

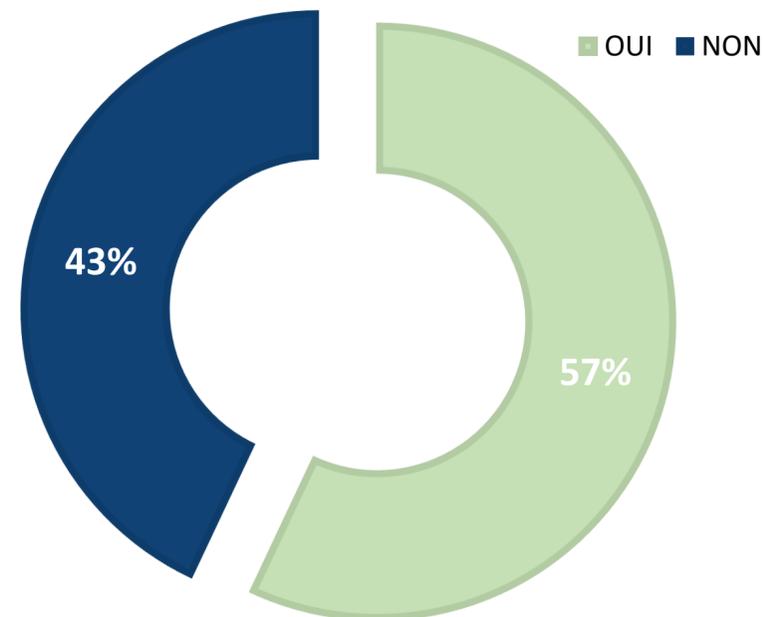
L'assurance en transformation

29 Septembre 2022

Les interactions avec l'assureur

Les contacts avec l'assureur (1/2)

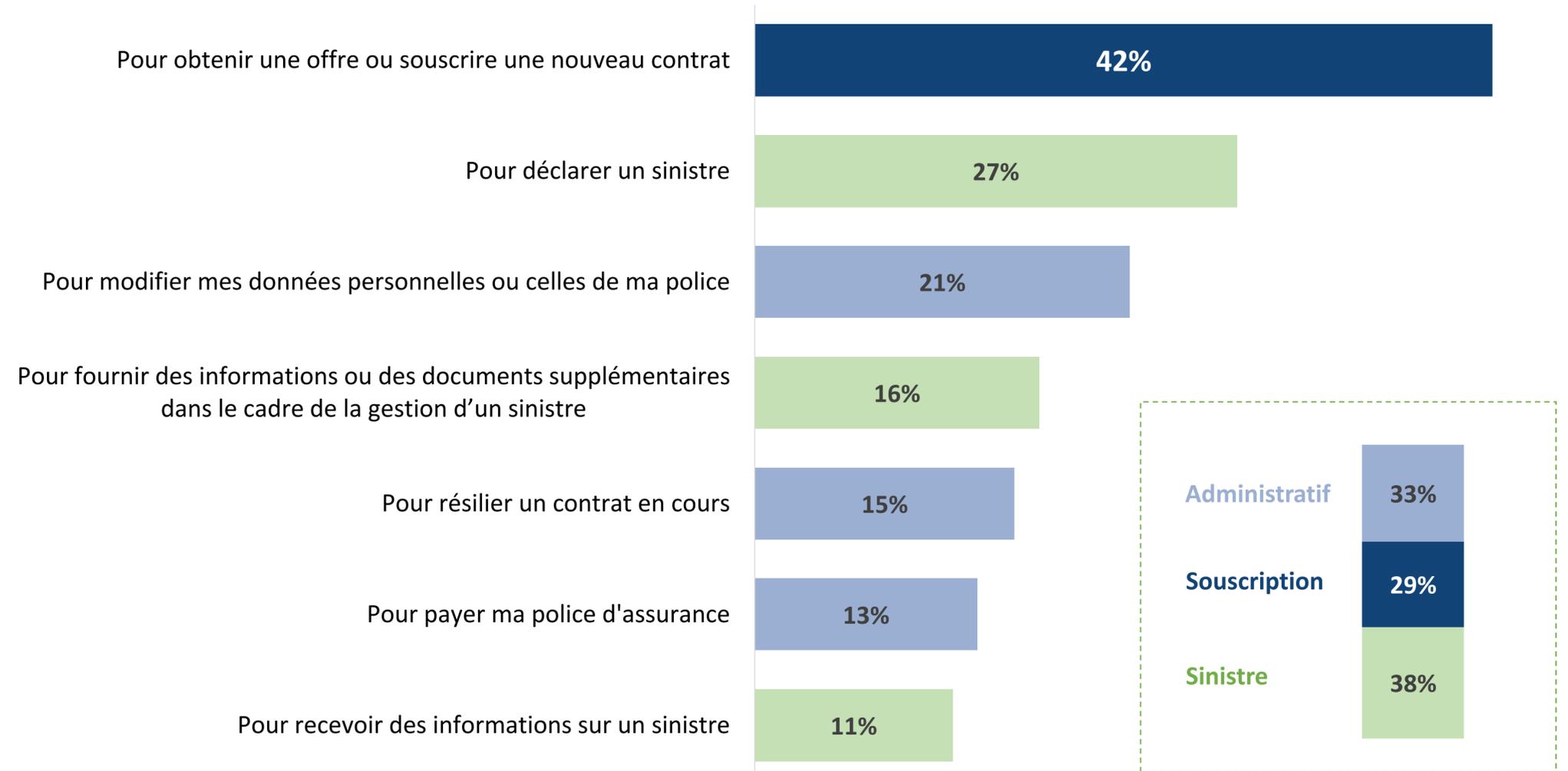
Avez-vous eu des contacts avec votre assureur au cours des 12 derniers mois ?



Base : 750 répondants soit 429 OUI

NB : Initialement 800 répondants à l'enquête, 750 ont répondu être assuré.

Pourquoi avez-vous contacté votre assureur ?



Base : 429 répondants vs 643 motifs (plusieurs réponses possibles) Soit, en moyenne 1,5 contacts

117 contact pour déclarer un sinistre, vs 51 répondants ayant sélectionné plusieurs motifs, soit une moyenne de 2 contacts

Les contacts avec l'assureur (2/2)

Variation des modalités de contact selon le sujet

Sinistre

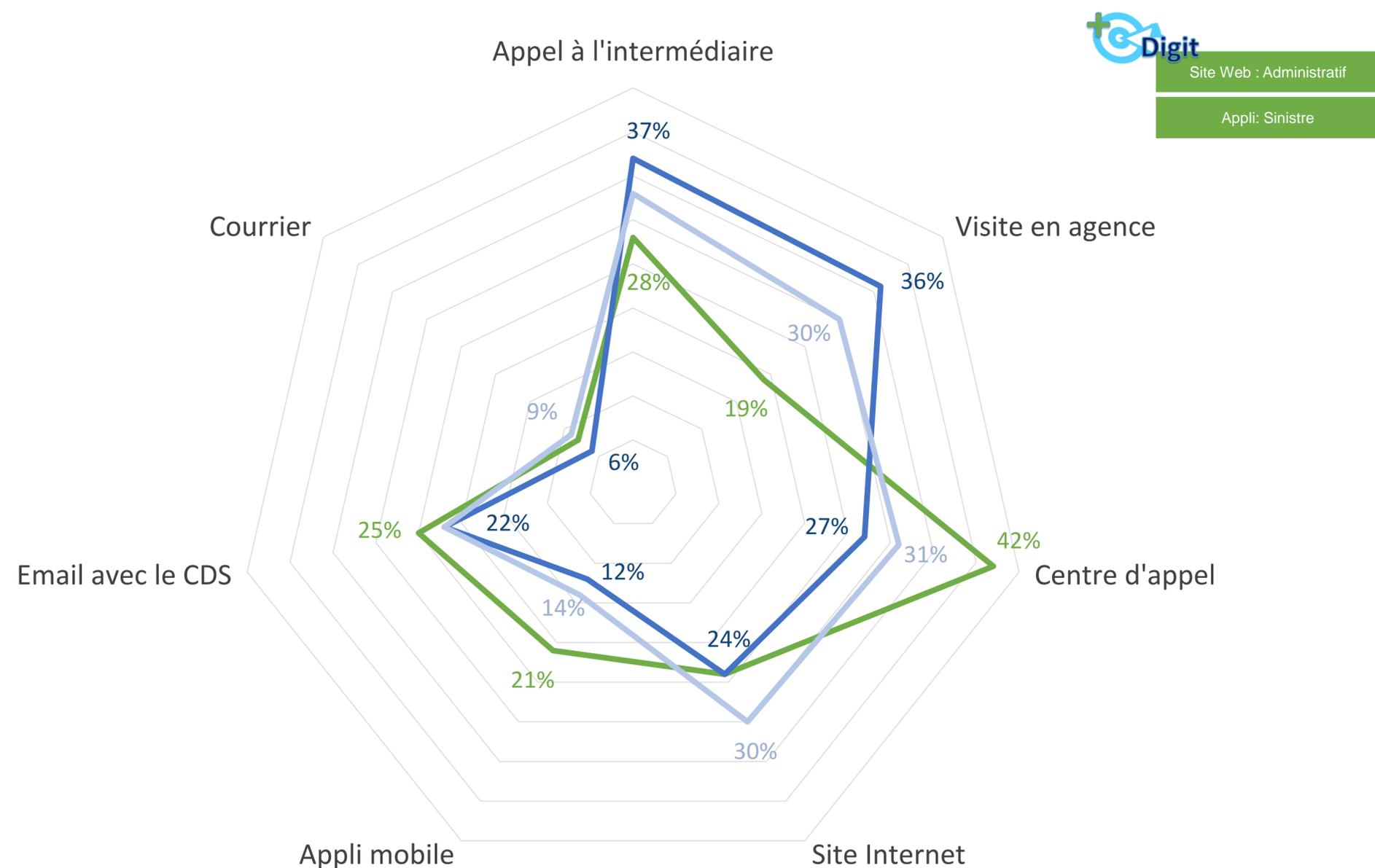
38%

Souscription

29%

Administratif

33%



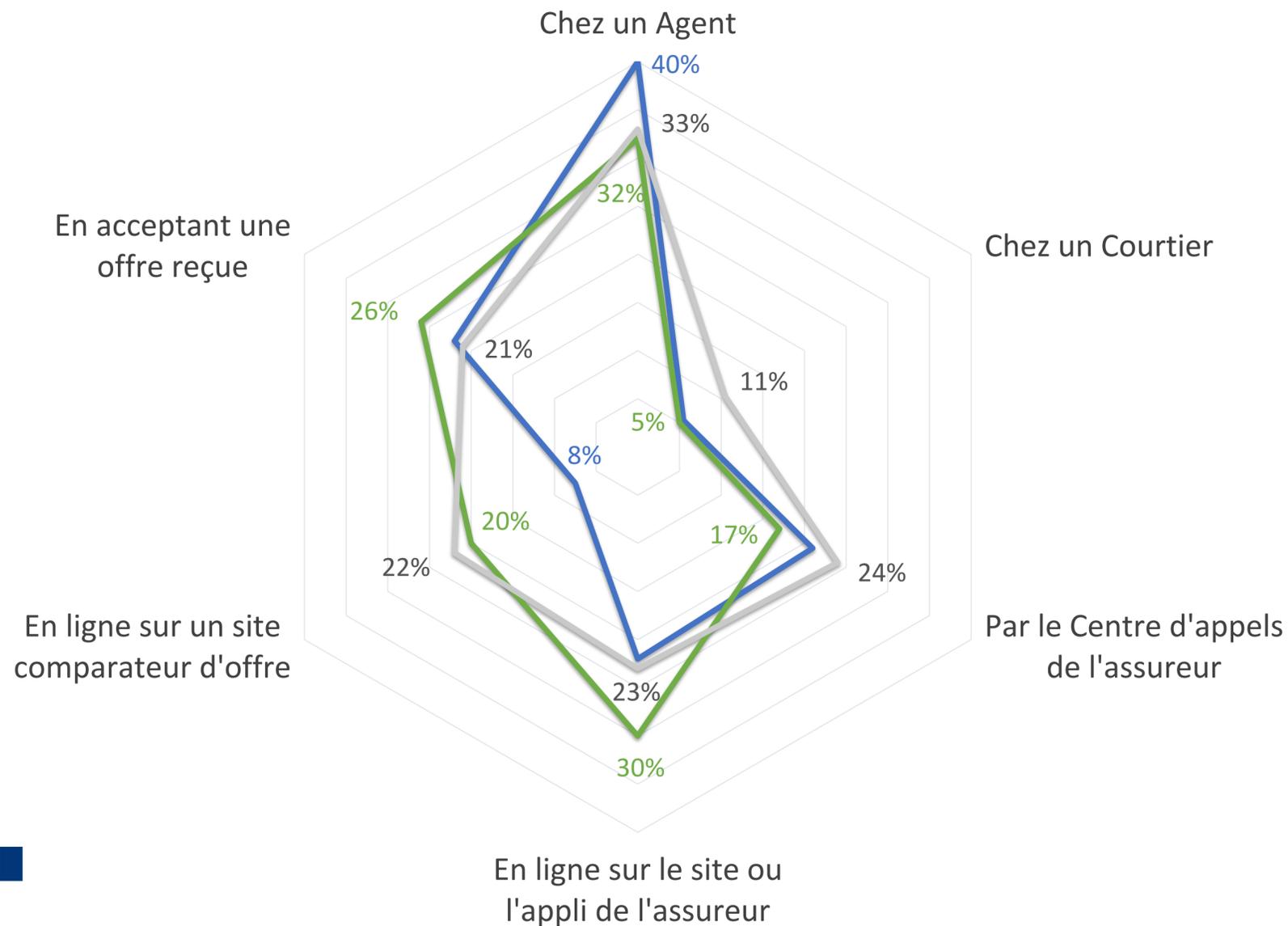
- En agence sont en priorité traités les Souscriptions et l'administration des contrats.
- Le centre d'appel est plébiscité pour les sinistres (compte tenu des réponses aux questions qui suivent, il faut tenir compte de l'Assistance dans l'interprétation du Centre d'appel)
- L'application mobile est peu identifiée. Elle est privilégiée pour la gestion des sinistres
- les actes d'administration des contrats (, attestations, changement mode de règlement, résiliation, mises à jour des coordonnées..) sont beaucoup réalisés sur le site internet

Les comportements de souscription

Comment souscrivez-vous habituellement vos assurances ?

— 45 à 65 ans — 35 à 44 ans — 18 à 34 ans

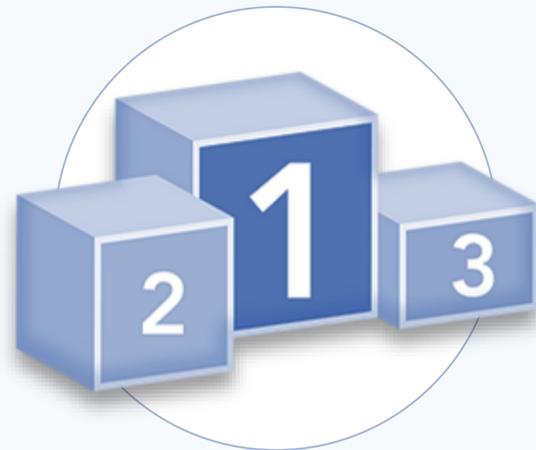
NB : pas d'influence notable du revenu de la CSP



- **Plus les clients sont jeunes, plus l'importance des agents diminue** (ici dans la catégorie des 18/34 ans, il faut préciser que les <25ans vont plus en Agence que leurs aînés de 25 à 34 ans, très certainement parce qu'en tant que primo assuré, ils ont besoin de conseils)
- **les 18/34 ans utilisent plus le centre d'appel.**
- **les 35/44 ans sont les plus appétents à la souscription en ligne sur le site web de l'assureur.**
 - A noter que, **les moins de 25 ans :**
 - - Sont les **plus réticents à l'usage d'un site web exclusif**
 - - Sont en revanche plus **attirés par les offres qui comparent plusieurs assureurs** (les 1ers auprès des courtiers et parmi les plus utilisateurs des sites comparateurs).

Podium des raisons en faveur de la souscription en ligne

« Je peux **comparer** différentes offres d'assurance en ligne **facilement et rapidement** »

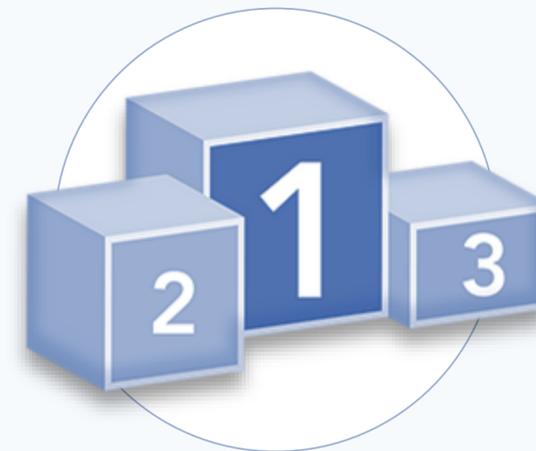


« L'achat en ligne est **rapide** »

« J'ai l'**habitude** d'acheter des produits et des services en ligne »

Podium des raisons en faveur de la souscription en agence

« Je préfère le **contact avec une personne** en face à face, plutôt que d'acheter en ligne »



« Je peux **clarifier** mes doutes et obtenir des **conseils** de mon agent »

« C'est **pratique** pour moi - l'agent s'occupe de toutes les formalités administratives »



Le contact personnel reste privilégié chaque fois que le besoin est spécifique y compris chez les jeunes (primo assurés, assurance vie)

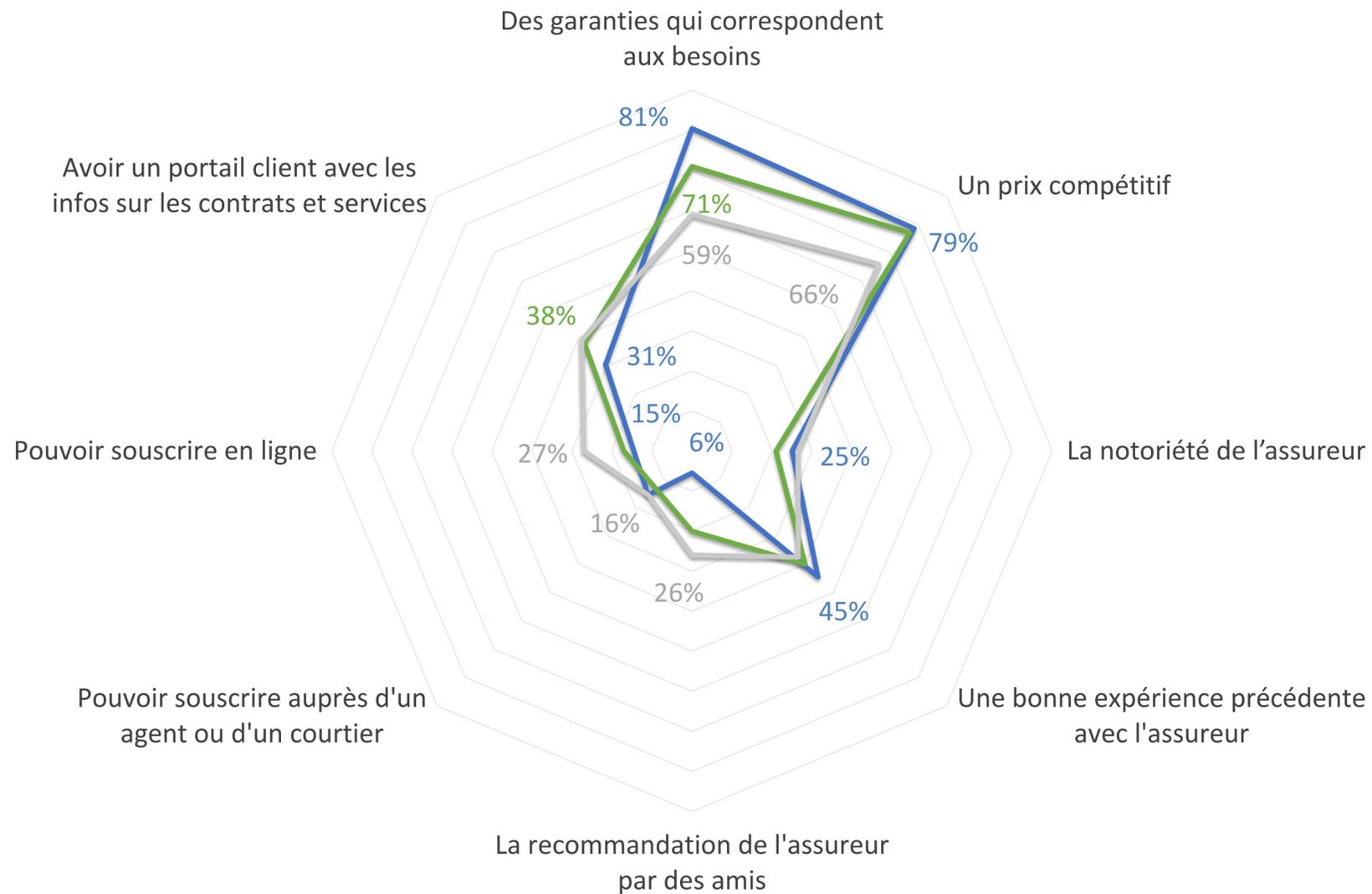
Les attentes des clients vis-à-vis de leur(s) assureur(s)

Les attentes des clients vis-à-vis de leur(s) assureur(s)

Les critères des clients pour choisir leur assurance

Quels sont les critères les plus importants pour choisir son assurance ?

— 45 à 65 ans — 35 à 44 ans — 18 à 34 ans



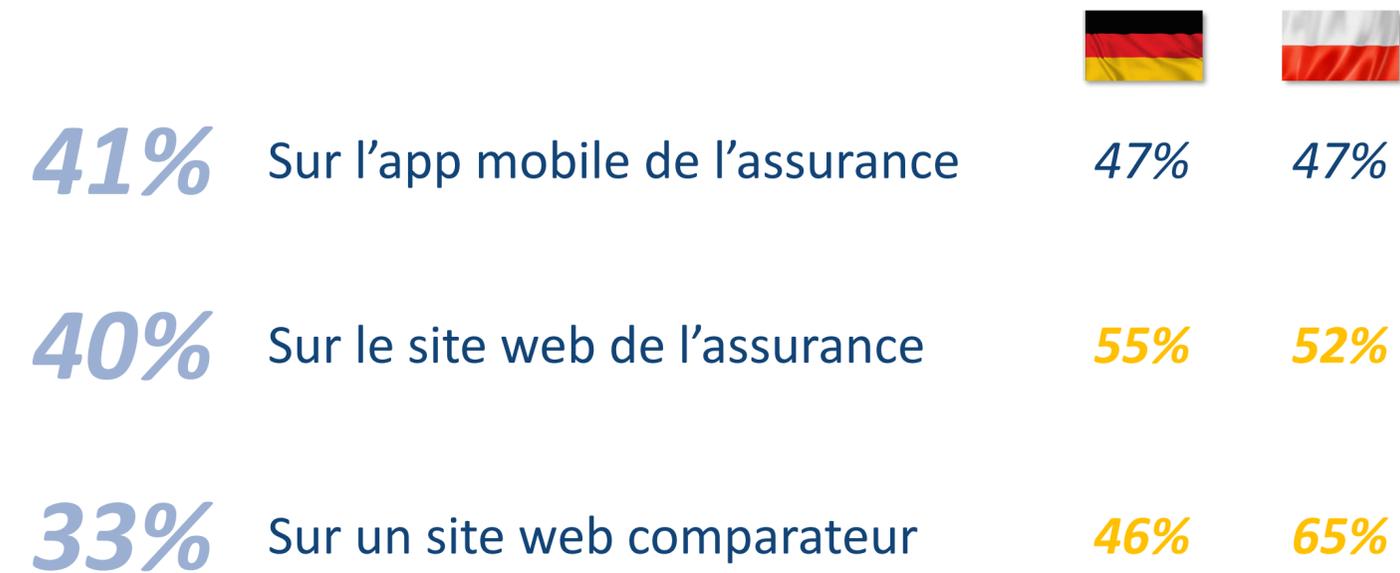
- **L'expérience** l'emporte sur la notoriété et la recommandation.
- Les plus jeunes sont plus sensibles à la recommandation et gardent une exigence importante sur l'expérience
- Les 18/34 ans veulent que l'assureur propose la souscription en ligne, même si les questions suivantes nous montreront que ce n'est que le 3^e mode de souscription qu'ils utilisent

*NB : pas d'influence notable de la région, la CSP, le revenu et la structure familiale
Le type de produit détenu et le multi-équipement n'influence pas non plus notablement les résultats*

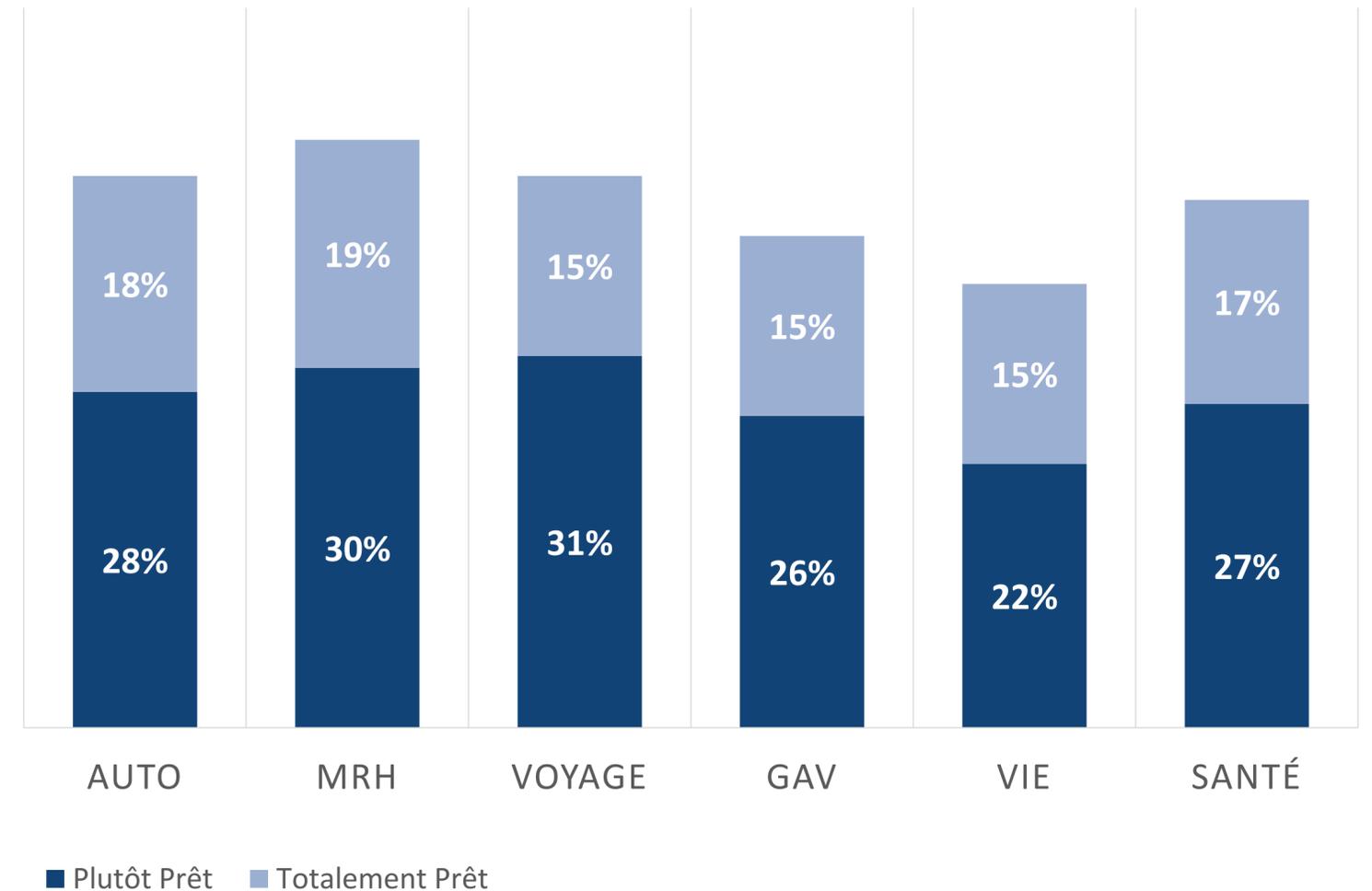
Les attentes des clients vis-à-vis de leur(s) assureur(s)

Les attentes sur la souscription en ligne

Dans quelle mesure seriez-vous prêt à souscrire/gérer votre contrat en ligne ?



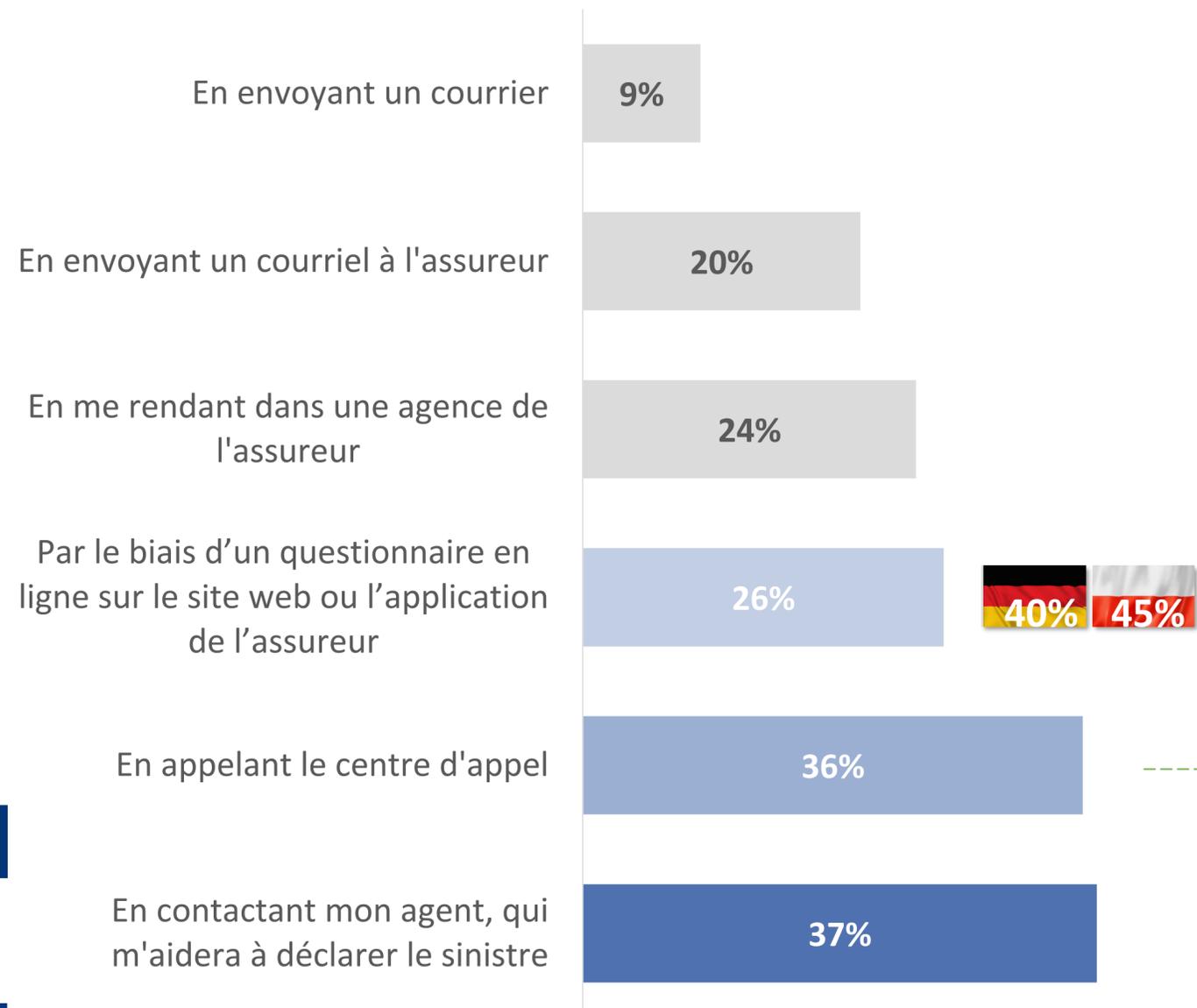
Quels types d'assurance seriez-vous prêt à souscrire en ligne ?



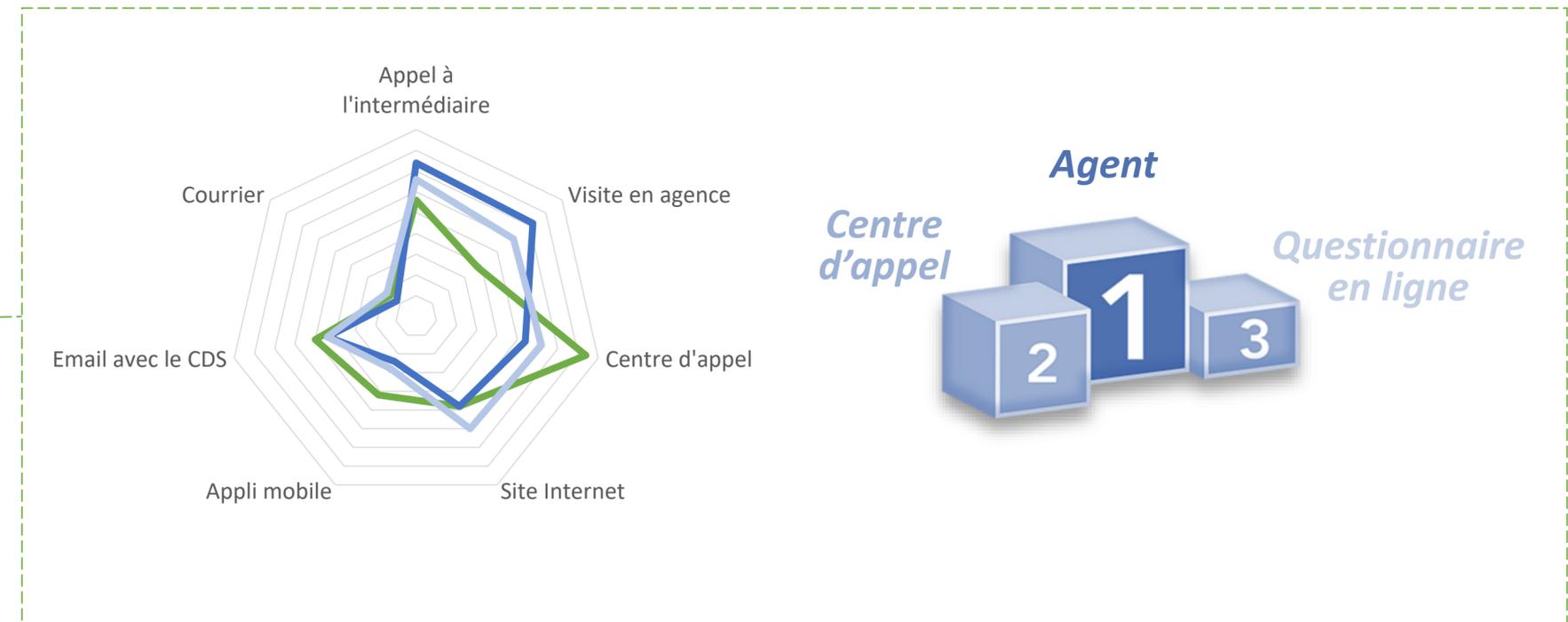
Les attentes des clients vis-à-vis de leur(s) assureur(s)

La déclaration sinistres

Si vous avez un sinistre comment préférez-vous le déclarer ? (plusieurs choix possibles)



Les modalités de contact de l'assureur



Le questionnaire en ligne doit faire ses preuves pour gagner en importance d'utilisation.

Pour cela, les clients attendent une interface attrayante, simple et efficace permettant facilement de :

- Choisir la police sur laquelle déclarer le sinistre
- Disposer d'un éventail assez large de scénarios de sinistres conduisant à des questionnaires de déclaration adaptés
- joindre des photos ou des justificatifs

Les attentes des clients vis-à-vis de leur(s) assureur(s)

La gestion sinistres

Les critères les plus importants

La **rapidité** de traitement
*

Le service
d'**assistance**



La **clarté** de
l'indemnisation

*Pouvoir opter pour des
solutions d'économie
circulaire*



*Avoir accès à un
réseau important de
garages agréés*

*Avoir le choix du mode de réparation
(gré à gré, REN...)*

Les critères les moins importants

Constat identique quels que soient le mode de déclaration utilisé, l'âge ou le revenu du répondant :

- Les attentes les plus importantes ne se portent pas nécessairement sur le digital
- Les modalités de traitement doivent être adaptée à la situation du client (urgence, gravité, âge...)

* Les 45/65 ans montrent une sensibilité encore plus marquée pour la rapidité de traitement que les autres tranches d'âges.

Les attentes et appétences en matière de nouveaux produits et services

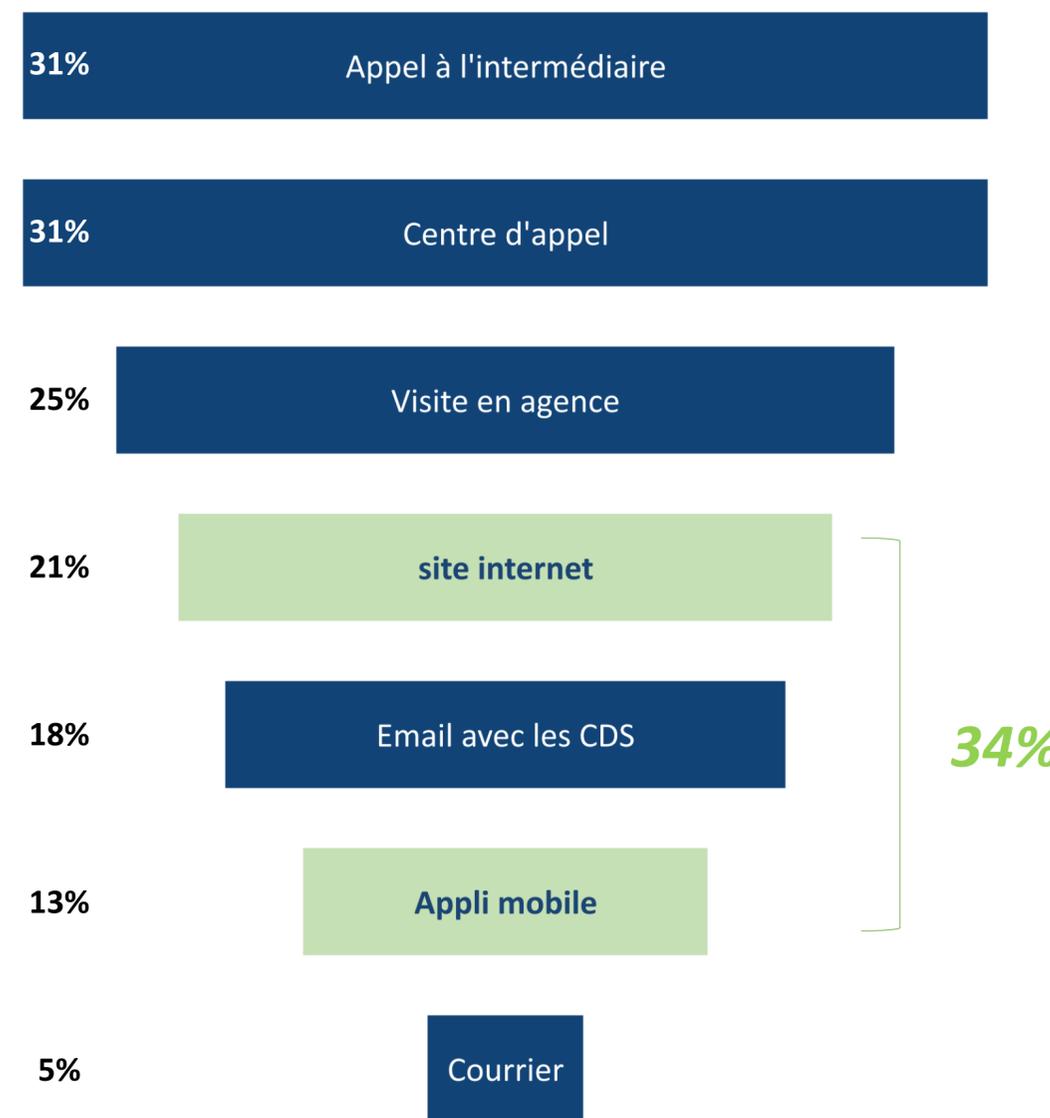
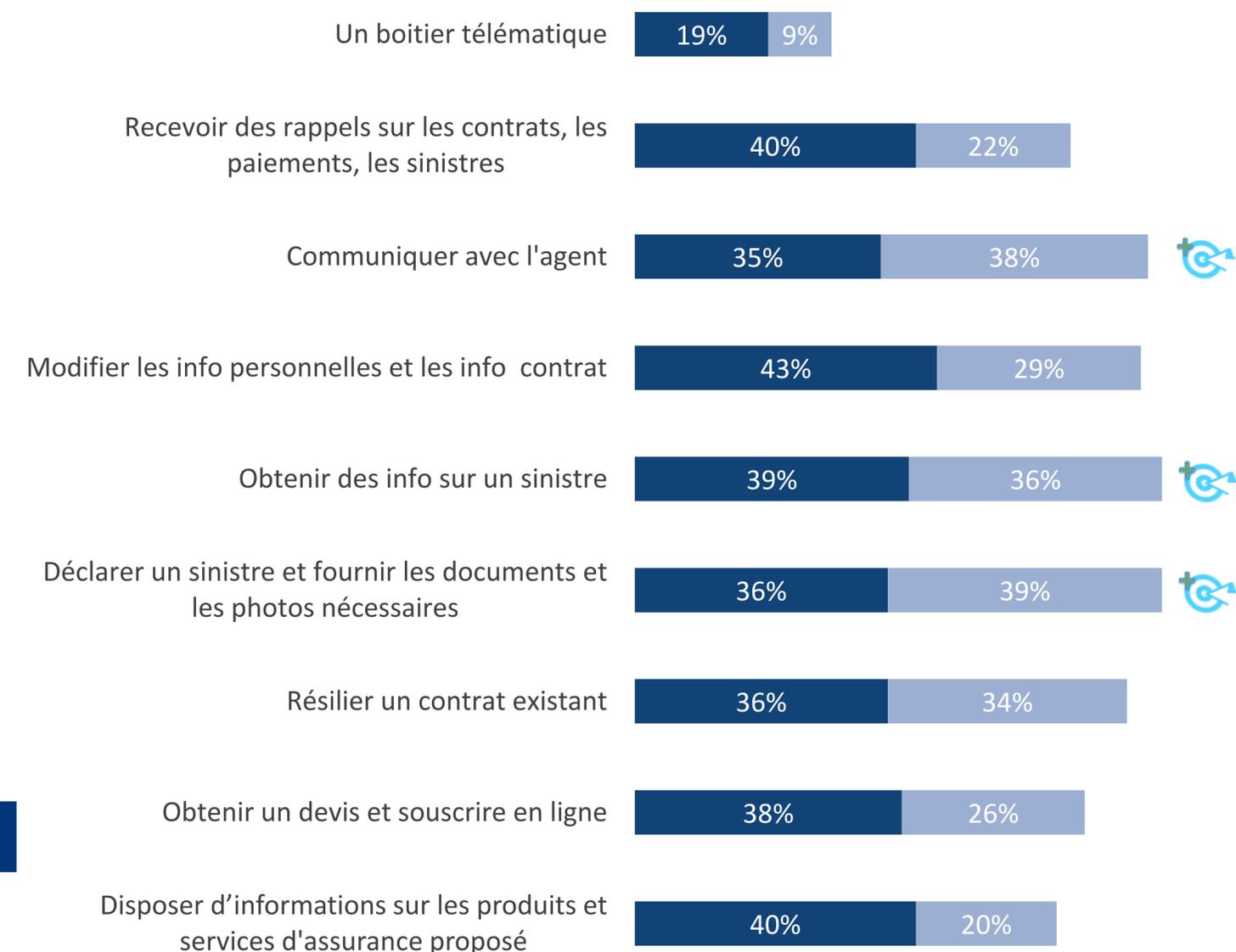
Les attentes en matières de services en lignes

En moyenne, **70%** des répondants **attendent** de leur assureur **des services en ligne qui permettraient de gérer les principales typologies de contacts**

Seuls **34%** des répondants disent avoir utilisé le portail web ou l'appli mobile

Quels services en ligne attendez-vous de votre assureur?

De quelle(s) manière(s) avez-vous contacté votre assureur?



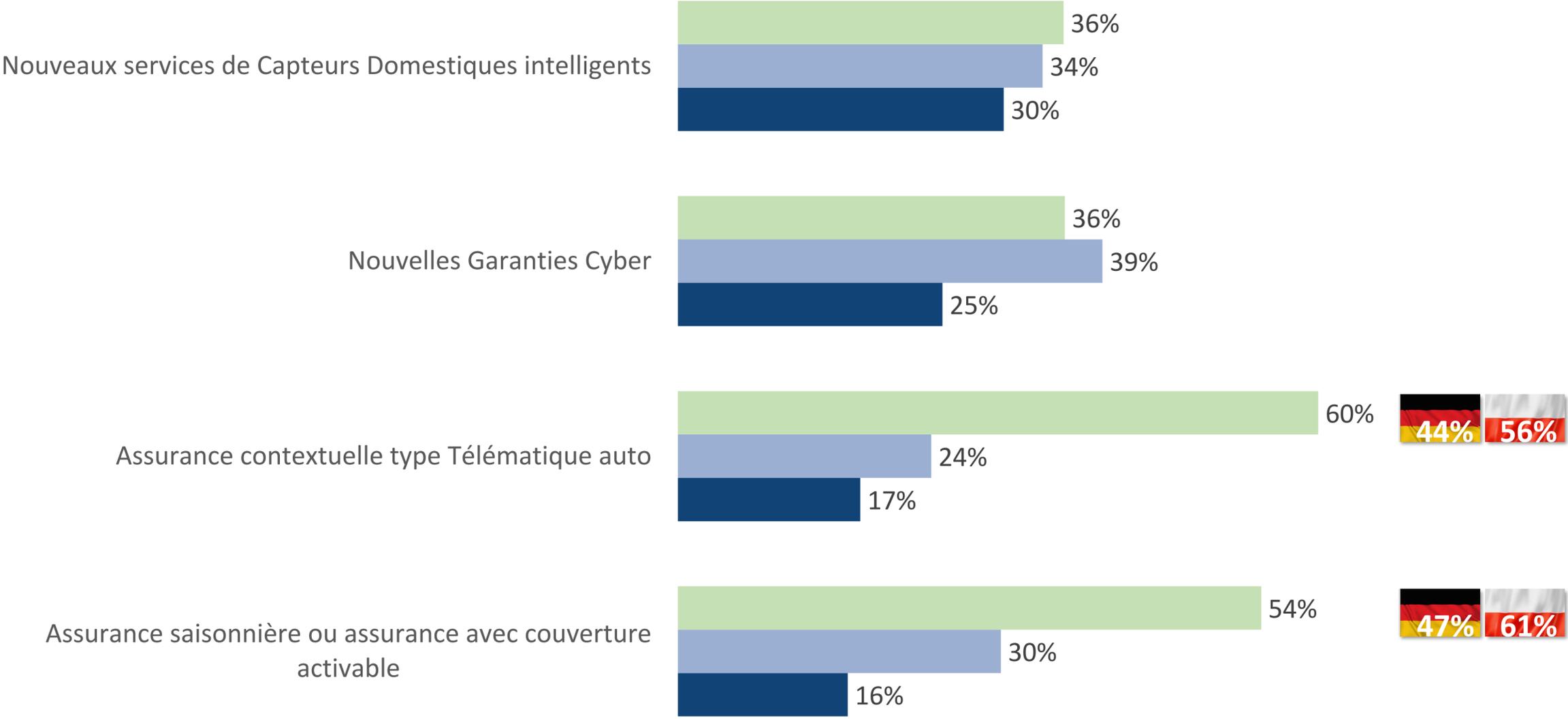
■ Assez important ■ Très important

Les attentes sur les nouveaux produits et services

Les services et Produits Innovants

Dans quelle mesure seriez vous prêt à souscrire à ces nouveaux services et produits ?

*Revenu mensuel net moyen par personne



La mobilité pèse de plus en plus dans le budget des ménages, c'est un enjeu majeur pour les consommateurs

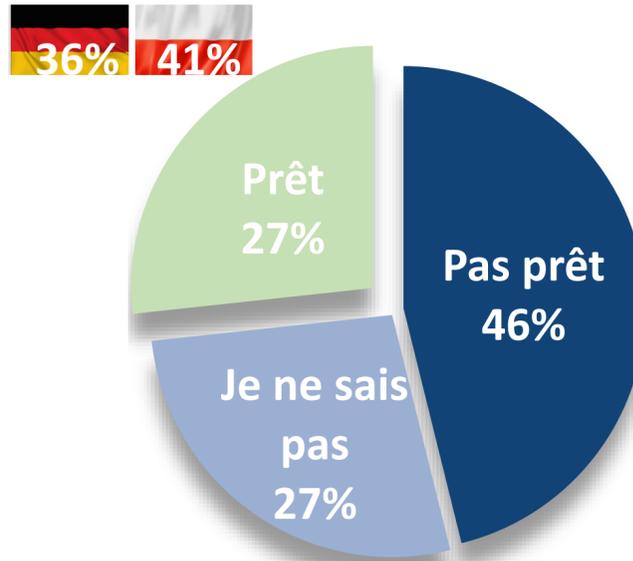
■ Prêt ■ Ne sais pas ■ Pas prêt

Les attentes sur les nouveaux produits et services

Le partage des données personnelles

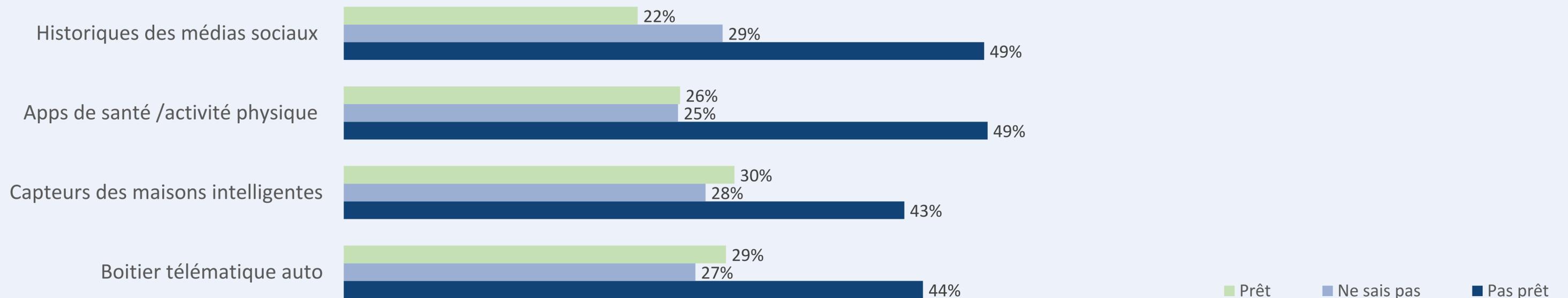
En moyenne, toutes sources de données confondues, **27% des Français se disent prêts à communiquer des données personnelles complémentaires à leur assureur pour avoir de meilleures offres.**

- +**
- ✓ Hommes 25/34 ans
 - ✓ Habitant les villes de 50K à 200K Habitants
 - ✓ Revenus moyen / sup. 2500/3500€ *
 - ✓ Vie en famille avec des enfants
 - ✓ Appétent aux nouveaux produits et services ainsi qu'aux produits Affinitaires



-
- x Retraité
 - x Région Ouest
 - x Villes de moins de 2K Habitants
 - x Tranche de revenus inférieur 1500/2000€*

Données issues de :



*revenu mensuel net moyen par personne

Les attentes sur les nouveaux produits et services

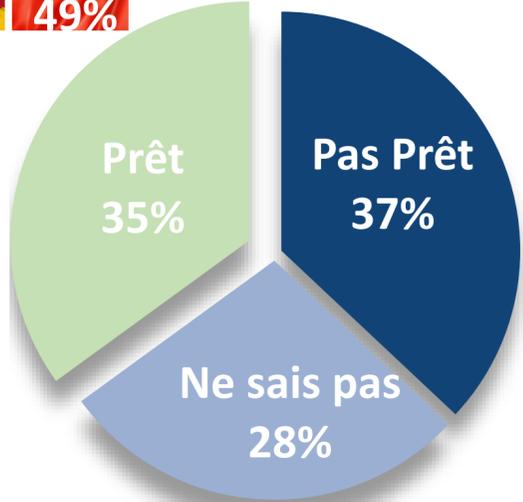
L'assurance affinitaire

Seriez vous prêts à souscrire des produits d'assurance proposés par des non-assureurs



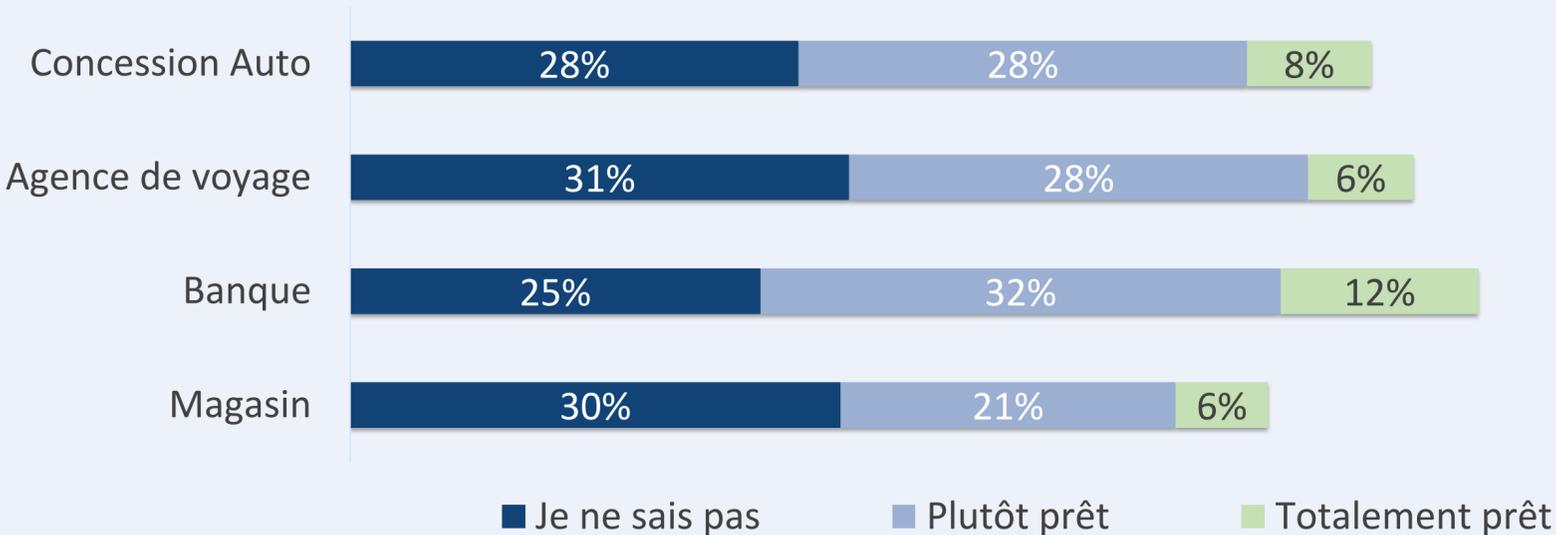
- ✓ Ile de France
- ✓ 25/44 ans
- ✓ Habitant les villes de 50K à 200K Habitants
- ✓ CSP Employé /Cadre / Professions Intermédiaires
- ✓ Vie en famille avec des enfants
- ✓ Tranche de revenus >2000€*

41% 49%



- x Grand Ouest
- x 55/65 ans
- x Villes de moins de 2K Habitants
- x Retraité
- x Vivant seul ou avec son conjoint
- x Tranche de revenus <1500€*

Types de produits associés



*revenu mensuel net moyen par personne

- Cette étude confirme l'évolution rapide des attentes et comportements des assurés avec un ancrage du digital qui doit favoriser la rapidité, la simplicité, et la personnalisation de la relation.
- La place des contacts humains reste centrale pour répondre aux besoins de conseil et d'accompagnement. La technologie doit rendre ces contacts efficaces, plus qualitatifs, et les favoriser à des moments précis des parcours.
- En matières de nouveaux produits, l'innovation doit être tournée vers des offres plus personnalisées, claires dont la proposition de valeur est facilement perceptible.
- La mise en place de nouveaux produits et services numériques, ainsi les efforts engagés ces dernières années pour proposer une réelle omnicanalité sont à poursuivre pour fidéliser les clients et en acquérir de nouveaux.