côtés de nos sociétaires au bon moment et au bon endroit, en toute efficacité. Le digital doit nous permettre de renforcer cette proximité.

Les usages de nos clients évoluent : ils échangent désormais partout, tout le temps et depuis de multiples supports, notamment via les réseaux sociaux, avec des proches, des inconnus, mais aussi avec « leurs » Marques. Ainsi, donner son avis – négatif ou positif – sur la page Facebook d’une entreprise ou y poser des questions est devenu monnaie courante. De ces habitudes naissent de nouvelles exigences en termes de réactivité et de simplicité. Un sinistre ? **Faisons vivre à nos clients une expérience fluide et marquante** en utilisant tous les moyens à notre disposition et en adaptant notre modèle de distribution. Bientôt, notre client pourra nous contacter en urgence en cliquant sur un bouton

d’alerte ou en nous téléphonant, photographier son dommage avant de nous envoyer les clichés depuis son smartphone, suivre en direct l’arrivée du dépanneur sur internet ou par SMS, signer électroniquement les documents nécessaires... Accompagnés par une entreprise qui leur simplifie la vie, **les clients deviendront alors naturellement nos meilleurs ambassadeurs.**

66%

66% des internautes laissent des avis et 77% les consultent !

“ *Le digital est une force à disposition de nos collaborateurs pour créer de nouvelles formes de proximité car il permet d’allier conseils et fluidité.* ”



CRÉER L'AGILITÉ INDUSTRIELLE

La condition *sine qua non* pour faire vivre à nos clients les meilleures expériences d'assurance ? Nous équiper de moyens à la hauteur de nos ambitions ! Un vent de nouveauté va souffler sur nos outils et nos pratiques.

Pour proposer une offre simple, fluide et rapide... Il faut pouvoir travailler de façon simple, fluide et rapide ! **Gagner en agilité organisationnelle nous permettra d'être plus efficaces** et de mettre nos projets en œuvre plus rapidement. C'est pourquoi de nouvelles méthodes de travail sont en cours de déploiement dans nos Marques, visant par exemple, à davantage de pluridisciplinarité.

En parallèle, des investissements importants vont être réalisés pour moderniser nos systèmes d'informations existants. Ainsi, un certain nombre de nouveaux « socles » seront construits pour supporter les expériences clients de demain (Customer Relationship Management, Flux, Dématérialisation, Plateforme Digitale/Mobile...). L'idée est de se doter progressivement d'outils, communs à l'ensemble des Marques,

pour **accélérer les délais de mises en marché et ainsi rester en phase** avec les besoins de nos clients tout en améliorant les outils des collaborateurs.

“ Pour porter l'excellence de l'expérience client que nous voulons créer, investir dans des socles techniques est essentiel.

FONCTIONNER EN ÉCOSYSTÈME COLLABORATIF



Que vous jongliez avec les applis ou que vous confondiez les mots « tweet » et « geek ». Covéa vous aide à acquérir ou approfondir votre culture digitale et collaborative.

Le digital impacte la sphère personnelle mais aussi le monde professionnel de chacun, quel que soit notre métier. Dans nos modes de communication - emails ou réseau social d'entreprise tel CORUS (voir encadré), depuis son déploiement au sein de nos Marques - et même dans nos méthodes de recrutement de futurs talents via LinkedIn ou Viadeo, **les pratiques numériques s'imposent**. Qu'elles soient complètement intégrées à notre vie quotidienne ou qu'elles soient en passe de le devenir, Covéa nous accompagne concrètement.

Le programme Ambition Clients 2020 décline en effet une panoplie d'outils sur mesure pour vous permettre d'apprendre à votre rythme et selon vos besoins : MOOC* tutorats, quiz, Digital Days, vidéos... À la clé ? Gain de temps et synergies, bref, tous les ingrédients pour travailler plus collectivement et plus efficacement.

“ *Le digital ne remplace pas les relations humaines, c'est un moyen de simplifier la vie des clients et celle de nos collaborateurs.* ”

3

Le succès de CORUS* en 3 chiffres :

- 349 234 visites
- 15 873 profils connectés
- 503 communautés

* en 6 mois d'activité

* Massive Open Online Course (MOOC). Covéa lancera prochainement sa propre plateforme d'autoapprentissage consacrée aux pratiques digitales.



Le Big Data

Faire de la donnée un avantage concurrentiel

Les directions Technique, Marketing et Relation Client utilisent au quotidien des données, de plus en plus nombreuses et hétérogènes, pour **mieux connaître les clients et leurs risques**. 30 projets, ayant pour but d'exploiter efficacement et le plus rapidement possible ces données, ont été lancés ces derniers mois. Afin de **créer des synergies**, des représentants de chacun de ces services transverses et des Marques, soit 20 personnes, se regroupent tous les 15 jours depuis le mois d'octobre 2014. Le programme : faire le point sur les projets en cours, procéder à des retours d'expériences et construire des projets collectifs comme l'achat groupé de données. En parallèle, un socle technique pour stocker, traiter et exploiter rapidement les données est en cours de création.



QUELQUES INITIATIVES CLÉS DU PROGRAMME AMBITION CLIENTS 2020



Le CRM

Une vision client à 360 °

Outil informatique de gestion de la relation client, le CRM (Customer Relationship Management) constitue la pierre angulaire de toute relation avec les clients. Il donne les moyens aux collaborateurs de bien les accompagner. **Avoir la vision la plus complète possible du client** afin de suivre parfaitement ses demandes, voire de les anticiper et, de manière générale, de le servir au mieux, passe par l'acquisition d'un outil permettant de **regrouper toutes les informations que les Marques ont en leur possession**. Covéa a lancé en 2014 un appel d'offres afin de choisir un nouveau CRM adapté à l'ensemble des besoins du Groupe. L'outil couvrira tous les points de contact que les collaborateurs ont eu avec le client, sinistres compris, et permettra de partager cette vision client à **360°**. Ce CRM sera d'abord implémenté chez MAAF.

Les réseaux sociaux

Un canal d'interaction privilégié avec le client

Les réseaux sociaux sont un point de contact client incontournable. Pour aider chacune des Marques à élaborer et mettre en œuvre une **stratégie de communication adaptée sur Facebook, Twitter et autres forums**, Covéa s'est dotée d'un logiciel permettant de capter les messages émis par les sionautes sur nos Marques. Via des mots clés, un reporting est effectué en temps réel sur les écrans des « centres d'écoute ». Celui de Tivoli a ouvert ses portes en février dernier et sera suivi de près par ceux des Marques. Depuis ces lieux d'échange et de recherche, les acteurs de la relation client vont pouvoir débusquer les influenceurs, surveiller l'e-réputation des Marques... Autant d'informations essentielles pour savoir de quoi parler, sur quel réseau social, selon quelles modalités, etc. En un mot, pour **mettre en place une relation client digitale naturelle** !



**Il y a la théorie et surtout la pratique !
Florilège d'actions concrètes,
une par axe, qui sont ou vont être
lancées au cours de l'année
pour donner corps aux ambitions
du Groupe.**

← Séance de travail au Lab Covéa à Tivoli.



Le Lab

Un incubateur d'innovations

Vous débordez d'imagination pour faciliter la vie des clients ? Dans le Lab de Tivoli et ses antennes, créées au sein de chaque Marque, une équipe vous accompagne pour innover vitesse grand V ! Leur première mission est de **dénicher les idées pertinentes en fédérant toutes les ressources** : collaborateurs, clients, service R&D mais aussi universités, start-up, réseaux sociaux... Ensuite, le besoin client et la faisabilité du projet sont validés, la solution designée, prototypée puis expérimentée. Dès le premier semestre 2015 par exemple, trois services – dont une plateforme d'autopartage entre assurés et une interface pour réaliser un devis automobile sur téléphone portable – seront étudiés et testés. Les résultats vous seront communiqués dès les premiers retours d'expérience. Affaire à suivre !





BONNES raisons D'ADHÉRER AU PROGRAMME



La raison d'être du programme Ambition Clients 2020 est de simplifier la vie des clients mais aussi la nôtre ! Pourquoi collaborer ? Parce que nous avons tout à y gagner, individuellement et collectivement. La preuve par 5.

S'engager dans le programme Ambition Clients 2020 c'est...

✓ enrichissant

Le but de cette démarche est de créer de la valeur en travaillant autrement : de façon plus créative, plus collective, plus efficace. Une occasion d'acquérir de nouvelles compétences, de maîtriser de nouvelles pratiques et de se familiariser avec de nouvelles méthodologies... Bref, d'évoluer !

✓ épanouissant

Faire entendre son point de vue, c'est bâtir son e-réputation et prendre le risque... que ses idées soient mises en pratique ! Les conséquences ? Être reconnu à sa juste valeur pour sa contribution et devenir un « digital influenceur » : que du positif.

✓ motivant

Faire partie d'une émulation collective, créer de nouveaux liens, partager ses idées pour avancer ensemble, participer à un projet d'envergure... Des raisons qui donnent envie de se lever le matin !

✓ valorisant

Créateur d'innovations : un nouveau rôle qui vous va sur mesure. Et pour les managers, leur mission hiérarchique s'efface au profit d'une mission plus gratifiante d'animateurs de compétences, pour une motivation de tous au top.

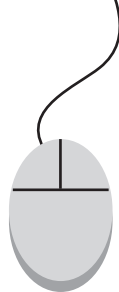
✓ et facile !

Pas besoin de devenir un geek pour contribuer à la digitalisation du Groupe. Il suffit simplement de changer de point de vue et de repenser ses habitudes. Et pour acquérir les compétences digitales incontournables, des formations adaptées au niveau de chacun sont en train d'être mises en place.

LES

5

BONNES façons D'ADHÉRER AU PROGRAMME



Ca y est, vous êtes convaincu de l'intérêt de votre engagement ? Reste à savoir où, quand et comment participer. Passage en revue des solutions qui vont nous permettre de profiter, toutes et tous, des multiples apports du digital.

Participer au programme Ambition Clients 2020 c'est...

✓ s'informer

Chaque année, les Digital Days sont un rendez-vous à ne pas rater pour découvrir les derniers outils et projets digitaux du Groupe ou assister à des conférences... Profitez-en pleinement ! Et tous les mois, en vous rendant sur l'Intranet, onglet Digitalement Vôtre, vous retrouverez l'actu digitale du Groupe.

✓ se former

Le MOOC est une plateforme d'autoapprentissage ouverte à tous. Covéa est sur le point d'élaborer la sienne pour que tous les collaborateurs puissent accroître leurs compétences digitales à leur rythme et de façon ludique !

✓ collaborer

Avec CORUS, le réseau social d'entreprise de Covéa, prenez la parole au quotidien en postant des informations via votre profil, en stockant et partageant des dossiers, en créant des communautés thématiques pour échanger entre experts... Par ici les synergies !

✓ brainstormer

Autour de 3 thèmes : comment travailler ensemble, quel management à l'heure du digital et enfin, Covéa, quelle force et quelle singularité ? 18 ateliers de 20 volontaires ont été constitués dans le cadre du projet CAMPUS Covéa. Ils se rencontreront tout au long de l'année virtuellement ou au cours de rendez-vous pour aboutir à un livre blanc utile à tous. Vous pouvez suivre leurs réflexions sur l'Intranet ou rejoindre l'une des 3 communautés en envoyant un mail à campus@covea.fr.

✓ et inventer !

Le Lab (cf. p.13), c'est une structure avec 4 sites qui vous propose une méthodologie et des solutions pour donner vie à vos idées et participer à notre objectif commun : innover vite et fort au bénéfice de tous et surtout de nos clients !

