

ARGOS PRÉVOYANCE MET LE CAP SUR LA DIGITALISATION

Avec quinze années de succès à son actif, **Argos Group**, basé sur l'Arc lémanique (Gland/Genève) et spécialisé dans le domaine du courtage en assurances pour entreprises et indépendants, se modernise avec une nouvelle vitrine digitale. Le site internet prend en effet un nouveau visage. **Vadym Lupo**, directeur commercial d'Argos Group, explique les nouveautés et les raisons de ces changements.



Vadym Lupo, directeur commercial d'Argos Group.

Votre société est reconnue dans le courtage depuis plus de quinze ans et continue d'innover. Quelles sont les évolutions effectuées récemment?

Ces dernières années ont été consacrées au développement de nouveaux produits d'assurance personnalisés pour nos clients. Nous avons décidé de l'améliorer encore en faisant un grand pas vers la digitalisation: beaucoup de choses ont changé au niveau du parc informatique au sein de notre groupe ces derniers mois. Nous avons fait des investissements importants sur des outils de dernière génération permettant à nos collaborateurs d'être d'autant plus réactifs dans leurs échanges avec la clientèle.

Et pour vos clients, quelles sont les nouveautés?

Le site internet s'est fortement enrichi, moyennant un renforcement des contenus et l'introduction d'articles de blog. Sa nouvelle ergonomie et sa «responsivité» sur tablettes et smartphones permettent un accès facilité à nos services: c'était un angle prioritaire pour nous dans notre volonté de repositionnement.

Pourquoi prendre ce virage aujourd'hui?

A l'image de beaucoup de secteurs d'activité, le monde du courtage est de plus en plus confronté à l'avènement de la digitalisation. Nous sommes tous conscients que les nouvelles générations vivent avec

le tout digital. Chez Argos Group, nous avons la grande chance de séduire une clientèle de plus en plus jeune. Il est donc primordial de proposer des offres informatiques attractives qui correspondent à leurs demandes.

Et les clients plus «traditionnels»?

A travers les années, il est vrai que nous avons fidélisé plusieurs générations de clients. Pour les plus anciens, nos services ne changeront pas à leur rencontre. Bien au contraire, notre offre pour eux se renforce avec des produits d'assurance spécifiques et exclusifs au groupe. Nous insistons fortement sur l'importance qu'ils représentent pour nous. Nous sommes aptes aujourd'hui à servir et à comprendre les besoins de toutes les générations selon leurs demandes spécifiques aux différentes étapes de leur vie.

Concrètement, l'offre digitale a évolué, mais dans quel sens?

Pour schématiser, nous avons développé un concept qui vise à plonger nos clients dans un environnement digital plus imagé avec un flux d'information allégé et mieux ciblé. L'idée est également de l'actualiser régulièrement pour être toujours à la pointe de l'actualité, notamment via notre blog. En ce qui concerne les autres nouveautés, nous avons renforcé notre présence sur les réseaux sociaux, dont LinkedIn, sur

lequel nous sommes très actifs. Argos Group travaille également sur d'autres aspects d'accessibilité en ligne pour notre clientèle, nous espérons que cette offre sera disponible courant 2020.

Le marketing digital semble également prendre de l'importance?

C'est exact, Argos Group s'est doté d'un budget pour faciliter un référencement de qualité sur internet et augmenter sa visibilité en ligne.

Et quels sont les services que vous continuez à développer en parallèle de la digitalisation?

Notre mission est de suivre et d'organiser la coordination des différentes prestations sociales en faveur des entreprises et de la clientèle privée. Notre message est d'être, avant tout, à l'écoute des besoins des clients. La cybercriminalité ou le droit à l'image sont de nouveaux risques auxquels nous sommes attentifs: nous proposons d'ailleurs des couvertures via nos partenariats avec de grandes compagnies d'assurances. La réactivité est un mot-clé dans notre profession, le courtier doit réagir tout de suite aux événements et aux demandes spécifiques des clients.

Hormis le virage digital, comment vous démarquez-vous?

Notre force face à nos concurrents est la capacité d'être proches des clients et de pouvoir proposer des plans et des couvertures à la carte. Pour les PME et leurs dirigeants par exemple, il faut absolument coller à leurs profils pour répondre à leurs besoins. Chez Argos Group, nous avons toutes les compétences nécessaires à l'interne pour donner entière satisfaction à de nombreux acteurs de notre environnement économique.

ARGOS | GROUP

Plus d'informations sur
www.argos-group.ch