

# LE DIGITAL

*au service  
des activités  
de courtage d'assurances*

*Interview de Georges de La Taille,  
Directeur associé d'Actusite*

*Propos recueillis  
par Céline Meslier*

## [LNRC] En tant que spécialiste de de la communication digitale pour les courtiers d'assurances, quelles observations avez-vous faites pendant la crise sanitaire ?

**[George de La Taille]** Début 2020, nous avions encore des professionnels qui n'avaient pas de site internet ou un site de mauvaise facture, et qui ne s'investissaient pas sur ce sujet. Les derniers mois ont permis une véritable prise de conscience : un site internet bien construit peut constituer un outil de vente, de mise en avant de son offre et de fidélisation.

Certains cabinets de courtage estimaient que leur valeur ajoutée réside dans la spécialisation et la proximité. Mais aujourd'hui, la visibilité sur internet est une carte de visite dont il est difficile de se passer. J'en veux pour exemple ce prospect qui nous a contactés après qu'un troisième client lui ait dit « je vais aller voir votre site internet ». Le seul hic, c'est qu'il n'en avait pas encore !

Au début du confinement, nous avons organisé trois webinaires en partenariat avec PLANETE CSCA, des ateliers de sensibilisation sur la bonne utilisation des outils numériques. Nous avons rassemblé de nombreux participants via cette approche pratico-pratique, avec des témoignages de consœurs et confrères courtiers.

Puis les clients ont transformé leurs projets, car en plus d'être convaincus de la nécessité d'avancer, ils ont sans doute eu plus de temps à consacrer à ces sujets.

## [LNRC] Et aujourd'hui, ce dynamisme perdure-t-il ?

**[George de La Taille]** La distanciation physique va rester de mise, au moins partiellement, dans les mois à venir. Quand vous rencontrez quelqu'un en face-à-face, vous pouvez commencer à nouer une relation de confiance. Par téléphone ou par visioconférence, certains éléments sont moins tangibles, et vous éprouverez le besoin de conforter votre opinion par un faisceau d'indices. La communication de votre interlocuteur et notamment son site internet, vont confirmer (ou non !) votre première impression.

## [LNRC] La communication digitale se limite-t-elle au site internet ?

**[George de La Taille]** Le site internet est une brique incontournable. Il devient aussi crucial de démontrer son dynamisme, notamment via une animation efficace des réseaux sociaux. En fonction

de sa clientèle, Facebook et/ou LinkedIn sont des incontournables. On peut aussi parfois utiliser Twitter, Instagram, etc...

Vos clients et prospects sont sur les réseaux sociaux, il est donc logique de leur parler via ces réseaux.

Cette communication de proximité vous permettra aussi de fidéliser vos clients et de vous démarquer fortement de la concurrence comme par exemple les banques assureurs. Une communication digitale est aussi un excellent moyen de donner une image moderne à votre cabinet et d'aller conquérir les enfants de vos clients.

## [LNRC] Comment les courtiers peuvent-ils se démarquer dans un univers où la concurrence semble se renforcer ?

**[George de La Taille]** La réflexion doit toujours partir du service rendu au client final. Il faut penser son site internet comme un outil à valeur ajoutée pour celui qui l'utilise.

Ajouter des fonctionnalités comme des simulateurs, des utilitaires et bien sûr une possibilité de signature électronique, permet de se démarquer. Cette logique permet aussi de dégager du temps : si toutes les informations sont consultables sur le site, le trafic mail et téléphone peut diminuer, c'est une stratégie gagnant-gagnant.

Mais, un site internet n'est plus un élément différenciant. Son absence en revanche devient pénalisante. Les pistes de fidélisation et de conquête de clients passent désormais par des stratégies de renforcement de la relation, via une communication régulière auprès des contacts de l'entreprise, de manière à rester présent à leur esprit (newsletters, réseaux sociaux). Se rendre encore plus visible, grâce à un site internet bien référencé, des campagnes de publicités sponsorisées sur les réseaux sociaux permet ainsi générer de l'intérêt.

La crise sanitaire a permis à de nombreux professionnels de concrétiser leurs projets digitaux. Ils ne reviendront pas en arrière. Actusite sera présent pour continuer à les accompagner dans des innovations qui ne manqueront pas de se faire jour dans les mois à venir. ■