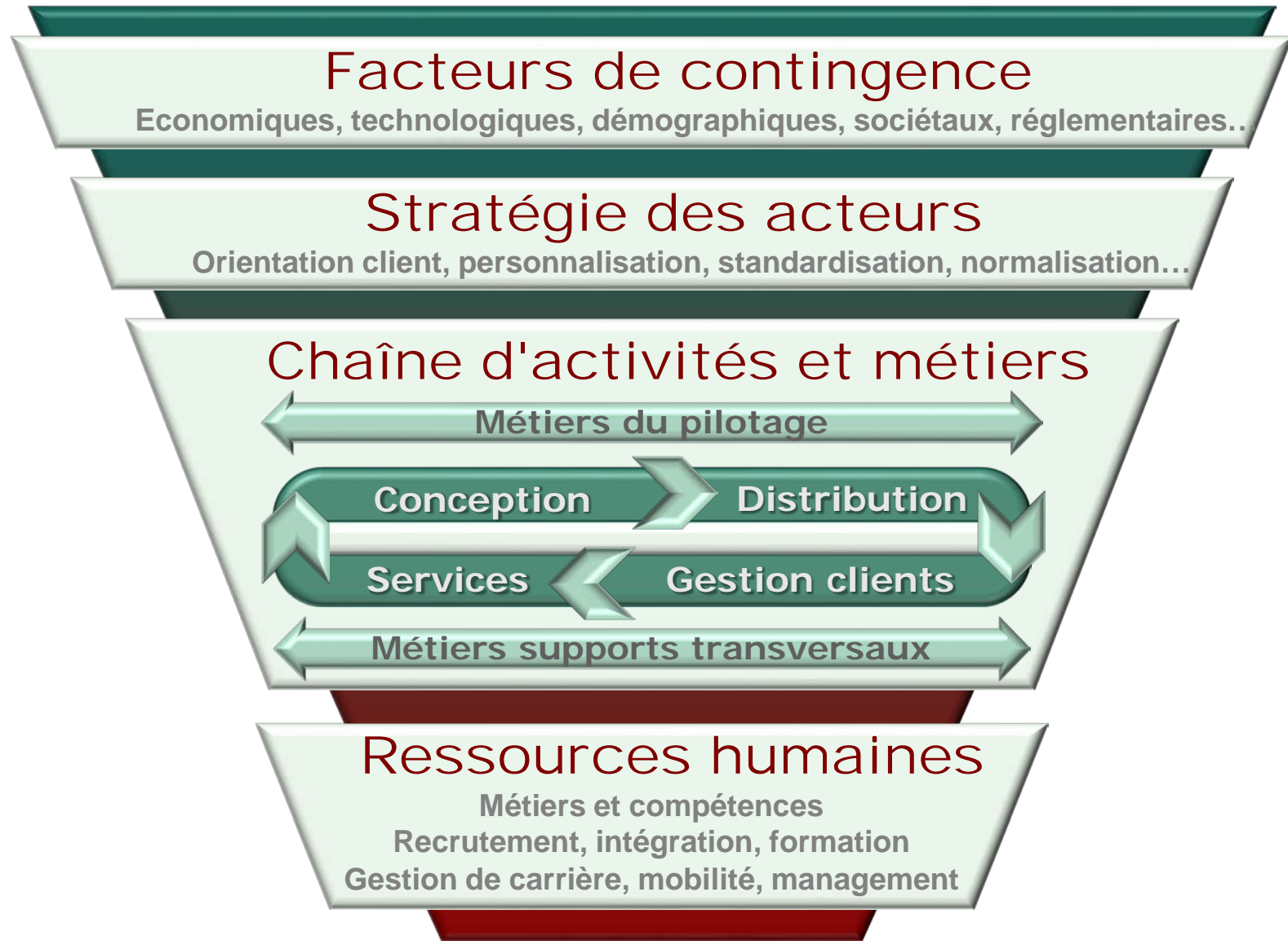


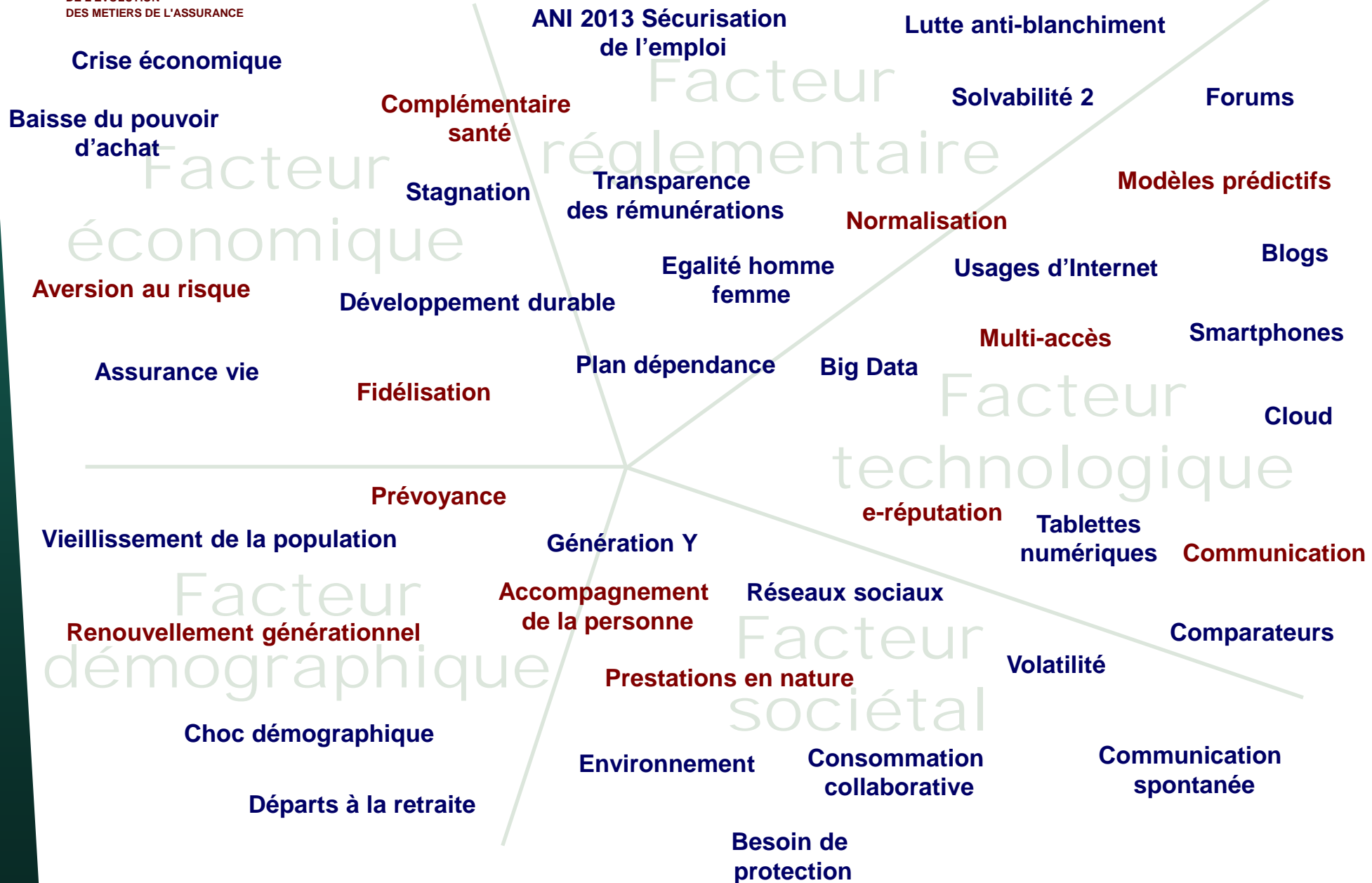
le Baromètre prospectif

2013



Facteurs d'évolution et stratégies des acteurs

le Baromètre prospectif 2013



Orientation client

Faire de la qualité...

Pour un cas unique, c'est être capable de produire un "chef-d'œuvre"

En gestion de masse, c'est être capable de reproduire des chefs-d'œuvre... à l'infini !

Logique artisanale
⇒ *sur mesure*

Logique industrielle
⇒ *prêt-à-porter*

Exemples : *Stradivarius* ou
Rolls & Royce ou
mais Lexus ET

Yamaha...
Ford...
Toyota

**Concilier des objectifs de production divergents :
une gestion de masse et une gestion personnalisée**

**Garantir des coûts
optimisés**



≠



**Garantir un service
sur mesure**

Recherche d'efficacité et d'économie de moyens

Une problématique de pilotage de la performance

→ Penser global, agir local ?

➤ Des tendances fortes...

- ⇒ Réorganiser la relation–client
- ⇒ Développer des prestations en nature
- ⇒ Renforcer le pilotage, les processus et le contrôle

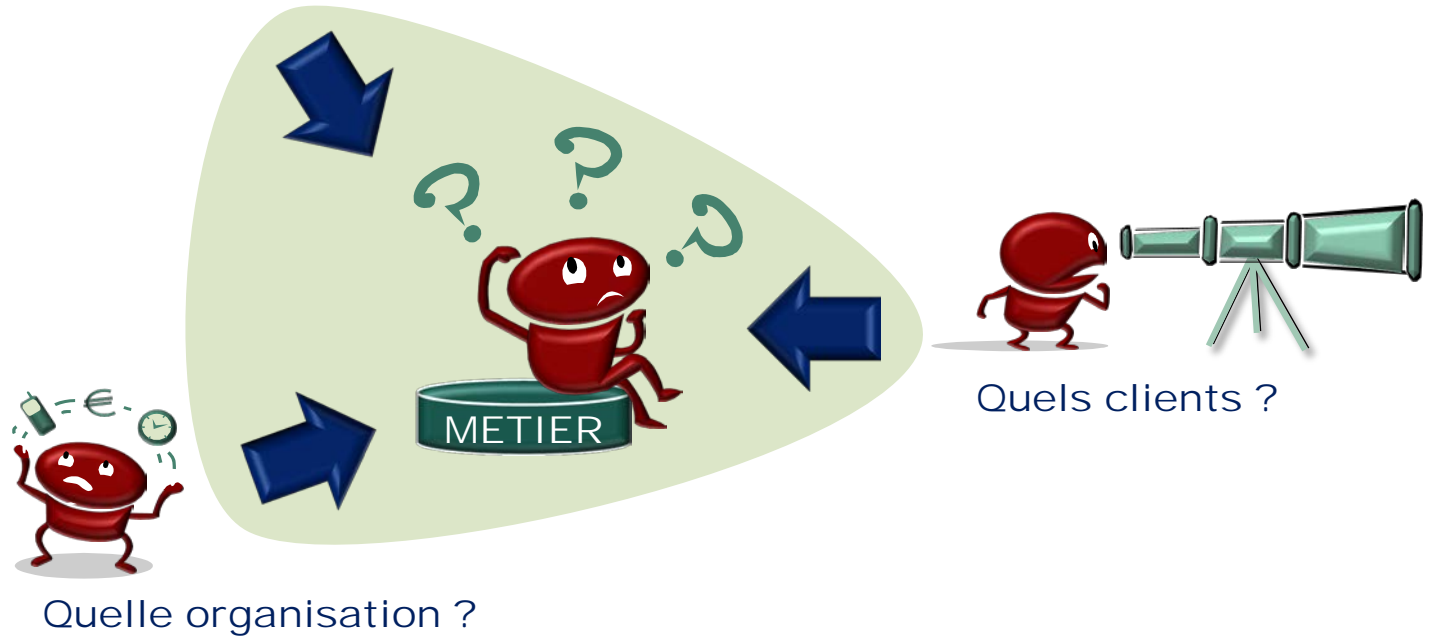
➤ ...et des questions en suspens

- ⇒ Multi-accès : tout, en tout temps, en tout lieu ?
- ⇒ Fidélisation des clients : que fait-on réellement ?
- ⇒ Génération Y : des compétences à partager ?

Les métiers questionnés...



Quels produits ?



Une ré-articulation de l'entreprise autour des grandes fonctions traditionnelles de la chaîne d'activités de l'assurance

Création de l'offre

De la connaissance des comportements du client à la définition de prestations élargies et en nature...

Distribution

Faire fonctionner ensemble tous les canaux et acteurs, dans une complémentarité reconnue...

Gestion clients

Passer collectivement d'une culture de la technique à une culture du client...

➤ **Métiers de la création de l'offre**

- ⇒ Les champs d'innovation portent sur l'accompagnement de la "personne "
- ⇒ La logique globale du multiaccès et les approches comportementales prédictives
- ⇒ **Le Big Data** (format, recueil et interprétation des données) et les **nouveaux outils de connaissance marketing** (prévision / segmentation)
- ⇒ Les fonctions marketing et actuariat en coopération de plus en plus étroite
- ⇒ Emergence de profils de spécialistes : modélisation, gestion des risques, contrôle interne, actif – passif, métiers du digital...
- ⇒ **Compétences renforcées : informatique, finance, marketing** (amont – aval), ouverture internationale, surveillance des risques ...

➤ **Distribution et développement commercial**

- ⇒ **Elargissement des gammes de produits** (dont produits bancaires, services associés...), **malgré une spécialisation par marché/segment**
- ⇒ **Plus de professionnalisme** : clients mieux informés, en attente de pédagogie (effets de la crise), **indispensable maîtrise des technologies, veille sur l'environnement** (offres concurrentes...), **coopération pour le suivi des clients en cross canal...**
- ⇒ **Plus que jamais des technico-commerciaux** (plutôt que des "vendeurs")
- ⇒ **Nouveaux outils** : la tablette, le smartphone, le stylo numérique...
- ⇒ **Des réalités contrastées en termes de profils de compétences** (sédentaires, itinérants...), **mais quelle reconnaissance pour chaque type de profil ?**
- ⇒ **Reconstruction des filières de métiers, parcours différenciés selon les générations, notamment "Y", avec une problématique d'allongement de la vie professionnelle...**

➤ **Gestion des contrats ou prestations**

- ⇒ **De plus en plus de prestations de services et d'assistance**
- ⇒ **Renforcement du canal Internet : développement d'actes de gestion en ligne, communication avec les assurés sur le site, web call back, applications dédiées...**
- ⇒ **Des évolutions majeures de profils : plus de relation client, plus de "commercial", métiers d'appui aux réseaux...**
- ⇒ **Polyvalence ou expertise ? Mixer les activités de front et back office... ou développer la mobilité pour accroître les compétences ?**
- ⇒ **Davantage de collaboration interservices : réintroduire de la souplesse dans des process normalisés**
- ⇒ **Dépasser les paradoxes du modèle industriel ? ré-allouer de l'autonomie aux collaborateurs pour humaniser la relation client ?**

Quels enjeux RH et managériaux ?

Renouvellement des effectifs

- ⇒ Recrutement, intégration, formation...
- ⇒ Tutorat, management interculturel...

Métiers, filières et passerelles

- ⇒ Primauté de la logique "compétence"...
- ⇒ Rééquilibrage entre savoirs techniques et compétences comportementales...
- ⇒ Nouvelle cartographie : métiers du risque, du pilotage, de la qualité, du web, de la relation-client...
- ⇒ Mobilité, formation, gestion de carrière...

Systèmes de reconnaissance

- ⇒ Donner du "sens" à l'action...
- ⇒ Contenus de poste, responsabilités, autonomie...
- ⇒ Engagement, motivation, coopération...