



# HUMANIS

## TÉMOIGNAGE

Juliette Reisenhel, Responsable de projets internet et e-commerce à la MOA digitale



Humanis est un groupe spécialisé dans la protection sociale, les retraites complémentaires, la prévoyance, la santé, l'épargne retraite, l'épargne salariale et la gestion d'actifs. Humanis compte 700 000 entreprises adhérentes, 10 millions de protégés, 6400 collaborateurs.

---

**700 000** entreprises adhérentes  
**10 millions** d'assurés  
**6 400** collaborateurs

---

Acteur majeur dans la protection sociale et les retraites complémentaires, Humanis favorise le selfservice sur le canal digital et comptabilise déjà plus de 130 000 requêtes sur sa FAQ après 10 mois.

*Dydu : Quels sont les enjeux digitaux autour de la relation client ?*



Notre enjeu majeur concernant la relation client est de rendre disponible l'information, de manière pédagogique et personnalisée, au travers de nos sites internet et des espaces client. Les informations peuvent traiter aussi bien des produits que des services clients. Notre objectif est de favoriser la dématérialisation, le selfservice et les échanges entre internautes. Le digital doit aussi être un vecteur de connaissances clients et de fidélisation. En ce sens, **la digitalisation doit libérer du temps au Service Relation Client pour proposer de l'accompagnement et du conseil à nos adhérents au téléphone.** Les questions sur la vie du contrat doivent être relayées sur internet (espace client, FAQ...)

## SOLUTION ET EXPERTISES RECHERCHÉES

*Quelle(s) solution(s) et expertises avez-vous recherchée(s) pour répondre à cet enjeu?*

Nous disposions déjà d'une FAQ mais ses contenus étaient difficiles à mettre à jour. Nous avons donc recherché une nouvelle solution de FAQ dynamique. L'ensemble de la structure a été impliquée dans le choix de la solution.

**Nous recherchions une solution simple à administrer qui engagerait les équipes métier de façon collaborative.**

Notre choix s'est porté sur la FAQ dynamique de Do You Dream UP, que nous avons déployé sur trois sites du groupe : Humanis, Radiance Humanis, Entreprise Humanis.

*Quelles ont été les étapes pour la mise en place de la solution ?*

Pour démarrer le projet nous avons commencé par analyser les questions des internautes, avons enrichi la base avec les réponses correspondantes. Nous avons mis en place une animation hebdomadaire avec les référents métiers pour enrichir rapidement la base qui est passée de 100

à 400 connaissances depuis octobre 2014. **Nous avons capitalisé sur les questions posées par les utilisateurs pour enrichir les connaissances.**

Pour la phase de transfert de compétences vers les métiers nous avons été accompagnés par Do You Dream Up. Les équipes métiers sont en train de reprendre la main sur l'outil.

Le projet a duré un peu moins de 3 mois avant sa mise en production en octobre 2014.

## RÉSULTATS

*Quels bénéfices constatez-vous suite à la mise en place de la solution?*

La FAQ répond à notre enjeu de satisfaction client pour des questions relatives à la vie du contrat.

“ **Les internautes trouvent rapidement les réponses à leurs questions. La satisfaction utilisateur a rapidement évolué pour atteindre 85% de taux de réponses.**

Nous étudions les questions en échec pour trouver les réponses manquantes.

**Nous avons noté que le visiteur qui passe par la FAQ est très actif, il navigue au sein du site, ce qui augmente le trafic et le référencement des pages.**

Les clients se rendent régulièrement sur la FAQ pour trouver leurs réponses.

Nous avons également gagné du temps en interne en utilisant désormais directement l'outil d'administration de la base pour enrichir, valider et publier les connaissances.

*Quels sont les avantages de la FAQ Do You Dream Up vs celle que vous utilisiez avant ?*

**L'outil est évolutif, on peut réagir très rapidement en consultant les questions posées par les visiteurs.** Cela permet

de détecter les demandes récurrentes et d'enrichir les connaissances. Cela aide également à s'approprier le jargon client et ainsi créer des groupes de formulation pour être plus pertinents.

*La solution a-t-elle été bien adoptée par vos équipes internes ? Avez-vous des retours des utilisateurs du BO ?*

Des réunions mensuelles sont organisées pour mettre à plat les objectifs et devancer les sujets d'actualités (législatifs, produit) en intégrant ces



**130 000** conversations depuis octobre 2014  
**85%** de taux de réponses

connaissances dans le back office.

**Les utilisateurs internes friands de digital ont rapidement adopté l'outil et ils le trouvent simple d'utilisation.** La transition a été plus lente pour les personnes moins à l'aise avec les outils digitaux mais tous s'y sont mis.

## CHOIX DU PRESTATAIRE

*Pourquoi avez-vous retenu Do You Dream Up ?*

“ Nous avons sélectionné l'éditeur Do You Dream Up pour l'ergonomie de sa solution et notamment son back office, la proximité client qu'elle offrait en tant qu'entreprise à taille humaine et son modèle économique.

L'équipe projet Do You Dream Up avec deux interlocuteurs dédiés offre une collaboration de proximité, elle est facilement joignable, répond dans des délais très brefs. Ils nous ont accompagnés également lors des formations, et nous avons pu disposer d'une pré-prod. Autre point positif, Do You Dream Up vend une solution pré-packagée mais la solution est finalement adaptée aux besoins Humanis.

*Comment l'équipe Do You Dream Up vous a-t-elle accompagné pour ce projet?*

Do You Dream Up a accompagné l'équipe pour la mise en place de best practices, l'administration des connaissances, l'accompagnement technique et les formations. Sophie, la chef de projet DYDU, réalise un bilan mensuel et remonte des alertes en cas d'anomalies.

The screenshot shows the Humanis website interface. At the top, there are navigation links for 'Presse', 'Partenariats', 'Candidats', and 'Portail Instances'. The Humanis logo is prominently displayed with the tagline 'Protéger c'est s'engager'. Below the logo is a search bar with the text 'comment m'assurer' and a 'Rechercher' button. A navigation bar contains links for 'VOUS PROTÉGER', 'VOUS AIDER', 'HUMANIS S'ENGAGE', and 'QUI SOMMES-NOUS?'. The main content area is titled 'Actualités | Questions - Réponses' and features a section for 'Les réponses de nos conseillers'. Under this section, there are two filters: 'Retraite' and 'Santé'. The 'Retraite' section is active, showing a question: 'Je change de banque, comment m'assurer que ma retraite sera toujours versée?'. The answer explains that in case of a bank change, users must inform their pension fund and provide new banking details. A sidebar on the right lists 'Les questions les plus posées' with categories like 'Santé', 'Prévoyance', 'Retraite', 'Action sociale', 'International', and 'Épargne'. At the bottom right, there are links for 'Nos implantations' and 'Nous contacter'.



### *Une anecdote sur le projet ?*

Certains clients utilisent la FAQ comme un outil de chat, beaucoup d'utilisateurs sont retraités, ils pensent que quelqu'un leur répond en live. Nous sommes en train de corriger ce point afin de les aider à mieux identifier le type d'outil qu'ils utilisent.

### **FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS**

#### *Selon vous, quels sont les facteurs de succès de ce projet ?*

La conduite du projet, avoir impliqué les métiers, le recrutement dédié pour enrichir la base de connaissances, avoir une équipe qui centralise la connaissance et le suivi de satisfaction. Enfin l'outil est simple et agréable à utiliser.

### **ET DEMAIN...**

#### *Quelles évolutions envisagez-vous pour vos services de relation client digitale ? Pensez-vous étendre le périmètre du service ?*

Nous travaillons sur un déploiement de la FAQ sur les espaces clients et partenaires.

#### *Comment voyez-vous le digital évoluer dans les années à venir ?*

Le digital va devenir le point de contact et de médiation pour les clients. Ce sera le principal outil d'assistance et fidélisation client.

