

# C.



RELATION CLIENT  
ET OPÉRATIONS  
D'ASSURANCE

### Mission

---

Ce domaine regroupe les métiers en charge de la gestion, de l'actualisation et du suivi des contrats d'assurance souscrits. Ce processus inclut toutes les opérations réalisées par l'assureur lorsque l'assuré se renseigne sur sa couverture, communique de nouvelles informations sur sa situation, exprime un souhait d'évolution de ses garanties, etc. Dans d'autres configurations, les échanges avec le client sont initiés par la société d'assurances. C'est par exemple le cas quand l'entreprise transmet à l'assuré des documents réglementaires ou lorsqu'elle lui demande la communication d'informations techniques ou administratives nécessaires à la gestion des contrats les plus complexes.

### Valeur ajoutée

---

Cette fonction assure l'adaptation continue des contrats à l'évolution de la situation des clients et de leurs attentes. A des degrés divers selon les risques et les clientèles, sa valeur ajoutée relie écoute et posture commerciale avec la réalisation d'opérations technico-administratives.

### Métiers

---

Les modalités de mise en œuvre de cette fonction varient sensiblement selon les clientèles (particuliers/entreprises). D'autres différences entre les assurances de biens/responsabilités et les assurances de personnes conduisent à structurer le domaine en quatre métiers :

- C1.** IARD des particuliers et des professionnels
- C2.** IARD des entreprises
- C3.** Assurances de personnes individuelles
- C4.** Assurances de personnes collectives

### Principales évolutions

---

Depuis une vingtaine d'années, la gestion des contrats poursuit une mue qui l'a détachée d'une activité administrative de back office. Dans les centres de relation client, ces opérations sont désormais réalisées au contact direct de l'assuré, souvent de manière interactive. Disponibilité et proximité font évoluer ces métiers vers un rôle plus large de conseil et d'accompagnement sur la couverture d'assurances. Cela se traduit sur le marché des particuliers par une implication croissante des conseillers dans la proposition et la souscription de nouvelles garanties, le reversement de capitaux sur des contrats d'épargne, etc. Au terme de ces évolutions, il deviendra plus difficile de distinguer dans ce domaine les opérations d'assurance de la vente sédentaire.

**D'une fonction de gestion  
à une fonction de service**



### **La numérisation et la décentralisation des chaînes de gestion de l'assurance**



Les technologies de l'information, couplées avec les méthodes du Lean management, ont conduit à une rationalisation des chaînes de gestion. L'automatisation des tâches administratives libère un temps réinvesti dans la relation avec le client et dans sa prise en charge. La transformation digitale accélère cette tendance. Après l'optimisation interne, les activités de gestion commencent à se déployer à l'extérieur de l'entreprise. En effet, les outils digitaux du self care mettent les clients en capacité d'accéder à des informations ou d'enregistrer eux-mêmes tout ou partie de certaines opérations d'assurance. Le transfert des tâches les plus simples concentre l'activité vers une valeur ajoutée relationnelle en appui du traitement des questions les plus complexes.

### **Une posture proactive sur les marchés de l'entreprise**



Sur le marché des entreprises, la qualité et la réactivité des "services de gestion" sont devenues des composantes à part entière de l'offre d'assurance. A l'exigence de maîtrise technique et administrative s'ajoute la disponibilité et l'agilité que l'on attend aujourd'hui d'un prestataire de services. En assurance de biens et de responsabilités, comme en retraite, santé et prévoyance collectives, le management des opérations requiert de passer de la gestion des contrats à une posture de soutien et d'accompagnement de ses correspondants chez les partenaires (agents, courtiers...) ou dans les entreprises clientes.

