

Accueil > [Acteurs](#)

# Transformation digitale : la relation client , mais aussi l'efficience opérationnelle

Par CLAUDE CHEVRIER - Publié le 27 mars 2018, à 13h 35

Transformation digitale, [Optimind](#)

Les assureurs ne limitent plus le champ de la transformation digitale à la seule relation client. Elle devient aussi un levier pour améliorer la rentabilité des différentes directions. C'est l'un des enseignements de l'étude publiée par le cabinet d'actuariat [Optimind](#)

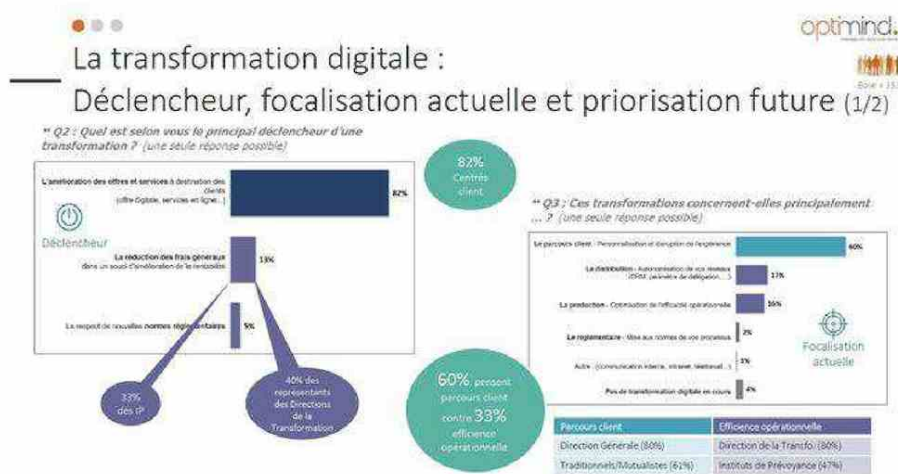


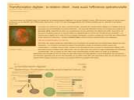
max kabakov / Fotolia

Les acteurs de l'assurance ont, dans un premier temps, concentré leur transformation digitale sur la relation client, en proposant plus d'immédiateté et de personnalisation... Au cours des dernières années, ils ont beaucoup investi sur le **parcours client**. Cependant le retour sur investissement de ces opérations est relativement faible. Aujourd'hui, les assureurs travaillent aussi sur le volet de l'efficience opérationnelle en interne afin d'améliorer leur rentabilité. « *La transformation digitale est un sujet clé de la stratégie d'entreprise, à présent partagé par l'ensemble des collaborateurs toutes directions confondues* », souligne **Arnaud Cadon**, partner business transformation chez [Optimind](#).

## UNE ACCULTURATION RÉELLE AU DIGITAL

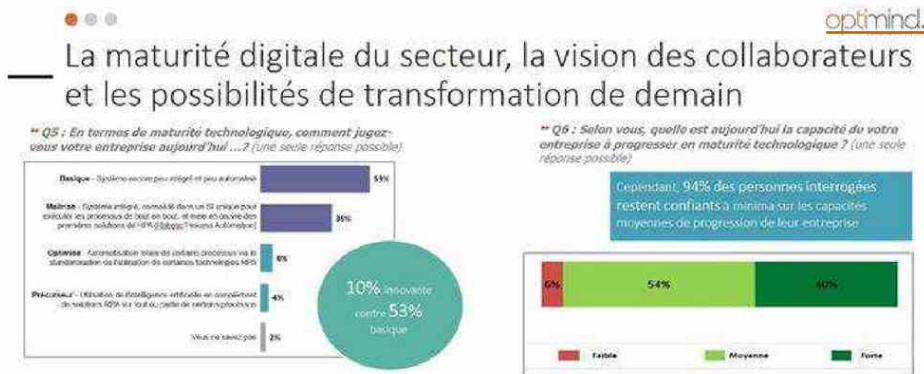
Ainsi 96% des cadres sondés par OpinionWay ont connaissance de programmes de transformation digitale dans leur entreprise. « *On voit bien le résultat de la phase d'acculturation menée ces dernières années auprès des collaborateurs* », souligne Arnaud Cadon. Quand on leur demande de citer un projet de transformation digitale, 63% répondent encore la relation client. Néanmoins, 34% la voient avant tout comme un sujet d'optimisation de l'efficience opérationnelle : 18% au niveau du front office (avec l'automatisation d'outils d'aide à la vente ou la signature électronique par exemple) et 16% au niveau du back office (avec de l'automatisation et de la robotisation des procédures). Les directions générales sont encore très focalisées sur la relation client (80% des répondants) alors que les directions de la transformation digitale citent plus volontiers les projets d'efficience opérationnelle (80%).





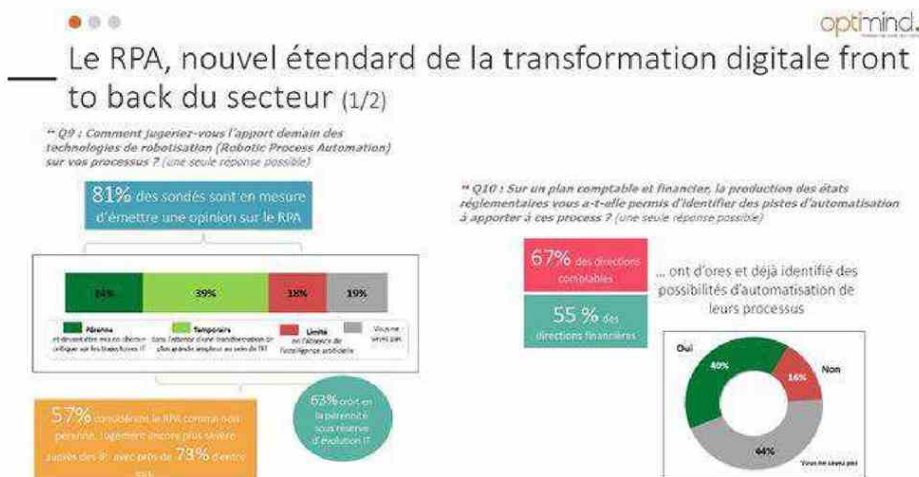
**UNE IMAGE INTERNE À TRAVAILLER**

Seuls 10% des sondés perçoivent leur entreprise comme étant innovante, et 53% la considère à un niveau basique. « *Le jugement est sévère au vu des efforts fournis par le secteur depuis plusieurs années, mais le poids important des personnes considérant la maturité technologique de leur entreprise comme maîtrisée (35%) démontre un début d'inversion quant à l'image de dynamisme et d'agilité des acteurs de l'assurance* », assure Arnaud Cadon. D'ailleurs, dans leur très grande majorité, les sondés sont confiants dans la capacité de leur structure à évoluer positivement.



**INSÉRER DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE**

Tout ce qui a trait au RPA, c'est à dire à l'automatisation des processus non cognitifs, est devenu un quasi standard dans les services de gestion. 81% des sondés sont aujourd'hui en mesure d'émettre une opinion sur ce type d'outils. Mais beaucoup la jugent comme non pérenne, notamment parce que, si cela n'a pas été prévu en amont, dès que le processus est modifié, la RPA ne fonctionne plus. « *L'automatisation ne se substitue pas à une phase d'industrialisation et de révision des processus concernés. Outre la standardisation, il est en effet nécessaire de les inscrire dans la durée via notamment la bonne anticipation de l'intégration des nouvelles normes réglementaires à venir* », explique Arnaud Cadon.



L'automatisation est aussi limitée par le fait que régulièrement l'intervention d'un collaborateur, pour un contrôle visuel par exemple, est nécessaire. « *La démocratisation de l'intelligence artificielle permet à présent de la combiner au RPA, et ainsi d'étendre le champs des possibles en termes d'automatisation des processus de bout en bout* », prévoit Arnaud Cadon.

Enquête Opinionway réalisée auprès de l'ensemble des cadres dirigeants du secteur de la banque, l'assurance et la santé du 23 janvier au 12 février 2018. 153 répondants travaillant pour une soixante d'entreprises différentes.