

14.12.2015 - 11:15 Uhr

## Allianz Suisse en route vers la digitalisation

Wallisellen (ots) -

- Simplification et accélération radicales du processus d'offre pour le client
- Les agences générales font partie intégrante de la nouvelle stratégie digitale
- Rebranding: Allianz24 devient ELVIA à compter de février 2016

Avec la généralisation du digital, le comportement des clients évolue à la vitesse grand V. Ils sont de plus en plus nombreux à se renseigner en ligne sur les prestations et le prix des assurances et à demander ensuite une offre, mais tiennent cependant encore à être conseillés personnellement lorsque la perspective de la conclusion se rapproche. Une évolution à laquelle Allianz Suisse réagit en déployant sa nouvelle stratégie digitale.

Interaction optimale des univers en ligne et hors ligne

De nos jours, près d'un client sur deux se renseigne sur le prix d'un produit d'assurance directement sur les sites Internet du prestataire ou sur une plateforme comparative tout en demandant une offre et cette tendance va en s'accroissant. Les autres clients privilégient cependant encore le contact personnel. Néanmoins, il ressort des études de marché réalisées sur le sujet que seul un client sur dix conclut effectivement une police d'assurance en ligne. Plus des deux tiers passent encore par un conseiller. Cet effet «RoPo» (Research online - Purchase offline) constitue la pierre angulaire de la nouvelle stratégie d'Allianz Suisse. «Nous avons adapté notre modèle d'affaires aux différents besoins des clients et sommes parés au mieux pour l'ère digitale à venir. Le client peut désormais se mouvoir facilement d'un monde à l'autre, passant de l'univers en ligne à l'univers hors ligne, autrement dit à nos collaborateurs du service externe. L'expérience client ainsi possible est totalement inédite», souligne Severin Moser, CEO d'Allianz Suisse, avec conviction. «Le service externe (les agences générales) constitue un élément important de notre stratégie digitale. L'interaction optimale des canaux vient le renforcer en lui apportant de nouveaux clients potentiels. C'est une situation «gagnant-gagnant», ajoute-t-il.

Simplification radicale: une offre en seulement cinq étapes

La nouvelle stratégie digitale se traduit par une simplification radicale du processus d'offre et de conclusion sur le nouveau site Internet [www.allianz.ch/auto](http://www.allianz.ch/auto). Grâce à notre calculateur de primes, les clients qui souhaitent assurer leur voiture ne doivent plus saisir que cinq indications (véhicule, date de première immatriculation, âge, domicile, nationalité) pour obtenir une première offre, et ce en quelques secondes. Par le passé, il fallait entrer pas moins de 25 indications. Les clients peuvent ensuite choisir parmi les solutions «Budget», «Comfort» et «Top» celle qui leur convient. S'ils ne veulent pas conclure leur contrat en ligne mais souhaitent obtenir de plus amples informations, ils auront automatiquement la possibilité d'être conseillés par téléphone par notre Sales Customer Service, mis en place spécialement à cet effet, ou d'être contactés personnellement par un conseiller Allianz proche de chez eux. «Ce modèle de distribution intégré réunit l'assurance en ligne et le suivi personnel sous la marque phare Allianz», souligne Severin Moser. Nous voulons ainsi exploiter les potentiels de croissance supplémentaires tout en augmentant la satisfaction de la clientèle. C'est pour nous un pas important sur la voie de l'avenir digital, et nous faisons ainsi oeuvre de pionnier en Suisse.» L'offre de produits disponible sur [www.allianz.ch](http://www.allianz.ch) sera progressivement développée l'an prochain.

ELVIA remplace Allianz24

Le deuxième élément central de la stratégie digitale d'Allianz Suisse est le remplacement de notre marque directe Allianz24 par la nouvelle marque en ligne ELVIA à compter du 1er février 2016. «Une enquête réalisée auprès de nos clients nous a montré qu'ils ne faisaient pas la différence entre la marque principale Allianz et Allianz24, ce qui a parfois été source de confusion» explique Thomas Wegmann, CMO d'Allianz Suisse, concernant les raisons ayant motivé le rebranding «La marque ELVIA est déjà très connue et très appréciée en Suisse. Le fait d'avoir une marque directe distincte, ELVIA, nous permet de renforcer la marque principale Allianz, d'accroître la transparence pour les clients et d'orienter l'offre sur leurs besoins avec une plus grande flexibilité.» Pour les clients actuels d'Allianz24, rien ne change, hormis le nom: l'éventail de produits et les prix restent identiques sous la marque ELVIA. Les

clients d'Allianz24 seront informés de ces modifications par courrier dans les semaines à venir.

Contact:

Hans-Peter Nehmer  
Téléphone: 058 358 88 01  
hanspeter.nehmer@allianz.ch

Bernd de Wall  
Téléphone: 058 358 84 14  
bernd.dewall@allianz.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008591/100781840> abgerufen werden.