

11.09.2014 - 10:00 Uhr

Déjà 100 000 clients inscrits au portail clients

Zurich (ots) -

Dernièrement, Rita Hürlimann, 44 ans, domiciliée à Hausen am Albis, est devenue la 100 000e personne à s'inscrire sur le portail clients de Sanitas. Depuis le lancement du portail clients à la mi 2012, l'entreprise compte en moyenne mille nouveaux utilisateurs par semaine. Tous peuvent, grâce au portail, gérer leurs assurances en toute simplicité. Le portail clients fait partie de l'orientation stratégique de Sanitas. Cette dernière consiste à positionner Sanitas au premier rang des assureurs maladie en ligne.

En s'inscrivant cet été au portail clients de Sanitas, Rita Hürlimann est devenue une cliente «zéro papier». «Je trouve très pratique le fait de pouvoir consulter mes factures de primes en ligne lorsque j'ai un doute», explique Rita Hürlimann, 44 ans, conseillère en décoration d'intérieurs et domiciliée à Hausen am Albis. Elle devient ainsi la 100 000e personne à s'inscrire sur le portail depuis son lancement en 2012.

Rita Hürlimann et les 99 999 autres utilisateurs le savent bien: grâce au portail clients, ils peuvent, en quelques clics seulement, réduire leurs tâches administratives relatives à leur assurance maladie. Ils gagnent ainsi du temps et économisent de l'argent. En outre, ils conservent une vue d'ensemble de leurs données personnelles et de leurs coûts de santé. Ce service gratuit est disponible 24 heures sur 24, dans le monde entier. Par ailleurs, ils préservent l'environnement en diminuant leur consommation de papier.

Canal de vente en ligne récompensé

L'orientation en ligne stratégique de Sanitas ne se reflète pas seulement dans le nombre d'utilisateurs du portail clients. En effet, depuis 2013, Sanitas a étoffé son canal de vente en ligne (calculateur de primes sur www.sanitas.com) et offre aux nouveaux clients potentiels un accès simple et rapide à ses produits et ses prestations. Ainsi, plusieurs milliers d'utilisateurs par an peuvent se renseigner en ligne sur les différents produits d'assurance de l'entreprise. Ils sont déjà très nombreux à conclure leur assurance directement via internet. Le processus de vente en ligne permet de s'adresser aux nouveaux clients désireux de souscrire une assurance de manière plus personnelle, plus ciblée et plus adaptée à leurs besoins. Les intéressés sont en effet interrogés sur leurs souhaits en matière de prestations et de services. En répondant eux-mêmes à ces questions, ils sont précisément dirigés vers l'offre appropriée et obtiennent, au final, une offre sur mesure.

En avril 2014, les «Best of Swiss Web Awards» ont récompensé les meilleurs projets suisses dans les domaines suivants: commerce en ligne, internet et applications mobiles. Sanitas est très fière d'avoir remporté la médaille de bronze dans la catégorie Business pour son processus de vente en ligne. Selon les membres du jury, il s'agit d'une application innovante proposant une toute nouvelle facette dans le processus de conclusion. Le jury a tout particulièrement apprécié la manière «ludique» d'aborder la complexité des propositions d'assurance. Andreas Götz, responsable du département Distribution & Conseil au client chez Sanitas, se réjouit de ce succès: «Je suis très heureux que Sanitas ait remporté ce prix. Il confirme le fait que nous offrons une véritable valeur ajoutée à nos clients. Car, grâce à notre canal de vente en ligne, nous les aidons à prendre la bonne décision, pour qu'au bout du compte, ils puissent souscrire les produits répondant à leurs besoins.»

Processus de recrutement en ligne amélioré

En ce qui concerne le recrutement de nouveaux collaborateurs, là aussi Sanitas indique clairement son cap. En plus des canaux traditionnels (p. ex., plateformes d'offres en ligne ou annonce d'offres d'emploi sur le site de l'entreprise), Sanitas mise, depuis le début de l'année, davantage sur les médias sociaux pour recruter de nouveaux collaborateurs. D'une part, l'objectif est de se positionner en tant qu'employeur innovant (Employer Branding). D'autre part, Sanitas souhaite s'adresser directement aux candidats et faire appel aux réseaux sociaux de ses collaborateurs pour recruter de nouveaux employés.

Un bond en avant grâce à la mise en réseau

En misant depuis un certain temps sur son positionnement stratégique dans le numérique, Sanitas entend se hisser au rang de pionnière dans le domaine de l'assurance maladie. Otto Bitterli, CEO de Sanitas, table sur les nouvelles technologies: «Nous voulons identifier et exploiter de manière optimale les développements technologiques et sociaux du numérique. En effet, la personnalisation croissante des besoins de la clientèle et l'utilisation accrue des plateformes électroniques (pour l'information et la vente) ouvrent la voie à de nouvelles possibilités fort prometteuses.» Toutes ces réflexions sont axées sur les individus. Sanitas souhaite répondre aux besoins individuels en proposant des offres accessibles via internet. Pour y parvenir, elle collabore avec des partenaires de renom sur différents projets ayant pour objectif principal de créer un lien entre les produits d'assurance et autres prestations de service disponibles sur le marché de la santé afin de proposer aux clients de nouvelles offres innovantes.

Photo: Il est possible de télécharger sur le site web de Sanitas une photo de Rita Hürlimann, la 100 000e utilisatrice du portail clients: www.sanitas.com.

Pour de plus amples informations:

Sanitas Assurance maladie, Isabelle Vautravers, Responsable
Communication & Politique de la santé, tél. 044 298 62 96,
mobile 079 641 25 78, medien@sanitas.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100005121/100761236> abgerufen werden.