

17.12.2012 – 11:00 Uhr

Allianz Suisse: une plus grande transparence pour les clients

Zurich (ots) -

Dans son rapport «Résultats pour le client», Allianz Suisse présente pour la première fois et en toute transparence l'évaluation de ses services par ses clients, en s'appuyant sur plus de 30'000 avis.

Que ce soit pour faire leurs courses au quotidien ou pour choisir le bon produit d'assurance, les clients ont parfois du mal à s'y retrouver parmi tout ce qui leur est proposé. Dans ce contexte, la qualité de service offerte par les entreprises revêt une importance croissante, d'autant que seuls des clients satisfaits des produits et services fournis les recommanderont à leurs proches ou à leurs amis. L'orientation résolue sur les besoins de la clientèle constitue donc un élément stratégique essentiel d'Allianz Suisse qui, forte de plus d'un million de clients privés et entreprises, compte parmi les principales compagnies d'assurances de Suisse.

Dans le cadre de l'initiative internationale «Résultats pour le client», Allianz Suisse présente, pour la première fois et en toute transparence, une évaluation du service, du conseil et du traitement des sinistres par ses clients, en s'appuyant sur plus de 30'000 avis. «Notre ambition est de faire partie des meilleurs de Suisse en termes d'orientation client et de valeur ajoutée, souligne Klaus-Peter Röhler, CEO d'Allianz Suisse, et c'est la raison pour laquelle nous rendons désormais des comptes sur la perception de nos prestations par nos clients.»

Allianz Suisse mesure la satisfaction et l'aptitude des clients à la recommander selon une méthode uniforme à l'échelle du groupe, en les interrogeant et en leur demandant de noter sur une échelle de 0 à 10 la qualité de service telle qu'il l'ont expérimentée. À cette fin, des éléments pertinents sont définis au préalable, tels que le traitement d'un sinistre ou un entretien de conseil.

Bien, mais peut mieux faire

Les collaborateurs du Centre de service à la clientèle de l'entreprise répondent à quelque 3000 appels chaque jour. Concernant le service, les clients donnent en moyenne une note de 8,30/10 à Allianz Suisse, soulignant en particulier le climat et la qualité de l'entretien. Ils estiment que c'est surtout le taux de règlement direct (à hauteur de 70% environ), qu'il faut améliorer. Ils attribuent en moyenne 9,02 à la qualité de conseil des collaborateurs du service externe (au nombre d'un millier) et apprécient notamment leur attitude et leur compétence. Néanmoins, ils souhaiteraient que les contacts soient plus fréquents. Les collaborateurs d'Allianz Suisse traitent quelque 350'000 sinistres par an. La qualité de service dans ce domaine obtient la note de 8,29 en moyenne; les clients apprécient notamment la simplicité, la rapidité et la compétence des collaborateurs d'Allianz. Ils considèrent en revanche que des progrès pourraient être faits quant à l'information sur le stade de traitement du sinistre. «Les réactions de nos clients sont extrêmement importantes: elles nous aident à éliminer nos erreurs et à continuer à nous améliorer. Elles nous ont d'ailleurs déjà permis de faire des progrès.», note Klaus-Peter Röhler.

Introduction de garanties de service

Les demandes des clients se sont déjà traduites par des mesures concrètes visant à améliorer la qualité de service. En 2012, Allianz a lancé des garanties de service telles que des prestations d'assistance dans les 30 minutes dans toute la Suisse ou le paiement de sinistre dans les cinq jours ouvrés si tous les documents nécessaires ont été fournis. L'application de ces mesures fait l'objet d'un contrôle systématique. Quant aux produits, les clients aimeraient qu'ils soient plus flexibles et moins complexes. Les dernières nouveautés, telles que la couverture ménage All Risk, la protection des comptes ou l'Allianz Helpbox, répondent à cette volonté. De plus, grâce au portail clients myAllianz.ch et au portail des salaires pour les clients entreprises, Allianz Suisse facilite l'accès des clients aux données, tout en misant sur des modes de communication directs et modernes. «Nous n'avons pas encore atteint notre but, mais nous entendons être une organisation apprenante et nous allons encore renforcer notre focalisation sur les clients», anticipe Klaus-Peter Röhler.

N. B.: La brochure «Résultats pour le client» peut être téléchargée sur le site: www.allianz-suisse.ch

Contact:

Hans-Peter Nehmer
Tél.: +41/58/358'88'01
E-Mail: hanspeter.nehmer@allianz-suisse.ch

Bernd de Wall
Tél.: +41/58/358'84'14
E-Mail: bernd.dewall@allianz-suisse.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008591/100730159> abgerufen werden.