

Reproduit avec l'autorisation de *Canadian Underwriter* – Octobre 2007

Améliorer les processus commerciaux

Les entreprises désireuses de s'enrichir dans un marché d'assurance commerciale faible devront s'occuper sérieusement de leurs solutions technologiques

Par Patrick Durepos,



Président-directeur général
Technologie Keal

Dans un marché caractérisé par « des taux sont en chute libre », selon certains, les courtiers devraient envisager l'efficacité de leurs activités commerciales sur le plan de l'automatisation, des processus et du recrutement de personnel. Pour ces entreprises qui veulent voir croître énergiquement leurs comptes commerciaux, elles pourraient bien investir dès aujourd'hui dans des solutions technologiques qui évoluent rapidement.

La conjoncture actuelle du marché fait ressortir un affaiblissement important et persistant du domaine de l'assurance commerciale IARD. Tandis que les sociétés d'assurance tiennent le coup pour ce qui est de l'évaluation des risques, de la discipline quant aux souscriptions et de l'établissement des prix en fonction des coûts, nous constatons une baisse marquée des primes en général.

Le plus récent sondage d'analyse comparative effectué par l'Association des gestionnaires de risques d'assurances du Québec (AGRAQ) a démontré que les primes d'assurance commerciale en Amérique du Nord ont continué de baisser au cours du deuxième trimestre cette année, comparativement à l'an dernier. Un autre sondage, mené par le *Council of Insurance Agents and Brokers*, aux États-Unis, a aussi fait ressortir que les tarifs commerciaux « ont poursuivi leur chute libre au cours du deuxième trimestre de 2007 », enregistrant des baisses moyennes de l'ordre de 10 à 20 %.

Bien que les intermédiaires doivent faire leur mise en marché et offrir des services tant dans des marchés solides que dans des marchés faibles, la conjoncture actuelle a fait apparaître l'urgence pour les bureaux de courtage commercial de se concentrer sur l'efficacité et sur les temps de réponse s'ils veulent conserver leurs clients. Parallèlement, ils doivent rechercher activement des prospects pour obtenir de nouvelles affaires afin de compenser les effets de la réduction des tarifs sur les commissions.



Ceci est particulièrement vrai pour les courtiers avides de faire croître l'aspect commercial de leurs entreprises. De toute évidence, ce volet commercial est important et un plus grand nombre de courtiers diversifient leurs volumes d'affaires pour générer des recettes uniformes et se protéger contre les assureurs directs. Nombreux sont ceux qui offrent des protections spécialisées et même qui émettent des politiques.

Les courtiers avisés savent comment ils peuvent réellement tirer profit d'une conjoncture changeante : en renforçant les relations avec leurs meilleurs clients, en attribuant des ressources de vente précisément là où elles seront le plus profitables et en servant de la technologie pour être plus productifs. En fait, certains sont d'avis qu'il est temps que les courtiers retournent au travail et s'occupent de leurs propres inefficiences en assurance commerciale.

« Je pense qu'il revient aux courtiers de trouver ce dont ils ont besoin pour rendre leur entreprise la plus professionnelle, rentable et conviviale qui soit pour les comptes commerciaux », déclare Peter Blodgett, président-directeur général de Darling Insurance, à Peterborough. « Nous ne pouvons pas nous fier aux entreprises pour le faire à notre place. Nous sommes dans le domaine non seulement pour vendre de l'assurance, mais aussi pour offrir des conseils professionnels au consommateur et, pour cette raison, nous devons avoir l'information au bout des doigts pour faire notre travail convenablement. »

La technologie peut permettre aux courtiers d'obtenir des rendements des plus importants lorsqu'il est question d'efficacité en assurance commerciale. De nombreux courtiers ont dû « corrompre » leurs systèmes de gestion de courtage (BMS) pour simplifier autant que possible le processus de tarification, les souscriptions et l'émission de polices pour les comptes commerciaux. Certains ont développé des systèmes maison autonomes fonctionnant relativement bien, mais laissant toutefois apparaître quelques lacunes.

Prenons l'exemple de Darling Insurance. Blodgett explique, « Notre ancienne application pour les affaires commerciales était un système autonome. Il ne permettait vraiment pas de faire beaucoup de changements, ce qui occasionnait souvent plus de travail. » Il mentionne que le bureau de courtage a trouvé une solution technologique convenable en assurance commerciale. Les raisons à l'origine de son choix s'appliquent à de nombreux autres courtiers qui sont pressés de simplifier et de voir croître l'aspect commercial de leurs activités.

Un bureau de courtage devrait tenir compte d'un grand nombre de caractéristiques quand il choisit une solution de gestion commerciale. Plusieurs se préoccupent d'abord des exigences logicielles ou système et, évidemment, des coûts. Il s'agit là de considérations importantes, mais la situation dans son ensemble se résume à ceci : comment un système de gestion commerciale peut-il permettre d'améliorer les processus d'un bureau de courtage, créer des normes uniformes et lui permettre d'offrir aux clients un service plus professionnel et meilleur?

Toute solution commerciale devrait pouvoir traiter le cycle de vie complet d'une police, de la soumission à la note de couverture (??? »bind » Ça serait pas « binder » plutôt?). Elle devrait simplifier les processus du bureau de courtage dans les secteurs suivants : la cueillette de renseignements sur les risques; les révisions et les propositions aux marchés; les soumissions et les réactions du marché; la création des propositions à l'intention des clients; la révision des protections avec le prospect; et l'émission de la note de couverture et de la police.

ÉLÉMENTS CLÉS

Voici quelques éléments clés que les courtiers devraient rechercher dans une solution commerciale complète.

S'intégrer avec le BMS actuel



L'ajout d'un autre produit ou d'une autre application autonome n'est peut-être pas la bonne solution pour un bureau de courtage. Des activités comme la cueillette de renseignements sur les risques, l'accès aux données et la soumission à plusieurs marchés devraient se faire sans interruption, simplement en cliquant sur un bouton, et non en raccordant ensemble des systèmes distincts.

Les courtiers doivent demander dans quelle mesure un système commercial, quel qu'il soit, peut s'intégrer à leur technologie courante et à quel coût. Certaines solutions ne comportent aucuns frais liés à l'intégration. Les courtiers devraient aussi rechercher une solution axée sur le langage SQL, favorisant ainsi à une meilleure intégration.

Simplifier la cueillette de renseignements

Une solution commerciale astucieuse devrait aussi permettre de simplifier le processus de cueillette de renseignements sur l'assuré et sur le risque. On devrait utiliser un écran commun pour commencer toutes les soumissions pour qu'il y ait concordance des renseignements relatifs aux comptes dans l'application. De plus, les écrans de police devraient être capables de saisir et de stocker des renseignements sur différents lieux physiques, constructions, questionnaires spécifiques, garanties détaillées ainsi que sur l'état et le résultat des soumissions provenant des marchés.

Simplifier l'affectation des couvertures

Les couvertures commerciales sont évidemment plus complexes que les polices personnelles. Chaque entreprise possède ses propres codes de couverture, et il peut y avoir un nombre varié d'entreprises sur un risque. Pour la préparation des propositions, les couvertures doivent être clairement définies, c'est pourquoi nous avons créé nos propres codes qui correspondent aux descriptions des différents marchés. Cette méthode facile à comprendre simplifie grandement l'affectation des couvertures.

« La normalisation est importante pour nous, non seulement d'un point de vue des processus, mais également dans une perspective d'erreurs et omissions », déclare Blodgett.

« Toutes les propositions, soumissions et notes de couverture sont formatées de la même façon, ainsi notre processus est uniforme. Je pense que c'est important: c'est facile de faire plusieurs propositions aux entreprises simplement en cliquant sur un bouton. »

Simplifier les soumissions de plusieurs entreprises

Un écran de soumission de gestion commerciale devrait être capable d'attribuer la responsabilité à différentes compagnies d'assurance, puis préparer les propositions en conséquence à leur intention. Il devrait permettre la saisie de chaque marché dans la configuration du système et permettre aux courtiers de cerner les marchés qui sont forts dans certains domaines. Cela peut simplifier la soumission étant donné que le système recommandera des marchés en fonction des données que les courtiers ont saisies dans la configuration.

Blodgett affirme que la solution technologique que sa compagnie a choisie « permet de sélectionner des marchés logiques en fonction du risque correspondant au marché assuré. Elle possède une fonctionnalité qui permet de sélectionner des marchés en fonction du facteur risque pour éliminer les pertes de temps, tant pour le courtier que pour l'entreprise. »

Offrir un accès rapide aux données et aux rapports



En assurance commerciale, un courtier doit être en mesure d'émettre la police, générer les statistiques et les rapports, traiter les avenants, fusionner les données de soumission dans Word de Microsoft et avoir un certain contrôle sur les couvertures, les formulaires et la sécurité des utilisateurs. Ils doivent particulièrement analyser leurs résultats pour mieux gérer leur entreprise.

Permettre un échange de données commerciales XML

Après que le Centre d'étude de la pratique d'assurance (CÉPA) eut annoncé en juin 2006 la mise en place des normes XML pour les données d'assurance commerciale, la porte est maintenant grande ouverte aux assureurs et aux courtiers pour échanger des renseignements en fonction des normes reconnues réciproquement. Toute solution de gestion commerciale pour les courtiers devrait permettre de simplifier un transfert de données précis et fiable d'un bureau de courtage à un assureur, et l'inverse. Les courtiers devraient demander des exemples précis de projets d'échange de données avec les sociétés d'assurance.

EFFICIENCE INTERNE

Les courtiers au Canada sont de plus en plus intéressés à obtenir une plus grande part du montant total des primes commerciales qui s'élève à dix milliards de dollars canadiens (en excluant l'assurance auto commerciale) en IARD, que ce soit comme un jeu de croissance dynamique ou comme tactique de défense envers les assureurs directs. Cette croissance pose plusieurs défis dans un contexte de marché faible dans lequel la concurrence augmente et l'acquisition de clients devient plus difficile.

Pour les courtiers qui souhaitent sérieusement une croissance commerciale, il est temps de faire un examen attentif quant à l'efficacité de leurs opérations internes. C'est à eux d'examiner leurs solutions technologiques, leurs besoins en matière de personnel et, peut-être le plus important, leurs processus pour déterminer s'ils sont au maximum de l'efficacité commerciale. En respectant cette liste de caractéristiques, les courtiers partiront du bon pied dans leur recherche d'une solution.

