

# >>> Portima : une nouvelle identité visuelle pour une société en pleine transformation

*Le 17 septembre dernier, Portima organisait un événement digital au cours duquel Jan Peeters, CEO, et ses collaborateurs ont dévoilé la profonde transformation actuellement en cours au sein de l'entreprise. Une transformation qui passe également par une nouvelle identité visuelle...*



Jan Peeters, CEO Portima

Jan Peeters revient pour nous sur les principales annonces qui ont été faites.

**Bonjour Jan, Portima arbore aujourd'hui de nouvelles couleurs et un nouveau logo. Pourquoi ce changement ?**

Beaucoup de choses ont évolué chez Portima ces derniers temps : nous avons redéfini nos engagements, revu notre mission, adapté notre méthode de travail, changé la manière de penser nos produits...



Nous sommes occupés à construire quelque chose de nouveau, ensemble, avec nos courtiers. Car c'est ensemble que nous sommes plus forts. Nous sommes plus interconnectés, plus liés que jamais avec eux, sur le plan humain et digital.

Ce changement, nous avons voulu le concrétiser au travers d'une nouvelle identité visuelle qui correspond à ce que nous sommes aujourd'hui et ce que nous serons demain. Ainsi, les deux cercles de notre nouveau logo reflètent pleinement l'interconnexion avec nos clients.

## En parlant de connexion, vous avez également décidé de renommer AS/Web...

Oui, effectivement. Notre logiciel de communication et de connexion s'appelle désormais Portima Connect. Ce nouveau nom présage un nouvel avenir pour notre logiciel. Nous sommes en train de le redévelopper pour qu'il soit prêt à évoluer vers d'autres services. Par exemple, étendre les échanges en temps réel avec les compagnies. Mais pour cela, nous devons employer une technologie plus moderne (API). Ainsi, on pourrait envisager pour la branche 23 que le courtier consulte directement, auprès de la compagnie, la valeur actualisée d'un contrat. Le courtier pourrait alors répondre immédiatement à ses clients. Nous voulons être prêts pour ce futur, c'est pourquoi, nous nous y préparons dès aujourd'hui.

## Et du côté de Brio, qu'en est-il ?

Ici aussi, de grands changements sont en cours. L'interconnexion avec nos clients est plus tangible que jamais. Si Brio est déjà très complet, nous voulons faire encore mieux. Et pour cela, nous sommes conscients que nous avons besoin de nos courtiers.



Nous avons donc créé un groupe stratégique composé d'experts de Brio et de courtiers. Ils se réunissent 1 fois par mois et, ensemble, construisent l'avenir de Brio. Grâce à notre nouvelle méthode de travail, nous avons pu inclure nos clients en amont de nos développements, ce qui va permettre à nos produits de mieux répondre aux besoins de nos clients, en tenant compte de la réalité du terrain.

Nous voulons que le courtier puisse effectuer toutes ses opérations d'assurances dans les délais les plus brefs. Et pour cela, nous voulons automatiser au maximum les opérations à effectuer. Notre objectif est que Brio guide vraiment le courtier dans les divers processus en présentant des écrans dynamiques comprenant uniquement les données pertinentes. Nous voulons faire de Brio un véritable assistant pour le courtier.

Le groupe stratégique a commencé à travailler sur le processus de vente. Les courtiers qui y participent testent d'ailleurs déjà les premiers écrans qui arriveront chez tous nos clients à la fin de l'année. Par ailleurs, les premières bases d'un module de multi-tarifcation ont été posées. D'ici quelques mois, nos clients pourront également en disposer. Et bien sûr, tout cela n'est qu'un début.

## Les apps de Brio ont également subi un lifting ?

Nous avons rebaptisé App4Broker en Brio Mobile, pour la cohérence de notre ligne de produits. Mais notre priorité cette année, c'est MyBroker. C'est l'outil qui permet aux courtiers de faire la différence auprès de ses clients. Des études nous ont montré que, pour le type de fonctionnalités proposées par MyBroker, le PC reste l'outil préféré du client final. Nous avons donc redéveloppé la version web de MyBroker. Pour l'améliorer, nous sommes allés à la rencontre des clients finaux. Le résultat est sans appel : les écrans sont beaucoup plus clairs pour les utilisateurs. Ils retrouvent plus facilement les informations qu'ils recherchent. De plus, nous avons intégré itsme, une application connue du grand public. Ce sera donc beaucoup plus simple pour l'utilisateur de se connecter à MyBroker. Enfin, et c'est une grande nouveauté, MyBroker a désormais pour icône le logo de Brocom, la marque du courtier professionnel, de plus en plus connue du grand public. Je pense qu'il s'agit là d'avancées majeures, qui aideront le client final à adopter complètement MyBroker et favoriseront les échanges avec son courtier via ce canal.

**Merci beaucoup pour toutes ces informations.**

Vous avez manqué notre événement digital ?  
Pas de problème !  
Revivez ce moment avec nous en scannant ce QR code ➡

