

Courtage : la digitalisation renforce la qualité de conseil

De nombreux outils digitaux permettent aux courtiers de rendre l'expérience client encore plus efficace et attractive. **Texte :** Olivier Clinokart



! Certaines applications permettent au client d'accéder à son dossier d'assurance en permanence, où qu'il soit.

Les contraintes liées à la crise du coronavirus ont démontré l'importance qu'un support digital pouvait revêtir lorsqu'il devient difficile de pouvoir rencontrer ses clients en présentiel. Mais il n'a pas fallu attendre l'apparition de cette pandémie pour que l'évolution digitale du courtage prenne son essor.

Comme dans tous les secteurs d'activité, les attentes des clients en matière de rapidité et de qualité de services se sont accrues. La spécificité du courtage en assurances est qu'un courtier collabore avec plusieurs compagnies développant des produits différents aux caractéristiques et avantages bien spécifiques.

C'est donc le rôle du courtier de proposer au client le produit qui correspond le mieux à ses besoins. En cela, la digitalisation permet d'accéder plus rapidement à une information précise auprès des différents partenaires du courtier. Ensuite, grâce aux moyens de communication digitaux à sa disposition, le courtier pourra beaucoup plus efficacement transmettre cette information au client.

Le complément idéal au contact humain

Le fondement même du courtage étant l'importance du contact humain entre le courtier et ses clients, les craintes initiales liées à cette digitalisation se sont estompées avec la pratique au quotidien. La digitalisation n'a pas remplacé le contact humain, mais

est venue au contraire agir en complément pour renforcer la qualité des conseils.

Dans cette optique, des outils digitaux permettent au courtier de communiquer avec les compagnies d'assurances pour tout ce qui a trait à la gestion de dossiers. Parallèlement, le courtier va pouvoir gérer plus efficacement toute l'organisation de son bureau, dont le contenu sera disponible immédiatement en contenu digital.

Enfin, certaines applications permettent de créer une relation digitale hautement fiable avec le client. L'application gratuite MyBroker, par exemple, est un espace client qui permet à ce dernier d'accéder à son dos-

sier d'assurances en permanence. Un moyen d'être en concordance avec la réglementation GDPR, puisqu'il y a une totale transparence par rapport aux données à disposition du courtier. En se connectant sur son profil, le client a aussi la possibilité d'interagir avec son courtier, et de signaler rapidement un éventuel sinistre, photos à l'appui, sans devoir attendre l'ouverture de son agence d'assurances le lendemain matin. Un tel outil démontre donc parfaitement la complémentarité du facteur humain et du digital. ■

| Cet article a été rédigé en collaboration avec Valérie Urbain, Sales & Marketing Manager chez Portima.



MyBroker, l'espace client pour vos assurances

À l'ère du digital, votre courtier en assurances vous propose un espace client en ligne : MyBroker*.

Plus qu'un simple espace digital personnalisé, MyBroker est le canal de communication privilégié entre votre courtier et vous.

Grâce à MyBroker :

- Vous disposez d'une vue globale de toutes vos assurances ;
- Vous consultez vos contrats ;
- Vous déclarez un sinistre ;
- Vous contactez votre courtier où et quand vous le voulez.

Pour vous connecter à MyBroker, rien de plus simple via itsme, que vous soyez sur votre PC, votre tablette ou votre smartphone.



Pour en savoir plus à propos de MyBroker, surfez sur www.mybroker.be ou contactez votre courtier

MyBroker est disponible auprès des courtiers qui travaillent avec Brio, un logiciel de Portima.

