



## Résumé

### Profil du client

CONCORDIA Assurance suisse de maladie et accidents SA est l'une des plus importantes compagnies d'assurance maladie et accidents du pays. La compagnie assure les particuliers, les familles, les entreprises et les associations.

### Situation initiale

Les activités de télémarketing sont effectuées par des centres d'appels externes. Pour des raisons de coût et de qualité, CONCORDIA réfléchit à exploiter à l'avenir ses propres centres de télémarketing. Un projet pilote a pour objectif de fournir les bases décisionnelles nécessaires.

### Solution

A Lausanne, un centre de télémarketing CONCORDIA sera établi au titre de projet pilote. Microsoft Dynamics CRM 4.0 en est la base technique. La principale innovation consiste désormais en une connexion transparente entre la solution de centre d'appels et l'infrastructure informatique de Concordia, assurant ainsi des processus transversaux.

### Résultats

Etant donné que les télé conseillers bénéficient désormais d'un accès direct à l'agenda Outlook des commerciaux, les rendez-vous peuvent être pris de manière plus efficace. Il y a moins de reports de rendez-vous et la force de vente peut profiter d'une meilleure gestion du temps. Les responsables peuvent générer des rapports et des analyses par un simple clic, afin d'établir des mesures de performance.

## Accroissement des rendez-vous de nouveaux clients grâce à la solution de centre d'appels Microsoft Dynamics CRM 4.0

Dans le cadre d'un projet pilote, CONCORDIA Assurance suisse de maladie et accidents a implémenté avec succès son propre centre d'appels (centre de télémarketing) basé sur Microsoft® Dynamics CRM® 4.0.

*«Nous sommes parvenus à accroître les contacts clientèle en termes quantitatif et qualitatif avec beaucoup moins de ressources en temps et en coûts.»*

Heinz Lerch, directeur de projet CONCORDIA Assurance suisse de maladie et accidents SA

CONCORDIA Assurance suisse de maladie et accidents SA s'appuie fortement sur le télémarketing dans le cadre de ses démarches d'acquisition de nouveaux clients. Le projet pilote a été l'opportunité pour l'entreprise de vérifier si les activités de télémarketing, jusqu'ici externalisées, ne pouvaient pas être plus rentables et de meilleure qualité si elles étaient prises en charge en interne. Etant donné que l'assureur utilise avec succès depuis déjà longtemps Microsoft Dynamics CRM pour la gestion des prestataires de services et la gestion des contrats, la décision a été prise d'utiliser cette même technologie pour mettre en œuvre le pilote de la solution de centre d'appels. C'est avec le soutien du Microsoft Gold Certified Partner et du spécialiste CRM iTrust que le premier centre de télémarketing CONCORDIA a été installé à Lausanne. Il a rapidement pu être observé que grâce à l'intégration transparente de la solution de centre d'appels dans l'environnement informatique existant, une optimisation des processus et une réduction des coûts étaient possibles.

*«Nous avons beaucoup moins de reports de rendez-vous, car les télé conseillers ont désormais un accès direct au calendrier Outlook des commerciaux.»*

Heinz Lerch, directeur de projet CONCORDIA Assurance suisse de maladie et accidents SA

## Partenaire

**iTrust**  
Because we do IT

iTrust est un Microsoft Gold Certified Partner, qui, avec plus de 50 collaborateurs, prend en charge les grands comptes de différents secteurs et d'environ 450 PME principalement dans les régions de la Suisse centrale et de Zurich. Dans le domaine de la gestion de la relation client (CRM), iTrust s'est spécialisé sur Microsoft Dynamics CRM 4.0. iTrust assiste les entreprises du conseil à l'implémentation de la solution finalisée en passant par la définition du cahier des charges et des processus.

### iTrust

Gewerbstrasse 6  
CH-6330 Cham  
Téléphone +41 (0)41 798 00 11  
Fax +41 (0)41 798 00 10  
info@no-spam.iTrust.ch

## Informations complémentaires

Veuillez contacter votre agence Microsoft locale pour de plus amples informations sur les produits et les services de Microsoft:

### Microsoft Suisse S.à r.l.

Richtistrasse 3  
CH-8304 Wallisellen  
Téléphone +41 (0)848 22 44 88  
Fax +41 (0)43 456 44 44  
www.microsoft.com/switzerland  
www.microsoft.ch/references

## Chiffres clés

Durée du projet	Printemps à été 2009
Postes de travail	20

### Améliorations

Des contacts plus nombreux et de meilleure qualité en matière d'acquisition de nouveaux clients; économies de temps et d'argent importantes grâce à des processus transversaux et automatisés; moins de conflits de rendez-vous et meilleure gestion du temps pour la force de vente; meilleure préparation de la force de vente pour les entretiens conseils; accès plus rapide et plus simple aux chiffres clés; mesure fiable des performances des téléconseillers et de la force de vente; utilisation facile et coûts de formation faibles; intégration transparente dans les environnements Microsoft® Office; ajustements simples et rapides des masques de saisie; sécurité pour le futur, évolutivité et flexibilité élevées grâce à une technologie standard.

## Profil du client

Avec plus de 700 000 assurés, CONCORDIA Assurance suisse de maladie et accidents SA fait partie des plus importantes compagnies d'assurance maladie et accidents du pays. Ce sont environ 1220 personnes qui travaillent à plein temps ou à temps partiel au siège à Lucerne, dans le centre de service ainsi que dans les quelque 300 agences et bureaux. CONCORDIA propose aux particuliers, familles, entreprises et associations, l'assurance maladie obligatoire, les assurances complémentaires ainsi que les assurances accidents.

## Situation initiale

Chez CONCORDIA, le télémarketing joue un rôle important. Dans le cadre de campagnes marketing réalisées conjointement, de nouveaux clients potentiels sont contactés par téléphone, afin de convenir d'un rendez-vous avec un commercial de CONCORDIA. Auparavant, l'entreprise n'ayant pas sa propre infrastructure, ce sont des centres d'appel externes qui étaient en charge de réaliser ces actions. Pour clarifier les coûts d'une solution interne et explorer le potentiel d'optimisation, il a été décidé de mettre en place un centre télémarketing dédié à Lausanne, dans le cadre d'un projet pilote.

## Solution

La nouvelle solution de centre d'appels implémentée avec l'assistance du spécialiste CRM iTrust se base sur Microsoft Dynamics CRM 4.0. Heinz Lerch, responsable de projet chez CONCORDIA: «Avec Microsoft Dynamics CRM 4.0, nous avons volontairement choisi une solution standard que nous pouvons déployer rapidement et facilement à d'autres sites, une fois la phase pilote achevée. C'est aussi parce que nous utilisons Microsoft Dynamics CRM avec

succès depuis plusieurs années pour la gestion des prestataires de services et la gestion des contrats que la décision a été particulièrement simple. Il était aussi important, à nos yeux, que la solution puisse ultérieurement être étendue des simples fonctionnalités de centre d'appels à un système de CRM complet.» Afin de soulager l'infrastructure informatique interne et de gagner du temps, la solution pilote a été hébergée en externe. Au cours de la période de test de 6 mois entre le printemps et l'été 2009, environ 20 téléconseillers ont travaillé dans le nouveau centre de télémarketing CONCORDIA à Lausanne.

## Résultats

Le plus gros avantage du centre de télémarketing interne, basé sur Microsoft Dynamics CRM 4.0, s'est révélé être l'intégration transparente dans le paysage informatique de CONCORDIA. Auparavant, les rendez-vous délivrés par le centre d'appels externe devaient être communiqués «manuellement» à chaque commercial, ce qui représentait un énorme effort administratif et posait régulièrement des conflits d'horaires. Avec la nouvelle solution, les téléconseillers peuvent, pendant la conversation avec le client, directement accéder à l'agenda Outlook du commercial en charge et y ajouter le rendez-vous. Pour chaque rendez-vous, le système génère automatiquement une feuille de rendez-vous avec les informations clés relatives au client. Le téléconseiller, assisté par le système, interroge ces informations. Si aucun rendez-vous n'est fixé, les raisons sont enregistrées en détail dans un rapport. Heinz Lerch se déclare très satisfait du déroulement du projet pilote: «Nous sommes parvenus à accroître les contacts clientèle en termes quantitatifs et qualitatifs, avec beaucoup moins de ressources en temps et en coûts. Les outils intégrés ont également permis en un clic des analyses précises et des mesures de performance.» Au regard des expériences satisfaisantes, CONCORDIA étudie la possibilité d'étendre le processus de télémarketing interne à l'ensemble de la division.

## Software et Services

- Microsoft Dynamics CRM 4.0
- Microsoft Office
- Microsoft Windows Server
- Microsoft SQL Server