

# Traitement équitable des clients par les InsurTech, 13<sup>e</sup> Forum consultatif

Communiquer avec les clients

Leona Abban

Responsable des relations clients, MicroEnsure

# InsurTech : communiquer avec les clients

1. ***"Le seul problème majeur avec la communication est l'illusion qu'elle a eu lieu."***

- George Bernard Shaw

- Cette citation est essentiellement là pour souligner que si un client repart sans avoir compris votre produit ou votre argumentaire, alors la communication n'a pas eu lieu.

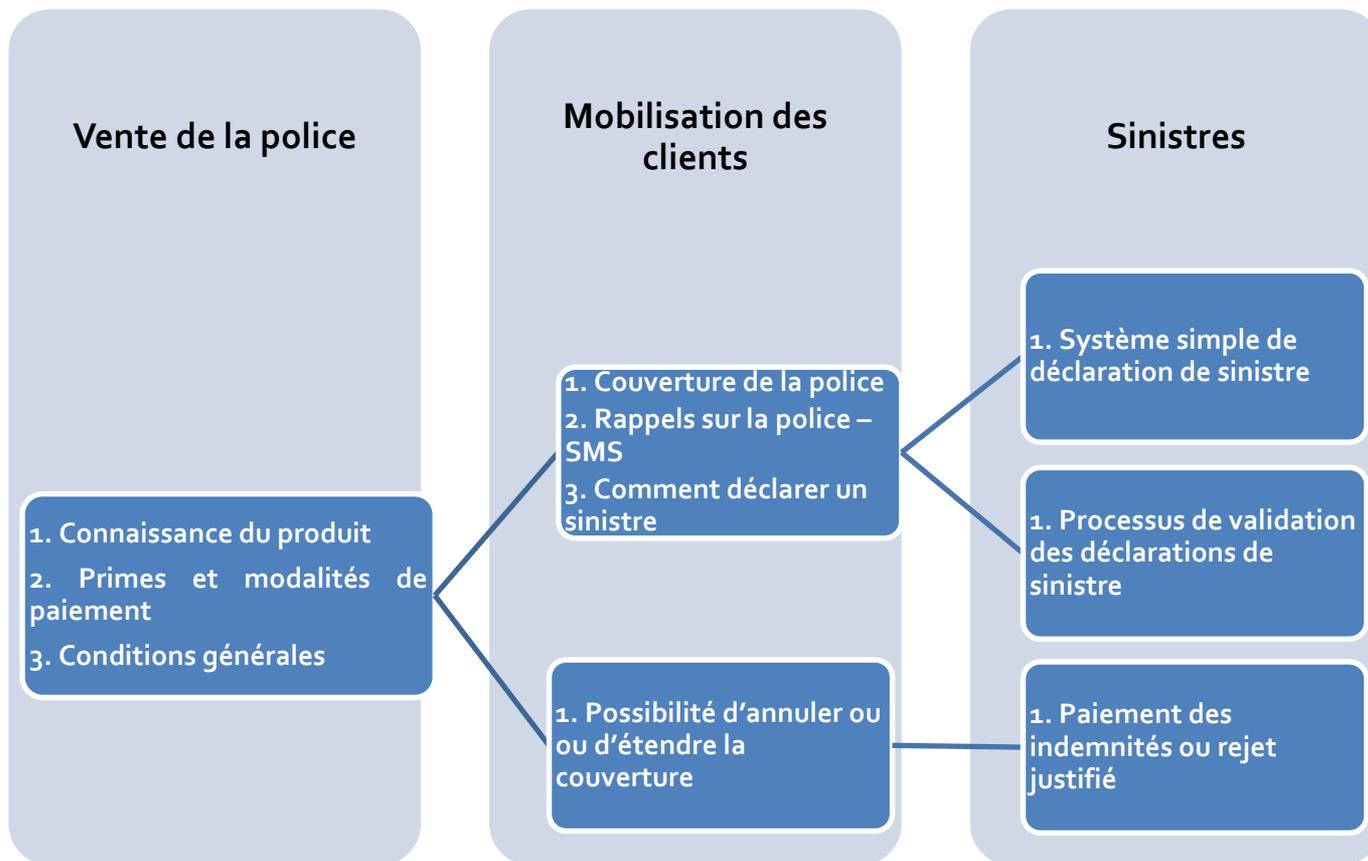
2. **C'est à votre client que revient la décision cruciale d'acheter ou de ne pas acheter.**

- Il est essentiel de transmettre chaque point avec soin et dans un langage simple.

- Il est important que le destinataire interprète chaque élément d'explication conformément à l'intention de l'émetteur.



# Communiquer avec les clients



# La technologie au service de la communication

## 1. Adhésion

## 2. Mobilisation des clients

## 3. Documents de sinistre dématérialisés

## 4. Paiement électronique des indemnités

### a. USSD & IVR simples



### a. Centre d'appel

Ventes éthiques  
soutenues par des  
directives/outils  
appropriés



Obtenir un  
accord clair  
de la part  
du client

### a. Centre d'appel



Appels de  
bienvenue, MAJ  
produits, suivi de  
paiement, aide aux  
déclarations de  
sinistre, demandes  
de renseignements

### b.



### c. Assistance téléphonique



### a. Messenger



### b. WhatsApp



### c. Courriel



### a. Argent mobile



# Résultats de la communication - Parcours client complet



**TERMES DE LA  
POLICE**

Client convaincu

**ÉDUCATION**

Client émancipé

**MOBILISATION**

Client informé

**SINISTRES**

Client satisfait

**SATISFACTION**

Client fidèle

**ÉMANCIPATION**

Vous recommandez à  
d'autres !

MERCI POUR VOTRE ATTENTION !

Leona Lillian Abban

[Leona.abban@microensure.com](mailto:Leona.abban@microensure.com)

MicroEnsure Ghana

0244-654-272

# Questions

1. Dans tout centre d'appel, il existe une limite à la durée pendant laquelle un agent du centre d'appel peut mobiliser un client. L'autorité de réglementation des communications mobiles peut-elle intervenir pour baisser le coût des communications vocales de façon à favoriser la sensibilisation ?
2. Pour mieux faire connaître l'assurance, les médias peuvent-ils s'engager à fournir des créneaux horaires subventionnés sur leurs plates-formes ? Cela pourrait contribuer à sensibiliser le public aux risques quotidiens et au rôle de l'assurance en tant que filet de sécurité.