



Assistance et relation client en assurance

Nouvelles opportunités et stratégies de croissance :
comment les assistants anticipent les évolutions de leur environnement ?

Une étude pour :

Comprendre

les évolutions des attentes
et des besoins des assurés
grâce à notre étude terrain

Analyser

les stratégies des sociétés
d'assistance et de leurs
partenaires

Mieux appréhender

le marché grâce à notre
analyse stratégique
et concurrentielle

Anticiper

les évolutions futures
du marché

EXCLUSIVITÉ LES ECHOS ETUDES



Une enquête exclusive menée auprès d'un panel de 1 000 Français représentatif de la population française pour comprendre le rôle de l'assistance dans la relation client en assurance.

L'assistance comme outil de conquête et de fidélisation des assurés ?



ÉDITO

L'assistance surperforme assez largement le marché de l'assurance

L'assistance connaît depuis 10 ans un dynamisme impressionnant, à la fois pour les activités des acteurs français dans le monde et pour les activités dans l'Hexagone. En France justement, le chiffre d'affaires bondit depuis 2015 chaque année d'environ 7,5%. Et cette hausse est portée par la plupart des segments : habitation, santé et services à domicile, automobile, voyage, nouvelles activités... Pourtant, dans le même temps, le marché de l'assurance, sous-jacent de l'assistance, n'a pas été aussi porteur, pénalisé par le plafonnement du taux de pénétration sur certains marchés, par la stabilisation de la masse assurée sur d'autres et, sur l'ensemble des segments, par l'intensification de la concurrence. Les cotisations ont par exemple augmenté de 2,9% en assurance de biens et responsabilité en 2018, de 5,6% en assurance maladie et accidents corporels, contre 7,4% pour le chiffre d'affaires en France des sociétés d'assistance sur la même période.

Comment, dans ce contexte, expliquer le dynamisme de l'assistance ? Une partie de l'explication repose sur les efforts de diversification des sociétés d'assistance, en dehors du champ purement assurantiel avec la recherche de nouveaux partenariats. Mais l'assistance joue également un rôle de plus en plus central dans la relation entre assureurs et assurés.

Comment appréhender le rôle de l'assistance de la relation client en assurance ?

Pour améliorer la relation client, les assureurs misent de plus en plus sur l'amélioration de leurs services, via la digitalisation des parcours, la meilleure gestion des sinistres, voire l'automatisation et l'enrichissement de l'offre. Dans ce mouvement, les sociétés d'assistance, partenaires traditionnels des assureurs, jouent logiquement un rôle. Tout d'abord parce que la gestion des sinistres, notamment en urgence, fait partie des principaux irritants de la relation client en assurance et constitue le cœur de métier des assistants. Or, ces derniers ont fait de l'excellence de la relation client une marque de fabrique et bénéficient souvent d'une image positive auprès des assurés. Europ Assistance a, par exemple, été élu marque d'assurance dans laquelle les Français ont le plus confiance en 2018, pour la 2^e année consécutive. Mais le rôle de l'assistance dépasse aujourd'hui la gestion des sinistres et de l'urgence et inclut désormais une dimension de conseil et d'accompagnement des assurés au quotidien (recommandation de prestataires, services « care », prévention...).

Pour autant, dans un marché où la concurrence se joue souvent sur les prix, avec un rôle de plus en plus fort des comparateurs, et où les clients ne connaissent pas toujours le contenu de leurs contrats, il est légitime de se demander si les services constituent réellement des facteurs décisifs pour les assurés et, le cas échéant, quelles sont les prestations les plus attendues par les clients. Pour répondre à ces questions, nous avons interrogé 1 000 Français sur les motivations de leurs choix d'assurance et sur les ressorts de la fidélité en assurance.

CHIFFRE CLÉ

+ 7,4%

La hausse du chiffre d'affaires en France des sociétés d'assistance en 2018

Source : SNSA

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

- > Cette étude s'appuie sur une enquête réalisée auprès d'un panel de 1 000 personnes représentatif de la population française.
- > Celle-ci a été réalisée sur l'access panel online Maximiles de Bilendi, acteur européen de la collecte de données.

Bilendi

- > L'analyse repose également sur des recherches documentaires approfondies sur le marché, les différents acteurs et leurs stratégies ainsi que sur de nombreuses études de cas.

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

Synthèse exécutive : les principales conclusions sur l'évolution de la demande et sur les stratégies gagnantes des acteurs pour y répondre

01 Le marché de l'assistance : périmètre, modèles et acteurs

Les caractéristiques de l'assistance : réglementation, business model et place dans l'assurance

Les principaux produits par segment : automobile, voyage, assistance à domicile, santé et marchés émergents

Le panorama des principaux acteurs : positionnement comparé par segment, classement et analyse SWOT

02 La dynamique de l'activité des sociétés d'assistance

Les déterminants de l'activité

L'évolution du chiffre d'affaires par segment et les principales tendances de l'activité

03 Le rôle de l'assistance dans la relation client en assurance : quel poids dans la souscription ? Quel rôle dans la fidélisation ? Quels produits phares ?

Cette partie s'appuie sur une enquête réalisée par Les Echos Etudes auprès d'un panel de 1 000 Français pour mieux comprendre les ressorts du choix des contrats, de la fidélité en assurance et des motifs de résiliation ainsi que pour analyser le rôle de l'assistance dans ces étapes de la vie des contrats et la perception de ces garanties par les assurés.

04 Les stratégies gagnantes des sociétés d'assistance : comment évolue l'assistance pour soutenir l'activité de ses partenaires ?

La gestion des sinistres et de l'urgence : une offre qui s'enrichit

La digitalisation des parcours pour répondre aux besoins de disponibilité, d'instantanéité et de transparence des assurés

Le conseil et l'accompagnement au quotidien et dans la durée pour se positionner comme des partenaires des assurés et créer un contact permanent

Focus sur la tendance du care et sur les solutions pour les seniors

L'accompagnement des assureurs dans la définition de nouveaux modèles et la couverture de nouveaux risques : cyber assurance, contrats à la demande, économie collaborative, etc.

Les principaux leviers à la disposition des assistants : veille et partenariats avec les startups, recherche de nouveaux partenaires...

PÔLE BANQUE FINANCE ASSURANCE

des Echos Etudes animé par Hélène MEZIANI

Assurer la mobilité, Décembre 2019

Évolution de la demande, adaptation de l'offre et nouvelles concurrences : de l'assurance automobile à l'assurance de la mobilité

Le marché de l'assurance emprunteur, Octobre 2019

Bilan des réformes, stratégies gagnantes et perspectives à l'horizon 2024

Le marché du leasing, Juillet 2019

Financement locatif des équipements des entreprises : nouvelles attentes des clients, stratégies de développement et perspectives d'évolution du marché

Le marché de l'assurance santé complémentaire, Juillet 2019

Évolution du cadre réglementaire, concurrence accrue, digitalisation, etc. : quelles stratégies d'adaptation et d'innovation ?

Vous souhaitez disposer sur ce sujet d'une étude ad hoc ou d'une analyse personnalisée ?

Une présentation orale des résultats de cette étude auprès de vos équipes ?

Contactez notre Service Clients :

Tél : 01 49 53 63 00 - Email : etudes@lesechos.fr

NOTRE EXPERT



Hélène MEZIANI

Responsable du pôle
Banque-Finance-Assurance

hmeziani@lesechos.fr

Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur  

COMMANDE DE L'ÉTUDE ASSISTANCE ET RELATION CLIENT EN ASSURANCE

Version PDF

- Pour 1 utilisateur
3 150 € HT - 3 323,25 € TTC (TVA à 5,5%)*
- De 2 à 5 utilisateurs
4 095 € HT - 4 320,23 € TTC (TVA à 5,5%)*
- De 6 à 10 utilisateurs
4 725 € HT - 4 984,88 € TTC (TVA à 5,5%)*
- Plus de 10 utilisateurs* : Nous contacter

Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour*
315 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.
Nombre d'exemplaires : _____

*L'article L. 122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective.

Coordonnées de l'utilisateur final (Si plusieurs utilisateurs, nous communiquer leurs coordonnées accompagnées de ce bon de commande)

Nom : _____ Prénom : _____

Fonction : _____ Société : _____

Adresse : _____

Tél. : _____ E-mail : _____

Facturation :

Société : _____

Adresse : _____

Contact : _____

Version papier

- 3 150€ HT - 3 323,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible seulement avec l'achat de l'étude

Code mailing : A083INTEI

Règlement :

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47
Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

LesEchos

ÉTUDES

Service Clients - 10 boulevard de Grenelle - CS 10817 - 75738 Paris Cedex 15
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR