

LE MANAGEMENT DE LA QUALITE EN ASSURANCE

Séminaire - Atelier

Le management de la qualité en assurance

1^{ère} communication

Généralités sur le management de la qualité

2^{ème} communication

Le management de la qualité en assurance

1^{er} atelier

La gestion des réclamations

2^{ème} atelier

La qualité des documents destinés aux clients

1^{ère} communication

Généralités

sur le management de la qualité

INTRODUCTION

Pourquoi entreprendre une démarche qualité ?

- Le management de la qualité résulte d'une démarche proactive d'une entreprise en vue de promouvoir la qualité de ses produits, de ses services et de ses hommes.
- Le leitmotiv de la démarche qualité peut se résumer au principe de « **faire bien du premier coup** »
- La non qualité coûte cher à l'entreprise.

INTRODUCTION

Les objectifs de la démarche qualité

- Le management de la qualité a pour objectif de définir **le niveau de service de référence** qu'une compagnie d'assurances veut rendre à minima à ses clients et à ses partenaires.
- Il se traduit par des engagements écrits correspondant aux attentes les plus importantes pour les clients au meilleur coût.

INTRODUCTION

Les préalables à une démarche qualité

- Le management de la qualité nécessite l'adhésion de la Direction à la démarche qualité
- Le management de la qualité nécessite l'adhésion du personnel à la démarche qualité.

INTRODUCTION

Les sources de la non qualité

- La non qualité peut revêtir plusieurs formes.
 1. Sous-utilisation des ressources disponibles (perte de résultat)
 2. Sur-utilisation des ressources (gaspillage)
 3. Défauts de réalisation (perte de recettes)
 4. Dépenses inutiles (improductivité)

Plan 1^{ère} communication

Généralités

sur le management de la qualité

I - LA QUALITE, VALEUR STRATEGIQUE
D'ENTREPRISE

II - LES OBJECTIFS OPERATIONNELS DE LA
DEMARCHE QUALITE

III - LE PLAN D'ACTION QUALITE

I - LA QUALITE

VALEUR STRATEGIQUE D'ENTREPRISE

- Répondre aux attentes des clients favorise leur fidélisation et la pérennité de l'entreprise
- Favoriser la satisfaction des clients et des partenaires par des engagements de service va entraîner une dynamique des processus transversaux (flux) au sein de l'organisation de la compagnie d'assurances
- Face aux attentes, l'objectif est de parvenir à mettre en adéquation la qualité attendue et **la qualité telle qu'elle est réellement perçue** par les clients et les partenaires de l'entreprise
- La qualité ne se décrète pas, elle se gère avec des outils adaptés

II – LES OBJECTIFS OPERATIONNELS DE LA DEMARCHE QUALITE

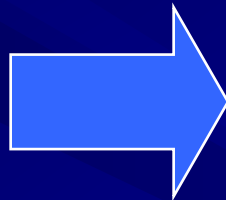
- 1. Connaître la satisfaction et l'insatisfaction des clients en termes d'avantages comparatifs
- 2. Mesurer le décalage entre ce que l'entreprise croit que le client pense et ce que le client pense vraiment.
- 3. Faire connaître en interne et en externe (agences) les écarts significatifs et le plan d'action qualité
- 4. Mettre en place un tableau de bord périodique de la qualité

III – LE PLAN D’ACTION QUALITE

- Le plan d’action qualité définit les engagements de la compagnie d’assurances en matière de niveau de service à ses clients.
- Les engagements de service peuvent être communiqués en interne et en externe sous forme d’une charte qualité

PROCESSUS QUALITE

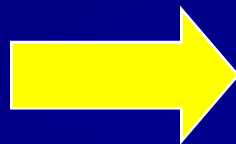
Détection des
insatisfactions et des
dysfonctionnements



Fixation des
engagements de
progrès en interne et
en externe



Tableaux de bord
de la qualité



Plan d'Action
CHARTÉ
Qualité

EXEMPLE DE CONTENU DE CHARTE QUALITE

7 ENGAGEMENTS POUR LE PROGRES

- Répondre aux attentes du client en augmentant le niveau de satisfaction
- Être disponible et réactif (accueil, continuité du service, délais)
- Tenir ses promesses (services - produits)
- Promouvoir le dialogue avec ses clients (baromètres, sondages, tests)
- Favoriser l'esprit d'équipe dans l'entreprise (contrats de services)
- Respecter l'opinion de chacun (expression)
- Intégrer les règles d'éthique (valeurs de la compagnie)

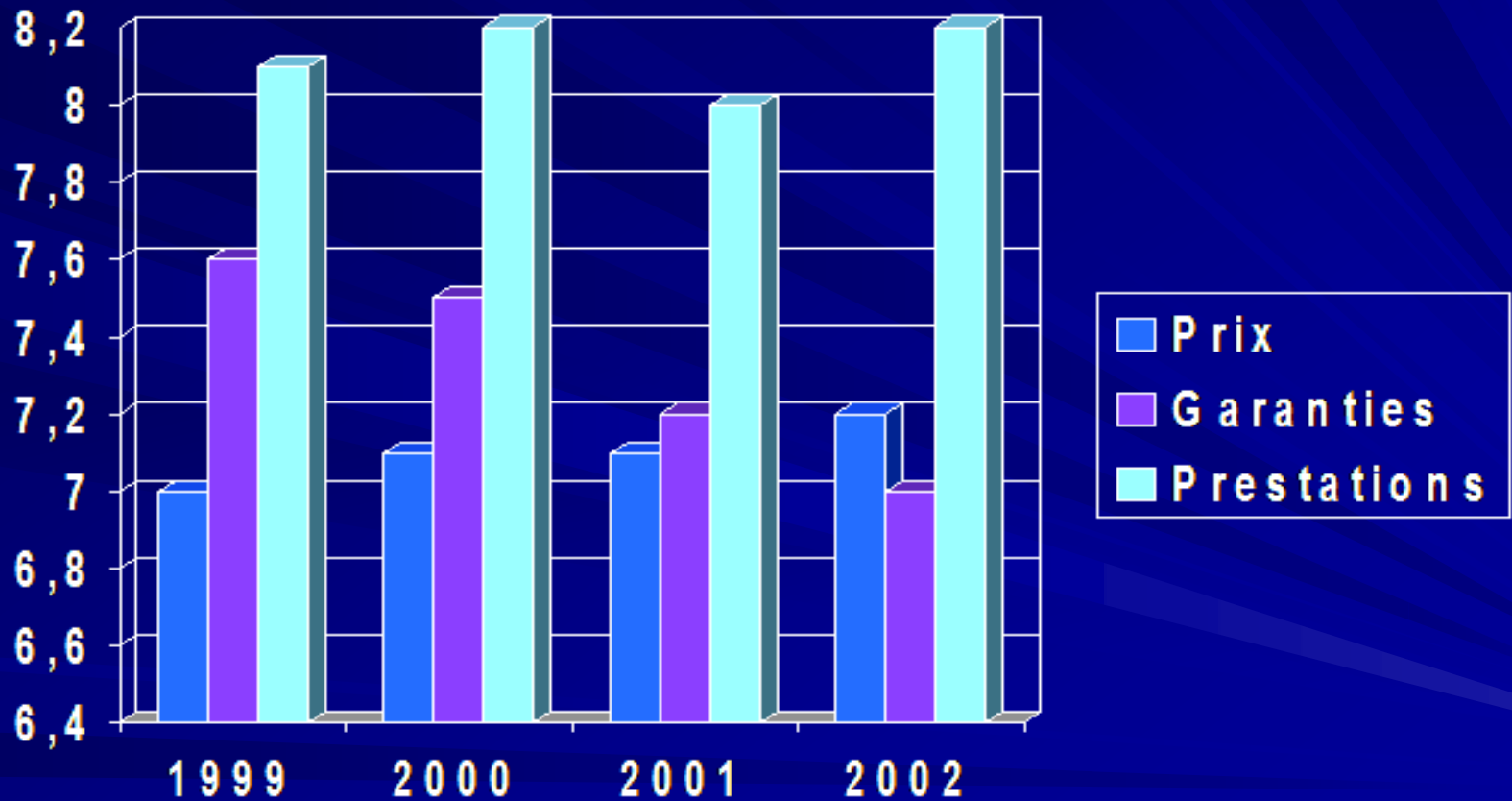
La grille de mesure de la satisfaction

- Pour un item donné l'échelle de motivation s'apprécie par référence à des notes.

Exemple de grille de satisfaction :

- Moins 2 : pas du tout satisfait
- Moins 1 : peu satisfait
- Zéro : moyennement satisfait
- Plus 1 : satisfait
- Plus 2 : très satisfait

La grille de satisfaction : contrat d'assurance - notation sur 10

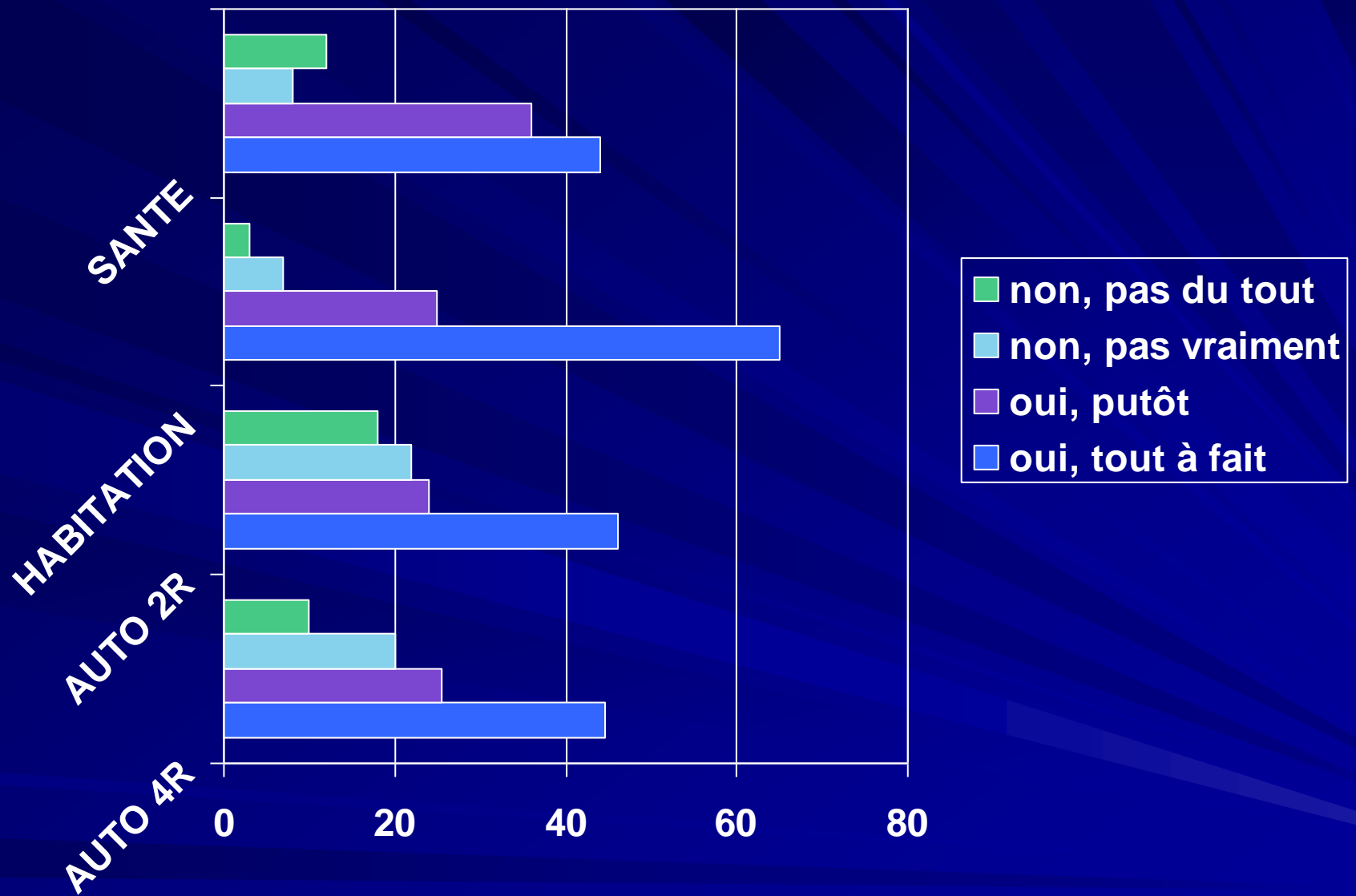


Perception du rapport qualité/Prix d'un contrat par le client

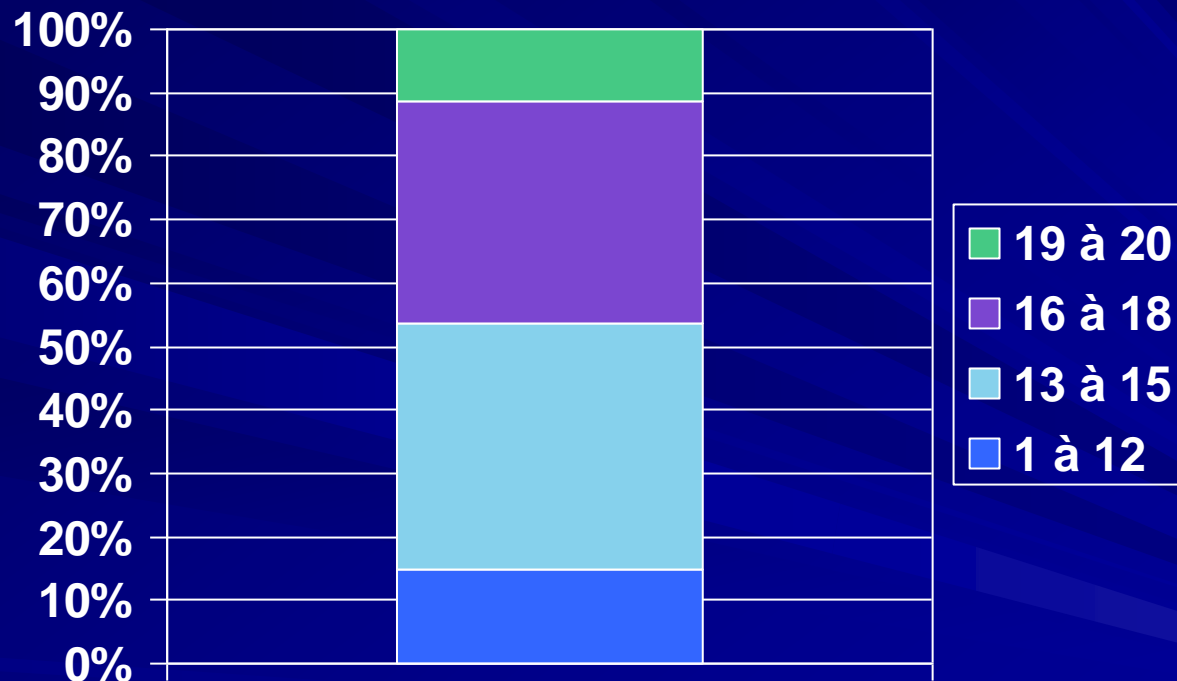
- Le prix payé est-il justifié par rapport aux services apportés par la compagnie ?

Réponses :

- oui, tout à fait
- oui, plutôt
- non, pas vraiment
- non, pas du tout



Taux de satisfaction globale des clients vis-à-vis de la compagnie



Moyenne : 15,4 sur 20

III – A / LE PLAN D'ACTION QUALITE pour mobiliser les intermédiaires

- Le plan d'action qualité définit les engagements de la compagnie d'assurances vis-à-vis de ses mandataires.
- La charte qualité présente les engagements de la compagnie d'assurances en matière de niveau de service à ses clients (3 à 10).
- Les engagements de service peuvent être communiqués en interne et en externe sous forme d'une charte qualité

III – LE PLAN D’ACTION QUALITE pour mobiliser les intermédiaires

- 1. la qualité de la relation compagnie – intermédiaire - client final
- 2. la qualité de l’information remise au client (devis – contrat – vie du contrat)
- 3. La rapidité de décision (en cas de sinistre, en cas de questionnement, en cas de réclamation, etc.)
- 4. La qualité des prestations administratives et informatiques entre la compagnie et les intermédiaires

III – B / LE PLAN D'ACTION QUALITE pour mobiliser les collaborateurs

- 1. la qualité de l'information
 - 2. l'amélioration des compétences individuelles
 - 3. le système d'évaluation des collaborateurs
 - 4. les évolutions de carrière
 - 5. les outils de communication interne
 - 6. la participation du personnel à la démarche qualité
- Ateliers
 - Chantiers
 - Projets
 - Boîte à idées

2ème communication

Le management de la qualité en assurance

Plan 2^{ème} communication

Le management de la qualité en assurance

- I - LES OUTILS DU MANAGEMENT DE LA QUALITE
- II - LES OUTILS DE COMMUNICATION DE LA DEMARCHE QUALITE
- III - LA CERTIFICATION QUALITE
- IV - LE TRAITEMENT DES RECLAMATIONS
- V - CONCLUSIONS

THEMES/ENGAGEMENTS

- 1. Réduction des délais d'émission des pièces
- 2. Problèmes liés à la qualité du fichier clients
(qualité des adresses, remises en vigueur, etc.)
- 3. Réduction du nombre des impayés clients
- 4. Réduction du nombre de réclamations
- 5. Qualité du courrier sortant
- 6. Qualité de l'accueil téléphonique
- 7. Nature et qualité des formations
(personnel/intermédiaires)
- 8. Documentation (conditions générales et particulières)

I – OUTILS DU MANAGEMENT DE LA QUALITE

- 1. Questionnaires (papier/informatisés)
- 2. Entretiens individuels (face à face)
- 3. Réunions/groupes de travail
- 4. Comités de pilotage
- 5. Baromètres de satisfaction clients
- 6. Baromètres de satisfaction agences
- 7. Benchmark
- 8. Groupes de progrès multicompetences

II – SUPPORTS DE COMMUNICATION DE LA QUALITE

- 1. Affichage interne
- 2. Journal d'information
- 3. Bulletin d'information
- 4. Plaquettes produits
- 5. Lettre d'information
- 6. Revue de presse

III – LA CERTIFICATION QUALITE

- 1. La certification d'une compagnie d'assurances traduit la volonté de la direction de placer la qualité à un niveau majeur.
- 2. La certification peut concerner un processus, une démarche, une chaîne de services ou la compagnie toute entière.
- 3. La certification ISO implique l'existence d'une culture qualité dans l'entreprise
- 4. La certification implique une transparence de la compagnie vis-à-vis de l'extérieur.

L'ISO

Organisation Internationale de Normalisation

- L'ISO 9000 : traite du management de la qualité = tout ce que l'entreprise réalise pour améliorer la satisfaction des clients et ses performances
- L'ISO 14000 : traite du management environnemental = tout ce que l'entreprise réalise pour réduire au minimum les effets dommageables de ses activités sur l'environnement et pour améliorer ses performances environnementales

III – LA CERTIFICATION QUALITE

- 4. La certification d'une compagnie d'assurances implique le recours à une société de prestations de services pour octroyer la certification et la renouveler dans le temps.
- 5. Être certifié est un atout concurrentiel et de communication.
- 6. La certification peut être un critère majeur de choix d'un fournisseur (marchés publics)
- 7. La certification implique des contrats de services entre les départements de la compagnie

IV – LE TRAITEMENT DES RECLAMATIONS

- Imposé par certaines autorités, recommandé par certaines instances professionnelles, encouragé par les associations de consommateurs
- Objectifs d'une structure de traitement des réclamations :
 - Fidéliser le client
 - Valoriser l'image de la compagnie d'assurances
 - Augmenter la productivité
 - Améliorer la qualité des prestations
 - 60 à 70 % des réclamations sont justifiées
 - Antichambre de la médiation en assurance

V – CONCLUSIONS :

Les bénéfices de la démarche qualité

- La gestion de la qualité est le gage d'une bonne organisation visant à assurer le meilleur service au client au meilleur coût
- La gestion de la qualité est un outil de cohérence interne pour intéresser les collaborateurs à la bonne marche de l'entreprise
- La qualité est la garantie pour tous les assurés d'une égalité de traitement.

ATELIERS

1^{er} ATELIER

La gestion des réclamations

2^{ème} ATELIER

La qualité des documents destinés à la clientèle