

Nous y avons été

l'argus FACTORY

Décembre 2021



Dans un contexte d'urgence (crise sanitaire, évolutions réglementaires, boum des innovations, mutations des usages clients, ...), comment les assureurs repensent-ils leurs offres et leurs organisations pour mieux accompagner leurs clients et comment adaptent-ils leurs modèles économiques pour rester compétitifs sur ce marché qui ne cesse de se transformer ?



Les tendances et enjeux du marché de l'assurance :

Orientation client

➤ Les standards de l'expérience client se sont transformés et se sont élevés, en lien avec le développement des digital natives. Les principaux facteurs clés de succès sont :

- La **confiance**



- L'**instantanéité**



- La **transparence**



- L'**accessibilité**



➤ Les attentes des clients, notamment en période de crise sanitaire, ont dépassé le cadre contractuel usuel : les assureurs doivent désormais assurer un **rôle sociétal** et se positionner en tant qu'« **accompagnateurs de vie** » **aux côtés de leurs adhérents**. Il est ainsi essentiel qu'ils favorisent une relation de proximité avec ces derniers.

➤ La création de valeur doit s'aligner avec une **responsabilité sociétale et environnementale**. L'assureur peut jouer un double rôle :

- **Prescription** : bonifier et rendre assurables les pratiques et solutions éco-responsables.

- **Prohibition** : Malusser et/ou exclure du périmètre assurable des pratiques ne répondant pas aux exigences sociétales et environnementales.

➤ L'expérience client est le reflet de l'**expérience collaborateur** : simplifier et fluidifier les processus en interne contribue à améliorer la satisfaction client.



Les tendances et enjeux du marché de l'assurance :

Transformation des organisations & SI

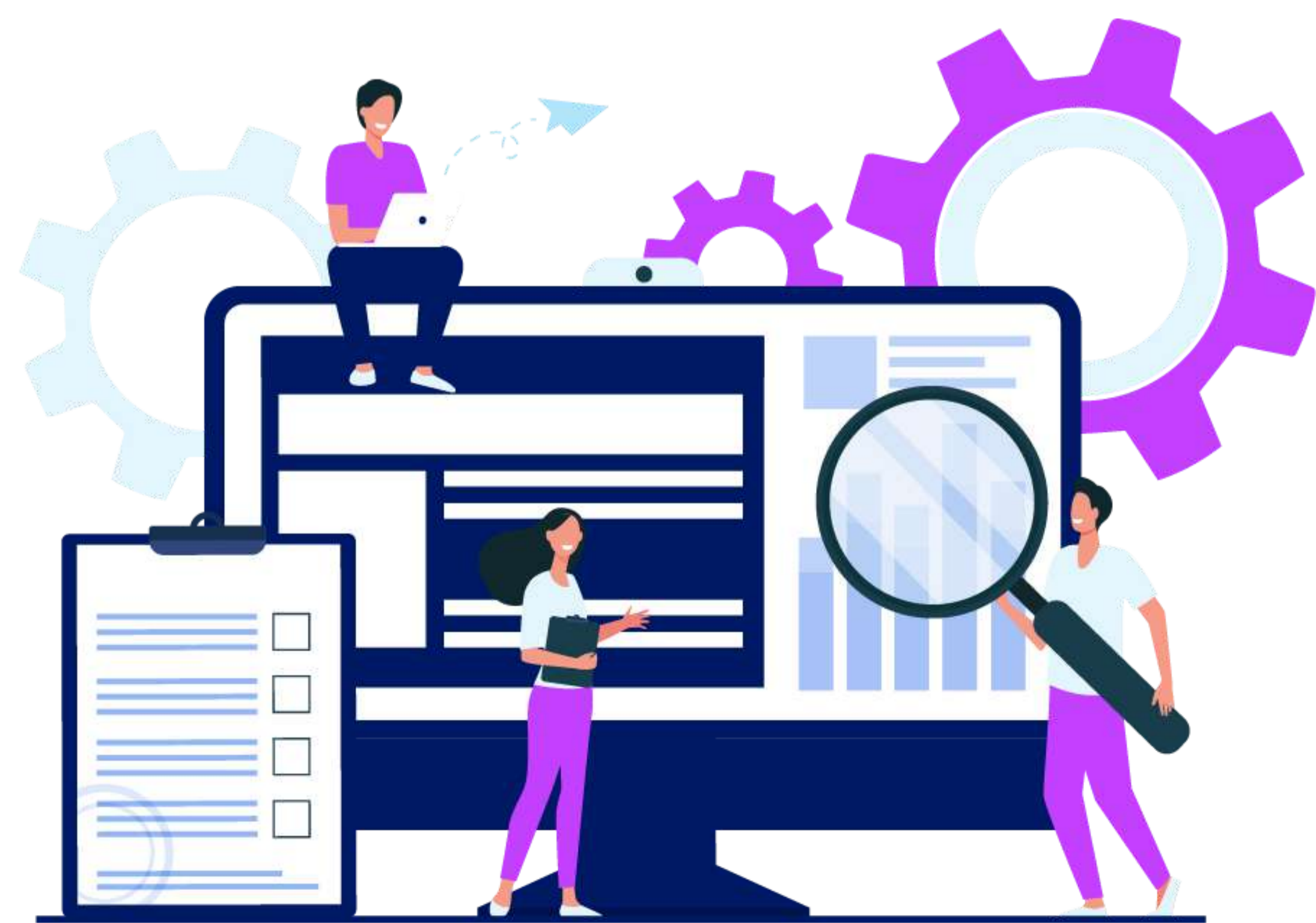
- L'usage de la data a toujours fait partie du métier d'assurance. Toutefois, l'enjeu aujourd'hui est de fiabiliser cette donnée, de la sécuriser, et de la monitorer. Il est donc essentiel de perfectionner son exploitation et d'optimiser sa structure pour la rendre agile à toute évolution d'usage.
- La maîtrise de la qualité des données s'impose comme un levier de compétitivité et de durabilité des assureurs.
- Les facteurs clés pour sécuriser la data sont :

1. Un management et une supervision dédiés

- Disposer des outils de supervision et de suivi de la donnée et mettre en place une gouvernance adaptée.
- Systématiser les contrôles et audits et s'assurer d'une traçabilité de bout-en-bout des données et de leur exploitation.
- S'intégrer dans une démarche de prévention de la faille humaine et d'amélioration continue par la sensibilisation, la formation et l'information des collaborateurs sur les enjeux et risques liés à la data.

2. Une étanchéité des données

- Définir des conditions d'accès à la donnée et fixer des consignes de stockage et d'échange (internes et externes).
- Anonymiser les données sensibles.



Les tendances et enjeux du marché de l'assurance :

Modèles émergents

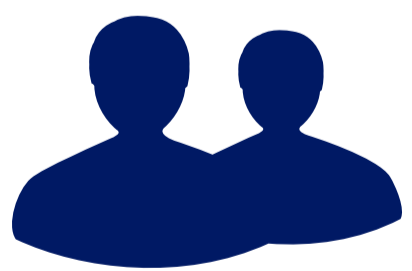
- Les attentes des clients envers leurs assureurs vont au-delà des purs produits d'assurance : l'assurance doit s'inscrire dans une **logique de plateformisation et d'ouverture à un écosystème de services pour accompagner ses clients aux différents moments de leur vie.**
- L'intégration des assureurs au sein d'écosystèmes doit passer par une **ouverture de leurs SI** afin de garantir l'interopérabilité avec leurs différents partenaires.
- Dans une logique de plateformisation et de **collaboration**, l'enjeu est de parvenir à créer de la valeur en s'appuyant à la fois sur des **assets internes** et sur un **réseau de partenaires pouvant apporter des compétences et expertises clés.**
- Les utilisateurs sont de plus en plus curieux envers les nouvelles technologies et de plus en plus agiles : leurs usages évoluent rapidement. Les assureurs doivent ainsi adopter une **approche modulaire, évolutive et personnalisée** des parcours **qu'ils proposent à leurs prospects et clients.**
- L'arrivée de nouveaux acteurs (assurtech spécialisées, etc.) accélère la transition des assureurs vers des modèles d'organisation plus agiles, enjeu clé notamment pour assurer la durabilité des collaborateurs.



4ème édition du RDV annuel des acteurs de l'assurance, organisé par l'Argus de l'assurance



1. Échanger sur les problématiques et l'avenir de l'assurance, et animer des réflexions autour des enjeux du secteur afin de répondre au mieux aux attentes de la profession.
2. Faire rencontrer et interagir les acteurs du monde de l'assurance dans une optique de co-construction et de networking.



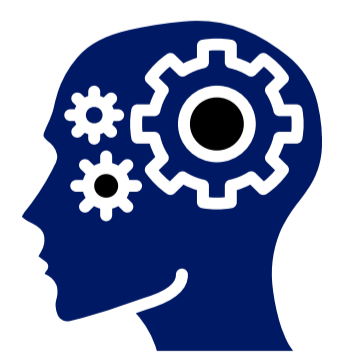
350+
participants



65
intervenants



16
keynotes



8
worklabs

Rappel des problématiques abordées :

Orientation client

1. Comment améliorer la valeur perçue pour répondre à la promesse client ?

- L'assurance, produit subi ? Redéfinir la promesse pour dépasser ce statut
- 12% des français comprennent leur contrat d'assurance : la transparence, cœur de la confiance ?
- Différenciation et compétitivité : quelle valeur ajoutée pour le client ?

2. Quelle expérience client pour anticiper et dépasser les attentes ?

- Instantanéité, personnalisation, transparence : quelle évolution des attentes client ?
- Multiplication des canaux : quels outils pour la résolution des problèmes de l'assuré ?
- CRM, co-construction, selfcare... : quel nouveau parcours client pour fidéliser ?
- Dédramatiser le paiement : quel modèle de souscription pour fluidifier les parcours ?

3. Quelle exploitation de la donnée pour une expérience client 2.0 ?

- Transactionnelle, sociodémographique, conversationnelle... quelle connaissance de la data client dans l'assurance ?
- Potentialisation de la donnée client : quel traitement pour quel ROI ?
- Révolutionnez vos instructions de dossiers pour gagner la bataille de l'expérience client.

4. Comment construire un écosystème de produits et de services pour son assuré ?

- Quels services pour faciliter et augmenter les points de contact ?
- Quelle utilisation des persona pour répondre aux mieux aux moments de vie de l'assuré ?
- Comment mettre la collecte des données au service de la prévention ?



Rappel des problématiques abordées :

Transformation des organisations & SI

1. Comment redéfinir sa stratégie de transformation autour de sa raison d'être ?

- Au-delà d'un phénomène de mode, quelle raison d'être définir ?
- Se recentrer sur sa mission : comment définir les KPI et objectifs en lien avec sa raison d'être ?
- Mobilisation des forces : par quels moyens embarquer l'entreprise ?

2. Face à des organisations de plus en plus data-centric, comment sécuriser la donnée et l'entreprise ?

- Quel cadre réglementaire pour prévenir les risques et protéger l'assuré ?
- L'unification de l'architecture, meilleur atout de la réactivité en cas d'attaque ?
- L'humain, faille cyber majeure ? Résoudre la dette humaine.

3. Quelle temporalité pour la transformation ?

- Face à des changements de plus en plus rapides, quel avenir pour les plans stratégiques à long terme ?
- Quelles leçons de la crise pour piloter la transformation ? Les atouts du management agile.
- Acculturation au digital, intelligence collective.. : sur quels piliers construire sa transformation ?

4. Comment aligner les forces autour de la DSI pour optimiser sa transformation ?

- Comment les SI ont dépassé les frontières du technique pour une meilleure collaboration avec les directions métiers ?
- Souplesse, transparence, valeur ajoutée : quels challenges techniques pour incrémenter les systèmes agiles ?
- Quel SI pour soutenir l'innovation produit et la relation client : le défi de l'agilité.



Rappel des problématiques abordées :

Modèles émergents

1. Développer une stratégie de plateforme : quels chantiers prioritaires ?

- Développer les services : comment créer de la valeur autour des produits ?
- Construire des SI "ouverts", pilier indispensable pour enclencher la transformation ?
- Optimiser ses process pour favoriser la réactivité et l'agilité ?

2. L'assureur accompagnateur de vie : quelle proposition de valeur pour l'assuré ?

- Comment mettre la technologie au service de l'accompagnement en santé ?
- Les API cloud-native, ou comment proposer des services personnalisés ?
- Comment agréger des services "hors assurance" à son offre ?

3. L'agilité, nouvel avantage compétitif dans l'après-crise ?

- Tout digital, vente à distance, chaînes de valeurs... : quel modèle adopter pour répondre aux attentes clients d'instantanéité ?
- Transformation et automatisation : comment réorganiser les ressources technologiques pour gagner en compétitivité ?
- Quelle agilité opérationnelle afin de répondre aux attentes fluctuantes du marché ?

4. Quels vecteurs de spécialisation pour être plus compétitif ?

- Multi-équipement et spécialisation des savoir-faire : comment garantir le renforcement de ses expertises tout en élargissant ses activités ?
- Le choix d'un opérateur global : comment éviter de multiplier les interlocuteurs et les risques, avec un partenaire unique ?
- Crises et nouvelles réglementations : des opportunités de développement et de spécialisation ?



Retrouvez Thinkmarket sur :



Pour en savoir plus : www.itstimetoshift.consulting