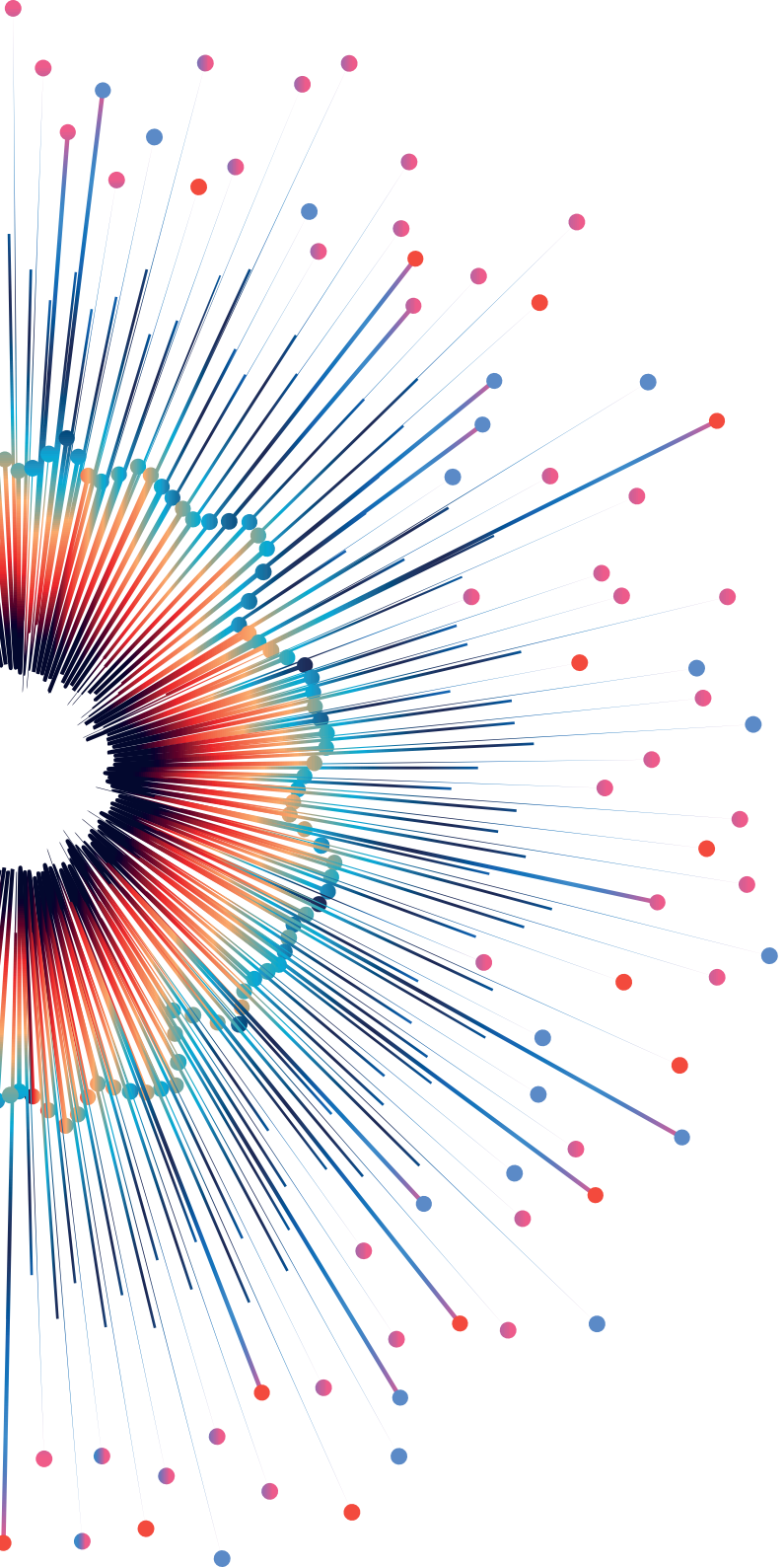


ASSURANCE NUMÉRIQUE

Les impératifs de l'innovation dans une ère connectée



Sommaire

01 La transformation numérique motrice
de changement du secteur de l'assurance

02 Stimuler l'innovation dans l'AssurTech

03 Comment le secteur de l'assurance gère
l'agenda numérique

04 Réflexions du secteur sur la numérisation
et l'externalisation



01

La transformation numérique motrice
de changement du secteur de l'assurance



“ L'impact réel de la transformation digitale sur l'assurance peut se résumer en quatre bénéfices ”

La transformation numérique est l'intégration de la technologie numérique dans tous les domaines d'une entreprise, modifiant fondamentalement la façon dont celle-ci opère et offre de la valeur aux clients. C'est aussi un changement culturel qui oblige les organisations à constamment remettre en question le statu quo, à innover et à expérimenter. Elle a transformé d'innombrables industries commerciales - de la fabrication et de la vente au détail à l'hôtellerie

et aux soins de santé. Le secteur de l'assurance traditionnellement conservateur a été lent à se moderniser, mais il est maintenant plus clair que jamais que le moment est venu pour les assureurs d'adopter la transformation numérique.

Aujourd'hui, les assureurs ont dû numériser divers aspects de leurs opérations pour répondre aux demandes des assurés. Toute entreprise qui souhaite rester compétitive sur le marché

actuel doit rencontrer ses clients au moment même et à l'endroit même où ceux-ci requièrent de l'attention. La transformation numérique de l'assurance - alimentée par l'intelligence artificielle, l'apprentissage automatique, l'analyse prédictive, le service mobile, le chat en direct, etc. - permet aux assureurs de répondre à ces impératifs et continuera de changer le secteur pour les années à venir. Il existe d'innombrables exemples de la façon dont la

transformation numérique de l'assurance a changé le secteur.

Les opérations sont rationalisées, les interactions avec les clients se font par chat, les réclamations peuvent être traitées automatiquement et les courtiers peuvent regrouper toutes leurs informations pour travailler plus rapidement et avec plus de précision. Mais l'impact réel de la transformation digitale sur l'assurance peut se résumer en quatre bénéfices :



1. Personnalisé

Les clients attendent aujourd'hui un service et une attention au moment même où ils le souhaitent mais également à ce qu'il soit adapté à leurs besoins. La transformation numérique donne aux assureurs les outils dont ils ont besoin pour offrir à leurs clients un excellent service sans surcharger leurs ressources.

L'IA et l'apprentissage automatique créent une expérience personnalisée transparente pour les clients et les courtiers. Les clients peuvent payer des factures, consulter leurs polices d'assurances et déposer des réclamations via une application, de même que les courtiers peuvent recevoir et traiter toutes les informations de leur côté sous un seul système.

Plus besoin d'attendre au téléphone, de se demander si votre demande est reçue et en cours de traitement ; les technologies numériques donnent aux clients une rétroaction instantanée et aident les courtiers à faire leur travail de manière plus efficace et efficiente.

La transformation numérique de l'assurance contribue également à personnaliser les efforts de marketing.

Des systèmes d'analyse de données et d'IA robustes peuvent adapter et cibler les efforts de marketing des assureurs, en utilisant la puissance des médias sociaux pour atteindre des publics sur lesquels ils peuvent réellement avoir un impact.





2. Efficace

Le premier et le plus évident effet de la transformation numérique sur l'assurance est l'efficacité qu'elle permet. Principalement alimentées par l'IA et ses technologies associées d'apprentissage automatique et d'analyse prédictive, presque toutes les facettes des opérations d'assurance ont été optimisées pour plus de vitesse d'exécution.

Les réclamations peuvent être traitées instantanément via une application, et la rédaction des polices d'assurance peut être effectuée en moins de temps grâce aux capacités d'apprentissage automatique.

La transformation numérique accélère également le service client, où le chat en direct et les assistants numériques aident les clients dans les moments où ils en ont le plus besoin.

3. Agile

La transformation numérique aide également les assureurs à être « évolutifs », car ces technologies continueront sans aucun doute d'évoluer et de créer des opportunités plus avancées dans les années à venir.

Les bases posées par l'IA, l'apprentissage automatique, les données de la Blockchain, l'analyse des données et l'analyse prédictive aideront les assureurs à se développer et à s'adapter aux nouvelles technologies et aux capacités d'assurance.





4. Évolutive

La transformation numérique de l'industrie de l'assurance l'aide également à devenir plus agile et évolutive à la fois en amont et en aval des opérations. Alors que l'assurance pouvait historiquement être un peu "maladroite", la technologie d'aujourd'hui l'a rendue flexible aux demandes actuelles.

En ce qui concerne les clients, les assureurs offrent aujourd'hui des services partout et n'importe où via des tableaux de bord et des applications en libre-ser-

vice et peuvent collecter des données précieuses auprès des clients via des appareils compatibles IoT, et même des appareils portables. En arrière-plan, cette technologie est collectée et aide les courtiers et les assureurs à prendre des décisions plus précises en matière de souscription, de polices, de nouvelles offres de produits et autres services.

Ces technologies ne sont que la pointe de l'iceberg pour le secteur de l'assurance. Pour se préparer à un avenir numérique, les assureurs doivent

aujourd'hui adopter les outils de la transformation numérique et trouver des moyens créatifs d'optimiser tous les domaines de leurs opérations.

En effet, la plupart des dirigeants d'assurance déclarent aujourd'hui avoir mis en place un plan cohérent et à long terme pour l'innovation technologique.

La transformation numérique des opérations d'assurance est en train de remodeler l'état actuel et futur de l'industrie.

Les chemins vers la digitalisation L'ASSURANCE DU FUTUR



	Orientation client	Processus intelligent	Agilité du produit	Écosystème ouvert
L'assurance actuellement	■ Conception centrée sur l'humain	■ Culture axée sur les données et les connaissances ■ Système de cybersécurité robuste	■ Mener une activité commerciale à distance ■ Entreprise native	■ Confidentialité des données des clients ■ API ouvertes
La nouvelle assurance	■ Saisie et analyse de données en temps réel	■ Numérisation des processus sans contact	■ Laboratoires, incubateurs et pôle d'innovation	■ Marché de l'assurance du futur
L'assurance du futur	■ Hyper personnalisation	■ Processus piloté par l'intelligence artificielle	■ Innovation continue	

- Collaborer
- Construire
- Acheter



02 Stimuler l'innovation dans l'AssurTech



“la technologie est le moteur de l'innovation
dans le secteur de l'assurance”

La technologie a transformé toutes les facettes du monde dans lequel nous vivons et est sans doute la force la plus importante, modifiant les besoins humains et la nature des entreprises. Il est bien sûr inutile de préciser que l'industrie de l'assurance n'y fait pas exception.

Ces derniers temps, la technologie est le moteur de l'innovation dans le secteur de l'assurance, menant à plusieurs étapes importantes. Les géants de l'assurance ont commencé à se tourner vers les dernières technologies innovantes qui les aideront à devenir plus centrés sur le client et à créer l'excellence opérationnelle.

Certaines des principales innovations technologiques dans le secteur de l'assurance sont l'augmentation de la pénétration et de la distribution sur les marchés existants. Pénétrer de nouveaux marchés et s'étendre sur les marchés existants sont un domaine d'intérêt majeur au sein de l'industrie de l'assurance à l'échelle mondiale.

Les stratégies commerciales réussies pour les assureurs entrant ou se développant sur les marchés émergents impliquent un taux de croissance élevé, une taille accrue et davantage d'accent sur l'assurance des biens et des personnes, chose aisée et facilement réalisable avec l'aide de la technologie.

Intelligence Artificielle et Internet des Objets

Les progrès de l'intelligence artificielle permettent aux titulaires d'automatiser des tâches de plus en plus complexes, notamment en traitant toutes les formes de requêtes des clients.

Le développement de l'IA dans l'assurance accélère non seulement le temps nécessaire à un client pour souscrire une police ou régler un sinistre, mais il prend également des données historiques et comportementales telles qu'un dossier de conduite et crée des packages plus personnalisés. De plus, pour les assureurs disposant de capacités technologiques, plus matures, une suite de technologies Internet des objets (IoT) peut aider à réduire les interventions manuelles dans les sinistres et la tarification.



BlockChain prônant la transparence

La technologie BlockChain est capable de provoquer des changements radicaux dans le secteur de l'assurance tout en augmentant la transparence et les résultats sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Il existe plusieurs défis dans le secteur de l'assurance, tels que des problèmes de conformité complexes, une croissance limitée sur les marchés matures, des transactions de paiement par des tiers, des activités de réclamation frauduleuses et la gestion d'énormes quantités de données.

L'utilisation de la technologie BlockChain peut offrir une visibilité sur les données, rendant ainsi le processus transparent et sécurisé. Il peut facilement supprimer les transactions suspectes et dupliquées en enregistrant chaque transaction. En outre, il peut gérer, partager et monétiser correctement de grandes quantités de données, ce qui permet de gagner beaucoup de temps.

Attente du client

Les clients ont des besoins plus avancés et plus complexes et sont plus conscients de leurs choix que jamais. Ils veulent un service personnalisé et des communications sur-mesure - c'est pourquoi les assureurs doivent numériser les services et optimiser toutes les interactions. Selon l'enquête mondiale sur l'assurance des consommateurs, **80 %** des clients sont prêts à utiliser les options de canaux numériques et à distance pour différentes tâches et transactions.





La technologie à son apogée

Certaines autres technologies telles que le cloud computing, l'analytique avancée, le système de positionnement global (GPS), la télématique, les plateformes numériques et les drones offrent de nouvelles façons de mesurer et de contrôler le risque, de se connecter avec les consommateurs et d'élargir l'assurabilité. Ils permettent également la production de nouveaux services, produits et modèles commerciaux d'assurance.

Automatisation robotisée des processus (RPA) - pour la gestion des réclamations et la gestion des données

La collecte et la saisie manuelles des données, est une tâche difficile qui peut entraîner des incohérences et des erreurs dans la gestion des données. RPA (Robotic Process Automation) simplifie le processus de gestion des données à grande vitesse.

RPA automatise le flux de travail de routine banal de l'industrie de l'assurance. Par conséquent, cela réduit la charge de travail et le coût des opérations et améliore la satisfaction des clients. Il réduit également les processus de réclamation en automatisant le processus de collecte de données.





“

Automatisation
des workflows
internes

”

Amélioration et simplification opérationnelle

Les assureurs tirent parti de la technologie pour automatiser les tâches répétitives généralement associées à l'obtention de données à partir d'un système back-end ou à l'insertion de données dans un système back-end.

Avec son aide, des robots logiciels peuvent être invoqués à divers points du processus métier global pour éliminer le travail répétitif effectué par les personnes.

Le résultat est une automatisation massive et une meilleure visibilité sur l'ensemble de la procédure commerciale.

Assurance sans tracas

De l'achat d'une police à la présentation d'une réclamation, la procédure prend du temps et nécessite beaucoup de papier.

Pour répondre à ces préoccupations, on peut tirer parti de la technologie pour rendre l'expérience client très fluide et sans tracas.

Ainsi, cela réduira la responsabilité de l'assureur et le bénéfice pourra être répercuté sur les clients grâce à des primes plus faibles.

Assurance télématique

La télématique est l'une des innovations numériques appelées à avoir un impact drastique sur le secteur de l'assurance. Ainsi, l'assurance automobile commence à évoluer, notamment avec l'arrivée sur le marché des offres d'assurance "Pay How You Drive" (PHYD). Ces offres consistent à évaluer la qualité de la conduite à l'aide

d'un appareil (box ou smartphone) qui enregistre des paramètres de vitesse, d'accélération, de freinage ou encore de virage. Avec son aide, les assureurs peuvent augmenter leur fréquence d'interaction avec les clients pour fournir des services supplémentaires et renforcer leur rentabilité grâce à la spécialisation. L'évaluation des risques et le calcul des coûts de renouvellement des primes sont effectués d'une manière très précise à l'aide de tous ces éléments par télématique.

Chatbots pour l'assurance

Aujourd'hui, l'informatique cognitive ou les chatbots (aussi nommé dialogueur) ont été adoptés et leur utilisation généralisée par les assureurs. Ils peuvent être incroyablement puissants, augmentant l'interaction humaine et réduisant les délais d'exécution des processus. La plupart des chatbots sont utilisés pour répondre aux questions fréquemment posées et pour résoudre les requêtes des clients instantanément.



TECHNOLOGIES CLÉS DE L'ASSURTECH

Big Data,

est utilisée pour mieux comprendre les clients et créer des modèles prédictifs

Les Drones,

collectent des données précises et prennent en charge les processus d'inspection de souscription, de contrôle des pertes et de règlement des réclamations

Blockchain,

offre des fonctionnalités telles que la sécurité, la gestion d'une grande quantité de données, les transactions avec des tiers, les contacts intelligents

Apprentissage Automatique,

systématise les données non structurées, reconnaît les modèles, détecte les fraudes, programme les chatbots

Intelligence Artificielle,

collecte les données, trie les informations, optimise l'analyse des risques et améliore l'interaction client

CyberSécurité,

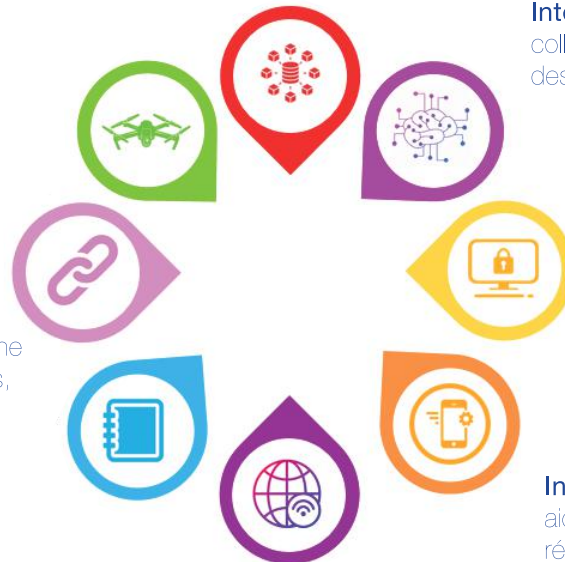
protège les précieuses données sur lesquelles l'assureur s'appuie

Smartphones,

fournissent de meilleurs services aux clients et accroissent l'engagement des clients

Internet des Objets,

aide les assureurs à mieux comprendre les profils de risque et à résoudre rapidement les problèmes





03 Comment le secteur de l'assurance gère l'agenda numérique



“L'IA sera progressivement intégrée aux systèmes, et les systèmes finiront par devenir de plus en plus auto-apprenants”

Les données et la digitalisation sont indéniablement un paramètre concurrentiel important - également parmi les compagnies d'assurance.

Une analyse montre que la technologie, les partenariats et l'externalisation des grands procès domineront dans une bien plus grande mesure qu'avant le paysage de l'assurance. Voici un aperçu de cinq mégas tendances qui affecteront l'industrie tout en vous concentrant sur les activités principales

des compagnies d'assurance jusqu'en 2030. Les robots arrivent - mais l'industrie de l'assurance est-elle prête ? Des changements sont en cours et le domaine Assur-Tech est là pour rester.

Les robots dans le secteur des assurances sont des systèmes informatiques qui affectent de nombreux processus différents, à de nombreux niveaux différents et leur complexité augmente.

La chaîne de valeur de l'industrie

sera affectée. Dans la vente et la distribution, l'achat se fera sur une plateforme digitale et le nombre d'agents et de courtiers d'assurances diminuera. Dans le même temps, l'expérience client sera "rapide", car le client et la compagnie d'assurance sont moins impliqués.

Les produits connus doivent être adaptés à une nouvelle réalité numérique. Les algorithmes d'intelligence artificielle simplifieront simultanément l'évaluation des risques et accéléreront le

processus d'achat en quelques minutes ou secondes. Des polices seront également émises très rapidement : "L'IA sera progressivement intégrée aux systèmes, et les systèmes finiront par devenir de plus en plus auto-apprenants." Les compagnies d'assurance doivent dans une plus large mesure répondre aux besoins individuels du client, et c'est pourquoi l'assurance basée sur le consommateur (User-Based Insurance) devient la norme.



Les données aideront également à améliorer les cotes des compagnies d'assurance en matière de souscription et de tarification. Dans certains segments, la concurrence sur les prix s'intensifiera et les marges ultra-faibles deviendront la norme. Dans d'autres segments, l'expérience client se différencie par des produits d'assurance uniques et très rentables.

Dans le même temps, la gestion des dommages sera affectée. Des algorithmes avancés gèrent les réclamations plus efficacement et avec plus de précision. En particulier, le traitement des sinistres dans le B2B et les PME sera largement automatisé, et le processus de traitement des sinistres passera de quelques jours à quelques heures ou minutes. Parallèlement, les capteurs IoT, les drones et d'autres technologies remplaceront les méthodes traditionnelles de calcul des pertes.

Cinq mégas tendances affecteront les assureurs d'ici 2030

Les cinq mégas tendances qui affecteront l'industrie, conduiront en même temps à se concentrer sur les activités principales des compagnies d'assurance. Cela signifie, entre autres, que davantage de personnes opteront dans une plus large mesure pour des partenariats stratégiques et de l'externalisation des affaires de système, des procès majeurs et des litiges à des spécialistes.





Evolution de la démographie

- La population mondiale vieillit et l'accent est de plus en plus mis sur le groupe d'âge des plus de 60 ans.
- L'urbanisation se poursuit et de plus en plus de personnes s'installent dans les villes.
- La santé et le bien-être occuperont plus de place et le marché de l'assurance se concentrera sur la prévention.

Connectivité

- Les clients veulent toujours plus d'appareils connectés à l'IoT qui peuvent être surveillés en temps réel.
- La maison, le travail et la vie seront "connectés" et le client exigera de nouveaux services cohérents.
- La cyber assurance, qui peut couvrir de nouveaux types de risques, va émerger.

Digitalisation

- Les canaux de vente numériques compléteront et remplaceront les canaux physiques à la fois en B2C et en B2B.
- Le client exigera une expérience client cohérente en ligne et hors ligne.
- Des partenariats avec des acteurs non-traditionnels (e-commerce, distributeurs, etc.) permettront d'augmenter la clientèle.



Big Data

- Les appareils, applications et appareils portables de santé mobile permettront une meilleure surveillance des risques.
- Les données des clients collectées à partir de diverses sources, y compris les médias sociaux, amélioreront la déclaration des sinistres.
- Concurrence accrue sur l'utilisation des données pour assurer une meilleure tarification et une meilleure souscription.

Intelligence Artificielle

- Les robots, l'impression 3D et les drones vont transformer le marché de l'assurance commerciale.
- La voiture autonome (télématicque) entraînera de nouveaux risques et transformera le marché de l'assurance automobile.
- La robotique et l'automatisation des processus (algorithmes) permettront une souscription plus rapide et plus précise.



04 Réflexions du secteur sur la numérisation et l'externalisation



“La digitalisation modifie les exigences et les attentes des clients de l'assurance”

La numérisation est venue pour durer. Et il est devenu très clair que cela imposera des exigences toujours plus élevées aux technologies innovatrices qui ont pour ambition de créer des produits qui sont vus, mémorisés et achetés.

Le comportement des consommateurs change constamment à mesure que la technologie évolue, ce qui ouvrira de nouvelles voies et de nouvelles opportunités d'adapter les activités et les produits d'assurances

à leurs besoins.

Alors que la pandémie de Covid-19 a "forcé" davantage de clients à utiliser les solutions numériques des compagnies d'assurance, tous les clients ne se sentent pas pris en charge par leur compagnie d'assurance. Les solutions low cost et digitales sont valorisées, mais ce n'est pas forcément suffisant pour créer des clients satisfaits. Depuis, l'industrie s'est complètement remise de « l'année différente 2020 ». Les compa-

gnies d'assurance ont connu une demande accrue de la part de clients qui ont dû annuler leurs voyages ou qui ont pris contact parce qu'ils ne savaient pas comment se rapporter aux conseils de voyage et à ce que couvre l'assurance. Se déplacer est devenu différent et parfois contraignant.

Cela est principalement dû aux annulations qui représentent la majorité des cas, ce qui poussera d'autres à se déplacer plus et plus loin par route. Le télétravail

deviendra en fin de compte une normalité qui nécessitera à moyen terme un autre intérêt des clients sur lequel les assureurs devront se pencher.

Ainsi, les dirigeants de l'industrie de l'assurance doivent soigneusement réfléchir à la manière dont ils choisissent les segments et les canaux dans lesquels investir à l'avenir.



Les nouvelles attentes des assurés de l'assurance du futur UNE ASSURANCE SIMPLE



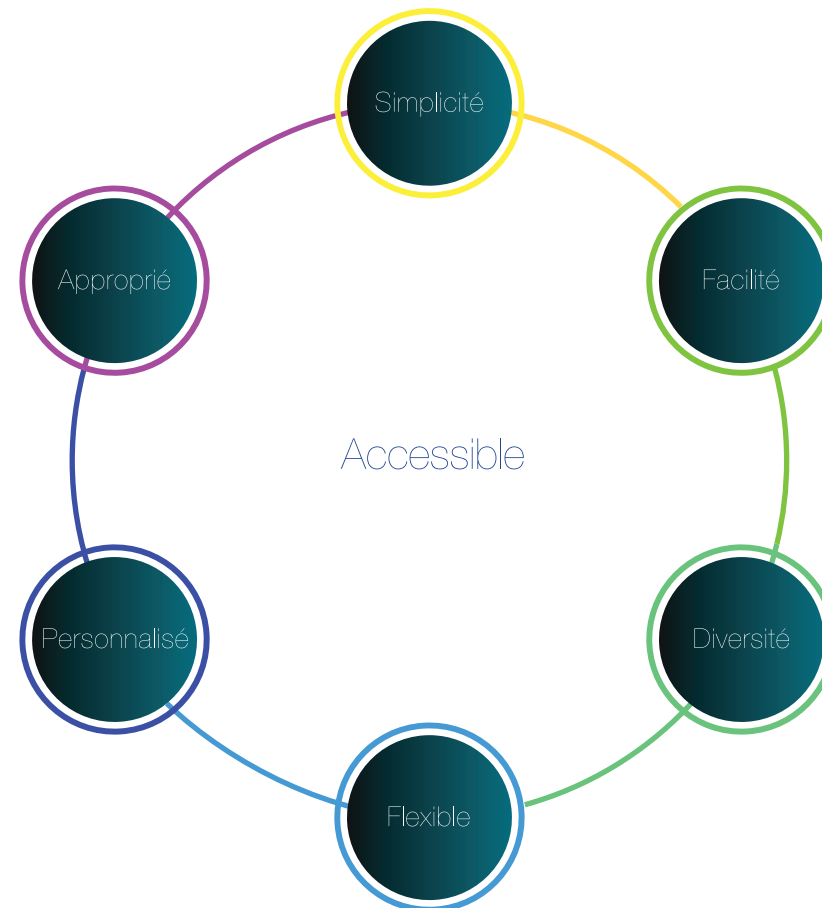
Produits simples



Proposition simples



Promesse simples





MACIRVIE
Assurance vie - voyage - santé

macirvie.com/fr
courrier@macirvie.com