

## **Les internautes notent – sévèrement – les sites et les call centers des assureurs**

L'Observatoire de l'e-performance, une étude Yuseo réalisée en partenariat avec QCM, fait le point sur l'expérience client du modèle multi-canal de 8 assureurs.

Basée sur l'expérience d'un panel de 1.800 clients, elle analyse les services de 8 assureurs : All Secur, Maaf, GMF, Direct Assurance, BNP Paribas, Eurofil, MMA, Amaguiz.com.

Le panel a été chargé d'effectuer différents types de tâches, comme des demandes de devis ou des recherches d'information particulière. Le but est de mesurer l'e-performance des assureurs, par l'expérience de navigation mais aussi la satisfaction des utilisateurs.

Le panel a aussi mesuré la complémentarité entre les plateformes web et téléphoniques.

C'est AllSecur qui s'en sort le mieux, avec les meilleures performances aussi bien pour le canal vocal que pour le canal web. A contrario, la GMF affiche les plus mauvais résultats sur les deux canaux.

Pour le canal web, de manière générale, les résultats sont aussi médiocres qu'en 2011. En termes d'expérience de navigation et de satisfaction client, les deux meilleurs résultats reviennent à AllSecur et Eurofil, tandis que GMF et BNP Paribas ferment le classement. Au-delà de ces deux critères, ce sont Eurofil, All Secur et Direct Assurance qui sortent du lot, ainsi que MMA, sur la qualité globale de l'expérience web.

A l'inverse, les acteurs traditionnels sont mieux jugés sur le canal vocal, notamment Maaf et All Secur.

Concernant la complémentarité entre les deux canaux, c'est encore All Secur qui sort du lot. Direct Assurance est au contraire pénalisée par le retour d'expérience call center à la suite d'une démarche commencée en ligne.

*Source : Assurances News, 25/04/2012*