**Accompagner les parcours de vie : un tournant pour la gestion et relation client en assurance de personnes**

À l’occasion de la matinée ADOM organisée le jeudi 29 février, les experts en [assurance](https://a2consulting.fr/secteur/conseil-assurance-protection-sociale/) d’A2 Consulting et les professionnels du secteur invités vous ont présenté en détail les tendances en gestion en assurance de personnes.

**Gestion et relation client : un enjeu de différenciation**

*Selon Norbert BONTEMPS, Directeur des assurances de personnes chez Groupama,****« les frais de gestion, c’est le prix du service. Or le service, c’est ce qui nous différencie. »***

En effet, avec une dérive des sinistres supérieure à l’inflation en santé, les acteurs du secteur sont challengés sur les frais de gestion. En assurance de personnes, ce qui fait la différence ce n’est pas l’offre, c’est **une qualité de service performante et humaine**. Un leitmotiv pour Groupama : « être les champions de l’accompagnement de nos assurés », c’est dire à quel point le curseur a été poussé dans ce sens.

**Aller plus loin dans l’industrialisation de la gestion…**

*Pour notre associée Luce LAGRIFFOUL,****« L’industrialisation des processus de gestion n’est pas encore à maturité, et le dernier kilomètre sera plus difficile à parcourir. »***

Malgré les grands chantiers de place ces dernières années, il existe encore de **nombreux actes de gestion manuelle à faible valeur ajoutée**. Le ROI pour les automatiser n’est pas toujours évident, soit faute de volumes importants (actes isolés, peu intégrés) soit par complexité. Alors que des ajustements sont toujours en cours du côté des normes de place, notamment pour stabiliser la gestion en mode DSN ou déployer un tiers-payant dématérialisé, l’**intelligence artificielle**peut compléter les technologies traditionnelles pour franchir ce dernier kilomètre.

**…en conservant voire renforçant les savoir-faire**

*Selon Vanessa DE NOOSE, Directrice de la Division Transformation chez Swiss Life France,****« notre maître mot c’est la maîtrise, et cette maîtrise repose sur les compétences de nos équipes. »***

Chez Swiss Life France, la valeur ajoutée ne se trouve pas uniquement dans le fait d’être porteur de risque. **Les gestionnaires et** **conseillers sont les garants d’un savoir-faire clé pour l’entreprise**. S’appuyer sur eux est essentiel pour appréhender les impacts sur la qualité des données et maîtriser les risques des processus d’automatisation. Pour cela, cultiver et développer les équipes est un axe important chez Swiss Life France : augmentation des heures de formation, importance des situations de relation client/apporteur, concertation dans notre réflexion sur les cas d’usage IA…

**Améliorer l’expérience client des processus de gestion**

***« Avoir l’obsession de la simplification pour répondre au double enjeu Expérience client & Maîtrise des coûts. »***

Selon notre associé Maximilien FERRÉ, les acteurs font face à la fois à une nécessité de **simplifier les parcours clients et de cultiver la relation clients**. De plus en plus de processus sont développés en *selfcare*, ce qui représente un gros travail de déploiement des fonctionnalités et de maximisation de l’efficience des processus automatisés.

De plus, les leaders du marché repositionnent **le gestionnaire en acteur clé de la relation client** en investissant à la fois sur les compétences relationnelles et sur les outils (IA Générative notamment)… tout en s’appuyant bien entendu sur un outillage Front to Back complet et robuste.

**Des métiers en recomposition**

*Selon Amandine LEVIEL, Responsable de l’Observatoire de l’Emploi et des Métiers en Mutualité à l’ANEM,****«* De plus en plus experts, les métiers de la gestion et de la relation adhérent sont au service d’un mutualisme augmenté (#IA, #valeurs, #accompagnement des parcours de vie).** *»*

On constate une contraction de l’effectif en gestion, même si cette famille d’emploi reste la 2ème famille de la branche en effectif et en recrutement. Cependant, plus que d’une réduction, il s’agit d’une **recomposition vers un métier à plus forte valeur ajoutée et aux compétences davantage hybrides** (relation client, analytique, proactivité, coopération et transversalité). En effet, la mutualité a développé des outils de branche pour accompagner ces évolutions : parcours certifiants en gestion, parcours managériaux, référentiel de compétences et de passerelles métiers, etc.

**À horizon 2030-2035, pour l’Observatoire, l’axe d’évolution qui se distingue est « vers un mutualisme augmenté ».**

* **Augmenté dans son excellence opérationnelle et relationnelle** : plus d’expertises autour de l’IA, plus d’expérience client, de conseil et d’accompagnement personnalisé
* **Augmenté dans son identité :** les valeurs mutualistes lui permettant de se différencier dans un environnement ultra-concurrentiel et d’être attractif en tant qu’employeur
* **Augmenté dans sa stratégie :**pour accompagner les évolutions du risque et les transformations démographiques

**Du gestionnaire au conseiller adhérent**

*Pour Bruno HUSS, Président de*[l’ADOM](https://www.asso-adom.fr/)*,****« ce n’est pas parce qu’on automatise qu’on enlève la relation humaine, bien au contraire. »***

Plus qu’industrialiser, il faut impérativement massifier l’activité de gestion, pour redonner sa valeur ajoutée et son sens au métier de gestionnaire. Avec une qualité de service et de relation hors pair, il est même possible de faire du sinistre un moment de satisfaction et de fidélisation. Sachons donc mettre en avant la valeur que l’on met dans nos coûts de gestion : la maîtrise du coût du risque et de la fraude, ainsi qu’une relation adhérent humaine.