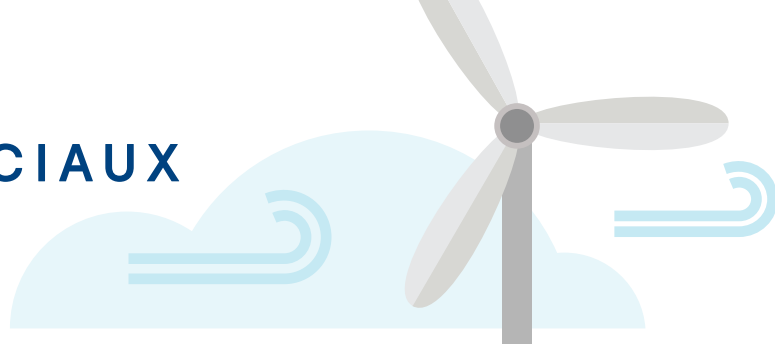


DES AVANTAGES SOCIAUX À MA FAÇON S.V.P.!



Les consommateurs peuvent recevoir la plupart des produits et services en l'espace de quelques heures ou de quelques jours grâce à quelques clics sur leur téléphone intelligent. Nous vivons maintenant dans l'instantanéité et la satisfaction rapide de nos besoins. La plupart des industries se sont adaptées à notre façon de vivre, à l'exception du secteur des soins de santé, dont le modèle de prestation initial n'a pas beaucoup évolué depuis son instauration.

Pour demeurer concurrentielles dans la course aux talents, les organisations devront fournir les soins de santé d'une manière qui reflète davantage l'approche démocratique de Google axée sur le consommateur plutôt que le modèle désuet encore utilisé aujourd'hui (et qui date des années 60). Il s'agira d'un grand bond en avant pour le secteur, et la technologie sera un vecteur important.

JE VEUX TOUT, TOUT DE SUITE

Les consommateurs sont de plus en plus habitués à faire leurs propres choix parmi une vaste sélection d'options et à profiter de leurs achats immédiatement. Bon nombre d'entre eux souhaiteraient bénéficier de la même liberté quant à leurs soins de santé, pour trouver un menu de soins plus varié et à meilleurs coûts, accéder à de meilleurs services, obtenir des réponses rapides et plus encore.

Nous n'y sommes pas encore parvenus, mais d'ici 2025, le contexte des soins de santé devrait se transformer radicalement pour devenir davantage convivial pour le consommateur. Vraiment.

DONNÉES FACTUELLES

On s'attend à ce que les programmes d'assurance collective soient bientôt réellement adaptables aux besoins uniques de chaque employé, en fonction de données. Divers points de données des participants seront liés, ce qui permettra de déterminer les composantes individualisées du régime qui répondent le mieux aux besoins du participant en fonction de son style de vie, de son historique de santé, des coûts et plus encore. Voici des exemples de variables qui entreront en ligne de compte pour dresser un portrait clair de chaque employé :

- **Dispositifs « prêts-à-porter »** : Des chercheurs ont créé des technologies prêt-à-porter, qui peuvent s'attacher aux poignets, aux bras et à d'autres parties du corps et ressembler à des montres, des lunettes, des vêtements et mêmes des bijoux. Ces technologies permettent aux consommateurs de capter leurs signes vitaux grâce à des senseurs et de transmettre ces données électroniquement à leur médecin afin de faciliter le diagnostic, le traitement et la gestion de diverses maladies.
- **Technologie mobile** : Les consommateurs, les régimes de soins de santé et les médecins peuvent faire le suivi du niveau d'activité et de l'alimentation d'un participant, et plus encore.
- **Tests génétiques** : Les tests biologiques aident à déterminer les prédispositions à certaines maladies ainsi que les protocoles de traitement optimaux.
- **Évaluation des risques pour la santé** : Les médecins peuvent cibler certains facteurs de risque chez les patients afin d'améliorer les mesures préventives.
- **Données individuelles sur les demandes de règlement** : L'historique permet de voir l'utilisation que font les participants de leurs avantages sociaux, les protections utilisées ainsi que le profil coûts-protections.

- **Données démographiques individuelles :** Ces données indiquent les services de santé les plus appropriés à certaines étapes de la vie de chaque participant et comparent/contrastent les soins par rapport à ceux d'autres grappes démographiques similaires.

ÉLABORATION D'UN PROGRAMME D'AVANTAGES SOCIAUX PRÉDICTIF

Une fois les données de variables multiples obtenues, l'information peut être regroupée pour chaque participant afin d'élaborer un programme d'avantages sociaux réellement individualisé tenant compte du mode de vie. D'autres éléments sont également pris en considération, notamment les facteurs de risque, les avantages qui comptent le plus aux yeux du participant dans le programme actuel, les besoins liés à l'étape de sa vie, son aversion aux coûts et plus encore.

Nous sommes d'avis que d'ici 2025, les employés n'auront plus à jouer aux devinettes lorsqu'il s'agira de choisir les avantages sociaux pour l'année à venir. Ils pourront consulter une feuille de route prédictive traçant un programme optimal conçu pour eux, fondé sur des données.

Nous ne nous attendons pas à ce que ce virage soit initié par l'État ni par la majorité des organisations offrant des programmes d'avantages sociaux. Les consommateurs (employés) graviteront plutôt vers les organisations offrant une sélection d'avantages sociaux moderne et adaptable. Les milléniaux et les entreprises progressistes partiront le bal, mais compte tenu de la vitesse de circulation de l'information, d'autres travailleurs, entreprises concurrentes et régimes tournés vers l'avenir emboîteront le pas.

Qu'on le veuille ou non, c'est ce vers quoi nous nous dirigeons en tant que société. De plus en plus de vendeurs utilisent la technologie pour prédire les habitudes et préférences de magasinage. D'ici 2025, les employés d'entreprises qui accusent un retard à ce chapitre se demanderont pourquoi

ils devraient travailler pour un employeur qui leur dicte quoi prendre comme avantages sociaux tandis qu'il en existe d'autres qui leur demanderont ce dont ils ont besoin réellement (ou du moins, leur montreront ce qui leur conviendrait le mieux, d'après leur profil).

Il est possible de rendre le processus de sélection des avantages sociaux plus personnalisable qu'il ne l'est aujourd'hui. La liste suivante peut aider les employeurs à prendre de l'avance plutôt que d'attendre à 2025.

1. **Maîtriser ses données :** Les employeurs devront reconnaître l'importance des données, savoir comment en faire la collecte et comment les utiliser.
2. **Connaître ses employés :** Connaissez-vous réellement vos employés, leurs désirs, leurs besoins et ce qui les pousse à réussir? Bien souvent, les employeurs conçoivent des programmes d'après l'idée qu'ils se font des besoins des employés, puis équilibrent le tout en fonction de leurs contraintes de coûts. De plus, ils optent souvent pour une sélection qui était populaire par le passé, sans examiner les tendances et les signaux d'alerte indiquant que cette option n'a plus de valeur aux yeux des employés. La seule façon de savoir ce que veulent réellement vos employés est de les sonder, d'utiliser les données pour suivre les tendances internes, d'effectuer des analyses comparatives par rapport à ce qui se fait dans les organisations semblables puis de faire des suivis à l'aide de sondages postérieurs à l'adhésion et des données sur les tendances d'utilisation.
3. **Saisir les occasions :** Les organisations se concentrent sur les défis, mais de multiples opportunités se cachent dans chaque situation difficile – si vous savez où et quoi chercher. Collectez des points de données provenant de plusieurs variables et utilisez l'information individuelle et collective pour vous guider dans la bonne direction.

4. **Passer au numérique :** Presque tous les jours, de nouveaux fournisseurs entrent dans le secteur de la santé numérique pour lancer de nouvelles technologies futuristes et de nouveaux appareils sur le marché.
5. **Améliorer le service à la clientèle :** Il s'agit bien plus que d'une voix amicale au téléphone (bien que pour certains, ce soit un bon point de départ). À l'ère de Google, le service à la clientèle fait référence à tout lien entre le produit ou service et l'utilisateur final. Cela comprend la facilité d'accès, l'information claire, les applications mobiles, la multiplicité des choix, les options de valeur et la personnalisation.

AMORÇONS LA DISCUSSION.

Les temps changent, mais les soins de santé ont mis du temps à évoluer. Les employés exigeront que leurs régimes de soins de santé soient adaptés à leur façon, et tout comme les entreprises qui ont pour mission de rendre l'information universellement accessible, les organisations qui offrent des avantages individualisés à chacun de leurs employés auront une longueur d'avance dans la [course aux talents](#).

À PROPOS DE MERCER

Chez Mercer, nous avons un impact sur la vie quotidienne de plus de 110 millions de gens en contribuant à l'amélioration de leur santé, de leurs avoires et de leur carrière. Nous avons pour mission d'aider nos clients et leurs employés à se bâtir un avenir plus sûr et prospère – que ce soit en concevant des régimes de soins de santé abordables, en proposant des programmes qui assurent la constitution d'un revenu de retraite ou en aidant les entreprises à se doter d'une main-d'œuvre qui répond à leurs besoins. Nous misons sur nos analyses et nos idées novatrices pour promouvoir le changement, tout en prévoyant et en comprenant les répercussions présentes et futures des décisions d'affaires sur le plan individuel. Nous abordons les besoins actuels et futurs des personnes dans une perspective d'innovation, et toutes nos idées et nos solutions reposent sur notre vision globale, nos compétences spécialisées et notre grande rigueur analytique.

Depuis plus de 70 ans, nous transformons nos idées en solutions concrètes pour améliorer la vie, le travail et la retraite des gens partout dans le monde. Chez Mercer, nous inventons l'avenir, aujourd'hui.

Pour de plus amples renseignements, consultez le site

www.mercer.ca

Soyez du débat :

Sur Twitter : @MercerCanada

Sur LinkedIn : www.linkedin.com/company/mercer-canada

