Discours de Birgit Hannes, Directrice commerciale Allianz Belgique

Cher partenaire,

Quel plaisir cela a été de vous rencontrer enfin en personne en 2021, que ce soit dans vos bureaux ou lors des événements organisés en présentiel ! Car c'est bien de cela qu'il s'agit : l'assurance est et reste une affaire de personnes.

Malheureusement, nous avons dû mettre temporairement ces contacts en attente, mais nous espérons bien sûr pouvoir reprendre là où nous nous sommes arrêtés dès que possible.

Nous vous sommes très reconnaissants pour la résilience et la flexibilité dont vous faites preuve à l'égard de vos clients : ils ont de la chance de pouvoir compter sur vous en ces temps difficiles.

Dans ce contexte particulier, nous, Allianz, avons continué à travailler en 2021 pour améliorer notre soutien à votre égard et ce dans différents domaines : produits, services, outils, communication et soutien en général. Vous êtes et resterez notre premier point de contact. En 2022, nous continuerons à travailler pour mieux répondre à vos attentes et à celles de vos clients. Telle est notre mission, qui est partagée par tous les employés.

Car tel est le principe directeur de tout ce que nous faisons : nous sommes « à vos côtés pour ce qui est à venir » : nous voulons prendre des initiatives qui vous apportent une réelle valeur ajoutée et vous permettent d'aider vos clients aussi efficacement que possible.

Pour y parvenir, nous vous interrogeons régulièrement sur ce qui est important et prioritaire pour vous. Là encore, je tiens à vous remercier d'avoir pris le temps de nous faire part de vos idées et de votre vision.

A propos de nos récentes réalisations, j'aimerais revenir brièvement sur les 3 points suivants : nos outils, notre gamme de produits et notre positionnement concurrentiel, le soutien en général.

D'abord les outils :

Notre nouvelle plateforme ProLink Life pour la souscription et la gestion des assurances Vie Investissements d'Allianz est un grand pas en avant et vous le vivez également comme tel. Les outils de gestion ne sont bien sûr jamais « terminés » et là aussi nous continuerons à travailler dans les années à venir au développement des outils de souscription, et pas seulement pour les assurances Investissements.

Vous avez pris récemment connaissance avec notre extranet entièrement renouvelé - l'ancien ProLink net, que nous appellerons dorénavant MyAllianz Broker. Non seulement cette plateforme sera beaucoup plus intuitive, mais les informations et la documentation ont également été étoffées et ont fait peau neuve. Et encore une fois, bien sûr, le travail n'est jamais terminé...

Ensuite, je voudrais parler de notre gamme de produits et de notre position concurrentielle :

Comme Kathleen l'a déjà mentionné, la situation financière d'Allianz est bonne et la rentabilité des différentes lignes de produits est conforme à l'ambition. En particulier pour l'assurance Non-vie. Cela donne de l'oxygène pour adopter une attitude plus compétitive envers les clients et pour investir pleinement dans le marché. Car cela reste notre principe directeur : pour les risques dont le profil le permet, nous voulons mettre Allianz au premier plan.

En 2021 nous avons réduit substantiellement les tarifs de base pour l'assurance Auto Car Plan, pour l'assurance incendie Home Plan et l'assurance Accidents de travail.

En avril, le taux de base de Car Plan a été réduit de 9%, combiné à une réévaluation des différents profils de risque et à une réduction supplémentaire pour les clients fidèles.

En juillet, c'était le tour de l'assurance incendie Home Plan, où les propriétaires de nouveaux contrats bénéficient d'une réduction d'au moins 6%.

Et toujours en juillet, nous avons complètement révisé le tarif de base de l'assurance Accidents du travail, où nous permettons à nouveau aux clients de bénéficier d'un tarif compétitif en fonction de leur profil de risque, avec une réduction moyenne de 12% par rapport à l'ancien tarif.

Dans le domaine de l'assurance-vie, nous avons lancé Allianz for a Better World, un fonds d'investissement de la branche 23 qui est entièrement conforme aux exigences ESG : la durabilité à 100%, comme Kathleen l'explique plus en détail.

Outre ce nouveau produit, nous avons également élargi notre offre de la branche 23 avec 6 nouveaux fonds couvrant de nouveaux thèmes prometteurs, tels que les infrastructures et l'intelligence artificielle, et de nouvelles zones d'investissement comme la Chine.

Et enfin, je voudrais parler de notre soutien en général :

Parce que les aspects relationnels de notre collaboration ont également été bien pris en compte en 2021.

En juin, nous avons lancé l'Allianz Digital Academy, notre plateforme de formation en ligne où vous pouvez trouver nos différents modules de formation. Outre les modules de formation générale, nous ajoutons progressivement au catalogue des modules spécifiques à Allianz, tels que des modules sur Construct Plan, sur l'Allianz LifeCycle, etc. La plupart des cours de formation sont également accrédités par la FSMA, de sorte que vous pouvez en les suivant obtenir les points de formation/recyclage nécessaires.

Tout au long de l'année, nous avons également travaillé sans relâche pour améliorer notre service. Des mesures importantes ont été prises, non seulement dans le domaine de l'accessibilité et des délais de réponse, mais aussi au niveau de l'échange de nouveaux messages structurés via la norme Telebib2. Toutes ces initiatives ont contribué positivement à vos opérations.

Outre le lancement de l'Allianz Digital Academy et l'amélioration de notre service, nous avons également travaillé dur pour améliorer notre communication avec vous. Vous nous avez fait savoir que nos courriels d'information étaient trop fréquents, ce qui vous rendait moins enclin à les ouvrir. C'est pourquoi nous avons lancé en avril notre newsletter bimensuelle, qui rassemble un maximum d'informations, qu'il s'agisse de Vie ou de Non-Vie, d'actualités sur les produits, d'outils ou d'informations sur les fonds ou les règlements... tout peut être trouvé en un seul endroit.

Et qu'apportera 2022 ?

En 2022, nous continuerons sur la voie que nous avons choisie : une voie où votre efficacité est centrale. De nouveaux développements sont prévus pour intégrer la communication avec d'autres applications. La poursuite du développement des messages structurés via Portima reste également à l'ordre du jour.

Nous ne faisons pas non plus du surplace en termes de produits.

En assurances Non-Vie, notre offre aux PME sera résolument actualisée, tant en termes de gamme de produits que de tarification.

En assurances Vie, nous investissons davantage dans notre offre en Employee Benefits et de nouveaux fonds d'investissement au sein d'Allianz for a Better World sont également prévus.

Et... last but not least... nous jouerons également un rôle plus actif dans le domaine du crédit.

Et notre collaboration commerciale elle-même ? Là aussi, nous allons renforcer nos accords de collaboration.

Car telle est et reste notre ambition : croître avec vous sur le marché belge, tant en Vie qu'en Non-Vie. Pour conforter cette ambition, nous renforçons également nos équipes commerciales, avec des juniors et des account managers expérimentés une force de frappe renforcée pour vous servir encore mieux et de réaliser nos ambitions de croissance mutuelles.

Cher partenaire,

J'espère vraiment que vous remarquerez qu'Allianz est là pour vous. Vous êtes notre force motrice. Avec vous, nous voulons servir au mieux nos clients.

Enfin, je vous adresse mes meilleurs vœux pour 2022 : que 2022 vous apporte tout le bonheur et la prospérité, tant sur le plan professionnel que privé.

Et n'oubliez pas : Allianz est « behind you for what's ahead »: nous sommes là pour vous.

Birgit Hannes, Directeur Commercial Allianz Belgique