



# 9 façons d'utiliser la technologie pour la relève

La technologie peut être déterminante sur le succès d'un bureau de courtage, contribuant à sa croissance et à rendre l'entreprise plus attrayante aux yeux des acheteurs potentiels

>> De Patrick J. Durepos

**P**eu importe où vous en êtes dans la planification de votre relève, votre entreprise attirera davantage les acheteurs potentiels si vous avez des objectifs clairement définis à court et à long terme. Le premier outil et le plus important que chaque bureau de courtage doit avoir est un plan d'affaires mesurable. Au cours de la table ronde qu'a tenue la *Journal de l'Assurance* en novembre 2009, on a demandé à dix courtiers provenant de petits et de moyens bureaux de courtage reconnus s'ils avaient un plan d'affaires par écrit — seulement 5 % des courtiers participants ont répondu oui.

La combinaison d'un plan d'affaires avec l'adoption d'une technologie moderne facilitera la réussite de la relève. Quand vient le temps de passer les clés de votre bureau de courtage, une entreprise qui fonctionne harmonieusement et qui utilise la technologie efficacement pour ses activités quotidiennes sera plus attrayante pour tout acheteur potentiel.

Passons en revue quelques exemples démontrant comment la technologie peut aider à créer un plan d'affaires, faciliter l'exploitation de l'entreprise et permettre une transition plus harmonieuse quand viendra l'heure de la retraite.

**1 Maximiser le BMS:** Le système de gestion de courtage (BMS) est un outil d'extraction d'informations d'entreprise qui permet aux données de l'entreprise, du client et de l'assureur d'être conservées dans un système sécuritaire, et non dans la tête d'une personne. Un BMS robuste, sûr et évolutif doit vous donner des réponses en temps réel afin que la situation de votre entreprise puisse être évaluée et vérifiée avec précision en tout temps. Votre BMS doit être votre première source d'information pour générer des prévisions budgétaires à court et à long terme, des objectifs de production et des besoins en personnel. Les courtiers utilisent souvent leur BMS seulement pour le strict minimum; un carnet électronique exploitant un faible pourcentage de la capacité réelle du système. De simples changements de processus et de procédures,

comme de regrouper les dates d'échéance au moment de soumissionner, donnent aux courtiers des paramètres de comparaison pertinents pour mesurer et mettre en valeur. L'évaluation de la performance des employés peut se faire au moyen de rapports de gestion exhaustifs qui mesurent et comparent la productivité comme: gain ou perte pour les nouvelles affaires et les renouvellements, activités ou mises en attente traitées ou en suspens pour une période donnée par le représentant à la clientèle ou le Service, volumes d'appels entrants ou sortants, durée de l'appel et taux de réussite.

**2 Marketing avec le BMS:** L'utilisation du BMS comme point de départ et d'arrivée pour des activités de marketing permet aux courtiers de suivre l'efficacité et de mesurer le rendement du capital investi sur les

campagnes. Les activités de marketing doivent être exécutées au moyen de votre BMS, ce qui lui permet d'agir comme référentiel central pour toute communication avec un prospect, un client ou un assureur. Les courtiers peuvent créer des campagnes en fonction de l'analyse de données dans le BMS, comme des comptes monobranches, des dates d'expiration et des rappels saisonniers pour chaque segment assuré qui pourrait provoquer des occasions d'offrir un produit de gamme supérieure. Les résultats peuvent ensuite être mesurés en temps réel. Les courtiers qui possèdent un BMS intégré avec l'enregistrement des appels peuvent rapidement modifier les scripts des appels et les besoins en formation d'après les résultats réels de mi-campagne, et non lors du bilan après avoir perdu des occasions potentielles. Des efforts de marketing efficaces, mesurables et continus permettront d'améliorer le taux de conservation grâce à l'établissement de relations qui encouragent les détenteurs de police à combler leurs besoins d'assurance à votre bureau de courtage; ce qui réduit les probabilités qu'ils magasinent ailleurs au moment de renouveler.

**3 Pistes de vérification:** La technologie devrait aider les entreprises à travailler plus intelligemment, en permettant aux propriétaires de développer et de récompenser la productivité à partir des résultats mesurables. Vous ne saurez pas dans quelle mesure les représentants du Service à la clientèle et les producteurs font du bon travail si vous n'avez pas de rapports sur les taux de conservation et les statistiques sur les taux de réussite à portée de la main. Des pistes de vérification en temps réel et des rapports de gestion générés par

Le BMS sont extrêmement importants pour établir la valeur opérationnelle et prioriser l'attention du propriétaire là où elle est le plus nécessaire.

**4 Travailler dans un environnement sans papier:** Les environnements avec papier sont inefficaces, coûteux et limitent votre capacité à mesurer réellement la productivité de votre bureau de courtage. Vous ne pouvez pas obtenir de rapports de production si vous générez une quantité intempestive de documents, mais vous le pouvez lorsqu'un Système de gestion des documents (DMS) est intégré au BMS et que tous les documents sont en format électronique. L'intégrité des documents, les pistes de vérification et l'historique, l'envoi sécuritaire de courriels et les processus automatisés minimisent les risques d'erreurs et d'omissions beaucoup plus qu'une pile de papier sur le bureau d'une personne. L'utilisateur devrait entrer directement dans le BMS tous les détails relatifs à la majorité des transactions avant de mettre fin à l'appel ou à la visite du client. Cela permet de vérifier si la saisie de données est complète et exacte, d'éliminer les appels téléphoniques aller-retour inutiles et de s'assurer que la transaction est bel et bien terminée pour protéger votre client et votre entreprise. Dans un bureau de courtage qui fonctionne sans papier, les clients sont servis plus rapidement parce que les employés peuvent accéder à toute leur information en quelques secondes.

Aussi, advenant un sinistre entraînant des dommages ou la destruction du (des) bureau(x) physique(s), les bureaux de courtage qui fonctionnent sans papier sont mieux préparés pour reprendre le cours normal des activités. La restauration des copies de sauvegarde quotidiennes permet de créer rapidement un bureau de courtage virtuel grâce aux connexions à distance, même à partir du domicile de vos employés et la perte de données est restreinte. Un bureau de courtage efficace qui peut mesurer la productivité et réduire les risques d'erreurs et d'omissions est attirant pour les successeurs potentiels.

**5 Enregistrement des appels:** L'intégration de l'enregistrement des appels et du BMS est la même

technologie qu'utilisent les assureurs directs depuis une décennie. L'enregistrement des appels offre l'avantage d'utiliser les signatures audio et les scripts, et de réduire les risques d'erreurs et d'omissions ainsi que les coûts. Elle offre aussi des modèles pour la formation et l'accompagnement des courtiers.

**6 Utiliser les médias sociaux:** Votre plan d'affaires et votre technologie devraient tenir compte de la popularité croissante de Facebook, Twitter et LinkedIn. Au cours d'un récent sondage de Keal, seulement 8 % des courtiers pensaient que les médias sociaux *n'auraient pas* d'effet bénéfique sur le réseau de distribution des courtiers. Les Canadiens sont incroyablement actifs en ligne. En effet, selon Facebook, le Canada arrive au 8<sup>e</sup> rang en nombre d'utilisateurs de Facebook dans le monde, comptant plus de 17 millions d'utilisateurs; soit une croissance de 61 % en 24 mois. Votre bureau de courtage devrait communiquer avec eux. Les courtiers intelligents vont de l'avant et utilisent les médias sociaux pour offrir de la formation aux clients, attirer des prospects et faire ressortir l'aspect social et philanthropique de leur entreprise. Les gens veulent avoir une bonne impression des entreprises avec lesquelles ils font affaire. Les médias sociaux sont un endroit formidable pour mettre en évidence les employés, l'engagement dans la communauté et les efforts à fin charitable.

**7 Fonctionnalité du site Web:** La prochaine génération de détenteurs de police connaît seulement un monde numérique. Ils s'attendent à avoir un accès 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 et à obtenir une satisfaction instantanée. S'ils ne peuvent pas vous trouver en ligne, ils feront affaire avec votre compétiteur. Le référencement (SEO) qui permet de faire apparaître votre bureau de courtage dans les recherches de navigateur gagnera en importance. Les Pages Jaunes ne sont plus dans le coup.

De plus, le site Web de votre bureau de courtage ne devrait plus consister en une page publicitaire statique. Il devrait plutôt inclure un espace où les consommateurs peuvent obtenir une soumission et acheter en ligne, et

il devrait être prêt à offrir des options de libre-service aux assurés au fur et à mesure que les demandes des consommateurs augmentent. L'intégration de votre site Web directement dans votre BMS pour créer des processus opérationnels efficaces et des tableaux de bord en temps réel est essentielle pour servir les consommateurs branchés numériquement qui veulent avoir un accès 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Une vision qui tient compte des fonctionnalités en ligne contribuera à mieux positionner le bureau de courtage pour compétitionner efficacement, augmenter sa clientèle et être plus attirant aux yeux des acheteurs potentiels.

**8 Analyse en ligne:** Des outils gratuits comme Google Analytics suivent les visiteurs dans le Web, notamment d'où ils arrivent et leurs habitudes de consultation sur votre site. Ce type d'analyse détaillée aide les courtiers à axer leurs efforts de communication et de publicité en ligne dans le domaine qui suscite le plus de réaction et d'intérêt de la part des consommateurs. De tels paramètres sont intéressants pour les acheteurs potentiels d'un bureau de courtage qui veulent évaluer la viabilité à long terme de l'entreprise. Votre présence en ligne peut même aider des acheteurs potentiels à vous trouver en premier.

**9 Technologie et recrutement:** Recruter, former et conserver du personnel motivé est un défi constant. La nouvelle génération de travailleurs s'attend à utiliser la technologie pour se simplifier la vie. Ils ne vont pas rester s'ils ont l'impression de perdre leur temps avec des procédures coûteuses. Utilisez la technologie pour combler le fossé intergénérationnel. Le personnel plus âgé peut apprendre à communiquer avec les clients de demain au moyen des médias sociaux avec l'aide du personnel plus jeune qui est branché personnellement. Des employés engagés et participants sont motivés à réussir. Une équipe forte contribue à renforcer vos résultats fonctionnels, vous rendant ainsi plus intéressants aux yeux des acheteurs.

*Patrick J. Durepos est le président de Technologie Keal.*