

BILAN

NUMÉRO 193
DU 16 NOVEMBRE
AU 29 NOVEMBRE 2005
Fr. 6.- € 4.-



LIBÉRAL? 52
Le classement des
politiciens romands.

**CARTEL
DES LIBRAIRES** 62
Qui le fera sauter?

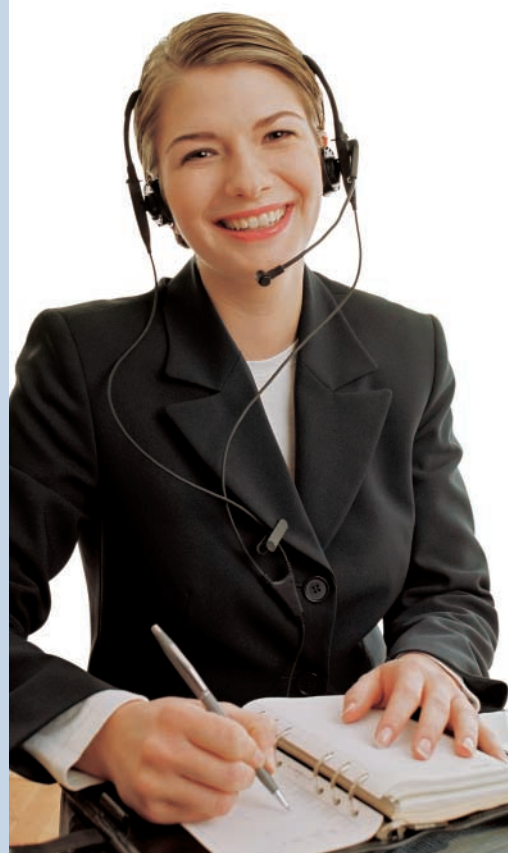


MILLIONNAIRE 89
Comment les
banques conseillent
les nouveaux clients.

CAISSES MALADIE

- Celles qui vous choient
- Celles qui vous maltraitent p. 40

Notre test exclusif





assurance

CAISSES MALADIE

Celles qui
vous choient
Celles qui
vous maltraitent



Les primes maladie ont encore augmenté: c'est le moment de changer de caisse. Une opération qui ne devrait poser théoriquement aucun problème aux assurés. Nous avons fait le test. Et les résultats laissent songeurs.

CLASSEMENT GÉNÉRAL

1	Concordia	5,37
2	Swica	5,15
3	Atupri	5,08
4	Helsana	5,06
5	Groupe Mutuel	4,79
	Moyenne	4,67
6	Intras	4,61
7	CSS	4,57
8	Sanitas	4,54
9	CPT/KPT	4,51
10	Wincare	4,24
11	Assura	4,07
12	Visana	4,01



Par Jean-Raphaël Fontannaz

Tout un chacun a entendu ces doléances évoquant des caisses maladie qui sont justement aux abonnés absents quand revient la période où les assurés peuvent changer de caisse. Ou encore, cette histoire fameuse d'une assurance qui avait déplacé sa réception dans les étages supérieurs d'un immeuble sans ascenseur. Sans doute pour décourager les personnes âgées de venir s'y inscrire. Dans une variante plus époustouflante encore, la rumeur veut que le poste à l'accueil ait été tenu par un réfugié tamoul – ce qui ne saurait évidemment être critiqué – ne s'exprimant malheureusement qu'en anglais! →

Caisses maladie: celles qui vous choient, celles qui vous maltraitent

Concordia en tête

Avec l'aide de l'Institut Mediactif de Vevey, Bilan a voulu savoir comment les principales caisses du pays traitent leurs assurés potentiels. Résultat: c'est Concordia qui affiche la meilleure moyenne. «La note globale de cette caisse (5,37 sur un maximum de 6) atteste d'un haut niveau qualitatif», analyse Adrienne Rossetti, responsable du projet chez Mediactif. Swica suit à une petite longueur (5,15), tandis qu'Atupri (5,08) et Helsana (5,06) sont dans un mouchoir pour la médaille de bronze. Le Groupe Mutuel, avec 4,79, fait encore mieux que la moyenne de l'ensemble des caisses (4,67). Vient ensuite un quatuor groupé (Intras, CSS, Sanitas et CPT) dans des mentions «assez bien». Wincare (4,24) en revanche est déjà un peu détachée tandis qu'Assura (4,07) et Visana (4,01)

dépassent de justesse la barre fatidique du 4. «Le premier constat est plutôt positif. Sur la base des seize paramètres considérés, regroupés en quatre critères principaux, on se rend compte qu'il n'y a pas de mouton noir puisque toutes les assurances interrogées atteignent la moyenne», commente Michel Voisard, directeur de Mediactif.

«Il est même plutôt réjouissant de signaler que nous n'avons remarqué aucune différence significative liée aux scénarios joués. Même lorsqu'il s'agissait, dans le cas d'une personne âgée de 82 ans, d'une assurée à potentiellement très mauvais risque», ajoute Adrienne Rossetti. En outre, les montants des primes annoncées étaient en principe exacts. «Mais nous avons quand même constaté, ici ou là, des variations de quelques francs selon l'interlocuteur atteint», commente encore la responsable de l'étude.

Problèmes de langue

Parmi les caisses considérées, seule la CPT s'est avérée régulièrement difficile à joindre. Plusieurs fois, les enquêtrices sont tombées sur des répondeurs. Et même quand quelqu'un est enfin en communication, tout n'est pas résolu. «J'ai dû composer trois numéros de téléphone différents et parler ensuite à trois personnes avant d'obtenir les tarifs souhaités. Cela fait quand même beaucoup», témoigne une enquêtrice de Mediactif.

Ses collègues ont en outre parfois été confrontées à de véritables difficultés liées à la langue. Hasard des choses ou conséquence de la remarque précédente, c'est à nouveau la CPT qui fait mauvaise figure: «Les personnes qui y prennent les communications téléphoniques sont régulièrement de langue maternelle suisse allemande et

Médiactif: la méthode des «appels mystère»

Institut spécialisé dans la relation clients, la société Mediactif à Vevey a développé une méthode participative permettant d'évaluer la qualité de l'accueil ainsi que la prise en charge des interlocuteurs dans le cadre d'une demande téléphonique de renseignements.

Demandes téléphoniques «Pour évaluer les douze principales caisses maladie du pays, chacune a reçu, entre le 4 et le 11 octobre, une dizaine d'«appels mystère» correspondant à quatre scénarios différents», explique Michel Voisard, directeur de Mediactif. «Les enquêtrices ont téléphoné en se présentant comme une jeune femme célibataire de 25 ans, comme une famille de quatre personnes (parents dans la quarantaine avec une fille de 12 et un garçon de 15 ans), comme femme seule de 66 ans et enfin comme une veuve de 82 ans», précise Adrienne Rossetti, responsable du projet.

Quatre critères d'analyse A chaque fois, les téléphonistes ont demandé des renseignements de prix en réclamant aussi des détails sur la franchise minimale (300 francs pour les adultes, 0 pour les enfants) ou maximale (2500 et 600 francs). «Le téléprofil que Mediactif a développé se fonde sur quatre critères principaux: la sympathie, l'efficacité, le professionnalisme et l'esprit client. Ces paramètres sont appréciés pour chacun des interlocuteurs qui intervient lors de l'appel», détaille Adrienne Rossetti (voir aussi l'infographie en page 45).

elles ont de la peine à s'exprimer correctement en français.» Apparemment, cette caisse maladie reste toujours très (trop) attachée à ses origines bernoises.

A la CSS, l'horaire paraît devenir parfois très flexible. Un appel passé à 16 h 40 est tombé sur un message indiquant des heures d'ouverture des bureaux «de 8 heures à midi et de 14 à 17 heures»! Chez Sanitas, on trouve certes toujours un interlocuteur, mais il faut s'armer de patience. «Dans deux cas, l'attente d'une réponse a duré près de quatre minutes et demie», remarque Adrienne Rossetti.

Refus de communiquer les tarifs

Alors que cela devrait faire partie du service minimal aux (futurs) assurés, cer- ➔

1 CONCORDIA

RANG	1
NOTE GLOBALE	5,37
NOMBRE D'ASSURÉS	541 000
Sympathie	5,80
Efficacité	5,44
Professionalisme	5,27
Esprit client	4,96

Points forts
L'attitude est toujours très sympathique envers l'assuré. Les réponses sont efficaces, même si elles pourraient être plus rapidement données. L'information est professionnelle. Le collaborateur néglige toutefois régulièrement de préciser quel suivi est à prévoir. C'est le meilleur traitement de toutes les caisses maladie interrogées.

Points faibles
L'attention portée au nouvel assuré potentiel est bonne. Mais l'entretien pourrait être mieux personnalisé.

Perle téléphonique
«La collaboratrice a vraiment pris le temps pour me répondre. Agréable et polie, elle m'a proposé de réfléchir avant de me décider et de ne pas hésiter à rappeler si nécessaire.»

2 SWICA

RANG	2
NOTE GLOBALE	5,15
NOMBRE D'ASSURÉS	504 000
Sympathie	5,07
Efficacité	5,84
Professionalisme	4,73
Esprit client	4,94

Points forts
Le service téléphonique est particulièrement efficace: délai pour le transfert, rapidité de la réponse, temps pour la recherche et clarté des informations, tout est excellent. Si l'accueil est généralement bon, l'attitude générale pourrait mieux engager au dialogue.

Points faibles
Le professionnalisme pourrait être amélioré. En particulier pour les indications concernant la personne vers qui l'appel est transféré. Les interlocuteurs oublient trop souvent de synthétiser le suivi de l'information.

Perle téléphonique
«La collaboratrice est très impliquée et continue de me parler pendant ses recherches, tout en s'excusant du temps que cela prend.»

3 ATUPRI

RANG	3
NOTE GLOBALE	5,08
NOMBRE D'ASSURÉS	131 000
Sympathie	5,79
Efficacité	5,93
Professionalisme	4,08
Esprit client	4,52

Points forts
La clarté des informations est sans reproche et celles-ci sont délivrées dans les meilleurs délais. Cette belle efficacité n'empêche pas un contact sympathique et chaleureux tant à l'entame de la conversation téléphonique qu'à sa conclusion.

Points faibles
Les collaborateurs peinent à s'annoncer clairement et rechignent à reformuler les demandes afin d'en assurer la bonne compréhension. Ils oublient aussi de résumer en conclusion la situation, les actions à entreprendre et les délais à respecter.

Perle téléphonique
«Je me suis sentie bienvenue et à l'aise car l'interlocuteur a pris le temps nécessaire pour donner des informations claires.»

4 HELSANA

RANG	4
NOTE GLOBALE	5,06
NOMBRE D'ASSURÉS	913 000
Sympathie	5,60
Efficacité	5,30
Professionalisme	4,75
Esprit client	4,59

Points forts
Tant la sympathie que l'efficacité, le professionnalisme et l'esprit client s'avèrent de bon niveau, mais les trois derniers critères sont à chaque fois pénalisés par une faiblesse ponctuelle (lire ci-dessous).

Points faibles
Au niveau de l'efficacité, l'exigence de décrocher avant la quatrième sonnerie n'est régulièrement pas remplie. L'information sur le suivi des opérations est totalement défailante. Les collaborateurs peinent aussi à personnaliser l'entretien.

Perle téléphonique
«La collaboratrice n'était pas très concentrée: elle m'a demandé mon numéro d'assurée alors que je venais de lui expliquer que je n'étais pas cliente chez Helsana.»

5 Groupe Mutuel

RANG	5
NOTE GLOBALE	4,79
NOMBRE D'ASSURÉS	680 000
Sympathie	4,66
Efficacité	6,00
Professionalisme	4,46
Esprit client	4,06

Points forts
Gérées via un call center, avec un numéro 0848 (tarif interurbain normal), les réponses du Groupe Mutuel s'avèrent d'une efficacité sans pareille, tant pour la rapidité que pour la clarté des opérations.

Points faibles
Le professionnalisme défaille sur le suivi des opérations. Idem pour la motivation et, surtout, pour la capacité de personnaliser l'entretien en impliquant l'appelant dans la conversation.

Perle téléphonique
«La collaboratrice s'est montrée très intéressée (pourquoi je désire quitter ma caisse, si j'ai trouvé moins cher ailleurs), mais je ne me suis pas sentie écoutée: j'ai dû répéter trois fois mon canton de domicile et mon numéro postal.»

6 INTRAS ASSURANCES

RANG	6
NOTE GLOBALE	4,61
NOMBRE D'ASSURÉS	368 000
Sympathie	5,12
Efficacité	5,37
Professionalisme	3,86
Esprit client	4,10

Points forts
Les renseignements sont dispensés de façon efficace, même si la rapidité de la réponse et sa clarté pourraient encore être améliorées. La recherche d'informations et le transfert de communication sont efficaces.

Points faibles
Au niveau du professionnalisme, les lacunes sont importantes. En particulier, les téléphonistes ne donnent guère d'informations sur la personne vers qui l'appelant va être aiguillé. Une fois sur cinq, il faut passer l'appel à un troisième collaborateur.

Perle téléphonique
«En composant le numéro principal de Genève, je me suis fait rembarrier sur un ton sec: «Vous êtes ici à la direction, il faut appeler notre agence au N° XY!»

Caisses maladie: celles qui vous choient, celles qui vous maltraitent

taines caisses ont refusé de communiquer leurs tarifs. Le cas de Wincare illustre une véritable inadéquation de ses primes au marché: même les collaborateurs de la caisse ont carrément conseillé de s'assurer auprès de la concurrence. Quel que soit d'ailleurs l'âge de la personne qui appelait. On a ainsi suggéré d'aller voir du côté du Groupe Mutuel sur Vaud ou d'Intras à Genève. «Pour les assurances complémentaires, cela va encore, mais pour l'assurance de base, nous sommes ce qu'il y a de plus cher. Je suis quelqu'un d'honnête: je ne veux pas me fâcher avec les gens», lâchera, visiblement dépité, un employé de Wincare.

Chez CPT, on veut bien donner les prix, mais seulement par le canal d'un conseiller qui rappellera. Attitude un peu

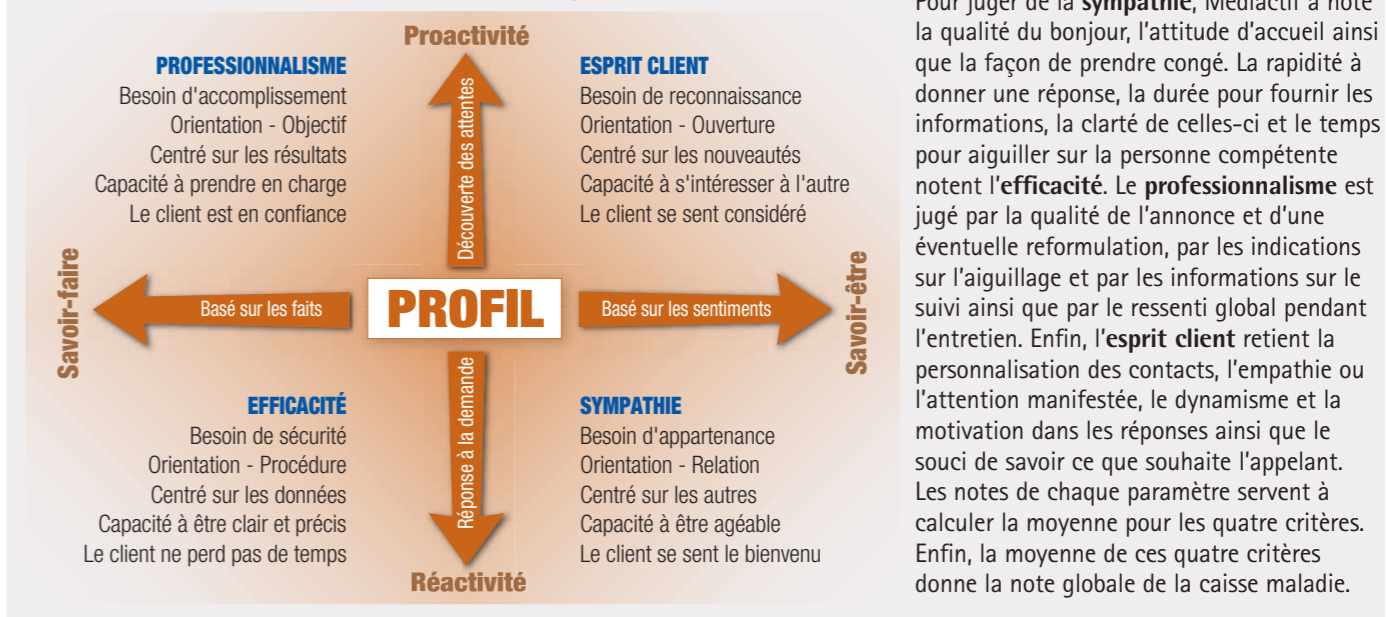
analogue chez Sanitas, où l'indication des tarifs n'a, dans un cas, pas pu être obtenue par téléphone. «On a catégoriquement refusé de me les communiquer directement et on m'a presque obligée à transmettre mon adresse pour m'envoyer une offre écrite», relève une autre enquêtrice de Mediactif. Résultat: une grosse enveloppe (386 grammes!) dont la documentation vise surtout à présenter les offres de complémentaires.

La tentation des complémentaires

«Même si ce n'était pas l'objet de notre enquête, c'est sans doute l'un des points sensibles, voire discutables de beaucoup des conversations menées: alors qu'on ne de-

mandait que des tarifs de base, les agents d'assurance essaient souvent de placer, dans la foulée, des propositions pour des complémentaires. On peut le comprendre du point de vue entrepreneurial des caisses. Sous l'angle éthique, c'est sûrement moins net. Surtout quand on traite avec des personnes d'un certain âge», fait remarquer Michel Voisard. Dans ce genre de tactique, la CSS semble avoir la technique la plus habile: ses collaborateurs n'hésitent pas à proposer un rendez-vous à domicile pour analyser plus en détail la situation de l'assuré. En cas d'acceptation, c'est presque à coup sûr un contrat gagné. Sinon pour l'assurance de base, en tout cas pour des couvertures complémentaires. Un assuré averti en vaut deux! Pour mémoire, il reste une dizaine de jours pour changer de caisse. →

LE MODÈLE D'ANALYSE MEDIACTIF *Baromètre de la qualité de l'accueil*



Pour juger de la **sympathie**, Mediactif a noté la qualité du bonjour, l'attitude d'accueil ainsi que la façon de prendre congé. La rapidité à donner une réponse, la durée pour fournir les informations, la clarté de celles-ci et le temps pour aiguiller sur la personne compétente notent l'**efficacité**. Le **professionnalisme** est jugé par la qualité de l'annonce et d'une éventuelle reformulation, par les indications sur l'aiguillage et par les informations sur le suivi ainsi que par le ressenti global pendant l'entretien. Enfin, l'**esprit client** retient la personnalisation des contacts, l'empathie ou l'attention manifestée, le dynamisme et la motivation dans les réponses ainsi que le souci de savoir ce que souhaite l'appelant. Les notes de chaque paramètre servent à calculer la moyenne pour les quatre critères. Enfin, la moyenne de ces quatre critères donne la note globale de la caisse maladie.

7 **CSS**

RANG	7
NOTE GLOBALE	4,57
NOMBRE D'ASSURÉS	974 000

Sympathie	Efficacité	Professionalisme	Esprit client
5,17	4,18	4,29	4,65

Points forts
La qualité de l'accueil et l'attitude générale sont positives. Il y a en revanche un relâchement sensible au moment de la prise de congé.

Points faibles
La recherche d'informations est lente. Alors qu'il faudrait pouvoir donner le renseignement requis en 30 secondes au maximum, il arrive à la CSS que le client doive patienter jusqu'à 80 secondes sans rien entendre. Les indications concernant le transfert de l'appel à un spécialiste sont aussi lacunaires.

Perle téléphonique
«Dans une conversation amicale, voire familière, souvent émaillée de «ouais», «euh» ou «bof», le collaborateur a assuré qu'il me faisait une fleur (!) en me donnant les tarifs de primes...»

8 **sanitas**

RANG	8
NOTE GLOBALE	4,54
NOMBRE D'ASSURÉS	371 000

Sympathie	Efficacité	Professionalisme	Esprit client
5,12	5,12	3,65	4,26

Points forts
L'accueil téléphonique est sympathique et l'efficacité correcte, quand bien même la rapidité reste sujette à amélioration. En revanche, de tout le panel, c'est chez Sanitas que l'on sait le mieux personnaliser les entretiens.

Points faibles
Les transferts téléphoniques en interne sont régulièrement problématiques. Non seulement on ne précise pas à qui l'appel va être passé, mais encore la mise en attente musicale peut s'avérer très longue, jusqu'à 4 minutes et demie.

Perle téléphonique
«Si je n'avais pas spontanément précisé l'âge de mes enfants (12 et 15 ans), le collaborateur allait me communiquer les primes pour jeunes de 18 à 26 ans.»

9 **KPT CPT**

RANG	9
NOTE GLOBALE	4,51
NOMBRE D'ASSURÉS	321 000

Sympathie	Efficacité	Professionalisme	Esprit client
5,14	4,50	4,34	4,08

Points forts
Les explications sur le suivi sont clairement les meilleures de tout l'échantillon considéré. La situation, les actions et les délais sont clairement résumés: l'assuré sait ce qu'il doit faire. L'accueil est sympathiquement correct.

Points faibles
La coordination entre collaborateurs est lente: il faut souvent plus que les 30 secondes considérées comme normales pour que le second employé reprenne la ligne.

Perle téléphonique
«Ma nouvelle interlocutrice ne connaît pas le nom de la collaboratrice que j'ai eue lors de mon premier appel, alors même que celle-ci s'était présentée comme la conseillère régionale pour le canton de Vaud.»

Par critère: les meilleures et les pires caisses

1 Sympathie: Concordia et Atupri très attentionnées

Pour l'accueil et la prise de congé, les assurances sont bonnes élèves: leur moyenne globale frise le 5. Concordia (5,80) et Atupri (5,79) dégagent le plus d'empathie. Helsana n'est pas loin (5,60). Wincare (4,02) et surtout Assura (3,60) doivent mettre un peu de liant dans leur communication.

2 Efficacité: le sans-faute du Groupe Mutuel

Les caisses n'ont pas grand-chose à apprendre non plus en matière d'efficacité.

Avec 5,33, leur moyenne est excellente. Le Groupe Mutuel fait même un sans-faute, avec la note idéale de 6, juste devant Atupri (5,93). CSS surtout (4,18), mais aussi CPT (4,50) et Visana (4,55) ont en revanche toujours des progrès à faire.


3 Professionalisme: Concordia s'impose

C'est par le professionnalisme de son travail que la Concordia (5,27) a fait la différence. L'écart sur la concurrence est sensible, plus d'un demi-point d'avance sur Helsana (4,75). La majorité des caisses sont à la peine: cinq figurent même en des-

sous du 4 fatidique. Les pires: Sanitas (3,65), Wincare (3,60) et Assura (3,55). Sans surprise, la moyenne se traîne en conséquence à un très modeste 4,18.

4 Esprit client: Concordia et Swica pensent client

Pour beaucoup d'assurances, l'orientation ciblée sur le client souffre également encore. Aucune caisse ne parvient à une «bonne» note (5): Concordia (4,96) et Swica (4,94). A l'autre extrême, trois sont sous la barre: Wincare (3,54), Assura (3,43) et Visana (3,19). La moyenne globale (4,19) est aussi faible que pour le critère précédent. ■



RANG	10
NOTE GLOBALE	4,24
NOMBRE D'ASSURÉS	274 000

Sympathie	Efficacité	Professionalisme	Esprit client
4,02	5,79	3,60	3,54

Points forts


Le niveau d'efficacité est excellent. Bémol à cette qualité: il faut souvent plusieurs étapes (lire ci-dessous) avant de tomber sur le collaborateur qui maîtrise justement bien le dossier.

Points faibles

L'accueil est régulièrement plutôt frais. Et trop souvent (une fois sur quatre), le second interlocuteur doit passer l'appel à un ou une collègue pour que l'on puisse obtenir les informations requises.

Perle téléphonique

«La personne au bout du fil refuse de me donner les tarifs. Son argument: «Je suis partisan de vendre ce qui est vendable. Je vous conseille donc d'aller voir au Groupe Mutuel car Wincare est trop chère sur Vaud.»



RANG	11
NOTE GLOBALE	4,07
NOMBRE D'ASSURÉS	386 000

Sympathie	Efficacité	Professionalisme	Esprit client
3,60	5,73	3,55	3,43

Points forts


Les renseignements sont fournis de façon rapide, claire et concise. Dommage que le ton (lire ci-dessous) ne suive pas l'efficacité de cette musique.

Points faibles

Le ton est froid, voire presque glacial. Pratiquement pas de marqueur de sympathie dans la conservation. Jamais plus d'une fois un «Monsieur» ou «Madame» pendant l'appel. Les indications sur le transfert téléphonique et les informations sur le suivi à envisager sont lacunaires.

Perle téléphonique

«L'entretien est expéditif: on me coupe la parole. Le ton est très neutre, sans empathie, mais les informations sont claires et rapides. La prise de congé est plutôt soignée.»



RANG	12
NOTE GLOBALE	4,01
NOMBRE D'ASSURÉS	435 000

Sympathie	Efficacité	Professionalisme	Esprit client
4,33	4,55	3,98	3,19

Points forts

L'organisation est très efficace: à chaque coup de fil, la personne qui décroche le téléphone s'avère capable de donner les informations requises. Qui plus est de façon efficace, rapide et précise.

Points faibles

En revanche, l'esprit client n'y est pas: peu d'attention ou de questions propres à élucider la situation de l'assuré dans une conversation qui pêche par manque de dynamisme.

Perle téléphonique

«La collaboratrice avait commencé à me donner les tarifs de Lausanne. C'est seulement quand j'ai demandé si le lieu de domicile avait une importance qu'elle s'en est inquiétée. La prise de congé a été le seul moment sur un ton chaleureux!»