



## AIG – Leader de l'assurance

### Présentation d'AIG ME

Avec plus de 50 collaborateurs en France, AIG ME France a en charge la vente de produits d'assurance de personnes : Capital décès et invalidité, Contrats blessures et hospitalisation, Garantie vie quotidienne, etc.

Une particularité d'AIG ME est de proposer ses produits en **marque blanche** à des partenaires commerciaux : ce canal de vente indirect constitue l'essentiel de son activité puisque AIG ME ne gère directement que moins de 20 % de ses 270.000 clients. C'est ainsi qu'AIG travaille aussi bien :

- avec des acteurs de la grande distribution (Cora, Finaref, la Banque Accord du groupe Auchan, Franfinance, etc.)
- qu'avec des partenaires tels que Reader's Digest, General Electric ou encore la Fédération Française de Basket Ball.

Cette stratégie explique qu'AIG ME ait acquis après 30 ans d'activité en France un très fort savoir-faire dans la mise à disposition d'outils marketing pour ses partenaires commerciaux : mailing et télémarketing, programmes de fidélité, animation de réseaux, conseil en marketing opérationnel, etc. Cette offre de front-office combinée à un solide back-office (data warehouse) permet à AIG ME d'être en mesure de proposer des offres de services complètes.

### Besoins fonctionnels d'AIG ME

Les besoins fonctionnels d'AIG ME étaient guidés par des impératifs métiers induits par sa propre stratégie commerciale, mais aussi par les besoins de ses partenaires. Au-delà de la mise en ligne de sites Web de présentation des offres, on peut dégager les 3 volets fonctionnels suivants :

- Mise à disposition d'espaces de conseils financiers sur le Web à l'attention des partenaires commerciaux d'AIG ME
- Mise en œuvre de formulaires en ligne qui puissent servir de support aux campagnes d'e-mailing
- Au-delà des traditionnels liens sur les sites Web partenaires, mise en place de zones de contenus gérés directement par AIG qui permettent aux partenaires de proposer une offre à leurs clients et ce sans investissement de leur part

## La solution développée

« Ce qui me plaît particulièrement, c'est que je peux **créer un nouveau site partenaire en quelques minutes** » explique Laurent de Vivie, responsable du CRM et du Database Marketing au sein d'AIG ME France. « Qu'il s'agisse d'un partenaire avec lequel nous avons déjà établi des relations ou bien d'un partenaire avec qui nous sommes en pourparler. Dans ce dernier cas, le fait de pouvoir **leur montrer à faible coût un site personnalisé à leurs couleurs constitue un atout de plus**. Par ailleurs, **l'outil d'administration me permet de saisir rapidement et simplement toutes les informations relatives à un nouveau produit et de le mettre à disposition de tous mes partenaires** »

De plus, la plateforme ADN a permis de mettre en œuvre rapidement et surtout de gérer simplement les aspects multi partenaires, multilingues et multi-produit au travers de son interface d'administration, sans avoir besoin de recourir à l'équipe informatique lorsqu'il s'agit d'intégrer de nouvelles données. L'équipe marketing est autonome et ce n'est pas là le moindre des avantages pour AIG !

Dernier point, le système de gestion du tracking permet aux équipes d'AIG d'enrichir leur Data warehouse de données qualifiées et ainsi d'avoir un retour qualitatif sur les campagnes.

## Les évolutions

Même si les évolutions de ce tout nouveau système ne sont pas encore planifiées (la priorité d'AIG ME étant à court et moyen terme de mesurer le retour sur investissement de son nouvel outil Web), Laurent de Vivie imagine déjà que l'assuré puisse gérer ses données directement sur le site Web : consultation de son contrat, changement de ses coordonnées en cas de déménagement par exemple, paiement en ligne, etc. Le but à terme étant de gérer une application de services client en ligne avec gestion des questions, e-mail clients. Une autre évolution envisagée est que les services puissent interroger les systèmes d'informations des partenaires d'AIG ME, de manière à, par exemple, pré renseigner le formulaire de souscription d'un client déjà connu ou encore d'adapter l'offre faite aux clients. En attendant ces évolutions importantes mettant en œuvre un couplage fort au back-office d'AIG, la mise en place de la gestion de zones sur les sites Internet des partenaires directement à partir d'une interface d'administration Web est en cours de développement. Il s'agit là d'un des **points forts d'ADN qui permet de changer les informations diffusées sur les sites partenaires aussi bien sur le fond que sur la forme d'un clic de souris**. Sur le fond en invoquant un service ADN plutôt qu'un autre parmi le catalogue des services ADN qui ont été développés ; sur la forme en choisissant le fichier de transformation XSL : par exemple, celui reprenant la charte graphique du partenaire.

Parallèlement, le projet reçoit un bon accueil des autres entités européennes (Espagne, Italie, etc.) qui ont des besoins similaires.