

01

DÉCEMBRE 2020

telescope
MAGAZINE DE TELEDESK GROUP

Hilde

De Baerdemaeker

'Je suis une bosseuse et travailler ne me fait pas peur. Mais il faut savoir prendre une pause de temps en temps.'

+

**LES TENDANCES
« CUSTOMER CARE » EN 2021...**
Votre bureau est-il prêt ?

**VOTRE SITE INTERNET EST-IL BIEN
RÉFÉRENCÉ SUR LES MOTEURS DE
RECHERCHE ?**



contenu

- 4 HILDE DE BAERDEMAEKER**
'Je suis une bosseuse et travailler ne me fait pas peur. Mais il faut savoir prendre une pause de temps en temps.'
- 8 TELEDESK GROUP - UPDATE**
Transformation pour notre bureau d'Ypres
Teledesk Group modernise son infrastructure IT
Découvrez le portail TD
La moitié des courtiers estiment que les communications dans le cadre du règlement des sinistres doivent être améliorées



4



12



20



24

- 12 OPTIMISATION DES MOTEURS DE RECHERCHE (SEO) POUR LES COURTIER**
Votre site internet est-il bien référencé sur les moteurs de recherche ?
- 16 TABLE RONDE**
Les tendances qui impactent les courtiers
- 20 LES TENDANCES « CUSTOMER CARE » EN 2021**
Votre bureau est-il prêt ?
- 24 GEERT DEHOUCK (DAS)**
'Nous voulons renforcer notre leadership, que ce soit en termes de marché, de produits et de services'
- 28 10 ARGUMENTS POUR EXTERNALISER LA GESTION DES SINISTRES**

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



Le 1er janvier 2020 a marqué un nouveau départ pour Teledesk Group.

Quand j'ai repris la société, j'étais fermement décidé à revenir aux sources avec un service professionnel et personnalisé pour les courtiers et les assureurs. C'est là que réside en effet aussi notre force : dès notre constitution, nous avons choisi la branche des assurances comme groupe cible. Nous connaissons parfaitement le secteur, savons ce dont les clients finaux, courtiers et assureurs ont besoin et ce qu'ils ambitionnent, ... et nous sommes suffisamment flexibles pour y répondre au maximum.

Mais il y a un an, je ne pensais pas évidemment que l'année 2020 serait aussi et surtout placée sous le signe de la Covid-19. Le virus a influencé vos plans comme les nôtres, mis notre activité sens dessus dessous, mais n'a aussi fait que renforcer notre enthousiasme et notre volonté de réussir. Notre équipe dynamique de jeunes professionnels motivés est plus que jamais prête pour vous. **Avec le souci de la qualité, le sens du perfectionnisme et la passion du métier. Des valeurs qui symbolisent aussi l'actrice Hilde Debaerdemaeker, qui tient le premier rôle dans l'article de couverture de ce tout nouveau Teledesk Group Magazine.** Des valeurs aussi importantes pour nos clients : nous voulons être un partenaire fiable pour vous, sur lequel vous pouvez compter à tout moment.

Car les défis qui attendent le secteur des assurances ne sont pas minces. Digitalisation, consolidation dans les rangs des courtiers et assureurs, réglementation toujours plus complexe, concurrence des entreprises non financières, ... Je suis bien conscient que ces tendances vont faire des victimes, mais dans le même temps, je suis aussi intimement persuadé que les courtiers qui sauront faire preuve de créativité sont promis à un avenir plus radieux que jamais. Les tendances customer care que nous évoquons dans ce numéro représentent aussi plus que jamais des points d'attention importants pour les courtiers en Belgique. Ensemble, nous pouvons faire la différence pour vos clients et nous nous y engageons.

Il ne me reste plus qu'à vous souhaiter une agréable fin d'année et, surtout, une bonne santé, avec beaucoup de bonheur, tant professionnel que privé, en 2021 !

À très bientôt !

Geert Verhaeghe
Fondateur Teledesk Group



Hilde De Baerdemaeker :

‘Je suis une bosseuse et travailler ne me fait pas peur. Mais il faut savoir prendre une

pause

de temps en temps.’

Hilde De Baerdemaeker est une des actrices les plus populaires de Flandre, qui brille à la fois au théâtre, à la télé et au cinéma. Le sens du professionnalisme est une valeur essentielle pour elle, même si elle pense aussi à la vie et à ce qu'elle veut encore réaliser. Portrait d'une femme forte.

Avez-vous toujours voulu devenir actrice ?

Hilde De Baerdemaeker :

Ça peut sembler très bizarre, mais j'étais une petite fille extrêmement timide et introvertie. Je me cachais dans la jupe de ma mère quand elle m'a présenté à notre voisin qui était alors metteur en scène pour une troupe de théâtre pour jeunes et qui a dit : « Viens petite, on va apprendre à parler fort. » Je ne pensais pas du tout que j'étais faite pour le théâtre, mais j'y ai été plongée et je m'y suis totalement épanouie. J'y ai appris le contact visuel, à parler, la vraie vie quoi. En tant que petite fille timide, c'est la meilleure chose qui pouvait m'arriver. C'était un cocon si agréable que je n'ai plus rien voulu faire d'autre. »

Il n'est pas si rare en fait que les acteurs soient des personnes introverties ?

Hilde De Baerdemaeker :

Je ne sais pas. Quand je dis aujourd'hui que je suis très introvertie, personne ne me croit. Ce n'est pas comme ça que les gens vous perçoivent en tant qu'acteur, mais je pense bien que les acteurs sont très sensibles et vite submergés par tout ce qu'il y a de mauvais dans le monde, ce qui est totalement mon cas. Je sais que je dois prendre mon temps, surtout maintenant. Je le vois aussi avec mes enfants qui tiennent ça de l'allaitement, je pense. Mais ça joue en ma faveur car être très empathique et déjà pleurer à la lecture d'un scénario est un don dans notre métier. Quand un homme de 33 ans tourne autour de vous avec un micro et une caméra et que vous êtes supposé commencer à pleurer... Ce n'est pas un problème, je dois m'imaginer dans la situation et les larmes arrivent. L'hypersensibilité est un don.

Comment gérez-vous les mesures anticoronavirus en tant qu'actrice ?

Hilde De Baerdemaeker :

C'est tellement dur de voir toutes ces maisons de la culture fermées. J'en ai la chair de poule rien que d'en parler. Je vois des collègues qui vivent dans la misère depuis des mois, c'est horrible. J'ai la chance d'avoir du travail pour le moment (ndlr : Hilde tourne actuellement la série télé Lisa), mais chez nous aussi il y a des pauses : les gens doivent parfois rester en quarantaine... on est superprudent.

L'impact est sans doute moins important pour la télévision que pour le théâtre ?

Hilde De Baerdemaeker :

Les mesures changent constamment, mais c'est vrai que du public amassé dans une salle, ça ne va pas. Au théâtre, c'est vraiment catastrophique. À la télé, c'est aussi pénible parce que vous êtes toute la journée sur une scène avec

une équipe et tout le monde porte son masque. En tant qu'acteur, vous ne pouvez le retirer que pendant les prises, mais vous devez respecter la distance d'un mètre et demi, sauf avec votre « cercle de confiance ». J'ai juste une fille fictive que je peux toucher. On arrive le matin et on passe au maquillage à 6h20. On a donc un seul contact rapproché et pour moi, c'est Tinne Oltmans. C'est dur, mais ce sont en réalité des problèmes de luxe. On crée un monde, le monde de Lisa, et il n'y a pas de Covid-19. On fait comme si tout allait bien. Je tiens un restaurant dans cette série. C'est une sensation étrange parce que je suis dans cette cuisine et je me dis que dans la vraie vie, il n'y a pas de restaurants. C'est totalement dingue et absurde. Ça me touche vraiment tous les jours. →

Vous avez bien sûr de l'expérience à la fois au théâtre, à la télévision et au cinéma. Quelle est la différence entre la télévision et le théâtre ?

Hilde De Baerdemaeker :

La grande différence se situe au niveau technique. À la télé ou au cinéma, tout est très fragmenté. Le plaisir de jouer une heure et demie à deux heures au théâtre est vraiment kiffant. C'est comme des montagnes russes qui dureraient deux heures. À la télé ou au cinéma, tout ça est étalé sur plusieurs mois. Pendant les scènes, entre « action » et « coupez », vous devez essayer d'être juste directement. C'est supertechnique, mais je trouve ça fantastique. C'est très sympa, c'est un défi technique énorme qui me stimule. Je trouve ça juste génial de travailler dans les limites des possibilités techniques et du temps. Quand je parviens à tenir compte de tout ça et que je réussis en plus la scène, je suis folle de joie.

ESPRIT D'ENTREPRISE

Qu'est-ce qui guide vos décisions professionnelles ?

Hilde De Baerdemaeker :

Mon instinct ! Et les gens qui font partie du projet. Est-ce que je me sens à l'aise ? Est-ce que ce sont des bonnes personnes ? Est-ce que je les connais déjà ? Est-ce que ça colle avec le metteur en scène ? C'est le plus important pour moi, me



‘Je suis une maman comblée. C'est pour moi la plus belle chose qui existe.’

sentir bien avec mon entourage. J'évalue bien sûr aussi d'abord le scénario : est-ce un rôle intéressant ? Un défi ? Est-ce que je peux m'y retrouver ? Je ferme alors les yeux et je sens si c'est quelque chose pour moi. À ce moment-là, je sais très bien ce qu'implique de dire « oui » ou « non » et c'est ma boussole.

Quelle a été selon vous votre meilleure décision dans votre vie ?

Hilde De Baerdemaeker :

Avoir des enfants. Vraiment ! Dire « j'arrête la pilule et on y va » a été une très bonne décision. Je suis une maman comblée. C'est pour moi la plus belle chose qui existe. Surtout maintenant avec le confinement, quand vous retrouvez votre petit cocon avec vos enfants et votre compagnon. Tout de suite, c'est magique. Au printemps, c'était sympa. On va voir si ça l'est encore autant au printemps 2021 (rires).

Vous êtes connue pour avoir un énorme esprit d'entreprise. Est-ce un avantage en tant qu'actrice ?

Hilde De Baerdemaeker :

Je pense, oui. Surtout si vous voulez en vivre. Si vous avez une famille et voulez avoir à manger le soir dans votre assiette, vous devez anticiper. Tourner un film qui paie bien pendant trois mois, c'est bien, mais après ? C'est un grand point d'interrogation pour beaucoup de personnes. J'essaie donc d'anticiper. J'ai toujours un plan B.

Enfin, vous êtes aussi indépendante et vous n'avez donc, si on peut dire, jamais de certitude quant à ce qui va se passer dans trois ou six mois ?

Hilde De Baerdemaeker :

En effet. Il faut avoir confiance. Tout finit toujours par s'arranger. C'est quand vous stressez

que les choses tournent mal. Quand vous avez confiance, on dirait qu'il y a un ange gardien qui veille sur vous et qui est toujours là au bon moment.

En dehors de votre famille et de votre métier d'actrice, à quoi consacrez-vous encore du temps et de l'attention ?

Hilde De Baerdemaeker :

Pendant un certain temps, j'ai vraiment travaillé beaucoup. Après la série Coppers (ndlr. : série policière flamande), j'ai eu besoin de me ressourcer un peu et j'ai pris en quelque sorte une année sabbatique. J'ai suivi une formation pour enseigner le yoga, je me suis mise à la peinture, ... J'ai trouvé ça fantastique. Je faisais déjà du yoga depuis des années et ça me calme.

En ce moment, c'est de nouveau très intense et je sens que je vais de nouveau bientôt me dire que c'est « assez ». Ce midi, j'ai entendu que les gens étaient de nouveau en train de faire des réserves et j'ai pensé à ce fichu papier-wc. Moi, la seule chose dont j'ai besoin, ce sont des toiles pour peindre. » Je suis donc vite allée acheter des toiles parce que je sens que je vais bientôt ressortir mes pinceaux si je suis quelques jours à la maison. C'est mon petit moment de méditation, disparaître dans une peinture si j'ai quelques heures devant moi.

Vous êtes très connue en Flandre. Vous devez donc être très sollicitée pour prêter votre visage à des bonnes causes. Quelle est pour vous la limite ?

Hilde De Baerdemaeker :

Il faut que ça me touche personnellement. En ce moment, ce sont les enfants, la nature et l'écologie. Je suis végane depuis plus d'un an. Vous avez vu le documentaire de David Attenborough sur Netflix ? C'est vraiment terrifiant. C'est maintenant ou jamais, il est vraiment minuit moins cinq. Nous sommes vraiment tous devenus fous et je m'inclus dedans. Et alors je me dis ok, autant que ma

notoriété serve à quelque chose et je m'investis alors à fond, mais ce n'est pas assez évidemment. J'ai des amies qui sont pour le moment aux soins intensifs. Elles disaient : « On

quoi » au niveau professionnel. Je veux surtout être heureuse. Trouver une sorte d'équilibre entre la famille, le travail et ce que j'ai envie de faire. C'est un équilibre fragile mais j'y

‘Tout finit toujours par s'arranger.’

aurait tellement besoin d'un peu de yoga, d'un petit cours de méditation, mais pas avec un grand groupe. » Je leur ai donné des cours particuliers de yoga après le premier confinement. J'ai dit « Ok, venez ! On fait ça au jardin, avec la distance nécessaire. C'est fantastique de pouvoir faire ça, de pouvoir apporter ma petite contribution.

tiens plus que tout, avec des moments où on peut se dire « waouw, c'est top. » Mais à d'autres moments, vous vous en éloignez et il y a alors des hauts et des bas. Plus je vieilliss, plus je veux enchaîner rapidement ces petits moments de bonheur. Ce rythme peut s'accélérer, ça ne me dérange pas. Moi, mon ambition, c'est d'être une vieille grand-mère heureuse.

UNE VIEILLE GRAND-MÈRE HEUREUSE

Quel a été jusqu'à présent le moment le plus fort de votre carrière ?

Hilde De Baerdemaeker :

Je suis en train de tourner la série télévisée Lisa, onze ans après LouisLouise. Cette série est vraiment ce qui m'a le plus plu, je m'y suis beaucoup amusée. Le rythme est dingue : 200 jours, 200 épisodes. C'est un train. Tout va plus vite, vous devez tourner 25 scènes par jour... Donc vous donnez tout chaque fois. Cela demande une concentration extrême toute la journée et c'est génial.

Avez-vous encore des ambitions d'un point de vue professionnel ou privé ?

Hilde De Baerdemaeker :

Bien sûr, énormément. Mais pas dans le sens : « j'aimerais encore faire je ne sais pas

Pour appuyer de temps en temps sur le bouton pause comme le tatouage sur votre poignet...

Hilde De Baerdemaeker :

Oui, dire régulièrement « ça suffit ». C'est vraiment fantastique, c'est important de prendre le pouls, d'être à l'écoute. Faire une petite pause sans culpabiliser en se disant « zut, je n'ai pensé qu'à moi pendant tout le week-end. » Non, c'est juste nécessaire !

Merci pour cet entretien •



‘Je veux surtout être heureuse. Trouver une sorte d'équilibre entre la famille, le travail et ce que j'ai envie de faire.’

Teledesk Group

update



01

Transformation pour notre bureau d'Ypres

Notre pôle marketing Mindsetting a pris en charge le restyling du bureau de Teledesk Group à Ypres. Découvrez les belles photos de notre nouvel intérieur •

Photographe Tine Brans



02

Teledesk Group modernise son infrastructure IT

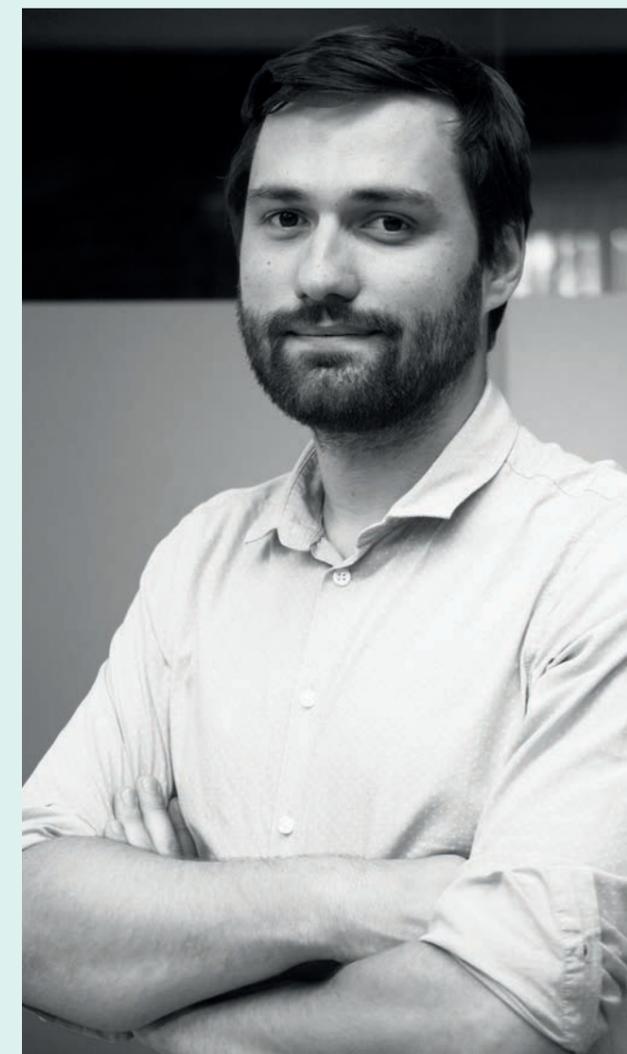
L'IT est et reste le cœur battant de nombreuses entreprises. Chez Teledesk Group aussi, l'infrastructure IT joue un rôle central et crucial. L'optimisation et le renforcement de nos systèmes IT font donc partie de nos priorités permanentes et nous avons élaboré pour cela un plan que nous avons déployé ces derniers mois. Teledesk Group est donc plus que jamais prêt à vous servir de manière optimale.

Quelles sont les lignes de force de cette nouvelle structure IT ?

« Avant tout, encore plus d'attention pour la sécurité », explique Nils Rossel, Business Analyst chez Teledesk Group. « Tous les ordinateurs sont équipés de la meilleure protection Windows possible, qui est bien sûr mise à jour constamment. Cela nous permet d'éviter notamment qu'un logiciel malintentionné ne puisse s'introduire dans nos systèmes et accéder au réseau de nos clients. Les membres de notre personnel travaillent par ailleurs tous dans un environnement Virtual Desktop sécurisé qui nous permet de

contrôler et gérer toutes les activités. En cas de problème grave, nous pouvons passer extrêmement rapidement au télétravail et continuer ainsi à garantir un excellent service à nos clients. Enfin, nous nous détournons le plus possible du hardware physique pour nous tourner vers le Microsoft Azure Cloud. Cela a pour avantage que même une panne de serveur n'a aucun impact sur notre organisation. Notre téléphonie va aussi passer en mode totalement digital. Notre nouveau programme de téléphonie web based va réduire la marge d'erreurs, simplifier la gestion pour nos call agents et améliorer encore le service pour nos clients. »

Outre la sécurité, la rapidité et le RGPD représentent deux autres objectifs centraux de la migration IT. « Nos collaborateurs ont accès à des données sur une base need-to-know. L'environnement Azure permet de respecter de manière plus optimale les obligations RGPD, comme le paramétrage plus simple de l'accès aux données sur une base need-to-know. En résumé, nous visons plus de sécurité, de rapidité et de continuité, ce qui est mieux pour nous, mais aussi et surtout pour les clients de Teledesk Group. » •



‘Notre nouveau programme de téléphonie web based va réduire la marge d'erreurs, simplifier la gestion pour nos call agents et améliorer encore le service pour nos clients.’

Nils Rossel, business analyst chez Teledesk Group

03

Découvrez le portail TD

Suite au rebranding, l'IG Portal a été rebaptisé TD Portal. Un changement qui ne s'arrête toutefois pas au seul nom, avec aussi toute une série de nouvelles fonctionnalités.

- Nos gestionnaires peuvent proposer facilement un réparateur agréé pour tous les assureurs ou presque au client à partir du portail d'assistance en cas de sinistre auto.

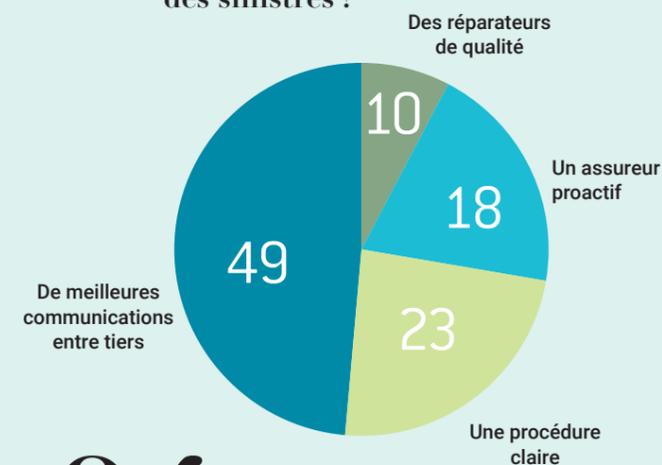
- Le courtier client de Teledesk Group pour l'Assistance (permanence téléphonique) peut se connecter au portail pour ainsi orienter facilement son client vers le réparateur agréé le plus approprié et le plus proche de notre réseau. Le réparateur reçoit immédiatement une confirmation que le client l'a choisi. Teledesk Group suit le dossier de près avec le client, le courtier et le réparateur. Les courtiers qui orientent les clients vers un réparateur agréé via le portail pour une réparation bénéficient d'une réduction sur leur facture d'assistance.

- L'hébergement du portail TD dans Azure fait que le site n'est jamais indisponible, sauf maintenance.

À l'avenir, le portail d'assistance sera ouvert aux courtiers inscrits pour ce service. Les courtiers concernés pourront ainsi vérifier facilement leurs statistiques d'appels et contrôler et éventuellement corriger ou compléter leurs données de contact, informations générales, heures d'ouverture, jours de fermeture.



Que manque-t-il encore selon vous dans un processus de règlement des sinistres ?



04

La moitié des courtiers estiment que les communications dans le cadre du règlement des sinistres doivent être améliorées

Cet automne, Teledesk Group s'est associé à Biznezz Booster pour le lancement de #digitalbroker. Cinq webinaires pleins de conseils pratiques ont aidé les courtiers en assurances à évoluer vers la digitalisation.

Le 30 septembre, notre partenaire XOLUTIONS a hébergé un webinaire sur la gestion de sinistres et la fidélisation des clients. Nous y avons fait part de nos idées sur la manière dont vous pouvez décharger les clients d'un maximum de soucis en cas de sinistre et sur la manière de communiquer avec eux de manière forte et empathique. Notre formule du succès : une parfaite collaboration avec tous les partenaires impliqués dans le règlement d'un dossier de sinistre.

Le webinaire a aussi été l'occasion d'organiser un sondage en direct auprès des participants. Il en est ressorti que pas moins de la moitié des courtiers jugent les communications entre expert, réparateur, courtier et sinistré comme un point noir. Près d'un courtier sur quatre juge aussi la procédure de règlement de sinistre floue et près d'un sur cinq évoque un manque d'approche proactive dans le chef des assureurs.

05



'Aucun courtier n'aime manquer un appel super important le week-end ou la nuit. C'est la raison pour laquelle nous faisons appel à l'aide de Teledesk Group.'

Que disent nos clients de Teledesk Group ?

Dirk Dekerf (Dekerf & Partners)

Le bureau Dekerf & Partners, basé à Ternat, est client de Teledesk Group depuis de nombreuses années. Dirk Dekerf, gérant : « Je pense que nous avons été un des premiers courtiers, il y a plus de 20 ans, à faire confiance à Geert Verhaeghe et Teledesk. Nous faisons aujourd'hui appel à Teledesk Group pour l'assistance et les sinistres. »

La plus-value de l'activité Assistance, pour laquelle Teledesk Group assure l'accessibilité permanente du courtier - est toujours d'actualité pour Dirk Dekerf. « Être accessible 24h/24, 7j/7 est et reste un plus énorme en matière de service clientèle. Même si de plus en plus de prises de contact téléphoniques sont aujourd'hui remplacées par les e-mails, aucun courtier n'aime manquer un appel super important le week-end ou la nuit. Organiser une telle permanence avec notre propre équipe est mission impossible. Quand vous avez réglé le problème des heures de travail, vous devez encore veiller à toujours avoir les données du client et de son portefeuille d'assurances à portée de main partout et tout le temps, ce qui n'est pas non plus évident. C'est la raison pour laquelle nous continuons à faire confiance à 100 % à Teledesk Group pour nous aider dans ce cas. »

Votre **site internet**

est-il bien référencé sur les moteurs de recherche ?

SEO, SEA, vous avez sans aucun doute déjà entendu ces abréviations. Mais que signifient-elles exactement ? Il s'agit concrètement de techniques permettant à votre site internet d'être mieux référencé sur les moteurs de recherche. Un élément assurément important avec l'accélération sans précédent de la digitalisation et vos contacts de plus en plus souvent digitaux avec vos clients et prospects. Nous vous expliquons ci-après le marketing des moteurs de recherche et vous donnons quelques conseils pour que vos clients potentiels trouvent plus facilement votre site internet.



QUELLE EST LA DIFFÉRENCE ENTRE SEO ET SEA ?

SEO est l'abréviation de Search Engine Optimisation, ou optimisation pour moteurs de recherche. La SEO vous permet de faire en sorte que votre site internet arrive le plus haut possible dans les résultats de recherche sans pour autant devoir faire de la publicité (payante). Si quelqu'un tape par exemple « courtier assurances Mons », plusieurs résultats apparaîtront. Il s'agira des pages de sites internet qui, selon Google, répondent le mieux à la recherche « courtier assurances Mons ». Au-dessus des résultats de la recherche, vous trouverez plusieurs publicités. Des entreprises paient en effet pour figurer tout en haut. Sous ces résultats payés, vous verrez une carte avec trois sociétés sélectionnées (des courtiers en assurances bien sûr dans notre exemple). Et en dessous seulement, la liste des résultats non payants ou organiques. La SEO peut donc vous aider à faire en sorte que votre site internet arrive le plus haut possible dans cette dernière catégorie.

SEA est par contre l'abréviation de Search Engine Advertising. La SEA consistera à vous faire apparaître en haut des résultats de recherche et donc dans les publicités en payant Google Ads. Cela fonctionne selon un principe d'enchères : le plus offrant arrive en première position. Cela a pour avantage d'être très transparent : celui qui paie le plus est le premier. Mais l'inconvénient est que de nombreuses personnes qui effectuent des recherches sur Google refusent de cliquer sur les publicités. Vous savez en effet qu'il s'agit d'une publicité et qu'il n'y a donc aucune garantie de qualité derrière cette première place dans les résultats de recherche. Plusieurs études nous apprennent ainsi que 90 % des clics en moyenne sur la première page des résultats de recherche sur Google concernent les résultats non payants.

CONCLUSION : SOIGNEZ AVANT TOUT VOTRE SEO ET NE PENSEZ ÉVENTUELLEMENT QU'À UN STADE ULTÉRIEUR À LA SEA.

LE CONTENU EST ROI

Il sera donc surtout intéressant de chercher un classement élevé sur Google par la voie organique non payante et nous avons une bonne nouvelle pour vous dans ce cas : même si vous n'y avez pas vraiment pensé, votre site internet figurera dans tous les cas dans les résultats de recherche sur Google. Mais pour un vrai bon classement, un petit effort supplémentaire sera indispensable.

Comment faire en sorte que votre site internet ait plus de valeur aux yeux de Google ? Tout d'abord en proposant un contenu intéressant. Pensez dans ce cas à bien distinguer deux types extrêmement pratiques de contenu : les articles de blog d'une part et les pages d'atterrissage SEO d'autre part.

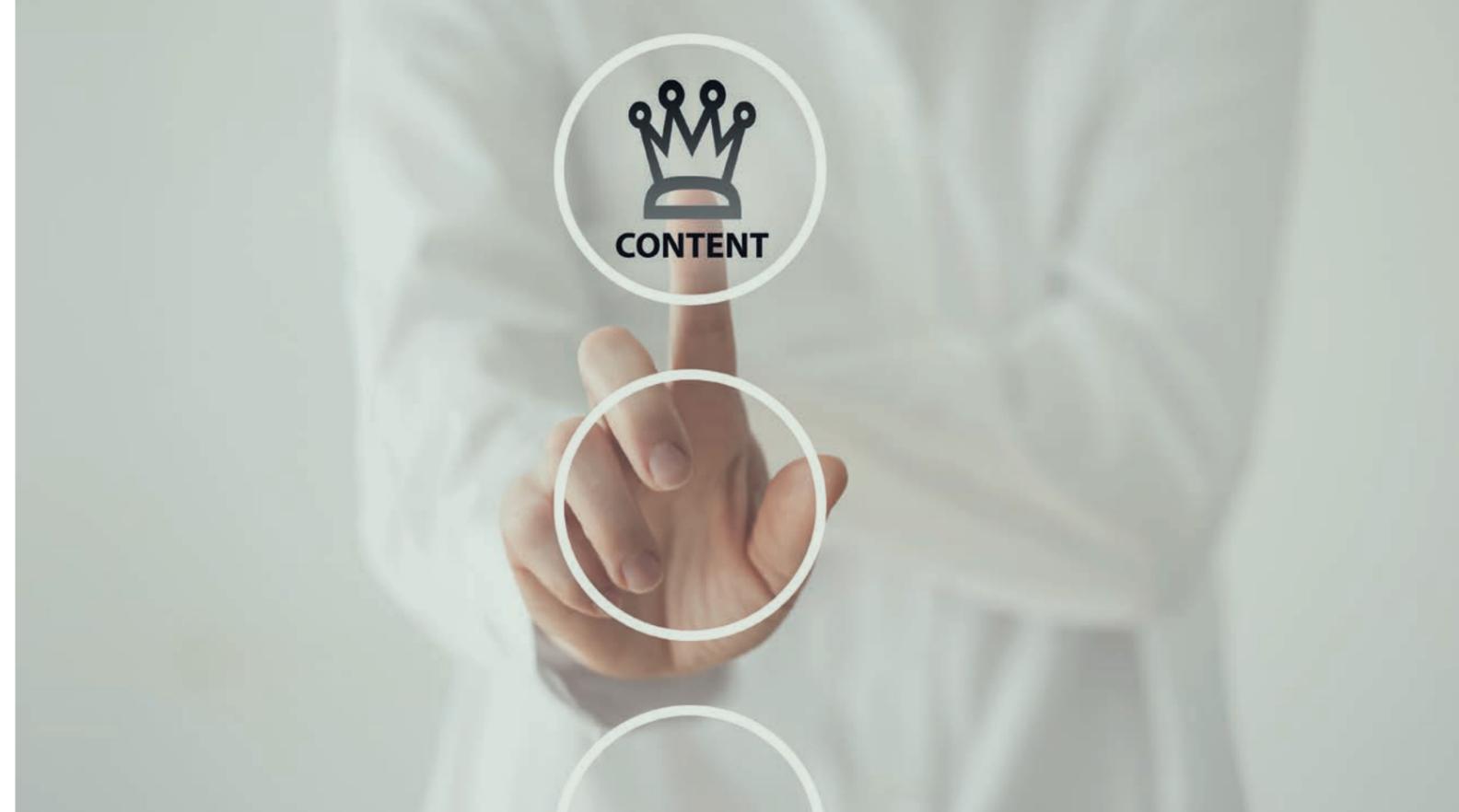
Articles de blog

vous publiez des articles intéressants en lien avec votre activité sur votre site. Pensez par exemple aux conseils aux indépendants pour épargner pour leur pension, aux placements pour sociétés, à une checklist pour les associations avant de partir en camp (avec lien vers une assurance

responsabilité bien évidemment), ... De tels articles vous donneront de nombreux avantages :

- Vous attirerez plus de visiteurs sur votre site, surtout si vous poussez aussi les articles sur les réseaux sociaux.
- Votre bureau apparaîtra comme une société moderne et dynamique.
- Vous serez mieux classé dans les résultats des moteurs de recherche.
- Vous vous adresserez parfaitement au groupe cible que vous voulez séduire.

Plus votre contenu sera original, mieux ce sera. Et Google est également de cet avis. Car en copiant simplement des articles d'un autre site sur votre site, vous courrez non seulement le risque de violer la loi sur les droits d'auteur, mais votre site pourra aussi être sanctionné par Google pour contenu dupliqué (contenu identique sur plusieurs pages web) et vous chuterez alors dans les classements au lieu d'y monter. À éviter donc ! →





Pages d'atterrissage

Il est aussi important de créer des pages sur mesure pour moteur de recherche. Autrement dit, écrire des textes axés spécifiquement sur des recherches pour lesquelles vous voulez que votre nom apparaisse. Imaginez que vous soyez courtier en assurances à Namur et que vous visiez aussi des clients potentiels à Gembloux, Charleroi ou Dinant. Vous aurez alors tout intérêt à rédiger des textes et des pages pour la combinaison « courtier assurances Gembloux », « courtier assurances Charleroi » et « courtier assurances Dinant » que vous ajouterez ensuite à votre site internet sous la forme d'une page d'atterrissage.

VOTRE SITE EST-IL DÉJÀ MOBILE ?

Un site réactif ou mobile, adapté aux smartphones et tablettes, est tout simplement indispensable. Plus de la moitié des visiteurs consultent souvent votre site d'un smartphone ou d'une tablette. Si votre site n'est pas encore mobile, vous pouvez oublier un bon classement dans les résultats de recherche.

LIENS ET LIENS RETOUR

Vous pouvez régulièrement lier une page de votre site à une autre ? Cela pourra alors influencer favorablement votre score SEO, surtout si des sites extérieurs de qualité comprennent aussi un lien vers votre site (et vice versa de préférence).

GOOGLE MY BUSINESS

Miser sur la SEO, c'est bien, mais pensez aussi à enregistrer le plus vite possible votre bureau sur Google My Business. Cela ne vous prendra que quelques minutes et vous obtiendrez un meilleur classement dans les résultats des recherches locales. Google saura en effet explicitement que votre société doit être « trouvable ».

SEO TECHNIQUE

La SEO ne concerne pas seulement le contenu de votre site internet. La programmation demande aussi une certaine expertise pour être bien classé dans les moteurs de recherche. Vous n'y connaissez rien ? Ce n'est pas un problème ! Les spécialistes de Mindsetting et Teledesk Group se feront un plaisir de vous aider.

MISEZ SUR LA DIGITALISATION

La tendance à la digitalisation s'exprime non seulement dans le travail virtuel, mais aussi dans le fait que votre site internet devient un véritable « canal d'acheminement » de nouveaux clients. Vous croyez dans la plus-value d'un bon site internet qui génère des leads pour votre bureau mais vous ne savez pas comment vous y prendre ? Contactez Mindsetting, le pôle marketing de Teledesk Group. Nous analyserons votre site internet et définirons ensuite un trajet de communication sur mesure pour votre bureau. Envoyez pour cela un e-mail à info@mindsetting.be.

5 mythes

à oublier au plus vite

POURQUOI DEVRAIS-JE PUBLIER DES INFORMATIONS SUR LES ASSURANCES SUR MON SITE ? SI MES CLIENTS ONT DES QUESTIONS, ILS M'APPELLERONT.

De plus en plus de gens cherchent des informations sur les solutions financières et les assurances sur internet. Vous ne voulez quand même pas qu'un client existant se tourne vers un autre courtier ou une banque parce qu'il a par hasard vu des informations concrètes sur leur site et pas sur le vôtre ?

UN SITE INTERNET N'A AUCUNE VALEUR AJOUTÉE.

Il vous arrive souvent de jeter un œil sur le site internet d'une société à laquelle vous allez rendre visite pour savoir à quoi vous attendre ? Sachez que c'est aussi ce que font les clients potentiels. Vous n'avez pas de site ou seulement un site désuet ? Vous manquez alors des clients et perdez de l'argent. C'est aussi simple que cela.



JE N'AI PAS LES MOYENS DE CONCURRENCER EN LIGNE LES BUDGETS DES ASSUREURS (DIRECTS).

C'est vrai, les montants dont ils disposent sont d'un autre ordre. Mais cela n'empêche pas que vous pouvez, moyennant le bon contenu et des campagnes sympas, vous adresser à des groupes cibles spécifiques comme des entreprises de construction, des professions médicales, ... Beaucoup de clients préfèrent toujours s'adresser à une personne de confiance proche de chez eux. Vous pouvez donc susciter un certain intérêt à travers un marketing de contenu local.

JE POSTE RÉGULIÈREMENT DES MESSAGES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX, C'EST SUFFISANT. MON SITE INTERNET N'A QU'UNE IMPORTANCE SECONDAIRE.

Vous vous trompez. Les réseaux sociaux sont effectivement indispensables dans la stratégie de communication de votre bureau. Mais les visiteurs doivent pouvoir cliquer sur des liens à partir de vos messages sur les réseaux sociaux et accéder à une page intéressante sur votre site internet où ils pourront poursuivre leur lecture et où vous pourrez les inciter à vous contacter. Les réseaux sociaux ne sont rien sans un site internet et vice versa.

JE N'AI PAS BESOIN D'UN PLAN DE COMMUNICATION. J'ÉCRIRAI QUELQUE CHOSE QUAND J'AURAI UN PEU PLUS DE TEMPS. UN CLIENT SATISFAIT N'A PAS BESOIN D'ENTENDRE SOUVENT SON COURTIER.

Mais attention. Loin des yeux, loin du cœur. Il est important que vous vous fassiez régulièrement entendre. Vos concurrents le font aussi. Pas toujours avec un message commercial, mais aussi avec des conseils, des petites infos, ... Vous voulez le faire vous-même de manière professionnelle ? Vous devrez alors libérer du temps et établir un planning concret pour une longue période. Sans un bon planning, vous aurez à peine le temps d'y accorder de l'attention. Vous avez en effet d'autres priorités... •

Table ronde

Les tendances

qui impactent les courtiers

Les temps sont durs pour de nombreux secteurs et les assurances n'échappent certainement pas à la règle avec la vague de consolidation parmi les assureurs et les courtiers, la digitalisation galopante, la recherche parfois compliquée de personnel, sans oublier bien sûr la Covid-19. Nous avons réuni 4 courtiers autour de la table pour discuter des tendances qui influencent aujourd'hui leur profession.

Nos interlocuteurs

Ethel De Blicck
(Axfin, Middelkerke-Westende)

Jochen Blondelle
(Group NBA, Kortrijk)

Lieven Bernaers
(ABR Group, Kruiseke
Zwijndrecht-Haasdonk-Linkeroever)

Nele Rubens
(Dervaux-Rubens, Heverlee)

La Covid-19 s'est emparée des médias et de notre vie depuis huit mois déjà. Quel est l'impact de la pandémie sur votre activité ?

Ethel De Blicck :
Le virus nous influence de différentes manières. Nous travaillons par exemple tout en étant fermés, ce qui, d'un côté, est bénéfique puisque nous sommes moins dérangés pour des banalités. Et quand les clients souhaitent malgré tout un rendez-vous physique, ils ont alors souvent une bonne raison pour ça. En ce qui concerne notre manière de travailler, la Covid-19 nous a incontestablement rendus plus efficaces. Mais d'un autre côté, la production de nouvelles affaires a aussi fortement diminué. Et lancer une action commerciale pendant un confinement n'a pas beaucoup de sens...

Nele Rubens :
Je suis assez d'accord avec Ethel. Nous travaillons aussi à bureaux fermés et nous nous appuyons plus sur les outils digitaux qu'avant. Mais je remarque aussi que nos clients ont une attitude plus attentive. Nous visons surtout les consultants, les professions libérales, ... et en ces temps d'incertitude, les décisions en matière d'investissements par exemple sont souvent reportées de quelques mois..

Lieven Bernaers :
Notre groupe compte trois bureaux de courtiers et trois agences bancaires. Au niveau des bureaux de courtiers, nous accueillons les clients uniquement sur rendez-vous alors que dans nos agences bancaires, nous les recevons librement, mais uniquement le matin. C'était différent lors du premier confinement puisque

la banque travaillait aussi uniquement sur rendez-vous, mais nous avons constaté alors que beaucoup de clients nous contactaient pour toutes sortes de questions et il nous a semblé plus judicieux d'ouvrir partiellement les agences. Un choix qui nous donne raison pour le moment.

Jochen Blondelle :
Chez nous, six des quatorze collaborateurs ont à un moment donné été positifs à la Covid-19. Je n'exagère pas en disant que c'était parfois à s'en arracher les cheveux. Nous avons fini par trouver une solution, mais nous avons aussi tiré les leçons de cette situation. Nous travaillons ainsi désormais avec 3 bulles qui n'ont aucun contact entre elles. Notre bureau reste accessible pour nos clients. J'ai en effet constaté que beaucoup de clients souhaitaient un

rendez-vous physique, ce qui est parfaitement possible chez nous en toute sécurité : notre bureau se trouve dans une zone de bureaux et offre suffisamment de place pour respecter les distances. Nous avons bien sûr aussi des réunions en ligne avec nos clients, par exemple sur le suivi de leur dossier, ce qui nous permet parfois de gagner beaucoup de temps.

Avez-vous pu maintenir tous les membres du personnel au travail ou avez-vous dû avoir recours au chômage économique ?

Jochen Blondelle :
Nous n'avons utilisé ce filet de sécurité que dans une certaine mesure. Il y a d'un côté eu beaucoup moins de sinistres et les collaborateurs concernés ont donc aussi eu sensiblement moins de travail. D'un autre →

côté, un jour de chômage économique par semaine a aussi été perçu par certains travailleurs comme un cadeau du ciel pour gérer la situation à la maison, surtout en cas de fermeture des écoles.

Lieven Bernaers :

Nos bureaux de courtiers n'ont pas eu besoin du système de chômage technique, à l'inverse de nos agences bancaires.

Ethel De Blieck :

Chez nous, un collaborateur a été mis en chômage économique un petit temps. Il venait de commencer chez nous et ne pouvait pas faire grande-chose à distance.

Nele Rubens :

Nous avons conservé tout le monde à temps plein. Nos gestionnaires de sinistres ont certes eu moins de travail, mais ils ont renforcé le département production.

FGITAL

Grâce à la Covid-19, les outils digitaux comme Zoom et Microsoft Teams ont connu un succès énorme, mais en matière de prospection, c'est loin d'être optimal.

Jochen Blondelle :

En effet. Ces outils conviennent parfaitement pour les clients existants mais ne sont pas toujours vraiment adaptés pour un entretien commercial avec un prospect. Sauf pour l'organisation d'un webinaire pour un groupe cible spécifique. Nous essayons néanmoins avec notre bureau de reprendre le fil de la prospection. Les moments de réseautage, qui restent une composante essentielle de notre approche de prospection, restent toutefois impossibles.



*Jochen Blondelle
Groep NBA Kortrijk*

C'est donc un peu le règne de la débrouille, même si je remarque que pas mal de clients potentiels sont ouverts à un entretien.

Lieven Bernaers :

La prospection est extrêmement limitée chez nous pour le moment. Nous misons en premier lieu sur notre clientèle existante, même si nous essayons de faire des clients existants des ambassadeurs de notre société pour qu'ils nous envoient des leads.

Ethel De Blieck :

Nous misons nous aussi surtout sur l'upselling au niveau de notre portefeuille existant.

Nele Rubens :

Nous aussi. Les « clients totaux » sont notre première priorité.

Qui dit moins de production et de prospection dit bien sûr aussi moins de chiffre d'affaires. Observez-vous aussi cette tendance dans votre portefeuille ?

Jochen Blondelle :

Comme nous nous adressons surtout aux PME et aux asbl, c'est inévitable. Le secteur

des assurances est un reflet de la société. Nous avons déjà vu un certain nombre de faillites et les décomptes de primes seront négatifs pour beaucoup d'entreprises. Il y a donc clairement un impact, c'est impossible autrement. Heureusement, celui-ci sera étalé dans le temps comme lors des crises précédentes.

Ethel De Blieck :

Nous observons surtout un recul au niveau des placements. Les gens sont dans l'attente. Il y a une forte demande au niveau des crédits, mais les banques sont très strictes dans l'évaluation des dossiers. Parfois trop même, selon nous, et nous passons ainsi aussi à côté de clients.

Nele Rubens :

Je m'attends à ce que nous ne sentions l'impact financier que l'année prochaine.

Pensez-vous, une fois que la Covid-19 sera derrière nous, maintenir certains éléments, au niveau de la manière de travailler par exemple ?

Lieven Bernaers :

Nous envisageons de privilégier le télétravail un à

deux jours par semaine. Nous organisons aussi de plus en plus de réunions digitales entre associés. Cela représente un précieux gain de temps en termes de déplacements, même si je dois reconnaître qu'une réunion physique a toujours ce petit quelque chose en plus.

Jochen Blondelle :

Nous sommes passés aux mailbox collectives. Ça fonctionne très bien et nous comptons les maintenir. Le télétravail est aussi sans aucun doute appelé à durer.

Nele Rubens :

Nous allons certainement continuer à recourir aux réunions digitales. Grâce au coronavirus, les clients sont plus ouverts qu'avant. Nous pouvons aussi régler de plus en plus de choses par la voie digitale avec nos clients. Nos frais d'impression ont incroyablement diminué.

Ethel De Blieck :

Avant, nos clients avaient toujours une bonne excuse pour éviter de devoir passer par la voie digitale. Cette époque est aujourd'hui révolue.



Nele Rubens - Dervaux-Rubens, Heverlee

PERSONNEL ADAPTÉ

Est-ce difficile de trouver les bons collaborateurs ?

Jochen Blondelle :

C'est plus facile qu'avant le coronavirus. À l'époque, vous n'aviez pas beaucoup d'autres solutions que de débaucher un employé d'un autre bureau et vous deviez dans ce cas être très prudent parce que ça pouvait vous revenir comme un boomerang. Vous n'aviez bien souvent qu'un seul candidat par offre d'emploi, ce qui limitait forcément le choix. Aujourd'hui, l'offre est suffisante.



Ethel De Blieck - Axfin, Middelkerke-Westende

Ethel De Blieck :

J'ai le même sentiment. Nous avons publié récemment une offre d'emploi et nous avons reçu beaucoup de réactions du secteur des soins. C'est plutôt positif. La mentalité et l'enthousiasme sont plus importants pour moi que la connaissance des assurances. Au final, nous avons engagé quelqu'un qui avait une formation d'ergothérapeute. Je suis convaincue que ça va marcher.

Lieven Bernaers :

Pour ma part, je trouve quand même qu'il est toujours difficile de trouver les bonnes personnes.

Jochen Blondelle :

Un emploi dans les assurances n'est pas très sexy. Mais une fois que vous attrapez le virus...

Ethel De Blieck :

Les jeunes qui sortent d'études en assurances chaque année ne sont pas très nombreux et près de la moitié d'entre eux sont des fils ou filles de courtier.

L'offre de jeunes diplômés en assurances est donc très limitée.

Jochen Blondelle :

Il y a pourtant un vivier dans lequel nous aimons pêcher, à savoir celui des stagiaires. Nous sommes pour ainsi dire submergés de demandes de stages. Quand quelqu'un fait un stage chez nous, nous savons très vite si ça peut marcher ou pas et cela nous permet donc de trouver des profils intéressants.

CROISSANCE INDISPENSABLE ?

Que ce soit pour les assureurs ou les courtiers, la vague de consolidation se poursuit. Quelle est l'importance de la taille pour un courtier ?

Lieven Bernaers :

Je pense qu'il n'y a pas beaucoup d'alternatives. Notre groupe veut être « futureproof ». La banque mise dans ce cas sur au moins 15.000 clients par agence et ce chiffre pourrait encore augmenter à l'avenir. La taille est indispensable pour être rentable et pour nous permettre de nous spécialiser dans certaines niches.

Jochen Blondelle :

Je suis du même avis. Nous faisons partie de B.BA, un groupement de courtiers présent dans chacune des provinces flamandes. Comme le nombre d'assureurs diminue systématiquement, l'importance de la consolidation pour un courtier ne fait qu'augmenter. Think global, act local est plus que jamais d'actualité : il faut une certaine taille, mais il faut aussi en même temps pouvoir proposer un service personnalisé.

Nele Rubens :

Nous sommes un peu un cas à part. La croissance n'est pas une priorité pour nous. Nous essayons volontairement de travailler avec le moins de personnel possible. Nous sommes très sélectifs par rapport à nos clients et voulons surtout rester forts dans notre marché de niche



*Lieven Bernaers
ABR Group*

Ethel De Blieck :

Nous voulons certes grandir, mais ce n'est pas qu'une question de chiffres. Quand plusieurs bureaux fusionnent, l'objectif doit être plus large je trouve : nouvelles spécialisations, solution pour le suivi dans un bureau, ... Si le seul moteur de la fusion est d'additionner le chiffre d'affaires des bureaux, concilier les différentes visions ne sera pas simple, ce qui explique aussi pourquoi beaucoup de fusions échouent. La taille a certes des avantages mais ne peut pas être un but en soi.

Merci pour cet entretien •



02

VOTRE SITE INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIAUX SONT VOTRE VITRINE

Lorsque vous avez un rendez-vous de prospection auprès d'une société, vous consultez son site internet pour savoir à quoi vous pouvez vous attendre. Imaginez alors que vous arriviez sur un vieux site inadapté à la consultation mobile, où les différents liens ne mènent nulle part et dont le dernier message date de... 2016. Ou sur une page Facebook bien peu animée, voire pas du tout. Avouez que vous reverrez très vite vos attentes à la baisse.

Un site internet performant, adapté à la consultation mobile, avec un contenu intéressant représente plus que jamais une accroche indispensable pour votre bureau. Optez pour un site moderne, conforme à votre identité d'entreprise et attirez les visiteurs avec un contenu unique : blog sympa, témoignages intéressants, trucs et astuces sur les assurances, ... Associez aussi votre site internet à une stratégie active sur les réseaux sociaux. Poussez les articles sur votre blog, l'actualité sur votre bureau, partagez des articles intéressants dans la presse sur vos canaux Facebook et LinkedIn. Vous vous profilerez ainsi comme un bureau moderne et un acteur dynamique dans votre secteur. N'oubliez pas que Facebook et LinkedIn sont de plus en plus utilisés comme moteurs de recherche. Le fait d'être absent de telles plateformes vous coûtera des clients, c'est aussi simple que ça.



03

MESUREZ LA SATISFACTION DE VOS CLIENTS

Si vous appelez un fournisseur internet pour poser une question, il y aura alors de fortes chances pour que vous receviez peu après un appel téléphonique ou un e-mail vous demandant de donner un feed-back sur le service fourni. Vous trouvez ça exagéré ? Détrompez-vous. Mesurer régulièrement la satisfaction des clients est de plus en plus important. Cela vous permettra en effet de corriger rapidement certains points et vous évitera ainsi des clients mécontents. Rien n'est en effet pire que de perdre un client qui n'a jamais dit ce qui le dérangeait. Soyez proactif et interrogez vos clients !

04

ANSFORMEZ VOS CLIENTS EN AMBASSADEURS

Imaginez-vous dans quelques mois, la pandémie de Covid-19 est sous contrôle et vous voulez réserver un voyage dans le Sud. Vous vous rendez alors chez votre agent de voyages qui vous propose un hôtel en Andalousie. Il y aura de fortes chances dans ce cas pour que vous cherchiez des avis sur cet hôtel sur internet. Les voyageurs ont-ils aimé y séjourner ou ont-ils au contraire été déçus ? Quelle est la note de l'hôtel sur TripAdvisor, Booking.com, Facebook ou Google ?

Les témoignages de clients sont devenus un élément essentiel de la stratégie de marketing et de communication d'une entreprise. Demandez aux clients de poster un petit commentaire sur vos canaux de réseaux sociaux ou Google. Réalisez une petite vidéo avec des témoignages de clients satisfaits et publiez-la sur votre site internet. Vos clients deviendront ainsi de véritables ambassadeurs de votre société et contribueront à la croissance de votre bureau.

05

SERVICE PERSONNALISÉ AVEC UN GRAND P

Chaque client veut être aidé avec toute l'attention qu'il mérite. Un service Personnalisé, avec un grand P, fera dans ce cas la différence. Veillez toujours à vous adresser personnellement à vos clients dans le cadre de vos services. Donnez-leur aussi la possibilité de consulter leur propre portefeuille au moyen de votre logiciel de gestion. Cela n'est pas encore prévu ? Parlez-en avec le fournisseur de votre logiciel de gestion.

Vous pouvez encore renforcer cette touche personnelle en permettant à vos clients

- d'accéder à un coffre privé digital dans lequel ils pourront (en plus de leurs contrats d'assurance) conserver d'autres documents en toute sécurité
- d'accéder à des outils digitaux au moyen d'un lien direct
- ou encore en liant l'offre de partenaires à la vôtre (par ex. réduction sur une assurance décès en cas d'abonnement à un centre de fitness)
- ...



06

LE CHATBOT, CANAL DE COMMUNICATION VIRTUEL

Les chatbots sont de plus en plus répandus depuis quelques années déjà. Un chatbot est très pratique pour répondre de manière virtuelle et automatique aux questions les plus fréquemment posées, ce qui vous évite bien des appels téléphoniques inutiles. Pensez par exemple à la demande de numéros de polices, d'échéances, de cartes vertes, ... Les clients ne peuvent bien sûr pas s'adresser au chatbot pour de vraies demandes de conseils et c'est à ce moment-là que vous pouvez jouer pleinement votre rôle de personne de confiance.

En quoi les chatbots sont-ils encore intéressants ?

- Les clients peuvent poser leurs questions 24h/24, 7j/7.
- Vous recevez un aperçu des questions que les clients posent sur votre site.
- Un chatbot est très pratique pour générer des leads puisqu'il vous permet d'établir des liens avec une solution d'assurance ou de fixer un rendez-vous en fonction de certaines questions.
- Un chatbot affiche enfin un excellent rapport coût/efficacité •





Interview de Geert Dehouck (D.A.S.)

‘Nous voulons renforcer
notre
leadership,
que ce soit en termes de marché, de
produits et de services’

Geert Dehouck est un visage bien connu dans le secteur des assurances. Directeur commercial et marketing de l'assureur protection juridique D.A.S., il place la barre très haut pour la compagnie, ses collaborateurs et lui-même. Lisez ici son interview passionnante sur... la passion, l'innovation et le perfectionnisme.

Comment se porte D.A.S. en cette période de coronavirus ?

Geert Dehouck :

Très bien, à vrai dire. Nous avons même renforcé notre leadership sur le marché en 2020. Nous devrions clôturer l'année sur un chiffre d'affaires de 120 millions d'euros, avec 8 millions d'euros de nouvelle production. Notre part de marché augmente et est aujourd'hui proche de 20 %. Nous comptons 630.000 clients. Notre société s'est adaptée en un temps record au télétravail et tout se passe bien.

Quel a été l'impact de la déductibilité fiscale des primes d'assurance protection juridique sur le marché ?

Geert Dehouck :

Énorme. Le produit séduit, c'est clair. Environ 20 % de nos nouvelles polices sont des polices BeneFisc, nos contrats avec avantage fiscal.

Nous avons envoyé un mail à ce sujet à plus de 350.000 clients l'année dernière et D.A.S. compte aujourd'hui 45.000 clients avec une formule BeneFisc. Nous avons retravaillé tout notre portefeuille durant l'automne 2019, un travail colossal qui nous a permis de nous profiler comme de vrais pionniers sur le marché de la protection juridique. Nous avons créé pour cela un site interactif BeneFisc sur lequel le client pouvait faire directement son choix. Simple, rapide et efficace. Et les courtiers ont pleinement collaboré.

Comment évolue la branche Protection juridique en Belgique ?

Geert Dehouck :

La protection juridique fait partie des secteurs qui enregistrent la plus forte croissance dans le secteur des assurances. La protection juridique Auto représente toujours la moitié de notre portefeuille, mais la protection juridique hors véhicules (pour les ménages et les entreprises) gagne énormément de terrain et représente un important moteur de croissance. Tout le monde sait qu'une assurance protection juridique complète et indépendante apporte clairement une plus-value par rapport à une couverture limitée intégrée dans une assurance IARD. Il reste clairement une certaine marge de croissance. →

‘Une police protection juridique est et reste un produit complexe qui nécessite quelques explications. Il correspond donc parfaitement au rôle de conseiller du courtier.’

Le lancement du produit de protection juridique avec avantage fiscal a encore élargi le marché des particuliers. On n’a par contre pas encore vraiment travaillé le marché des entreprises de manière intensive. Seulement 2 % des entreprises en Belgique ont aujourd’hui une police protection juridique complète. Nous voulons y remédier et c’est pour ça que nous avons créé le Legal Risk Calculator. Celui-ci permet au courtier de proposer une formule protection juridique à n’importe quelle entreprise en un minimum de temps. Le courtier pose une dizaine de questions au client et tout est très intuitif. L’outil donne des conseils au courtier sur la formule (Classic, Premium of All-Risk) qui correspond le mieux aux attentes et aux besoins du client et indique aussi directement le montant de la prime annuelle. Si le client est d’accord, il peut alors confirmer directement et le courtier peut établir la police. Les courtiers utilisent beaucoup le Legal Risk Calculator et le nombre de simulations augmente constamment. 32 % de ces simulations se transforment en contrats.



LE RÔLE DE CONSEILLER DU COURTIER EST ESSENTIEL

Le courtier occupe donc aussi une place centrale dans votre outil digital ?

Geert Dehouck :

Absolument. Une assurance protection juridique est un contrat qui demande un effort de vente. La demande existe certes, mais c’est souvent parce que le client a déjà eu un problème. Une police protection juridique est et reste un produit complexe qui nécessite quelques explications. Il correspond donc parfaitement au rôle de conseiller du courtier.

Cela veut-il dire que D.A.S. ne va pas vendre directement des assurances protection juridique ?

Geert Dehouck :

Ce n’est pas à l’ordre du jour. Nous avons toujours opté résolument pour le modèle de

distribution des courtiers. Est-ce immuable ? Je ne le sais pas. De plus en plus d’assureurs optent pour la multidistribution. Nous suivons bien sûr cette évolution et serons attentifs à la direction que notre modèle d’activité devra suivre à l’avenir. Je suis aussi intimement convaincu que vendre directement des contrats de protection juridique sans conseils est impossible.

Mais nous constatons aussi que les clients sont de plus en plus ouverts aux contacts digitaux, notamment depuis le coronavirus, ce qui nous donne des idées. Nous parlons en effet de nouvelle manière de travailler, mais aussi d’une nouvelle manière de vendre et de donner des conseils. Avant, la relation entre la compagnie, le courtier et le client était linéaire. L’assureur parlait avec le courtier et le courtier parlait avec le client. Aujourd’hui, la relation est triangulaire. Les courtiers n’ont aucun problème avec le fait que l’assureur cherche à contacter directement le client pour le soutenir. Et heureusement, car c’est comme ça que nous nous renforçons mutuellement. Les courtiers utilisent par exemple nos messages inspirants sur les réseaux sociaux. Cela renforce très clairement notre complémentarité. Une bonne chose.

Vous travaillez avec Teledesk Group depuis de nombreuses années. Pourquoi précisément ?

Geert Dehouck :

Teledesk Group assure le suivi téléphonique des assurances protection juridique au nom du courtier. Cela s’inscrit chaque fois dans le cadre d’une campagne marketing où les clients reçoivent d’abord un courrier ou un e-mail. Ils sont ensuite appelés par Teledesk Group. Ce processus a été affiné systématiquement au fil des années. Nous avons l’avantage de parler de grandes quantités, ce qui nous permet d’effectuer des tests, des évaluations et ajustements de manière ciblée. Nous envoyons 30.000 mailings chaque année depuis 30 ans, ce qui fait aujourd’hui près d’un million de courriers. Je m’occupe personnellement du coaching des télé-opérateurs de Teledesk. Nous donnons des briefings, écoutons aussi parfois les conversations et donnons du feedback. Cela est très instructif pour tout le monde et nous pouvons ainsi sans cesse nous améliorer.

ACCENT SUR LES RÈGLEMENTS AMIABLES ET LA PRÉVENTION

Le recours à la médiation est de plus en plus fréquent, notamment pour rattraper l’arriéré judiciaire dans notre pays. Quelle est votre position par rapport à cette évolution ?

Geert Dehouck :

La médiation fait partie du package de solutions et correspond directement à ce que nous essayons de faire depuis des années déjà, à savoir régler les conflits en dehors des tribunaux. Nous pensons aussi qu’un règlement amiable est meilleur pour le client qu’une procédure judiciaire. Nous parvenons aujourd’hui à une bonne solution amiable dans 76 % des cas. Nos conseillers juridiques et juristes avec une grande expérience du barreau parviennent encore à régler un certain pourcentage de dossiers plus complexes par la voie amiable. Nous investissons donc dans les qualités de nos juristes pour augmenter encore ce pourcentage.



Un des reproches que l’on peut adresser à la protection juridique est que le mal est fait quand elle intervient. Comment misez-vous sur la prévention ?

Geert Dehouck :

Nous sommes bien conscients du problème et les clients attendent de plus en plus souvent des conseils préventifs. Nous avons créé pour cela une Service Box qui leur permet de demander des avis à nos spécialistes, comme la relecture de propositions de contrats, un check-up de certains documents juridiques, ... Le client bénéficie ainsi aussi d’un service de qualité même s’il n’a pas de conflit et peut éviter de futurs litiges. Nous avançons et optimisons en quelque sorte l’expérience client. Les clients sont vraiment satisfaits de ce nouveau service.

SE RÉINVENTER

Comment l’assureur D.A.S. est-il organisé en Belgique ?

Geert Dehouck :

D.A.S. emploie aujourd’hui 255 personnes et nous sommes en train de nous réinventer dans ce domaine. Avant, nous travaillions avec 5 bureaux régionaux où étaient basés des collaborateurs disposant d’une grande expertise. Nous voulons désormais

regrouper ces experts par langue et former ainsi cinq groupes d’expertise devant devenir des équipes autonomes, capables de prendre directement des décisions dans certains dossiers. Le courtier ne collaborera donc plus désormais avec un bureau régional pour un dossier, mais avec un expert d’une équipe d’expertise. Il est pour nous essentiel que le service que nous proposons au courtier soit meilleur que la moyenne du marché. Nous sommes encore en phase de transition pour le moment, mais tout devrait être parfaitement en place en 2021.

Notre structure commerciale se compose d’une équipe néerlandophone et d’une autre francophone, avec 23 area managers, 2 team managers, une sales team interne pour le soutien et moi-même. Nous sommes les pionniers de la protection juridique et voulons le rester. Nous devons donc tenir notre promesse et la barre est haute. C’est ce que les courtiers attendent de nous. Si nous tenons nos promesses, notre croissance sera supérieure à la moyenne du marché. Nous voulons renforcer notre leadership, que ce soit en termes de marché, de produits et de services.

Merci pour cet entretien •

‘Seulement 2 % des entreprises en Belgique ont aujourd’hui une police protection juridique complète. D.A.S. entend y remédier grâce au Legal Risk Calculator.’

Dix

arguments pour externaliser la gestion des sinistres

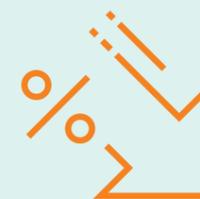
Un sinistre représente souvent un moment de vérité : c'est en effet à ce moment-là que les clients évaluent le service qu'ils reçoivent de leur courtier. Mais pour vous en tant que courtier, la gestion de sinistres peut parfois s'apparenter à une véritable course d'obstacles : une violente tempête peut faire exploser le nombre de dossiers, les gestionnaires de dossiers peuvent (surtout en ces temps de Covid-19) être terrassés par la maladie ou obligés de rester en quarantaine, ... Votre flexibilité est alors clairement mise à rude épreuve. De plus en plus de courtiers font donc le choix de sous-traiter la gestion de leurs sinistres à Teledesk Group. Et ils ont souvent plusieurs bonnes raisons de le faire... Ward Alleman, Business Developer chez Teledesk Group, énumère 10 arguments pour externaliser la gestion de vos dossiers de sinistres.



01

VOUS POUVEZ COMPTER SUR DES SPÉCIALISTES

Nos gestionnaires disposent d'une longue expérience en règlement de sinistres. Ils possèdent bien sûr les attestations FSMA nécessaires et suivent rigoureusement vos dossiers avec empathie. Vous pouvez donc nous confier vos dossiers sans crainte.



02

VOUS REMPLACEZ DES FRAIS FIXES PAR DES FRAIS VARIABLES

Les lockdowns ou autres mesures restrictives dans le cadre de la pandémie de Covid-19 ont certes pour effet de réduire le nombre de sinistres auto, mais vous devez bien sûr continuer à payer votre personnel. En sous-traitant la gestion des sinistres, vous remplacez des frais fixes de personnel par des frais variables d'outsourcing. Concrètement, vous payez

- 70 euros par dossier de sinistre
- 15 euros de frais de téléphone (qui disparaissent si vous êtes client pour l'Assistance chez Teledesk Group)
- 25 euros en plus des frais de dossier s'il s'agit d'un dossier avec protection juridique ou dommages corporels.

Nous demandons aussi, au début, des frais de démarrage uniques de 300 euros.

Vous débutez en tant que courtier ou vous êtes en pleine phase de croissance et vous n'avez pas la moindre idée du nombre de dossiers de sinistres à traiter sur base annuelle ? Engager directement un gestionnaire de sinistres à temps plein dans ce cas n'aura rien d'évident. Faire appel à Teledesk Group pour la gestion de vos sinistres représentera alors une solution idéale.



03

C'EST VOUS QUI CHOISISSEZ LES MODALITÉS DE NOTRE COLLABORATION

Vous envisagez de confier la gestion de vos sinistres à Teledesk Group ? Nous nous mettrons alors autour d'une table avec vous et étudierons comment nous pouvons nous organiser. Vous voulez nous transmettre tous vos dossiers, ou seulement une partie ? Vous aimeriez que nous traitions nous-mêmes les déclarations par téléphone ou par e-mail ? Ou vous préférez qu'un de vos collaborateurs effectue la saisie et nous transmette ensuite le dossier ? Nous pouvons conclure des accords clairs sur tous ces points.



04

UN AFFLUX SOUDAIN DE DOSSIERS ? DU PERSONNEL ABSENT POUR CAUSE DE MALADIE OU DE CONGÉS ? VOTRE SERVICE RESTE À NIVEAU !

Le nombre de dossiers de sinistres peut subitement augmenter de manière exponentielle, par exemple après une violente tempête ou une averse de grêle qui endommage des dizaines de voitures de votre portefeuille. Pas simple alors de traiter à temps tous les dossiers avec l'équipe en place. Teledesk Group peut vous éviter ces problèmes. Notre équipe est capable d'absorber **sans problème de tels pics**.

La qualité de vos services peut aussi être compromise en cas d'**absence temporaire de vos collaborateurs pour cause de congés ou de maladie**. En externalisant la gestion de vos dossiers, vous vous éviterez tout le stress que cela peut occasionner. →

**05****LE CLIENT EST AIDÉ EN VOTRE NOM**

Si vous avez confié la gestion de vos sinistres à Teledesk Group et que des clients prennent contact pour déclarer un sinistre, nous nous adressons toujours au client en votre nom grâce à une mailbox et à une ligne téléphonique dédiées. Nous représentons donc votre bureau à 100 %. Le client ne devine à aucun moment que c'est une partie externe qui l'aide.

**07****VOUS ÊTES TOUJOURS INFORMÉ DE L'ÉVOLUTION DE CHAQUE DOSSIER**

Chaque étape ou décision dans un dossier de sinistre est enregistrée par nos gestionnaires dans votre logiciel de gestion. Vous restez ainsi informé à tout moment de l'évolution de chaque dossier de sinistre !

**08****VOUS RECEVEZ UN FEED-BACK DE VOS CLIENTS**

Tous les clients qui utilisent le réseau de réparateurs de Teledesk Group sont contactés pour une rapide enquête de satisfaction et nous partageons bien évidemment ces informations avec vous. Vous savez ainsi directement ce que le client pense du service quant au règlement du dossier et à la réparation des dommages. C'est aussi le moment idéal pour le recevoir dans votre bureau ou établir une offre pour une autre assurance.

**06****TEMPS DE TRAITEMENT RAPIDE DES DOSSIERS**

Dès que nous recevons la déclaration de sinistre, nous créons un dossier. Comme nous disposons de notre propre réseau de réparateurs automobiles, nous pouvons agir rapidement.

**09****VOUS ÊTES ACCESSIBLE 24H/24, 7J/7 POUR VOS CLIENTS**

Si vous êtes aussi client de Teledesk Group pour l'Assistance, vos clients peuvent aussi déclarer un sinistre par téléphone en dehors des heures de bureau. Un service très apprécié dans les moments de stress (comme un accident) et qui renforce encore votre image de personne de confiance vis-à-vis de vos clients.

**10****AVANTAGES SUPPLÉMENTAIRES POUR VOS CLIENTS**

En optant pour un réparateur de Teledesk Group pour réparer ses dommages, votre client aura droit à plusieurs avantages supplémentaires :

- véhicule de remplacement gratuit
- enlèvement & livraison du véhicule
- nettoyage de la voiture
- check-up technique •

**Envie d'en savoir plus sur l'externalisation de la gestion des sinistres ?**

Prenez contact avec Ward Alleman par e-mail (ward.alleman@teledeskgroup.be) ou au 0472/12.18.72.

J'aime donner aux gens **l'envie d'entreprendre.**

Fondateur de Teledesk Group Geert Verhaeghe





057 228 111

info@teledeskgroup.be

Plumerlaan 113

8900 Ypres

01

telescope