

04

DÉCEMBRE 2022

telescope
MAGAZINE DE TELEDESK GROUP

Peter

De Keyzer

« Les banques et les assureurs vont contribuer à déterminer le sens de la marche vers la durabilité. »



TELEDESK GROUP OUVRE 2 NOUVEAUX BUREAUX À ZONHOVEN ET COURTRAI

MINDSETTING

Solutions de marketing sur mesure pour les courtiers



contenu

- 4 **PETER DE KEYZER**
« Les banques et les assureurs vont contribuer à déterminer le sens de la marche vers la durabilité. »
- 8 **TELEDESK GROUP OUVRE UN NOUVEAU BUREAU À ZONHOVEN**
- 10 **KOEN LAMBERTS, COURTIER**
« Combiner réglementation et expérience agréable pour le client et le conseiller est le plus grand défi »
- 15 **AUTOREPAIRGROUP CARROSSERIE**
« Rapide, sûr et responsable »



- 18 **MINDSETTING : SOLUTIONS DE MARKETING SUR MESURE POUR LES COURTIER**
- 20 **QU'ATTEND UN CLIENT DE SON ASSUREUR SUR LE PLAN NUMÉRIQUE ?**
- 22 **MICHAEL BRYON (PORTHOS VERZEKERINGEN)**
« La collaboration avec Teledesk Group nous permet de retirer le maximum de notre propre équipe »
- 24 **TELEDESK GROUP TRAVAILLE DIRECTEMENT DANS VOTRE LOGICIEL DE GESTION**
- 26 **PROUD TO PRESENT TO YOU : DAPHNÉ REYNAERT**
« Même s'il a une image poussiéreuse, je trouve au contraire le secteur des assurances très intéressant et passionnant. »

Telescope est une édition de Teledesk Group et paraît 2 fois par an.

Éditeur responsable
Geert Verhaeghe

Réalisation
Mindsetting.be

Feed-back
Si vous voulez réagir à l'un des articles, envoyez un courriel à telescope@teledeskgroup.be

edito



12% ... un chiffre d'inflation que nous ne pensions plus possible depuis des décennies. Mais aussi un chiffre qui met chaque entrepreneur face à la réalité : il devient plus que jamais important d'être innovant et créatif, de faire réellement la différence pour vos clients et, bien sûr, de garder un œil sur la rentabilité de votre activité.

« Qu'il s'agisse de dossiers de sinistres, de production, d'administration, de marketing ou de communications ... nos collaborateurs sont là pour vous aider. »

Vous disposez néanmoins, en tant que courtier, de nombreux atouts pour donner à vos clients le sentiment d'avoir trouvé en vous une personne de confiance au sens propre. Grâce à votre connaissance du marché et à votre expertise, vous offrez une certaine tranquillité d'esprit à vos clients. De nombreux outils et applications numériques, de préférence intégrés à votre logiciel de gestion, vous aident en outre à optimiser vos interactions avec vos clients. En résumé, une bonne dose d'empathie, saupoudrée de votre connaissance du métier et de votre expérience, sur un lit d'efficacité numérique... nous semble être la recette du succès. Une phrase qui tient aussi en deux mots : esprit d'entreprise !

Même si de gros nuages sombres planent sur les entreprises de notre pays, comme l'inflation ou une pénurie de collaborateurs qualifiés. De nombreux courtiers ont l'ambition de croître, mais constituer une équipe pour gérer cette croissance est loin d'être évident. Comblar les postes vacants par une numérisation plus poussée n'est pas toujours la meilleure solution. Car on ne crée pas de l'empathie avec un chatbot ou une application, mais bien avec des êtres humains en chair et en os...

C'est la raison pour laquelle Teledesk Group mise sur le soutien des équipes de courtiers par le biais de ses propres gestionnaires spécialisés. Qu'il s'agisse de dossiers de sinistres, de production, d'administration, de marketing ou de communications ... nos collaborateurs sont là pour vous aider. Vous voulez être accessible 24h/24, 7j/7 pour vos clients ? Nous pouvons nous en charger ! Nos collaborateurs se chargeront alors de rassurer et aider les clients stressés qui ont eu un accident et appellent leur courtier en dehors des heures de bureau. Nous voulons aussi renforcer le tandem courtier-Teledesk Group à l'avenir. En nous concentrant encore plus sur l'aspect humain et des solutions sur mesure pour grandir ensemble.

Geert Verhaeghe
Founder Teledesk Group

Ward Alleman
CEO Teledesk Group





Peter De Keyzer :

« Les banques et les assureurs vont contribuer à déterminer

le sens de la marche

vers la durabilité »

Peter De Keyzer, économiste et partenaire fondateur de l'agence de communication Growth Inc., est connu pour son franc-parler sur des sujets tels que la crise énergétique, le marché du travail dans notre pays et la lutte contre l'inflation. L'interlocuteur tout désigné donc pour parler de la période mouvementée que nous traversons. Et il voit un rôle important pour les banques et les assureurs dans l'évolution vers plus de durabilité.

La période que nous vivons doit être merveilleusement excitante pour un économiste, non ?

Peter De Keyzer:
Assurément. Nous sommes en effet en présence de très nombreux phénomènes en même temps : prix, marchés, psychologie, institutions internationales, gouvernements, taux de change, ... et interactions entre tout cela. Et il y a à cet égard beaucoup à faire ces jours-ci.

Quel est le risque que ce que vous dites aujourd'hui en tant qu'économiste soit dépassé demain ?

Peter De Keyzer:
Ce risque existe, c'est vrai, mais j'évite autant que possible les prédictions trop audacieuses sur la psychologie des gens. Ça aide (rires). On dit et écrit beaucoup de choses aujourd'hui sur les prix de l'énergie. Mais il faudrait plutôt parler de l'offre et de la demande d'énergie. Et si vous vous concentrez sur ça, ce que vous raconterez tiendra sans problème.

INFLATION, POUVOIR D'ACHAT ET MARCHÉ DU TRAVAIL

Commençons par l'inflation. On peut lire pratiquement tous les jours des articles indiquant que l'inflation atteint de nouveaux records. Est-ce que cela va s'arrêter un jour ?

Peter De Keyzer:
Bien sûr. Nous avons déjà connu des pics d'inflation par le passé, il y a certes longtemps, qui ont été suivis d'une baisse et cela sera encore le cas cette fois-ci. Il faudra juste être patient.

Pourquoi ?

Peter De Keyzer:
Parce que tout ce que nous faisons, produisons, vendons, mangeons, ... comporte une composante énergétique. Et comme les prix de l'énergie ont fortement augmenté, tout est plus cher. À cela s'ajoute encore qu'en Belgique, nous avons le principe de l'indexation automatique des salaires, qui signifie que les salaires dans notre pays vont augmenter de plus de 10%. Et les entreprises vont bien évidemment essayer de répercuter ces coûts auprès de leurs clients, ce qui rend le problème encore plus important pour la Belgique que pour les autres pays.

Dois-je comprendre que vous n'êtes pas vraiment partisan de l'indexation automatique des salaires ?

Peter De Keyzer:
Ça dépend de ce que vous voulez atteindre exactement. Si votre objectif prioritaire est de protéger le pouvoir d'achat des gens à court terme, l'indexation automatique des salaires est alors une bonne solution. Mais si les pays voisins ne suivent pas, comme c'est le cas maintenant, la Belgique aura un sérieux handicap salarial à terme...

Que pensez-vous de la stratégie des banques centrales pour lutter contre l'inflation ?

Peter De Keyzer:
La banque centrale américaine a opté dès le début pour une approche relativement agressive, indiquant clairement que cela allait être douloureux et prendre un certain temps. Cela a conduit à plusieurs hausses des taux et nous ne sommes pas encore à la fin. C'est une bien meilleure attitude, je trouve, que celle de la Banque centrale européenne (BCE) qui a longtemps hésité et est très prudente. Les services statistiques de la BCE se sont totalement trompés dans leurs prévisions, ce qui compromet la crédibilité de la BCE en matière d'inflation. Et c'est un gros problème. Une inflation élevée est douloureuse, mais des attentes d'inflation élevées sont juste une catastrophe.

C'est-à-dire ?

Peter De Keyzer:
Si nous pouvons tous supposer que l'inflation sera de 2% jusqu'à la fin des temps, alors les syndicats et les entreprises pourront trouver un terrain d'entente pour négocier les salaires. Les entreprises pourront alors être modérées dans la fixation de leurs prix, et les émetteurs d'obligations pourront se satisfaire d'un taux de 3%. Mais si tout à coup, tout le monde s'attend à ce que l'inflation atteigne 5, 8 ou même 10%, les revendications salariales, les prix et les taux d'intérêt à long terme exploseront. Vous aurez alors une période de grande incertitude, de diminution des investissements et de la création d'emplois, des turbulences financières, ... Des anticipations d'inflation stables sont une très bonne chose et nous devons les défendre. La BCE n'aura donc pas d'autre choix que de relever encore les taux plus rapidement et de les maintenir plus longtemps, ce qui devrait effectivement conduire à une récession. Mais c'est un prix limité à payer par rapport au coût d'anticipations d'inflation élevées.



On peut supposer que vos détracteurs vont vous reprocher de laisser ainsi certaines personnes sur le carreau à court terme.

Peter De Keyzer:

C'est vrai aussi. À court terme, ça va faire mal. On pourrait comparer ça à une épaule luxée : vous pouvez la « remettre » provisoirement, mais ça ne résout rien fondamentalement. Il est bien plus judicieux d'opter directement pour un remède qui vous permettra de récupérer toute la mobilité de votre épaule à long terme, même si cela signifie que vous devrez supporter un peu plus de douleur à court terme.

MARCHÉ DU TRAVAIL TENDU

Beaucoup de sociétés ont du mal à trouver du personnel. Et pourtant, la Belgique ne manque pas d'inactifs. Qu'en pensez-vous ?

Peter De Keyzer: Tous les emplois vacants qui ne sont pas pourvus aujourd'hui représentent une richesse qui n'est pas réalisée. Cela

représente des dizaines de milliards en salaires et impôts que nous n'investissons pas et dont nous ne pouvons donc rien faire.

Comment expliquez-vous la difficulté à pourvoir les emplois vacants ?

Peter De Keyzer:

Parce que c'est simplement trop facile d'être et de rester inactif. Regardez combien de personnes sont au chômage de longue durée ou en incapacité de travail, le nombre de personnes en préretraite, ... Et cette inactivité n'est presque jamais sanctionnée. Il y a aussi trop peu de manières de faire entrer les personnes inactives sur le marché du travail. Alors que le credo devrait être justement l'inverse : tout le monde est capable de travailler, à moins de prouver le contraire.

La Belgique est le seul pays au monde où les allocations de chômage sont illimitées dans le temps, et il n'y a pas non plus d'autre pays où il y a si peu de personnes actives, ce qui nous prive d'une énorme quantité de richesses. Mais la limitation des allocations de chômage dans le temps est un sujet tabou auquel les responsables politiques n'osent pas toucher...

CRISE ÉNERGÉTIQUE

Que pensez-vous de l'approche de la crise énergétique par les différents gouvernements de notre pays ?

Peter De Keyzer:

Comme je l'ai déjà dit, c'est avant tout une question d'offre et de demande et pas tellement de prix. La demande est trop forte alors que l'offre est trop faible. C'est aussi simple que cela. L'Europe ne dispose pratiquement pas de combustibles fossiles, ce qui nous oblige à chercher d'autres sources d'énergie. Mais cela prend beaucoup de temps. On ne construit pas une nouvelle centrale nucléaire en quelques mois comme le voudraient les gouvernements. Il faut donc faire en sorte que la demande diminue et de ce point de vue là, il y a moyen de faire encore beaucoup plus. Il faut vraiment sensibiliser plus. Les gens doivent faire en sorte de consommer moins d'énergie, sans attendre que les autorités compensent la hausse des coûts. Diminuer la température à l'intérieur, prendre des douches plus courtes, ... même aller plus au café et se réunir à plusieurs est une bonne idée.

Que pensez-vous des compensations prévues ?

Peter De Keyzer:

Ce n'est pas assez pour vraiment changer les choses et cela concerne un trop grand groupe de personnes. Il serait plus logique d'aider surtout ceux qui en ont le plus besoin. Mais globalement, ce serait encore plus judicieux d'investir dans des solutions d'énergie durables, comme l'isolation et les panneaux solaires, que dans des mesures pour diminuer la douleur à court terme. Parce que les cinq milliards d'euros dépensés jusqu'à présent à titre de compensation vont être redirigés vers les fournisseurs de gaz américains, russes et qataris. En quoi cela nous aide-t-il à long terme ?

Quel rôle voyez-vous pour les banques et les assureurs ?

Peter De Keyzer:

Un rôle très important. Regardez, le loyer des maisons qui affichent un mauvais PEB ne peuvent plus être indexés. Si les banques reçoivent une demande de prêt pour l'achat d'un tel logement en tant qu'immeuble de rapport, elles n'accorderont qu'un montant de prêt plus faible dans le temps que pour les logements affichant un bon PEB. Les assureurs refuseront de leur côté d'assurer les risques non durables. Et ce qui n'est pas assurable n'est par définition pas non plus vendable. C'est comme ça que je vois les grands acteurs de la finance et des assurances déterminer en partie le sens de la marche.

Merci pour cet entretien •

« La Belgique est le seul pays au monde où les allocations de chômage sont illimitées dans le temps, et il n'y a pas non plus d'autre pays où il y a si peu de personnes actives, ce qui nous prive d'une énorme quantité de richesses. »



Teledesk Group ouvre un nouveau bureau à Zonhoven

Teledesk Group grandit ! Et pour renforcer notre croissance, nous avons ouvert récemment un nouveau bureau à Zonhoven. Le site limbourgeois de Teledesk Group emploie actuellement sept personnes. Le directeur du bureau est Marc Steegmans, qui possède une longue expérience dans le secteur des assurances. Découvrez ici comment Marc est arrivé chez Teledesk Group.



La plupart des gens vous connaissent en tant qu'ancien inspecteur...

Marc Steegmans:

C'est exact. J'ai occupé les fonctions d'inspecteur et d'inspecteur en chef pendant 32 ans, ce qui m'a aussi incité à explorer ensuite une autre voie. Rendre visite aux courtiers a fait partie de mon quotidien pendant des années. Grâce à mes nombreuses rencontres avec les courtiers en assurances, j'ai appris à connaître parfaitement leurs besoins et leurs attentes. Après ma période comme inspecteur en chef, j'ai donc créé Flexpins, pour Flexible Insurance People, qui détachait des collaborateurs auprès des courtiers et des assureurs confrontés à une absence temporaire de personnel ou à un manque de capacité.

J'ai également lancé Cobotri, pour la formation de clusters et l'achat-vente de portefeuilles d'assurances. Avec un certain succès, je dois dire, puisque beaucoup de fonds de commerce et de sociétés ont trouvé un nouveau propriétaire. Et comme les courtiers vendeurs souhaitaient parfois rester disponibles quelques heures de plus avec leur expérience et leurs connaissances, je pouvais parfois leur proposer une option sous forme de collaborateur Flexpins.

Vous avez même développé un service RIP pour courtiers ?

Marc Steegmans:

En effet. Beaucoup de courtiers s'inquiètent de savoir ce qu'il va advenir de leur bureau s'ils doivent arrêter subitement, que ce soit en raison d'un accident grave, d'un AVC ou même d'un décès. Les proches savent-ils ce qu'ils doivent faire ? Les clients ne risquent-ils pas d'être livrés à eux-mêmes ? Les courtiers sont des entrepreneurs et leur bureau est souvent l'œuvre de leur vie. Ils veulent donc aussi le protéger.

En collaboration avec quelques avocats, nous avons donc développé RIP Business Guardian Angels. Cela offre la certitude aux courtiers que leur bureau rouvrira ses portes dans les 24 heures dans de telles circonstances. Les clients maintiennent leur service et les proches n'ont pas de soucis à se faire. Nous assurons le suivi des opérations et, si cela est souhaitable, nous pouvons même procéder à la vente sur la base d'accords préalables et à un prix correct.

Comment avez-vous croisé la route de Teledesk Group ?

Marc Steegmans:

Il y a 25 ans, j'avais déjà pris la route avec Geert Verhaeghe pour mettre Teledesk sur la carte dans le Limbourg. Quand Geert est retourné chez Teledesk Group début 2020, nous nous sommes rapidement retrouvés. Notre amitié est toujours restée intense, même quand Geert a été temporairement moins actif dans le secteur des assurances. Nous avons décidé assez rapidement de créer un hub dans le Limbourg pour Teledesk Group. Le fait est que nos deux services sont très similaires.

Quels sont les projets pour le bureau du Limbourg ?

Marc Steegmans:

Aujourd'hui, nous proposons nos services aux courtiers en assurances dans tous les domaines couverts par Teledesk Group. Avec mes bras droits Danny Pepermans et Anne-Miek Vanstraelen et nos autres collaborateurs, j'aimerais poursuivre l'expansion de Teledesk Group avec les courtiers en assurances du Limbourg.

Pour le courtier, l'accent repose sur la satisfaction du client tout en réduisant les coûts. En tant que courtier, vous ne payez en effet que pour ce dont vous avez réellement besoin. Pour certains courtiers, un employé à temps plein n'est pas envisageable, tandis que d'autres ne trouvent tout simplement pas de collaborateurs appropriés. Avec Teledesk Group, nous voulons proposer des solutions pour tous ces scénarios. •



OUVERTURE PROCHAINE D'UN BUREAU À COURTRAI

Il n'y a pas que le Limbourg. Teledesk Group ouvrira en effet aussi bientôt un bureau à Courtrai. Nous vous en donnons déjà un avant-goût à travers quelques photos. Le but est d'être totalement opérationnels dans le courant du premier trimestre 2023. Nous vous tiendrons au courant.



Koen Lamberts, courtier (Pareto et MySavings) :

« Combiner
réglementation
et expérience agréable pour le client
et le conseiller est le plus grand
défi »

Koen Lamberts travaille comme courtier auprès de Pareto et MySavings, deux bureaux très différents en termes de groupes cibles, de positionnement, de marketing et de taille. Il est donc l'interlocuteur idéal pour parler des défis qui attendent le canal des courtiers.

Vous êtes actionnaire de MySavings et Pareto, deux courtiers à l'approche radicalement différente. Pouvez-vous nous présenter brièvement les deux bureaux ?

Koen Lamberts:

Pareto est un family office qui mise sur une approche forte et personnalisée des clients, qui peuvent compter sur un interlocuteur attiré et une approche holistique du patrimoine. J'entends par là que les clients de Pareto peuvent s'attendre à recevoir des conseils juridiques, fiscaux et financiers approfondis en matière d'épargne, d'investissements, de protection des revenus et du patrimoine, et de pension complémentaire. Nos clients sont des entrepreneurs et des particuliers fortunés. Nous misons sur des personnes qui possèdent un patrimoine mobilier de plusieurs centaines de milliers d'euros. Avec cette approche et ce public cible, nous marchons sur les plates-bandes des banquiers personnels et privés, même si nous vendons au final une certaine tranquillité d'esprit à nos clients.

MySavings a l'ambition de se concentrer davantage sur les produits, en opérant principalement dans le domaine des pensions complémentaires. Avec MySavings, nous cibons principalement les indépendants et chefs d'entreprise qui recherchent une personne de confiance spécialisée, mais qui ont aussi déjà cherché des informations par eux-mêmes. Nous n'appliquons pas ici de limite de patrimoine.

Cela suppose aussi une approche marketing différente entre les deux acteurs ?

Koen Lamberts:

Effectivement. Chez Pareto, nous communiquons avec les clients en donnant des conférences informatives sur les questions qui les empêchent de dormir : planification de la succession et de la pension, investir en période d'incertitude, ... Nous organisons ces conférences nous-mêmes ou avec des partenaires comme des associations professionnelles, des service clubs, ... Ces conférences nous permettent d'approfondir un sujet et d'obtenir de nombreux rendez-vous pour une présentation personnelle à des clients potentiels.

Pour les clients de MySavings, la rencontre se fait souvent en ligne, où nous sommes assez actifs. Notre site internet est notre carte de visite. On y trouve des tonnes d'informations sur des sujets comme les pensions complémentaires, l'incapacité de travail, la fiscalité, ... Le site est bien référencé sur les

moteurs de recherche et nous apporte beaucoup de leads. Les visiteurs veulent souvent des informations sur un produit en particulier, complètent le formulaire de contact ou nous appellent tout simplement. Nous discutons alors et essayons bien sûr ensuite d'approfondir la relation.

Comment voyez-vous la relation entre contacts physiques et monde en ligne ?

Koen Lamberts:

Comme très complémentaire. Surtout pour MySavings. Je constate en effet que même s'il y a beaucoup d'informations disponibles sur le web, les clients aiment toujours être aidés par un conseiller physique. Mais sans les canaux numériques, nous aurions aussi beaucoup moins de leads. Beaucoup ont aujourd'hui pris le réflexe d'effectuer d'abord une recherche sur Google, qu'il s'agisse de voyages, de cuisine, de sport, d'énergie, de produits financiers, ... et avec un peu de chance, ils peuvent vous trouver parmi toutes les organisations

qui se bousculent pour attirer l'attention. Il n'est plus possible aujourd'hui, en tant que courtier, de se passer d'un site web performant ou d'un autre système de génération de leads, selon moi. C'est souvent votre premier contact avec un client potentiel, même si vous ne vous en rendez pas forcément compte à ce moment-là. Par la suite, si le client vous contacte, vous avez une excellente occasion de faire de nouvelles affaires. Une fois que vous avez un rendez-vous avec un prospect et que vous pouvez l'interroger sur ses besoins et ses attentes, la machine est lancée.

Comment essayez-vous de vous démarquer avec Pareto et MySavings ?

Koen Lamberts:

Les connaissances, la confiance, la disponibilité et l'expertise sont primordiales. Et je suis convaincu que ce sont aussi les principaux atouts de nombreux confrères. Mais nous avons d'autres ressources. Chez Pareto, nous nous efforçons vraiment d'offrir un

service VIP à nos clients. Chez MySavings, nous n'appliquons par exemple pas de frais d'entrée supplémentaires en tant que courtier, ce qui nous permet de proposer les frais les plus bas du marché pour les pensions complémentaires. Nous nous profilons également comme des entrepreneurs qui savent comment pensent les indépendants et nos clients l'apprécient.

LES CLIENTS PERÇOIVENT PEU DE VALEUR AJOUTÉE DES OBLIGATIONS ADMINISTRATIVES

Quel est selon vous le principal défi qui attend le canal des courtiers ?

Koen Lamberts:

La réglementation... Nous sommes submergés de nouvelles obligations et j'ai l'impression que ce processus s'est encore accéléré et accentué ces dernières années. Cela provoque une énorme charge de travail supplémentaire pour tous les courtiers. Et le client n'en perçoit en outre pas toujours la valeur ajoutée.

Le défi pour nous en tant que courtiers consistera selon moi à adapter ces obligations administratives à nos propres défis commerciaux et aux attentes des clients. Mais ce ne sera pas évident... Si un client souhaite souscrire un simple plan d'épargne de branche 44 pour 40 euros par mois, nous devons, dans le cadre des obligations de transparence et d'information, lui fournir au moins les informations suivantes :

- conditions générales : 16 pages
- brochure avec explications : 16 pages (pas d'obligation légale, mais explications

dans un langage compréhensible)

- règlements de gestion et de participation bénéficiaire : 57 pages
- Rapport de gestion semestriel : 112 pages (pas d'obligation légale, mais pertinent)
- Document SFDR : 12 pages
- document d'information clé : 5 pages
- informations précontractuelles supplémentaires
- Documents d'information spécifiques (fiches de fonds) par fonds de branche 23 choisis : 3 pages par fonds
- Nos propres obligations de transparence IDD (FSMA, avis ou pas, inducements, politique en matière de conflits d'intérêts, procédure de réclamation, RGPD, ...). +/- 15 pages
- Sans parler de la documentation des connaissances et de l'expérience du client, de ses besoins, de sa situation financière, de ses objectifs en matière de durabilité, de son attitude par rapport au risque, du questionnaire AML, de notre avis, ... (+/- 20 pages) pour aboutir à une offre spécifique, au formulaire de souscription, au contrat et au document de domiciliation (+/- 25 pages).

Soit un total d'environ 290 pages ! Si vous voulez donner un avis impartial, vous devrez obtenir au moins 3 ou 4 offres de différentes compagnies, avec tous les documents que cela suppose. Et à chaque modification ou arbitrage, vous devrez ajouter une analyse coûts-bénéfices et reprendre l'ensemble du processus dont je viens de parler.

Qui va lire tout ça ? Même si cela part d'une bonne intention, c'est clairement trop. Ça va bien au-delà de la méfiance et du contrôle. J'espère qu'on pourra faire un peu marche arrière et partir de la confiance dans la manière dont le courtier fait son travail.

D'un autre côté, il y a aussi un point positif pour les courtiers : la lourdeur de l'administration fait en effet en sorte que les clients n'ont pas envie de parcourir eux-mêmes tout le dédale administratif et préfèrent être guidés par un spécialiste. Mais toute cette paperasserie est loin d'être toujours efficace. Je m'attends donc à ce que des outils numériques soient créés ou optimisés dans les années à venir pour simplifier grandement ce processus et le rendre plus facile à intégrer dans une conversation avec un client. Qui sait si nous ne déciderons pas à un moment donné de modifier l'accès à la profession. Imaginez que l'on impose une telle obligation d'information pour chaque conseil donné par un médecin, un avocat, un architecte, un entrepreneur, ...

PAS BESOIN DE PROFIL D'INVESTISSEUR

Prenons l'exemple d'un profil d'investisseur. Les clients ne devraient-ils pas y voir une valeur ajoutée ?

Koen Lamberts:

Tout est relatif. Contrairement à ce que beaucoup de gens pensent, y compris des courtiers, un profil d'investisseur n'est pas un document légal obligatoire. Vous êtes certes tenu, en tant que courtier, de lier vos conseils aux attentes, besoins, connaissances et expériences du client, mais l'établissement d'un profil d'investisseur n'est pas une obligation légale. Il est vrai que



certains assureurs attendent l'établissement d'un profil d'investisseur, mais d'un point de vue réglementaire, il n'y a pas d'obligation de ce type aujourd'hui.

Le problème des profils d'investisseurs est qu'ils sont généralement limités à trois ou quatre catégories, ce qui met vite les gens dans une case. De plus, certaines personnes se trouvent à la limite entre deux catégories et leur situation peut changer rapidement. En tant que courtier, vous devriez donc revoir ce profil très régulièrement pour voir s'il reflète toujours la réalité. Ces changements peuvent être provoqués par de nouvelles situations dans la vie du client, mais aussi parce que le profil et la classe de risque des fonds d'investissement changent. N'oubliez pas non plus que la classe de risque d'un même fonds peut être différente selon qu'il s'agit d'une banque ou d'un assureur.

Le profil d'investisseur détermine aujourd'hui en grande partie les conseils que donnent de nombreux courtiers. Or, l'avis du courtier devrait selon moi être bien plus

motivé par les réponses du client à ses questions, que par le profil d'investisseur. Nous ne l'établirons donc que si les assureurs nous y obligent. Nous voulons avant tout que nos conseils répondent à tout moment et de manière optimale à ce que le client souhaite et attend. Nous respectons bien entendu intégralement les obligations légales, mais un profil d'investisseur n'est pas nécessaire pour ce faire.

À propos de la réglementation : que pensez-vous de la circulaire sur la règle des 80% pour les contrats EIP ?

Koen Lamberts:

Rien de très positif évidemment. Cela nous prend deux à trois heures par client pour calculer l'impact sur sa prime EIP et ça va en outre entraîner une diminution des primes, voire leur suppression temporaire. Le travail va donc augmenter, mais nos revenus vont diminuer. Beaucoup de courtiers vont de plus devoir rembourser des dizaines de milliers d'euros de commissions de rappel du passé. Il est clair que ce n'est pas un message agréable à attendre pour les courtiers.



« Le client ne perçoit pas toujours la valeur ajoutée des obligations administratives de son courtier. »

Sans parler du manque de sécurité juridique qui entoure tout ça, à commencer par le fait que la circulaire a un effet rétroactif sur les exercices déjà clôturés et que de nombreuses questions restent à ce jour sans réponse.

Quels autres défis voyez-vous pour les courtiers ?

Koen Lamberts:

Outre le tsunami de réglementations, je pense que les courtiers doivent rester attentifs afin de générer suffisamment de valeur pour leurs clients. On voit par exemple que les assureurs recherchent des moyens d'intégrer des aspects non financiers dans leur offre. Pensez par exemple aux activités sportives ou physiques gratuites liées à une assurance revenu garanti ou une assurance décès. Faire partie de tels écosystèmes est un véritable défi pour les courtiers dans la mesure où des non-courtiers essaient aussi d'avoir leur part du gâteau. Et si les clients y voient vraiment une valeur ajoutée, vous ne pouvez pas laisser passer le train.

Je suis aussi convaincu que les clients voudront à l'avenir pouvoir faire de plus en plus de choses via des applications sur leurs smartphones pour des raisons de confort et de facilité. Pour les courtiers, cela se limite pour le moment à permettre aux clients de consulter leur portefeuille. Mais les assureurs vont plus loin dans ce cas et développent des applis qui permettent d'entrer directement en contact avec les clients. Certaines compagnies travaillant avec des courtiers vendent aussi directement des assurances sur leur site web. Pour le moment, les clients doivent encore désigner un courtier s'ils veulent un tel produit, mais rien ne garantit que cela va durer. En tant que courtiers, nous devons être en mesure de démontrer notre expertise aux clients à tout moment. Et cela suppose que les courtiers vont devoir faire des choix : en tant que courtier, vous allez surtout devoir vous concentrer sur les produits pour lesquels vos conseils apportent une vraie valeur ajoutée. Cela fait que certains produits d'assurance, comme

les assurances incendie ou auto classiques, devraient être beaucoup moins vendus par les courtiers à l'avenir selon moi. À moins qu'ils ne soient intégrés dans une police d'assurance et que vous puissiez ainsi offrir un avantage de prix à vos clients.

Est-ce difficile de trouver les bons collaborateurs ?

Koen Lamberts:

Cela représente en effet un grand défi. Les assurances sont et restent une activité peu sexy pour les jeunes. Les courtiers recherchent des personnes intelligentes, qui ont certaines connaissances en matière d'assurances, qui maîtrisent le numérique et qui sont prêtes à passer une grande partie de leur temps de travail derrière un ordinateur. Une perspective pas vraiment emballante pour de nombreux jeunes candidats. Je parle bien sûr ici des fonctions non commerciales. Les fonctions commerciales offrent plus de flexibilité. Nous offrons de bonnes conditions de travail, mais cela reste pas évident. Si les assureurs ont du mal à trouver du personnel, c'est encore plus vrai pour les courtiers.

LA FINALITÉ D'UNE ENTREPRISE EST ESSENTIELLE

Quelle importance accordez-vous à la mission et à la vision d'une entreprise, à sa finalité ?

Koen Lamberts: C'est vraiment très important. Il est aussi important que le personnel soit convaincu de ce que vous représentez et de ce que vous voulez réaliser. Jusqu'il y a quelques années, cela était souvent considéré comme du blabla, mais les temps ont changé. De plus en plus de clients veulent connaître le pourquoi de ce que vous faites.

Comment cela se traduit-il pour Pareto et MySavings ?

Koen Lamberts:

Chez Pareto, nous nous concentrons résolument sur la tranquillité d'esprit de nos clients et nous faisons également de notre mieux pour nous engager dans des activités caritatives. Chez MySavings, nous soutenons les indépendants et les dirigeants d'entreprise pour sécuriser leur pension et leur patrimoine. Nos deux entreprises jouent le rôle de personne de confiance pour tous les clients dans un monde financier complexe. Nous balisons clairement nos groupes cibles et nos activités. Les clients ont le droit de savoir exactement qui nous sommes, ce que nous faisons et ce qu'ils peuvent ou non attendre de nous. Nous comptons encore préciser tout cela dans la période qui vient.

Je pense en effet que cela va prendre encore plus d'importance dans les années à venir. Je vois par exemple des possibilités dans le cadre du Green Deal et de la réglementation SFDR. Les entreprises européennes vont devoir rendre compte de la manière dont elles opèrent de manière durable et de la mesure dans laquelle elles contribuent aux objectifs de développement durable sur notre continent. Cela donnera lieu à une note qui permettra aux clients d'évaluer l'entreprise. Je suis moi-même une formation en Sustainability Leadership à la KU Leuven, car je pense que cet aspect sera essentiel pour l'entrepreneuriat à l'avenir. Cela ira alors bien plus loin que le simple greenwashing. Et je pense que les entreprises qui ont une politique réfléchie dans ce domaine seront plus attrayantes pour les collaborateurs et les clients potentiels que leurs homologues. •



AutoRepairGroup Carrosserie

Rapide, sûr et responsable

Carglass® Carrosserie, alias Care Carrosserie, opère depuis juillet 2021 sous le nom AutoRepairGroup Carrosserie. Avec 14 implantations dans notre pays et 430 collaborateurs, il s'agit d'un acteur majeur dans le secteur des réparations automobiles. Karin Brosens, Sales & Marketing Director, nous en dit plus sur la société.



RAPIDE

« Notre service tient en trois mots : rapide, sûr et responsable. Rapide parce que les gens peuvent toujours se rendre dans un centre de services AutoRepairGroup Carrosserie dans leur région. Ils peuvent prendre rendez-vous sur notre site et pourront aussi bientôt suivre l'état d'avancement de leur réparation en ligne. Nous essayons d'utiliser autant que possible des outils numériques pour optimiser nos services.

Nous sommes aussi en mesure de proposer un service rapide parce que nous sommes

reconnus par tous les assureurs du pays. Les courtiers peuvent donc aussi nous adresser leurs clients l'esprit tranquille. Ils peuvent aussi nous trouver très facilement dans les moteurs de recherche des compagnies.

Nous disposons par ailleurs d'une large flotte de 650 voitures de remplacement récentes et modernes pour permettre aux clients de rester mobiles à tout moment. Nous prévoyons du reste un important investissement en 2023 pour élargir notre flotte de voitures de remplacement aux voitures électriques. »

AutoRepair Group Carrosserie

EN CHIFFRES

- 14 centres de services
- 430 collaborateurs
- 38.000 réparations par an
- 50 millions d'euros de chiffre d'affaires
- 22% des réparations en 1 ou 2 jours
- Ratio de réparations de 36%

Le centre de services de Zaventem a une superficie de 4.500 m² et une capacité de 200 réparations par semaine.



Karin Brosens

**SÛR**

Le deuxième mot est « sûr ». Mais n'est-il pas logique que les clients puissent compter sur des réparations sûres ?

Karin Brosens:

Bien évidemment. Mais même si cela peut sembler tomber sous le sens, nous y sommes particulièrement attentifs chez AutoRepairGroup Carrosserie. Nous effectuons ainsi un safety check à chaque réparation et offrons trois ans de garantie sur toutes les réparations. Nous misons aussi résolument sur la formation de nos collaborateurs, ce qui nous permet d'assurer sans problème le diagnostic et le recalibrage des systèmes à la conduite dans tous nos centres de services. Chaque voiture neuve ou presque est aujourd'hui équipée de très nombreuses options de sécurité, ce qui suppose une bonne dose de technologie et n'est pas toujours évident à suivre. Chez

AutoRepairGroup Carrosserie, nous mettons un point d'honneur à tout faire sans faille et de la même manière dans tous nos centres. Nous sommes du reste certifiés depuis sept ans par Tesla, ce qui montre à quel point nous répondons à de grandes exigences de qualité.

RESPONSABLE

Et enfin Responsable. Voulez-vous parler dans ce cas de durabilité ?

Karin Brosens:

Oui, en ce sens que nous réparons toujours quand c'est possible et ne remplaçons que lorsque c'est vraiment nécessaire. Disons que nos racines Carglass y ont certainement contribué. Ce n'est pas seulement plus durable, mais aussi plus intéressant financièrement pour le client. AutoRepairGroup Carrosserie est un réparateur multimarques qui fait attention aux coûts.

Nous disons souvent en riant : nous réparons tout, même votre humeur.

Vous travaillez avec un point de contact central. Quels sont les avantages dans ce cas ?

Karin Brosens:

Les clients entrent en effet toujours en contact avec un service central. C'est clair et pratique car ce service a une vision globale de l'agenda de tous les centres de services. Le Customer contact center peut ainsi orienter les courtiers, les conducteurs mais aussi les entreprises disposant d'une flotte plus importante vers le centre de services qui pourra les aider le plus rapidement.

Nous misons aussi beaucoup sur l'expérience client et suivons nos NPS de très près. Pour nos clients assurés, ce NPS est de 70, ce qui nous satisfait. Mais il y a moyen de faire mieux. Le

mois dernier, nous avons même atteint un score de 83. Le défi est de toujours faire mieux.

En parlant de défi, quels sont les défis qui vous attendent ?

Karin Brosens:

Les mêmes que ceux de nombreuses autres sociétés je pense : trouver des collaborateurs. Les inscriptions dans les écoles de l'enseignement technique sont beaucoup moins importantes qu'avant. Nous collaborons souvent avec des instituts de formation pour que les jeunes puissent commencer rapidement à travailler avec nous et poursuivre leur formation chez nous. Je pense pouvoir dire que nous sommes un employeur attractif, qui se soucie vraiment de ses collaborateurs et de ses clients et nous voulons continuer à le faire dans les prochaines années. •



mindsetting

Solutions de marketing sur mesure pour les courtiers

Une stratégie de communication et de marketing solide est essentielle pour les courtiers qui veulent transformer les consommateurs en leads de valeur, en clients fidèles et, enfin, en ambassadeurs enthousiastes. Vous ne savez pas par où commencer ? Mindsetting est votre partenaire idéal en matière de communications et de marketing.



MINDSETTING : EXPERT MARKETING POUR LES ASSURANCES

Si vous voulez grandir en tant qu'agence d'assurance, un spécialiste en communications et marketing comme Mindsetting vous aidera à fixer les bons objectifs. Vous voulez surtout améliorer votre notoriété ? Générer des leads ? Ou augmenter votre chiffre d'affaires ? Notre équipe expérimentée, composée de trois copywriters, deux infographistes et un développeur web, met sa connaissance du marché et sa créativité à votre service. Des termes comme planification de la succession, branche 23, assurance solde restant dû ou petite omnium n'ont plus aucun secret pour nous. Quelques mots de votre part suffisent pour que nous nous mettions au travail car nous connaissons parfaitement le secteur des assurances. Nous sommes en effet actifs dans la branche des assurances depuis 18 ans déjà !

QUE POUVONS-NOUS VOUS APPORTER ?

Mindsetting est une agence de communication et de marketing full service. Ensemble, nous établissons un plan de communication sur mesure pour votre société afin qu'elle diffuse le même message partout selon une identité

uniforme. Grâce à un contenu pertinent et de qualité, nous communiquerons avec vos clients (potentiels) par le bon canal et au bon moment. Comment procédons-nous ?

- Copywriting de textes accrocheurs en ligne et hors ligne
- Création de lettres d'information
- Création originale de brochures ou mailings
- Beau site web performant
- Optimisation pour les moteurs de recherche (SEO)
- Stratégie pertinente pour les réseaux sociaux
- Rapports de marketing

COLLABORER AVEC UNE AGENCE DE COMMUNICATION SPÉCIALISÉE PRÉSENTE DE NOMBREUX AVANTAGES

Collaborer avec une agence de communication externe présente de nombreux avantages en tant que courtier. Vous disposez ainsi de l'expertise de toute une équipe, qui est également au fait des dernières tendances dans le secteur du marketing et de la communication, mais aussi dans celui des assurances. Nous restons concentrés sur le plan de communication prédéfini et intervenons lorsque cela est nécessaire. Autrement dit, nous faisons tout pour que vous puissiez vous concentrer sur votre activité principale. •

Envie de savoir ce que Mindsetting peut apporter à votre bureau ?



Jetez vite un œil sur notre site web et appelez-nous ou envoyez-nous un mail pour faire plus ample connaissance.

Qu'attend un client de son assureur sur le plan numérique ?

On the road to human digital... Tel est le nom d'une étude de Deloitte Digital auprès de 13 assureurs et 1.000 consommateurs âgés de 25 à 65 ans. L'étude évalue entre autres les attentes des clients en matière de services en ligne des assureurs. En voici quelques-unes des principales conclusions.

01

70 % des clients préfèrent souscrire leur assurance auprès d'un intermédiaire. Les assureurs ont intérêt à investir dans la numérisation, mais pas au détriment de l'interaction humaine.

03

En matière de contacts avec les assureurs, les clients préfèrent toujours le téléphone. Investir dans ou collaborer avec un call center performant représente donc certainement une plus-value.

02

Qu'est-ce que les clients veulent pouvoir gérer autant que possible par la voie numérique ?

- Résiliation d'un contrat (36 %)
- Déclaration d'un sinistre (35 %)
- Gestion d'un contrat et des informations (29 %)
- Demande d'offre (25 %)

Internet est le canal préféré de 19 % des clients seulement pour souscrire une nouvelle assurance. Les services numériques sont donc plus importants que l'acquisition numérique.

Vous trouverez ici la synthèse détaillée des résultats de l'étude.



Michael Bryon (Porthos Verzekeringen) :

« La collaboration avec Teledesk Group

● nous permet de retirer le

maximum

de notre propre équipe »



Porthos Verzekeringen a vu le jour il y a trois ans. L'association entre Beheer, une société de syndics avec une activité d'assurance, et le courtier VSBV a en effet donné naissance à un courtier en assurances avec de solides ambitions de croissance. Avec Teledesk Group, nous apportons notre petite pierre à la réalisation des objectifs de Porthos Verzekeringen. Un témoignage de Michael Bryon, force motrice de Porthos Verzekeringen.

Michael Bryon



« Historiquement, nous nous sommes toujours concentrés sur les immeubles à appartements et les buildings. À tel point que nous assurons aujourd'hui entre 600 et 650 ACP. Un chiffre que nous voulons doubler l'année prochaine, ce qui ne sera pas forcément évident quand on sait que nous avons déjà fait la même chose ces douze derniers mois. Mais nous sommes convaincus que ça va marcher. Nous allons bientôt quitter nos bureaux actuels de l'Amerikalei à Anvers pour emménager dans des bureaux plus modernes et plus spacieux en ville, ce qui répond également à nos aspirations de croissance. »

MANQUE DE GESTIONNAIRES DE SINISTRES

Un des goulets d'étranglement auxquels Porthos Verzekeringen a dû faire face est la pénurie aiguë de gestionnaires de sinistres. « On ne peut pas y échapper. Pour beaucoup de courtiers, trouver les bons collaborateurs est tout sauf évident. Trouver des gestionnaires de sinistres avec de l'expérience est très difficile. Et si vous suivez une trajectoire de croissance en tant que courtier, le besoin est encore plus grand. Nous avons donc, à un moment donné, pris contact avec Teledesk Group. Ils connaissent parfaitement le marché des assurances et disposent d'une solide équipe de gestionnaires de sinistres expérimentés. Bref, le partenaire idéal pour nous aider. »

FEUILLE DE ROUTE DÉTAILLÉE

Comment s'est passée la lune de miel avec Teledesk Group ? Michael Bryon : « Au début, il est important d'apprendre à bien se connaître. Teledesk Group doit savoir ce que fait Porthos Verzekeringen et ce que nous attendons vraiment d'eux. Ensuite, nous avons rédigé une feuille de route complète et détaillée. Nous travaillons surtout avec des sociétés de syndics, ce qui représente

« Nous assurons aujourd'hui entre 600 et 650 ACP. Un chiffre que nous voulons doubler l'année prochaine. »

un monde à part, avec des règles et des méthodes de travail bien spécifiques. Tout ce que les gestionnaires de Teledesk Group doivent savoir se trouve sur la feuille de route. Une fois cela réglé, on a pu commencer. Même si je dois reconnaître qu'une telle feuille de route n'est jamais totalement terminée. Cela est et reste un instrument vivant. »

En quoi une telle feuille de route est-elle essentielle ? « Pour pouvoir collaborer efficacement. Cela évite les malentendus et les appels téléphoniques inutiles. Nous travaillons par exemple avec un formulaire de déclaration de sinistre uniforme pour les ACP.

Dès que ce document nous parvient, il est vérifié de A à Z par nos propres collaborateurs. De quelle ACP s'agit-il ? Quelles sont les garanties en vigueur ? Cela nous permet de disposer à coup sûr d'un dossier de qualité. Ensuite, le document passe chez Teledesk Group qui s'occupe de la suite du traitement du dossier de sinistre. Je vois Teledesk Group et notre bureau comme un vrai tandem. Nous travaillons ensemble, comme si les gestionnaires de sinistres de Teledesk Group se trouvaient dans nos bureaux. »

UTILISATION OPTIMALE DE LA CAPACITÉ

L'équipe de Porthos Verzekeringen compte aujourd'hui trois collaborateurs mais il est évident que cette équipe va encore grandir dans les prochaines années. « Nous voulons absolument renforcer notre position sur le marché des ACP, ce qui va bien sûr nécessiter de disposer de personnes supplémentaires. Il y a donc de fortes chances que nous engagions bientôt un nouveau collaborateur. Mais nous miserons dans ce cas sur un profil spécifique, quelqu'un capable de conseiller et accompagner nos clients. Pour la gestion de sinistres, nous continuerons à collaborer avec Teledesk Group. Un tel partenariat nous permet en effet d'utiliser au maximum la capacité de notre propre équipe.

Nous voulons en effet jouer au maximum notre rôle de conseillers. Nous donnons ainsi aussi des formations aux gestionnaires de bâtiments pour apprendre à reconnaître les dommages et leur expliquer les meilleures mesures à prendre en premier lieu. Il n'est pas toujours nécessaire par exemple, en cas de dégât des eaux, de contacter immédiatement une entreprise de détection des fuites. Un plombier est beaucoup moins cher et souvent suffisamment qualifié. Ce genre de conseil fait souvent la différence pour les clients. Mais il faut évidemment être en mesure de libérer suffisamment de temps pour vos clients pour fournir ce service, raison pour laquelle nous trouvons important de faire appel à des partenaires solides. » ●



Gestion des sinistres – production

Teledesk Group travaille directement dans votre logiciel de gestion

Les courtiers peuvent faire appel à Teledesk Group pour la permanence téléphonique (Assistance), la gestion des dossiers de sinistres (Claims) ou les tâches de production. Pour chacun de ces services, Teledesk Group travaille directement dans le logiciel de gestion du courtier. En quoi est-ce si intéressant ? Découvrez-le en lisant ce qui suit.

Comment cela fonctionne-t-il précisément ? Nous opérons dans ce cas une distinction entre les tâches de gestion des sinistres et de production d'une part, et le soutien en front office d'autre part.

SINISTRES ET PRODUCTION

Vous êtes courtier et vous voulez que Teledesk Group vous aide en prenant en charge une partie de la gestion des sinistres ou de votre travail de production ? Tout peut se régler très vite. Pour commencer, vous créez un compte dans votre logiciel de gestion pour un gestionnaire de Teledesk Group. Celui-ci pourra ainsi consulter toutes les données dont il a besoin pour effectuer correctement son travail. Le gestionnaire de Teledesk Group pourra aussi apporter des modifications dans les données, comme modifier des coordonnées comme un nouveau numéro de GSM ou une adresse e-mail.

Vous décidez avec Teledesk Group des droits que le gestionnaire de Teledesk Group peut avoir dans votre logiciel de gestion. Vous pouvez par exemple parfaitement interdire l'accès au module comptable.

Vous travaillez avec BrokerCloud Connect ? Teledesk Group opérera alors en mode hélicoptère. Cela permettra aux gestionnaires de Teledesk Group de ne pas devoir chaque fois changer de compte s'ils travaillent pour plusieurs bureaux en même temps.

FRONT OFFICE

La méthode de travail en matière de soutien en front office est quelque peu différente. « Chez BRIO, nous fixons en collaboration avec vous, les exportations automatiques via le module d'exportation, Elles sont effectuées à intervalles fixes (tous les jours, une fois par semaine, ...). Ces données sont ensuite lues dans le système sécurisé de Teledesk Group. Les gestionnaires de Teledesk Group peuvent uniquement consulter ces données pour répondre aux questions des clients, mais ne peuvent pas les modifier. »

Avec BrokerCloud Connect, une connexion API est établie afin que les collaborateurs de Teledesk Group aient toujours accès aux données les plus récentes. Pour tous les autres logiciels de gestion, les exportations sont manuelles, toujours en concertation avec vous, le courtier. Il est donc essentiel que vous gardiez vos données à jour au maximum afin que les collaborateurs de Teledesk Group puissent aider vos clients de manière optimale.

LES ATOUTS POUR LE COURTIER

Quels sont les avantages de cette méthode pour le courtier ? Pour commencer, cela garantit que les clients qui s'adressent à Teledesk Group sont toujours aidés sur la base de données exactes. Cela permet aux gestionnaires de Teledesk Group de répondre à presque toutes les questions des clients. Si vous combinez cela avec une permanence 24h/24, 7 j/7, cela signifie que vos clients peuvent poser leurs questions à votre bureau 24 heures sur 24.



Jeroen De Schrijver



Mathias Claeys

Vous pouvez en outre suivre à tout moment le travail de Teledesk Group dans votre logiciel de gestion. Lorsqu'un collaborateur de Teledesk Group ouvre par exemple un dossier de demande d'indemnisation dans le logiciel de gestion, vous pouvez retrouver toutes les étapes du processus de demande d'indemnisation, une par une : communications avec le client, fixation d'un rendez-vous pour une expertise, devis, ...

RGPD

Que devez-vous faire pour respecter le RGPD dans ce cadre ? Dans le cadre du RGPD, il est important d'inclure dans votre politique RGPD que les gestionnaires de Teledesk Group ont accès aux données des clients. Un accord formel devra aussi être signé à ce propos entre Teledesk Group et votre bureau. •



Proud to present to you :

DAPHNÉ REYNAERT

« Même s'il a une image poussiéreuse, je trouve au contraire le secteur des assurances très intéressant et passionnant »

Daphné Reynaert travaille comme project manager chez Teledesk Group depuis juin. Forte de quatorze années d'expérience dans le service client, elle en connaît toutes les ficelles. Elle avait déjà eu l'occasion de se familiariser avec le monde des assurances dans le cadre de son précédent emploi et cela lui avait bien plu. Le passage dans les rangs de Teledesk Group était donc une suite logique dans sa carrière professionnelle.

TÂCHES VARIÉES

« En tant que responsable de projet, je dirige l'équipe dans le suivi des tâches essentielles pour les gestionnaires de dossiers. Je fais le planning pour la répartition des tâches, je suis attentivement les délais et je participe aussi activement à la production. Mon équipe soutient aussi les collègues du département claims. Et je suis aussi personnellement la saisie des données et les campagnes de télémarketing. Des tâches variées donc ! Acquérir des connaissances est quelque chose de très important pour moi. J'aime donc avoir des nouveaux cas, de nouvelles expériences et de nouvelles compétences chaque jour. »

L'EMPATHIE EST UN MUST DANS UN SERVICE CLIENTÈLE

« Travailler dans un service clientèle n'est pas évident. L'écoute est très importante. Vous devez non seulement répondre aux besoins des clients mais aussi aux signaux des collaborateurs. L'empathie est dans ce cas un must car vous travaillez avec des gens et leurs émotions, mais une touche d'humour peut aussi être très précieuse. Mon job en trois mots ? Défis, esprit d'équipe et variété. »

LA SATISFACTION DU CLIENT COMME MOTEUR

« Pour prendre plaisir à faire un travail, il faut tirer une satisfaction des tâches de la journée. Vous voulez apporter une valeur ajoutée et contribuer à votre équipe et à l'entreprise. Le fait que chaque jour soit différent rend le travail passionnant. Personnellement, je puise mon énergie dans la satisfaction des clients, les interactions avec l'équipe et l'enthousiasme des collègues. La reconnaissance et les compliments me stimulent pour donner le meilleur de moi-même chaque jour. »

ACCUEIL CHALEUREUX

« Commencer un nouveau job, c'est relever un nouveau défi sur un nouveau lieu de travail et avec de nouveaux collègues. C'est toujours un peu stressant au début, mais j'ai été accueillie très chaleureusement. J'ai intégré une équipe très chouette où règne à la fois une ambiance très professionnelle mais aussi amicale. J'ai hâte de voir ce que l'avenir et Teledesk Group me réservent encore ! » •

Envie d'en savoir plus ?

Vous voulez en savoir plus sur nos services pour les courtiers ? Surfez sur notre site www.teledeskgroup.be ou scannez le QR-code.



057 228 111

info@teledeskgroup.be

Plumerlaan 113

8900 Ypres