

Les Progiciels du Courtage : une réponse adaptée

Pour les éditeurs de progiciels, le marché du courtage peut se résumer à "modernisation et concentration". Concentration et rapprochement entre petits cabinets, et "modernisation des courtiers internationaux" qui font preuve d'une volonté farouche de trouver des solutions de plus en plus efficaces et de s'appuyer sur des hauts niveaux technologiques.

Le marché du courtage est concurrentiel. Il faut s'attendre à beaucoup de mouvements, dans la mesure où beaucoup de cabinets vont changer de mains. La plupart des éditeurs nous ont déclaré ne pas ressentir la crise, comme ils peuvent l'avoir ressentie sur d'autres activités et observent une évolution du marché qui se repositionne sur l'assurance à la personne (santé, Vie, retraite, placement). Cela est sans doute lié au double facteur du vieillissement de la population et à l'augmentation des cabinets de "niches", (GRL, énergies renouvelables, plaisance, panne mécanique) avec des délégations complètes de gestion de la part des compagnies. "Avant, on voyait surtout des courtiers plus 'classiques'", constate-t-on chez Ad'Hoc Assurance. De nombreux cabinets en création veulent changer leur matériel et système informatique et acquérir des outils plus performants, repris par des courtiers qui sont déjà sensibilisés à l'informatique.

“ Nous misons beaucoup sur la bouche à oreille. Les courtiers recommandent volontiers les logiciels dont ils sont satisfaits à leurs collègues. C'est notre meilleure publicité **”**

Ad'Hoc

"Beaucoup de courtiers gèrent leur cabinet avec des outils encore peu évolués. Pour beaucoup, l'informatique reste encore la cinquième roue du carrosse". Le constat de GTI est sans ambiguïté, mais résume bien cette réalité d'un monde du courtage indépendant où, sans avoir pour autant de chiffres précis, on sait qu'au moins la moitié des courtiers gère leur cabinet avec des outils de bureautique grand public. Le fait que les éditeurs reçoivent de plus de demandes spécifiques et de "sur-mesure" tendrait à prouver que cela change progressivement, certainement du fait du rajeunissement de ces professionnels de l'intermédiation.

“ Le courtage est le métier de nos clients, l'informatique le nôtre **”**

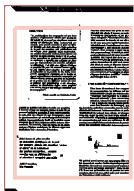
**Alain Dubois,
ITN**

La Société Bel Air constate de plus en plus de demandes spécifiques de la part des courtiers : "Nous sommes sur un marché en renouvellement qui demande de plus en plus d'équiper des 'moutons à cinq patte', pour répondre à des besoins spécifiques. Pour autant, nous ne souhaitons pas inféoder nos clients. Dans notre gamme de produits, le courtier peut prendre la main s'il le souhaite et s'il en a le temps". Le monde du Courtage est également pour ITN une solution particulière, qui s'adresse à toutes les particularités des demandes et des fonctions que va rechercher un courtier, quelle que soit sa zone de chalandise, et bien différente des besoins des compagnies. "Tous les courtiers ont une demande spécifique, si bien que nous avons conçu un 'lego' avec lequel chacun peut construire son propre outil".

La plupart des éditeurs interviewés par La Revue du Courtage indique que les courtiers généralistes leur demandent des évolutions, notamment sur des niches. Les courtiers grossistes, "délégataires compagnie" sont pour leur part, demandeurs de produits "sur-mesure" les aidants à mettre en adéquation leurs solutions avec les extranets, comme par exemple des outils de tarification et de reporting.

“ Nous avons une passerelle avec Courtanet : avec la loi sur l'intermédiation, c'est un argument de vente **”**

Bel Air



Pour les aider dans leur prise en main, CDA suit ses clients à travers un contrat d'assistance téléphonique et les mises à jour du logiciel : "Notre objectif est d'avoir sérié en amont les besoins de nos clients, de tel sorte que notre logiciel opérationnel immédiatement. Ponctuellement, au niveau des installations, nous avons des demandes 'maison'. Nous essayons de gérer nos produits par paramétrage. En théorie, le courtier peut ensuite intervenir lui-même et modifier le logiciel, mais peu le font parce que nos clients ne sont pas des informaticiens. Ils sont surtout demandeurs de suivi et de conseil. Nos clients de moins de 10 postes interviennent rarement eux-mêmes. En revanche, pour les cabinets de 50 postes, c'est plus fréquent, sans doute parce qu'ils disposent en interne d'équipes techniques qualifiées" confirme Jean-Georges Kaiser de GTI.

● UN MARCHÉ "CONFIDENTIEL" ?

Dans leurs démarches et leurs supports de communication, les éditeurs ont longtemps privilégié ce qui pouvait démontrer "comment concrètement ils pouvaient être opérationnels", dans une stratégie de preuve. Aujourd'hui, ils commencent peu à peu à mener des actions ciblées (notamment Les Journées du Courtage), mais également des opérations ponctuelles avec les professionnels de l'assurance. Toute une multitude de petites opérations où ils croisent leurs clients, et échangent avec eux. Aucun de ceux que nous avons rencontrés ne s'est doté de réels outils de mesure de leurs actions de communication, qui reste peu ambitieuse. Ils affirment qu'en multipliant les contacts directs, ils peuvent tester immédiatement l'efficacité de leurs arguments.

A partir du moment où l'éditeur installe son progiciel, il donne la plupart du temps au courtier un outil qui lui permet d'optimiser sa gestion. Il peut ensuite prendre la main. Mais cela dépend du type de structure : chez les grands courtiers qui ont des équipes informatiques dédiées, l'appropriation de l'outil est immédiate et son évolution placée sous la responsabilité de leurs informaticiens. En revanche, chez les clients qui ne disposent pas d'équipes techniques, les éditeurs apportent la solution à leurs demandes d'évolution.

“ Nous avons de plus en plus de demandes spécifiques de la part des courtiers, comme des solutions 'chiens et chats' ou la couverture des petites entreprises... Chaque courtier veut se différencier et chercher à conquérir une niche ”

José Frenades,
Net Consult



“ En général, quand nos contacts vont jusqu'au RDV, c'est à la demande du courtier. On fait très peu de prospection dans le dur. Les essais que nous avons menés en phoning n'ont pas donné les résultats escomptés ”, nous a déclaré GTI. Il est vrai qu'installer un tel produit est assez complexe, et ce n'est pas a priori qu'on peut convaincre de l'efficacité de telles solutions.



Joël Baude, de Leader Informatique considère que sur "un marché vertical", comme il le définit, le bouche à oreille est le meilleur canal. "Nous faisons des salons professionnels, mais ce n'est pas systématique. Le retour sur investissement y est à long terme. C'est plutôt une stratégie d'image. Etre sur tous les segments est une force, mais en termes d'image c'est plus difficile de se différencier".

La majorité des éditeurs que nous avons rencontré ont délaissé la presse professionnelle aux retombées "décevantes", et misent vraiment sur le bouche à oreille et leur réseau de clients déjà équipés qui leur apporte des nouveaux contacts. Bel Air a été jusqu'à créer une formule de parrainage.

c'était également une demande croissante de la part des cabinets de courtage, essentiellement pour l'archivage. Certains ont leur propre GED intégrée dans le logiciel, couplé avec Novaxel. Pour offrir des services complémentaires (procéder à des systèmes de sauvegarde à distance, téléphonie sur IP, monter des passerelles avec certains site web ou intégrer par exemple un diagnostic patrimonial dans le progiciel), certains éditeurs peuvent aller jusqu'à travailler avec des sociétés extérieures partenaires.

► WORKFLOW, GED, FULL WEB...

La concentration du marché induit un fort besoin de communication entre les acteurs, à la fois sur la gestion proprement dite (apporteur ou société du groupe, le courtier et ses fournisseurs), mais aussi sur un plan commercial (canal de commercialisation en B2B2C). Les éditeurs de progiciels ont parfaitement intégré les nouveaux besoins de gestion des cabinets, et savent y répondre avec des standards, modulables et évolutifs pour certains, avec une prise en main rapide.

Tous les éditeurs de progiciels proposent bien entendu des outils de workflow. Ils développent également des interfaces avec le client final pour répondre à une demande en hausse des courtiers. Ces derniers voulant davantage créer un lien de partenariat avec leurs clients (par exemple la mise à disposition de la gestion de leur flotte automobile). "Nous laissons une grande autonomie à nos clients s'ils le souhaitent. Ce que nous proposons, c'est une boîte à outils" met-on en avant chez Leader Informatique, où les solutions d'interface avec le client final sont intégrées en standard dans le logiciel. "Pour nous, le workflow commence chez le client. Tout est lié".

La Gestion Electronique de Documents (GED) n'est pas oubliée dans ce schéma d'optimisation de la gestion, tous les acteurs interviewés nous ayant confirmé que

● EDI COURTAGE ? ENFIN !

La philosophie d'EDI Courtage est une très bonne chose pour ITN : "EDI Courtage a pour ambition de mettre en place une sorte d'universalité, en vue de plus de simplification. Nous avons bien jaugé l'intérêt d'une telle solution, et l'avons intégré. Toutefois, on peut s'interroger sur les modalités de développement, d'installation, de coût. On n'est qu'au début, dans une philosophie qui fait consensus. Attendons la mise en place concrète". Michel Hesse, d'Ad'Hoc est sans réserve, et attend beaucoup de la norme : "Cela manquait dans la profession. Il est difficile pour nous éditeurs, et ceci relève de l'évidence, de gérer des EDI spécifiques pour chaque compagnie". Tous sont unanimes.

“ J'applaudis des deux mains EDI Courtage. Nous allons complètement nous y intégrer ”

Bel Air

Finalement, le petit tour de marché que nous avons réalisé en allant rencontrer sept éditeurs, confirme que la réponse est là et correspond à une demande de plus en plus croissante et pointue. Les éditeurs offraient déjà dans leur globalité, des solutions adaptées aux besoins variés des courtiers, certains étant toutefois plus "figés" dans leur produit que d'autres. Mais tous ont compris que leurs clients font du courtage et non de l'informatique. C'est l'essentiel...

Christophe Tzotzis,
pour La Revue du Courtage



De haut en bas :
portails de GTI, Ad'hoc et DCA informatique