

Assurance et Informatique

Lettre d'information professionnelle sur le développement des technologies dans l'Assurance, la Mutualité et la Retraite

N° 170 Février 2006, p4

Marketing

Marketing

La MGET

utilise Cameleon pour la réalisation de ses devis

La MGET a lancé le 1^{er} janvier 2007 une nouvelle gamme de produit santé, prévoyance et services appelée « Mon offre Idéale ». Dans ce cadre, la mutuelle a proposé à ses 175 000 chefs de familles (sur une population de 253 000 personnes protégées) une migration de leur contrat vers cette nouvelle offre, par courrier, dès la rentrée 2006.

Pour lancer cette campagne, la MGET a choisi de compléter son SI par un nouvel outil informatique pour la modélisation de devis et une simulation des remboursements santé. Le choix de la solution proposée par Access Commerce, Cameleon Commerce suite, s'est fait au mois de mars 2006, après avoir étudié différentes options : l'outil Oscar de la FNMF et un développement spécifique. « *L'intégration avec notre outil de gestion de la relation adhérent, le CRM de Selligent, constituait un prérequis. Nous avons besoins d'un outil souple, avec un fort*

potentiel. Nous avons retenu Cameleon pour sa puissance, son caractère évolutif et ses références », indique Valérie Catel, directrice du service aux adhérents.

Le projet informatique s'est déroulé sur trois mois, dont un mois pour adapter le paramétrage à la campagne de migration. Cameleon est installé sur deux serveurs dédiés qui comprennent un serveur Internet (Tomcat/Apache), un serveur d'application (Jboss) et les moteurs Cameleon (Corba CAS) qui se répartissent la charge. Le paramétrage est stocké sur un serveur de base de données SQL server. Un travail important a été réalisé pour l'interfaçage avec l'outil de CRM, dont il utilise la base de données, avec 10 jours de développement spécifiques (Access Commerce, Selligent et MGET).

Pour la campagne envers ses adhérents, la MGET a défini un scénario dans Cameleon qui permet de proposer un devis à partir de trois blocs d'informations : adhérent, couverture assurantielle, et le retour demandé par l'adhérent. Ce scénario comprend une segmentation fine, avec

près de 60 profils. La génération des 175 000 devis a été automatisée et réalisée en 20 heures. Sur l'offre santé, la MGET a déjà enregistré un taux de souscription de 30 %, sans relance.

L'utilisation de Cameleon a permis de lancer en huit jours un nouveau mailing, en prévoyance, suite à la demande de certains de ses adhérents, courant octobre 2006, avec 50 000 envois.

Cameleon est également utilisé au quotidien (40 accès simultanés) par les conseillers adhérents dans les 123 agences, et les conseillers téléphoniques de la MGET. Pour l'utilisateur, tout se fait par le biais de l'outil GRA. Cameleon sera aussi mis à contribution pour le projet Web, intégrant devis en ligne et simulation de remboursements santé, planifié pour avril 2007.