

## **Euler Hermes repense son expérience client et remporte la Palme Esprit de Service 2018 décernée par l'AFRC**

**PARIS – 9 OCTOBRE 2018** – Euler Hermes a lancé un vaste plan de transformation de l'expérience client, nommé *True Customer Centricity*. Une initiative qui vient d'être récompensée par l'AFRC, la communauté de professionnels qui travaille sur la transformation des organisations par le biais de l'Expérience Client et de l'Engagement Collaborateur au service du client. Le leader mondial de l'assurance-crédit s'est en effet vu remettre hier la Palme Esprit de Service 2018, qui récompense tout particulièrement les entreprises en pointe sur la transformation de l'expérience client. Ce prix souligne les efforts réalisés par l'entreprise depuis 2016 pour délivrer à ses clients une expérience de service optimale.

### **Un diagnostic des interactions clés du parcours client**

L'objectif du plan déployé par Euler Hermes est d'optimiser le parcours vécu par un client tout au long de la durée de vie de son contrat d'assurance-crédit. *« Notre qualité de service, pas celle que nous pensons délivrer mais celle expérimentée par nos clients, crée notre réputation. Notre point de départ a été d'analyser en profondeur le parcours du client, d'identifier les interactions clés, de prioriser ce qui est le plus important pour lui et ce qui lui demande le plus d'efforts pour déterminer ses moments de vérité et ses moments de difficultés. L'orientation client n'est pas juste un vernis, c'est une vraie démarche portée par tous les niveaux de l'entreprise, une démarche collaborative, itérative et surtout toujours en mouvement »* explique Eric Lenoir, Président du Comité Exécutif d'Euler Hermes France

Le programme *True Customer Centricity*, qui place le client au centre des décisions, a engagé au sein des directions d'Euler Hermes France un profond changement culturel pour apporter toujours plus de flexibilité et de proactivité à ses assurés.

Trois phases essentielles ont dessiné la première vague de transformation de l'Expérience client chez Euler Hermes France. La phase de diagnostic pour comprendre le parcours client a permis d'identifier 8 interactions clés (la mise en place du contrat, la réponse aux demandes de garantie, les rendez-vous arbitrage, la réponse aux études de garantie, le recouvrement amiable, le recouvrement judiciaire, l'indemnisation et la reconduction du contrat) : ce sont des moments de vérité pour les clients sur lesquels ils ont de fortes attentes et qui leur demandent parfois un effort élevé. La seconde phase a été celle du redesign pour définir l'Expérience client idéale, durant laquelle Euler Hermes a fortement mobilisé ses collaborateurs et s'est doté d'un nouvel organe de pilotage qui rassemble les référents de l'expérience client de chacune des directions : le Customer success circle. Les deux premières étapes étant terminées, l'heure est maintenant à la transformation.

### **Transformer l'expérience en client en travaillant sur 3 axes**

*« La troisième phase de notre plan, la transformation, est axée sur trois piliers : recueillir la voix du client, en les interrogeant régulièrement et systématiquement pour évaluer leur satisfaction ; changer la façon de penser et de travailler de nos collaborateurs, en les sensibilisant au sujet ; mettre en place des actions concrètes de transformation, pour améliorer l'expérience client proposée »,* détaille Antoine Hermet, Responsable de l'expérience client chez Euler Hermes France.

Afin de recueillir la voix du client, Euler Hermes mène non seulement des enquêtes de recommandation (*Net Promoter Score*), mais aussi des enquêtes express après interactions clés, et a même intégré certains de ses clients dans le lancement ou la refonte de produits et services.

Dans le même temps, un effort important de sensibilisation des collaborateurs a été effectué. *« Si le feedback des assurés est primordial, une transformation durable et efficace ne peut pas se faire sans l'engagement de l'ensemble des collaborateurs dans cette démarche. C'est pourquoi en interne, plusieurs actions ont été menées : semaines dédiées à l'expérience client, quizz et formation 'vis ma vie de client', première étape pour obtenir la « Certification Expérience Clients EH »,* développe Antoine Hermet.

Enfin, Euler Hermes a mis en place des mesures concrètes afin d'offrir aux clients une expérience optimisée, c'est-à-dire simple, rapide, fluide et transparente. Par exemple, la création d'un

programme de bienvenue complet et digital afin de faciliter la prise en main du contrat. Ou encore, l'optimisation du temps de traitement des demandes de garanties urgentes, et la création d'un cycle de web conférence pédagogiques sur les actions amiables ou judiciaires de recouvrement.

## Un engagement reconnu par les experts de la relation client

Le plan de transformation d'Euler Hermes est bel et bien enclenché. Un engagement réel, qui a été valorisé par la remise de la Palme Esprit de Service 2018, décernée par l'AFRC.

*« Nous sommes fiers que la transformation amorcée soit reconnue par la profession, et en particulier par l'association de référence dans ce domaine. C'est une preuve de notre engagement en la matière et de notre volonté de mettre le client au centre de notre modèle. Mais il nous reste du chemin à parcourir, et ce prix n'est pas une fin en soi. Nous allons continuer nos efforts pour parvenir à mettre en place le parcours client idéal, et délivrer à nos assurés une qualité de service maximale »,* conclut Eric Lenoir.

## Contacts médias :

### Euler Hermes France

Maxime Demory +33 (0)1 84 11 35 43  
[maxime.demory@eulerhermes.com](mailto:maxime.demory@eulerhermes.com)

### Footprint Consultants

Cécile Jacquet +33 (0)1 80 48 14 80  
[cjacquet@footprintconsultants.fr](mailto:cjacquet@footprintconsultants.fr)

### Euler Hermes Group

Jean-Baptiste Mounier +33 (0)1 84 11 51 14  
[jean-baptiste.mounier@eulerhermes.com](mailto:jean-baptiste.mounier@eulerhermes.com)

Quentin Giudicelli +33 (0)1 80 48 14 80  
[qgiudicelli@footprintconsultants.fr](mailto:qgiudicelli@footprintconsultants.fr)

**Euler Hermes** est le leader mondial des solutions d'assurance-crédit et un spécialiste reconnu dans les domaines du recouvrement et de la caution. Avec plus de 100 années d'expérience, Euler Hermes offre une gamme complète de services pour la gestion du poste clients. Son réseau international de surveillance permet d'analyser la stabilité financière de PME et de grands groupes actifs dans des marchés représentant 92% du PNB global. Basée à Paris, la société est présente dans 52 pays avec plus de 6 050 employés. Membre du groupe Allianz, Euler Hermes est noté AA par Standard & Poor's. La société a enregistré un chiffre d'affaires consolidé de 2,6 milliards d'euros en 2017 et garantissait pour 894 milliards d'euros de transactions commerciales dans le monde fin 2017. Plus d'informations: [www.eulerhermes.com](http://www.eulerhermes.com), [LinkedIn](#) ou Twitter [@eulerhermesFR](#).

**Réserve** : Certains des énoncés contenus dans le présent document peuvent être de nature prospective et fondés sur les hypothèses et les points de vue actuels de la Direction de la Société. Ces énoncés impliquent des risques et des incertitudes, connus et inconnus, qui peuvent causer des écarts importants entre les résultats, les performances ou les événements qui y sont invoqués, explicitement ou implicitement, et les résultats, les performances ou les événements réels. Une déclaration peut être de nature prospective ou le caractère prospectif peut résulter du contexte de la déclaration. De plus, les déclarations de caractère prospectif se caractérisent par l'emploi de termes comme "peut", "va", "devrait", "s'attend à", "projette", "envisage", "anticipe", "évalue", "estime", "prévoit", "potentiel" ou "continue", ou par l'emploi de termes similaires. Les résultats, performances ou événements prospectifs peuvent s'écarter sensiblement des résultats réels en raison, notamment (i) de la conjoncture économique générale, et en particulier de la conjoncture économique prévalant dans les principaux domaines d'activités du groupe Euler Hermes et sur les principaux marchés où il intervient, (ii) des performances des marchés financiers, y compris des marchés émergents, de leur volatilité, de leur liquidité et des crises de crédit, (iii) de la fréquence et de la gravité des sinistres assurés, (iv) du taux de conservation des affaires, (v) de l'importance des défauts de crédit, (vi) de l'évolution des taux d'intérêt, (vii) des taux de change, notamment du taux de change EUR/USD, (viii) de la concurrence, (ix) des changements de législations et de réglementations, y compris pour ce qui a trait à la convergence monétaire ou à l'Union Monétaire Européenne, (x) des changements intervenants dans les politiques des banques centrales et/ou des gouvernements étrangers, (xi) des effets des acquisitions et de leur intégration, (xii) des opérations de réorganisation et (xiii) des facteurs généraux ayant une incidence sur la concurrence, que ce soit au plan local, régional, national et/ou mondial. Beaucoup de ces facteurs seraient d'autant plus susceptibles de survenir, éventuellement de manière accrue, en cas d'actions terroristes. La société n'est pas obligée de mettre à jour les informations prospectives contenues dans le présent document.