

La collaboration en temps de crise : ensemble, construisons un écosystème de réparation résilient

Consolider les partenariats pour un
avenir sûr et connecté



Table des matières

Introduction	3
Quels défis l'écosystème automobile rencontre-t-il dans cette nouvelle normalité ?	5
Comment renforcer la collaboration au sein de son réseau ?	7
Comment le digital peut-il connecter efficacement les écosystèmes ?	9
Une approche agile est la clé de la résilience	11
Cinq façons de rebondir aujourd'hui grâce au digital	12
À propos de Solera	14

Introduction

Pourquoi la collaboration est-elle essentielle à la gestion des demandes de réparations sur le marché actuel et post-COVID ?

À l'instar de nombreux autres secteurs d'activités, les entreprises du secteur automobile travaillent d'arrache-pied pour comprendre comment la pandémie de coronavirus affectera leur activité à long terme. C'est notre capacité à collaborer efficacement qui nous permettra d'agir en toute sécurité et avec succès. Au moment de la rédaction de ce document (novembre 2020), les incertitudes demeurent. Nombreux sont les pays qui sortent tout juste d'un nouveau confinement causé par la deuxième vague du virus. Par ailleurs, des restrictions imposées au niveau régional, voire local, diffèrent d'un pays à l'autre. Néanmoins, avec l'arrivée imminente d'un vaccin, les gouvernements se concentrent désormais sur la rapidité et l'efficacité du déploiement des campagnes de vaccinations.

Les sociétés devraient redoubler d'efforts pour développer des écosystèmes avec des partenaires d'innovation et expérimenter de nouveaux modèles de collaboration.

Mckinsey & Company⁽¹⁾

Plus que jamais, les entreprises s'appuient sur une communication collective et constante pour mener à bien leurs activités en toute sécurité, et repoussent toujours plus loin les barrières du numérique afin de rester performantes. L'écosystème moderne des déclarations de sinistres automobiles ne fait pas

exception à la règle. Toute personne impactée doit redoubler d'efforts pour harmoniser les parcours clients et s'adapter à cette nouvelle normalité. L'interruption de l'approvisionnement et de la distribution des pièces, la fermeture provisoire des carrosseries et les règles de désinfection contraignantes mais néanmoins indispensables⁽²⁾ ont durement impacté notre secteur d'activité. Aujourd'hui encore, une chaîne logistique compartimentée et le manque de communication sont des aspects sur lesquels nous devons encore progresser. Sans démarche ou recherche active d'unité face à l'adversité, notre industrie risque de ne pas parvenir à sortir plus forte de cette crise ni d'être en mesure de répondre aux nouvelles attentes des clients.

Afin d'adopter une stratégie collective, les acteurs de notre secteur doivent comprendre que chacun apporte sa pierre à l'édifice lorsqu'il s'agit d'assurer la continuité de l'expérience client.

- **Les assureurs et mutuelles** – En tant que premiers points de contact dans le processus de demande de réparation, les assureurs sont jugés sur leur capacité à engager la procédure rapidement et avec une implication minimale de la part du demandeur. Souvent, la transmission de toutes les mises à jour et informations aux clients leur revient, et ce, de la déclaration jusqu'à la clôture du sinistre. En effet, les communications relatives à la gestion des sinistres sont un élément essentiel sur l'ensemble du cycle de réparation et peuvent grandement influencer sur la perception de l'expérience client.
- **Les réparateurs** – Dans son expérience de demande de réparation, c'est du travail des professionnels en carrosserie automobile dont le client se souviendra le plus longtemps. Les réparations doivent non seulement être impeccables, mais les délais, le

(1) <https://www.Mckinsey.Com/industries/retail/our-insights/time-for-change-how-to-use-the-crisis-to-make-fashion-sourcing-more-agile-and-sustainable>

(2) <https://www.Audatex.Co.Uk/news/covid-19-factors-impacting-repair>

und der Kundenservice insgesamt sind wesentliche Bestandteile eines modernen Schadensregulierungserlebnisses.

- **Les fournisseurs** – Si l'un des systèmes logistiques chargés de superviser la livraison des pièces en temps et en heure est interrompu, la perception globale du parcours client s'en trouve alors modifiée. Sans visibilité sur l'activité du fournisseur, l'écosystème se retrouve confronté à de sérieuses difficultés, à la fois pour terminer le travail de réparation, mais aussi pour informer les clients sur la progression du traitement de leur sinistre.

Malgré les défis inhérents accentués par les récents événements internationaux, nous observons des signes avant-coureurs d'une plus grande transparence et d'une meilleure collaboration au sein de notre écosystème. De récentes recherches ont révélé qu'au Royaume-Uni, 18% des réparateurs ont immédiatement soulevé des points d'amélioration dans leurs relations avec les assureurs et mutuelles, les experts, les gestionnaires de sinistres, les flottes et les particuliers⁽³⁾. Dans de nombreux cas, la technologie a joué un rôle moteur dans ces efforts. Les canaux de communication digitaux aident, par exemple, les automobilistes à prendre contact avec les assureurs. Ainsi la gestion de leur sinistre est déclenchée plus rapidement, tout en respectant les mesures de distanciation sociale. De même, les réparateurs ont la possibilité de tenir les clients informés tout au long du processus de réparation. Ils peuvent ensuite leur envoyer facilement leur facture lorsque les rendez-vous en face à face ne sont pas autorisés.

Solera est le lien qui unie l'écosystème en fournissant la plateforme capable de moderniser la gestion des sinistres avec l'optimisation des performances à chaque point de contact. La solution réside dans la technologie.

Cependant, travailler ensemble en vue d'adopter efficacement ces options définira, à terme, la rapidité avec laquelle les garagistes, les assureurs, les mutuelles, les experts et les fournisseurs seront en mesure de réagir en toute sécurité et avec résilience à l'échelle mondiale.

Ce livre blanc étudie les actions à mener pour fonder une stratégie collective à travers l'écosystème de gestion des sinistres. L'objectif est d'assurer une reprise durable après cette crise, tout en renforçant les partenariats et en améliorant l'expérience client dans un monde digital. Plusieurs opportunités existent pour sécuriser et unifier notre secteur pendant et après la crise. Mais avant de les appréhender, nous devons nous atteler à des défis fondamentaux. Ainsi, nous serons véritablement en mesure de piloter l'avenir des demandes de réparations.

(3) <https://www.trendtracker.co.uk/may-2020-free-pdf-download-uk-body-repair-covid-19-report/>

Quels défis l'écosystème automobile rencontre-t-il dans cette nouvelle normalité ?

Toute stratégie concrète sera établie en reconnaissant les effets de la COVID-19 sur la gestion des sinistres, et en acceptant la responsabilité commune de les gérer. Tandis que nous continuons notre travail pendant cette période complexe, les volumes de réparations, les flux de trésorerie ainsi que la sécurité du personnel demeurent une préoccupation majeure pour l'ensemble des réparateurs et carrossiers automobiles. À mesure que la charge de travail semble revenir à la normale, les réparateurs doivent désormais appliquer de nouvelles règles dans leurs opérations courantes et respecter les mesures de distanciation sociale pour la sécurité de tous. Celles-ci se traduisent par une plus grande distanciation dans les espaces de travail, des roulements de planning, un volume horaire plus faible ou encore une réduction permanente de la main-d'œuvre.

Alors que les économies cherchent à se reconstruire, les perturbations de la chaîne logistique globale restent un défi immense à relever pour toute l'industrie. Le premier pays à avoir été impacté, à savoir la Chine, est une figure majeure de la chaîne logistique puisque 80% de ses acteurs y sont liés⁽⁴⁾. La demande de pièces a été très forte et les entreprises lourdement tributaires des exportations de ce pays ont durement ressenti ces ruptures de stock⁽⁵⁾. Naturellement, de nombreuses remises sur certaines pièces ne s'appliquent plus et celles-ci sont désormais vendues au prix fort, les fournisseurs cherchant à maximiser leurs profits dans

ces circonstances inédites et complexes. D'après les recherches de l'entreprise américaine d'information économique IHS Markit, plus de 50% des fournisseurs européens sont particulièrement concernés par ces perturbations⁽⁶⁾. Actuellement, les ruptures de stock se généralisent dans un contexte de reprise lente des fabricants d'équipement d'origine (OEM) et des fournisseurs du marché de l'après-vente. Nombreux sont les réparateurs qui devront probablement collaborer avec différents fournisseurs et adapter leurs méthodes de négociation afin de s'approvisionner rapidement.

Suite aux périodes de confinement, nous avons également constaté une forte demande de prise en charge de véhicules par les réparateurs qui souhaitent désormais rattraper leurs pertes de chiffres d'affaires⁽⁷⁾. L'augmentation de la charge de travail, associée à la réduction des effectifs et à une limitation de l'espace de travail (par souci de distanciation sociale) sont autant de facteurs d'allongement des délais de réparation. Nous pourrions même atteindre des retards supérieurs à ceux avant le confinement, susceptibles d'impacter l'ensemble du cycle de réparation et du parcours client. Ces défis, associés aux obstacles d'une chaîne logistique cloisonnée, doivent être relevés en ayant recours à de nouveaux modèles de fonctionnement et de partenariats si les entreprises veulent surmonter les conséquences de cette crise sanitaire.

(4) <https://home.kpmg/sk/en/home/insights/2020/04/what-covid-19-means-for-china-car-industry.html>

(5) <https://www.Forbes.Com/sites/laurieharbour1/2020/03/13/the-coronavirus-impact-on-the-global-automotive-supply-chain/#7dc31a4e444e>

(6) <https://cdn.lhsmarkit.Com/www/pdf/0320/auto-covid-19-supply-chain-survey.Pdf>

(7) <https://www.Audatex.Co.Uk/news/covid-19-cause-and-effect-blogpost-1>

L'adaptation des mesures sanitaires et de sécurité aura un impact global et engendrera de nouvelles pressions financières pour les acteurs du secteur de la réparation. Les mesures sanitaires actuellement en vigueur sont strictes et indispensables afin de veiller à ce que les réparations de véhicules ne contribuent pas à la propagation du virus.

Les réparateurs nettoient et désinfectent désormais en profondeur les véhicules avant leur entrée en carrosserie. La procédure est renouvelée après la réparation et avant la restitution du véhicule à son propriétaire. La désinfection d'un véhicule après sa réparation est devenue un facteur de sécurité essentiel au niveau international. Par exemple, AutoNation propose de nouveaux services d'assainissement dans ses centres aux États-Unis⁽⁸⁾ et le réparateur Castle Coachworks⁽⁹⁾, à Northampton au Royaume-Uni, déploie le système de nettoyage «sanity system».

Cette procédure s'applique également aux véhicules de prêt utilisés pendant la réparation. À une aussi grande échelle, ces mesures sont à la fois chronophages et coûteuses. Elles viennent s'ajouter, pour les assureurs, aux coûts des réparations ce qui diminue les marges. Il faut également prendre en compte la nécessité et l'impact de la désinfection de tout autre point de contact après la réparation. Par exemple, les réseaux de réparation doivent évaluer le besoin d'envoyer un véhicule chez un concessionnaire pour le recalibrage de l'équipement d'aide à la conduite (ADAS) et repenser ce processus sur les plans sanitaire et logistique afin de respecter la distanciation sociale.

Pour les assureurs et les mutuelles, les défis résident dans les ressources supplémentaires nécessaires. Premièrement, ces dernières doivent collaborer avec les partenaires de réparation et s'assurer que les

véhicules sont restitués en toute sécurité, avec un minimum d'impact sur le cycle de vie des sinistres et leur coût. Deuxièmement, les dépenses engagées dans le nettoyage et la désinfection des véhicules de prêt après chaque utilisation sont importantes. Il faut donc négocier avec les partenaires de gestion des sinistres pour décider qui couvrira les frais supplémentaires de ces mesures strictes post-réparation. En parallèle, les conducteurs sont tenus informés de l'évolution de leur sinistre par le biais des canaux de communication digitaux. L'adoption de ces derniers devra être rapidement généralisée en réponse à la pandémie.

Même si les restrictions opérationnelles s'assouplissent progressivement, notre futur écosystème en restera fondamentalement transformé. Toutefois, des moyens permettant de faire face à ces obstacles existent. Pour ce faire, il est nécessaire d'adopter une conception commune pour maintenir des expériences de réparation sûres dans un contexte de ressources limitées et de contacts sociaux restreints. La première étape consiste à s'accorder sur l'importance de la collaboration et à tisser activement de meilleures relations dans l'ensemble du réseau de gestion des sinistres.

(8) <https://www.autofutures.tv/2020/03/20/how-new-and-old-tech-helps-to-disinfect-coronavirus-covid-19-in-cars/>

(9) <https://www.northamptonchron.co.uk/news/people/northampton-car-bodyshop-implements-sanitising-tech-fight-against-covid-19-2854432>

Comment renforcer la collaboration au sein de son réseau ?

Cette période de changements inédits a sans aucun doute mis l'écosystème de gestion des sinistres face à un nouveau défi : mieux travailler ensemble. Pendant de longues années, le cloisonnement de la gestion des sinistres a mis un frein à une collaboration étroite de l'industrie. Néanmoins, nous avons déjà observé une grande transition pendant la pandémie.

Au Royaume-Uni, les distributeurs, les organisations commerciales (Association Internationale des Réparateurs en Carrosserie, la NBRA) et les fabricants de peinture de carrosserie ont manifesté leur soutien aux réparateurs pendant la crise sanitaire. En effet, la majorité d'entre eux leur a octroyé une note de 8, 9, voire 10, sur une échelle de 1 à 10, où 1 équivaut à très faible et 10 signifie excellent⁽¹⁰⁾.

Les temps d'arrêt dans la gestion des assurances automobile invitent également à l'optimisation de la communication entre les assureurs, les mutuelles, les professionnels de la réparation et les clients.

Cette tendance s'avère prometteuse pour l'avenir si elle peut être appliquée entre tous les acteurs. Nous avons constaté les efforts importants fournis par les assureurs en vue de déployer rapidement de nouveaux processus de soutien des partenaires et des clients. De nombreux mandants valorisent également le travail de leurs partenaires qui, en ayant dépassé leurs attentes, a permis de tenir leurs engagements auprès de leurs clients.

Poursuivre cette collaboration exige de ne plus agir uniquement dans des relations purement transactionnelles dans l'ensemble des réseaux existants et de se diriger vers des partenariats à long terme motivés par l'innovation. Ils nous permettront de soulager les points de tension du processus et d'offrir des expériences clients satisfaisantes. Commencez par vous poser la question suivante : le digital peut-il être un vecteur d'habilitation au sein même des opérations de votre organisation ? Par exemple, une stratégie axée sur le digital peut-elle combler les lacunes d'une chaîne logistique inefficace ? A-t-elle la capacité de simplifier les liens automatisés entre les mandants et les sites de réparations ?

Une fois ces opportunités identifiées, lancez les discussions qui vous mèneront à des échanges plus transparents, basés sur plus de coopération et de soutien, et dans lesquelles toutes les parties sont gagnantes. Ces échanges s'étendront peut-être au-delà de vos réseaux actuels mais ils nourriront de nouvelles idées qui aideront les entreprises à s'adapter et à sortir de leur zone de confort. Naturellement, de telles collaborations ne seront fructueuses que lorsque chaque participant peut en tirer parti à hauteur de l'investissement et des efforts engagés⁽¹¹⁾. Nous entrons dans une période d'incertitude durable. C'est pourquoi chaque acteur doit évaluer en continu la qualité de ses partenariats afin que ceux-ci restent fructueux pour les deux parties et aussi pour le client final.

(10) <https://www.Trendracker.Co.Uk/may-2020-free-pdf-download-uk-body-repair-covid-19-report/>

(11) <https://www.Bethebusiness.Com/productivity-insights/coronavirus-how-to-collaborate-with-other-businesses/#>

(12) https://www.accenture.com/_acnmedia/pdf-120/accenture-covid-19-continuity-in-crisis-effective-business-services.pdf



Créer un écosystème plus large autour de la main-d'œuvre de l'entreprise afin d'encourager la collaboration dans un ensemble de priorités est une méthode efficace. En effet, il a été prouvé qu'elle donnait lieu à un engagement plus poussé et à de meilleurs résultats opérationnels⁽¹²⁾. De plus, les entreprises pourront bénéficier plus rapidement des avantages des solutions digitales en créant un processus plus performant, sécurisé et connecté. Ces échanges peuvent concerner les partenaires actuels ou futurs, mais quel que soit le motif ils doivent viser le renforcement de la résilience de chacun. Dès lors que le cadre collaboratif est établi, il est indispensable d'évaluer les solutions qui fourniront le niveau de fonctionnalité requis en vue d'atteindre une valeur et des performances optimales.

Comment le digital peut-il connecter efficacement les écosystèmes ?

Aujourd'hui plus que jamais, nos interactions avec les produits et les services se font par le biais de canaux digitaux. Et bien sûr, la COVID-19 vient accélérer cette transformation. Nombre de ces innovations formeront la structure de l'écosystème de demain. En effet, elles faciliteront l'échange des données entre les assureurs, les mutuelles, les experts, les réparateurs et les fournisseurs en permettant, à distance, de maintenir une activité opérationnelle. En plus de cela, le digital permet de décloisonner les différentes expériences clients lors d'un sinistre tout en garantissant un accompagnement fiable et accessible attendu aujourd'hui.

Selon la vision technologique 2020 d'Accenture, 76 % des dirigeants s'accordent sur la nécessité de réorganiser les expériences clients en associant la technologie et le consommateur pour replacer l'Humain au centre du parcours⁽¹³⁾. Cela est aussi valable pour l'écosystème de gestion des sinistres qui, en adoptant une digitalisation plus pertinente, facilitera les contacts entre les individus et les acteurs de la réparation avec une connexion plus rapide et plus sécurisée.

Par exemple, nous avons noté une hausse sensible de l'utilisation de notre système de prise de photos par le conducteur. Celui-ci permet aux clients, par le biais d'un processus guidé et automatisé, d'apporter rapidement aux mandants, aux experts et aux réparateurs des photos des dommages constatés sur leur véhicule. Cette solution permet un examen rapide et à distance des dommages et une évaluation immédiate suite aux éléments de la déclaration de sinistre (FNOL). En habilitant le conducteur à prendre et envoyer les photos de son véhicule endommagé, l'expert et le réparateur

optimisent leur temps consacré à l'examen du véhicule, qu'il s'agisse de dommages minimes ou d'une perte totale. Nous préservons ainsi la distanciation sociale tout en améliorant le partage des données entre le client, le mandant, l'expert et le réparateur.

Les solutions digitales facilitent non seulement les premières étapes de la gestion du sinistre, mais elles renforcent également les fonctionnalités essentielles qui permettent aux entreprises de rester opérationnelles et productives. L'utilisation de technologies modernes permettant de payer plus rapidement les réparations des véhicules facilitera les flux de trésorerie. La satisfaction du client final en sera également améliorée via une commande de pièces et des réparations plus rapidement effectuées. De plus, une communication digitale automatisée peut fournir aux réparateurs des moyens rapides et économiques pour informer leurs clients d'éventuels délais.

Ces possibilités reposent sur un flux d'informations fluide et sur une automatisation intelligente du processus aux étapes clés de la chaîne de valeur. En collaboration avec les partenaires du secteur, les mandants et les professionnels de la réparation peuvent associer les données et les capacités de prédiction afin de construire un modèle fournissant des informations précises à chaque étape. Solera agit non seulement dans le regroupement des données, mais aussi en tant que moteur clé dans le rassemblement de ces acteurs si différents, tels que les assureurs, les mutuelles, les experts, les réparateurs. Notre groupe trouve un terrain d'entente en vue d'offrir des expériences client plus satisfaisantes à travers un flux plus digitalisé.

(13) <https://www.Accenture.Com/us-en/insights/technology/technology-trends-2020>

Exploiter ces possibilités afin de mener à bien une transition complète vers le digital représente à beaucoup d'égards, un moyen d'atteindre la résilience.

- Une catégorisation plus intelligente des dommages constatés sur le véhicule améliore la précision de l'orientation et du traitement du sinistre. L'identification d'un véhicule en perte totale se fait plus rapidement, dès la déclaration de sinistre, évitant ainsi un remorquage vers un réparateur. Pour d'autres cas, cette catégorisation permet également aux véhicules avec des dommages particuliers d'être systématiquement orientés vers les sites de réparations spécialisés.
- Les réparateurs sont alors en mesure de prendre connaissance des dommages avant l'arrivée d'un véhicule sur site. Ils peuvent agir de manière proactive, entamer la recherche des pièces ou effectuer un pré-chiffrage, et ainsi réduire le temps d'immobilisation du véhicule en carrosserie.
- Une meilleure mise à disposition des solutions digitales aux consommateurs permettra un meilleur équilibre entre la science des données et l'expertise humaine. Ainsi, chaque décision est vérifiée et le processus de prise de décision est amélioré.
- L'analyse automatisée des dommages peut réduire la marge d'erreur lors de l'élaboration du devis, tout en augmentant sa précision et en réduisant les délais d'accords de réparation. Kommunikation zwischen Versicherern und Reparaturwerkstätten, sorgt für eine automatische digitale Rechnungserstellung und unterstützt eine schnellere Schadenabwicklung.
- Les évaluations effectuées par l'IA éliminent les tâches redondantes ou inutiles, permettant alors aux experts de se concentrer sur des cas plus complexes qui requièrent un savoir et une prise de décision par l'être humain.

- L'élimination des points de contact inutiles garantit une communication transparente entre les mandants, les experts et les réparateurs, automatise la facturation numérique et contribue à une résolution plus rapide des demandes.
- Les algorithmes d'IA sont capables de créer des solutions complètes évolutives qui permettent aux experts, aux mandants, aux garages et aux fournisseurs de travailler ensemble de manière plus intelligente et d'optimiser leurs heures ouvrées.
- Des tests itératifs et l'optimisation des modèles utilisés contribuent donc à améliorer le flux. Pour ce faire, il est important de s'appuyer sur l'expérience qu'apporte un lac de données en constante croissance. Pour rappel, un lac de données est un répertoire global compilant des données de réparation de véhicules recueillies au cours de nombreuses années d'expérience et grâce à une connaissance inégalée de l'industrie automobile.
- Enfin, les points de contact clés et les zones de tension peuvent être automatisés afin d'atténuer les frictions, de résoudre plus rapidement les sinistres et d'améliorer les expériences du client final.

Ces approches offrent une véritable transparence dans l'ensemble de l'écosystème et soutiennent chacune des entreprises en accomplissant davantage avec moins de moyens. Cela est une exigence dans notre nouvelle normalité en temps de COVID et le restera après cette crise. Il est également de notre responsabilité à tous de faire progresser l'industrie et d'aller de l'avant. Quelle que soit la technologie choisie, la manière dont elle est utilisée pour transformer les opérations se révélera être le principal facteur différenciant.

Pour de plus amples informations sur l'accélération de la transformation digitale et sur son rôle dans l'écosystème de déclaration de sinistre automobile d'aujourd'hui et de demain, veuillez lire notre livre blanc disponible que le site www.qapter.com

Une approche agile est la clé de la résilience

Adopter une approche agile est indispensable pendant cette période de changements. Tandis que la situation évolue chaque jour, les assureurs, les mutuelles, les experts, les fournisseurs et les réparateurs doivent être préparés à réajuster leurs services afin de préserver leur productivité et leur sécurité conformément à la loi. Ceux qui manifestent la volonté de réinventer leurs modèles d'exploitation dans le but d'aider leur personnel, leur entreprise et leurs partenaires seront capables de développer leur résilience. À terme, ils parviendront à se créer de nouvelles opportunités dans une industrie qui se transforme à vitesse grand V. C'est en reconnaissant unanimement la puissance de la technologie et de la collaboration que des décisions plus pertinentes seront prises plus rapidement. Ainsi, il deviendra possible de piloter efficacement le rétablissement de l'écosystème et de renforcer les partenariats pour l'avenir.

Au fur et à mesure de la reprise, il faut envisager une consolidation à grande échelle visant à préserver le futur des activités et des emplois de notre secteur. Le paysage change et les entreprises se démarqueront par leur capacité à accompagner et à collaborer les unes avec les autres. Elles rechercheront la précision tout en faisant preuve d'empathie afin de déployer des partenariats fructueux au service d'un plus grand objectif. Ce n'est qu'à ce moment-là que nous réaliserons le véritable potentiel du digital et notre capacité à proposer des services respectant les nouvelles normes qui renforceront notre écosystème.

Toutefois, cette capacité d'adaptation ne se limite pas à l'adoption rapide de technologies. Il s'agit plutôt d'un état d'esprit à encourager au sein de tous les services d'une même organisation. Les actifs du secteur de la réparation ont pleinement ressenti le poids des conséquences dues aux restrictions des chaînes logistiques, aux fermetures forcées et à la réduction des opportunités professionnelles. Par conséquent, il est essentiel de comprendre la situation de ses partenaires et de travailler en étroite collaboration afin de mieux appliquer les nouvelles normes, de nourrir des relations plus solides et de préparer le secteur aux défis futurs.

Cinq façons de rebondir aujourd'hui grâce au digital

Il est évident que notre écosystème ne sera plus jamais comme avant. C'est pourquoi nous devons repenser nos actions et nos méthodes employées afin de créer un avenir plus adapté. Même si de nombreux principes resteront identiques, il n'existe pas de démarche unique pour obtenir des résultats positifs. Ce qui peut fonctionner pour l'un pourrait perturber l'activité d'un autre. Au lieu de cela, il est temps de nourrir les similitudes et de tirer parti des différences, de travailler ensemble pour fournir des solutions digitales pertinentes liées à l'activité de la réparation. Cela contribuera non seulement au rétablissement du secteur mais permettra aussi de retrouver une nouvelle prospérité.

Affiner notre communication avec les clients, les partenaires et les fournisseurs, tout en exploitant la technologie adéquate donnera aux acteurs du secteur la transparence nécessaire pour comprendre l'évolution du marché. Ces actions nous permettront un retour vers une «nouvelle normalité». Quelles sont donc les étapes à franchir pour susciter une utilisation collective du digital et favoriser la collaboration et une meilleure résilience ?

1. Identifier de manière proactive les points de

tension – Dans une période aussi incertaine, il est vital de garder une longueur d'avance. Travailler régulièrement sur ces éléments nécessite une approche attentive de la résolution des problèmes. Une première évaluation de votre process actuel et l'identification des éventuels points de faiblesses ou opérations manuelles permettent de déterminer les meilleures opportunités de digitalisation. La

recherche proactive de ces opportunités permet de trouver les lacunes courantes pouvant être aisément comblées par une alternative digitale, même minime ou simple.

- 2. Interagir avec votre réseau !** – L'adage «Un problème partagé est un problème à moitié résolu» peut s'appliquer à la digitalisation collective, surtout en période difficile. De nombreuses préoccupations classiques au sein de l'écosystème, telles que l'expérience client et la réduction des coûts, concernent tous les acteurs du secteur. Dans une industrie en pleine consolidation, les décideurs peuvent utiliser ces temps de ralentissement de l'activité pour ouvrir le dialogue, relever les défis actuels et imaginer de nouvelles solutions. C'est en apprenant les uns des autres que nous pourrions travailler à une vision commune pour aider les entreprises à se relever et à devenir plus fortes ensemble.
- 3. Tester de nouvelles technologies** – L'estimation des coûts de réparations à partir de données, le paiement automatisé, la prise de photos intelligente font partie d'un ensemble de solutions évolutives de la digitalisation des étapes de la gestion des sinistres. S'adapter au changement signifie saisir les occasions de tester les dernières innovations et constater leurs impacts directs. Le temps et les ressources sont souvent les principaux freins à la transformation digitale. Cependant, cette période inédite de ralentissement peut représenter une opportunité unique pour de nombreux acteurs de l'industrie. Ils ont la possibilité de tester les

technologies de gestion des réparations les plus récentes non seulement aujourd'hui, mais aussi pour l'avenir. opportunité unique pour de nombreux acteurs de l'industrie. Ils ont la possibilité de tester les technologies de gestion des réparations les plus récentes non seulement aujourd'hui, mais aussi pour l'avenir.

4. Digitaliser les interactions avec les clients –

Pour les réparateurs, les experts et les mandants travaillant conformément aux nouvelles mesures de distanciation sociale et/ou avec des effectifs réduits, il est indispensable de maintenir des communications sécurisées et fluides avec les clients. Repenser vos processus administratifs en recourant à des solutions d'auto-assistance pour le conducteur peut soulager des points d'étapes nécessitant aujourd'hui une communication manuelle et ainsi libérer du temps pour les opérations génératrices de revenus, tout en conservant une communication avec les clients. Par exemple, les mandants peuvent transmettre leurs propositions de gré à gré par le biais d'un message push. En parallèle, les réparateurs peuvent informer automatiquement leurs clients des consignes à suivre pour la restitution de leurs véhicules, rappelant ainsi au respect des règles de distanciation sociale.

5. Obtenir les conseils d'experts en technologie –

Dans le secteur de la gestion des sinistres, les fournisseurs de solutions montrent l'exemple en matière de progrès technologiques. En effet, ils disposent de stratégies, d'outils et de services capables d'accompagner les organisations dans de nombreuses circonstances. Travailler en étroite collaboration avec des experts dès la première étape d'un parcours digital peut aider les nouveaux

adoptants à mieux comprendre leur process. Ils peuvent ainsi trouver les solutions adaptées pour simplifier leurs efforts de transformation avec un minimum de désaccords et un maximum d'impact.

L'objectif final de l'écosystème est d'atteindre une gestion des sinistres sécurisée et connectée qui ne sera possible que si chaque acteur a les capacités et la volonté de collaborer. Solera accompagne ses partenaires et ses clients à travers ces changements en proposant une suite de solutions évolutives connectant l'écosystème grâce aux nouvelles technologies et à une prise de décision responsabilisée. En tant que groupe international, Solera fournit des solutions innovantes à tous les professionnels du secteur et contribue à un écosystème fondé sur la transparence, la fiabilité des parcours et la technologie.

À propos de Solera

Solera est l'un des principaux fournisseurs mondiaux de logiciels, de données et de services intégrés pour la gestion du cycle de vie des véhicules et des parcs automobiles. Grâce à ses quatre piliers – Vehicle Claims (Gestion des sinistres), Vehicle Repair (Réparation des véhicules), Vehicle Solutions (Solutions pour les véhicules), et Fleet Solutions (Solutions pour les flottes) – Solera regroupe de nombreuses marques reconnues dans l'écosystème du cycle de vie des véhicules, notamment Identifix, Audatex, DealerSocket, Omnitracs, eDriving/Mentor, Explore, CAP HPI, Autodata et d'autres. A l'ère du digital, Solera permet à ses clients de réussir en leur fournissant une solution unique qui optimise leur activité, en leur offrant des analyses basées sur des données et en améliorant l'engagement des clients, ce qui permet, d'après Solera, d'aider ses clients à stimuler les ventes, de fidéliser les clients et d'améliorer les marges. Solera compte plus de 300,000 clients et partenaires dans plus de 100 pays.

Pour plus d'informations, consultez solera.com

