



## LES OBJETS CONNECTÉS DANS LA BANQUE ET L'ASSURANCE

Les nouveaux modèles  
économiques pour  
le client 3.0

### UNE ÉTUDE POUR

Connaître l'ensemble des nouvelles offres d'objets connectés pour la banque et l'assurance

Analyser la mutation des business models en cours

Bénéficier des 3 stratégies concrètes d'intégration des objets connectés dans les activités des banques et des assurances

# LE CLIENT 3.0 DANS LA BANQUE ET L'ASSURANCE

## UN NOUVEAU PAS DANS LA LOGIQUE DE TRANSFORMATION DIGITALE

En collectant, traitant et échangeant une multitude de données de manière instantanée et continue, les objets connectés sont à l'origine d'une nouvelle rupture dans le développement de l'économie numérique : l'Internet des objets.

Cette nouvelle révolution 3.0 bouleverse les conditions concurrentielles sur les marchés de la banque et de l'assurance. Dans les années à venir, une rupture forte de rentabilité va s'opérer entre les groupes qui auront fait le choix des objets connectés et les autres.

## LES CLIENTS 3.0 VOIENT LE JOUR

L'analyse de notre enquête réalisée auprès de plus de 1 000 personnes révèle trois grandes typologies de clients pour les objets connectés : les Digital Natives, les Rationnels et les Digital Skeptic.

Chaque profil révèle une appréhension différente des objets connectés qui déterminera son taux d'utilisation à court terme et surtout la manière dont il va les utiliser.

La capacité des banques et des assurances à s'adapter à cette demande nouvelle constitue aujourd'hui un levier essentiel du développement du chiffre d'affaires du secteur.

## UNE RUPTURE DANS LES MODÈLES ÉCONOMIQUES DES BANQUES ET DES ASSURANCES

De nouvelles sources de valeur voient le jour, centrées sur la capacité des acteurs à valoriser la masse des données collectées par l'intermédiaire des objets connectés. Pour les banquiers et les assureurs, l'enjeu essentiel est de savoir maximiser l'exploitation des données produites et de les intégrer dans leurs business models.

## DE NOUVELLES STRATÉGIES D'INTÉGRATION SONT À L'ŒUVRE

L'insertion de ces innovations au sein des processus traditionnels de création de valeur se matérialise sous forme de trois approches stratégiques :

- > L'approche tactique qui permet à l'assureur de renforcer sa connaissance clients sans changer radicalement son business model
- > L'approche défensive qui permet d'exploiter des solutions technologiques existantes dans le cadre de la relation client
- > L'approche offensive qui vise à maîtriser l'ensemble de sa chaîne de création valeur en agissant en amont des process et en y intégrant de manière optimale des objets connectés

60 %

DES PERSONNES INTERROGÉES VOIENT LES OBJETS CONNECTÉS COMME DES OUTILS PERMETTANT D'AMÉLIORER LEUR SÉCURITÉ.

Source : Les Echos Etudes

## » LES "+" DE L'ÉTUDE :

- Un panorama exclusif de l'offre d'objets connectés pour la banque et l'assurance
- Les trois modèles stratégiques concrets d'intégration des objets connectés dans la chaîne de création de valeur des banques et des assurances (MRH, auto, santé)
- Le décryptage des trois profils de clients d'objets connectés dans la banque et l'assurance révélés par notre enquête exclusive

## » L'AUTEUR DE L'ÉTUDE :

**SterWen**, créé en 1996, est un groupe indépendant de conseil en stratégie, management et organisation, positionné sur les secteurs de la banque et de l'assurance. SterWen Consulting propose à ses clients un accompagnement sur mesure dans leurs projets d'évolution et de transformation, dans des contextes de lancement d'activités, de fusions et de rapprochements, de rationalisation et d'industrialisation ou de maîtrise des risques et d'adaptation réglementaire.

# LES STRATÉGIES D'INTÉGRATION DES OBJETS CONNECTÉS DANS LA BANQUE ET L'ASSURANCE

## 01. L'INTERNET DES OBJETS PRÉFIGURE L'ÉMERGENCE D'UN MONDE DU « TOUT CONNECTÉ »

- La dynamique du marché des objets connectés
  - Les usages et la valorisation de l'objet connecté par le client
  - Les opportunités stratégiques pour les entreprises
- La mise en œuvre de nouvelles dynamiques sectorielles
- L'émergence de modèles économiques « data-centric »

## 02. LES OBJETS CONNECTÉS APPLIQUÉS AUX BANQUES ET AUX ASSURANCES

- Les nouvelles offres de produits et de services en assurance automobile, habitation, santé et dans le secteur bancaire
- Les innovations à venir dans la banque et l'assurance
  - Les stratégies d'innovation dans les objets connectés pour la banque et l'assurance
  - Les meilleures pratiques observées sur le marché
- Le traitement des données personnelles : facteur déterminant de l'émergence des objets connectés
  - Les risques perçus par les consommateurs
  - Le cadre réglementaire actuel en matière de protection des données personnelles
  - Le projet de règlement européen sur la protection des données personnelles
  - Les stratégies juridiques à l'oeuvre

## 03. LES MODÈLES ÉCONOMIQUES INTÉGRANTS LES OBJETS CONNECTÉS

- L'impact des objets connectés sur la chaîne de valeur de l'assurance et de la banque
- Les 3 stratégies d'intégration des objets connectés dans l'assurance :
  - L'approche tactique qui permet à l'assureur de renforcer sa connaissance clients sans changement drastique de son business model
  - L'approche défensive de la relation client qui permet d'exploiter des solutions technologiques existantes
  - L'approche offensive en amont de la chaîne de valeur qui vise à maîtriser l'ensemble de la chaîne de valeur des objets connectés
- Les impacts sur l'organisation actuelle
  - Impacts technologiques et SI
  - Impacts marketing, actuariat et distribution

## 04. ANALYSE DES TYPOLOGIES DE CONSOMMATEURS D'OBJETS CONNECTÉS DANS LA BANQUE ET L'ASSURANCE

- Basée sur une enquête menée auprès de plus de 1 000 personnes, trois consommateurs types émergent :
  - Les Digital Natives
  - Les Rationnels
  - Les Digital Skeptic



EN EXCLUSIVITÉ, LES 6 SCOPES EXÉCUTIFS DES OBJETS CONNECTÉS DANS LA BANQUE ET L'ASSURANCE :

- Sur l'impact technologique et SI
- Sur la conception d'un objet connecté
- Sur la distribution d'un objet connecté
- Sur le pricing de l'objet connecté
- Sur les partenariats envisageables
- Sur la valeur de la donnée

## LES DERNIÈRES ÉTUDES DU SECTEUR

### STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS D'ASSURANCE TAKAFUL

La Finance Participative mise au service des assureurs  
Avril 2015

### GÉNÉRATION Y DANS L'ASSURANCE

Les stratégies pour capter la demande de demain  
Avril 2015

### FINANCEMENT DES ENTREPRISES

La révolution des modèles bancaires par les FinTech  
Mai 2015



**Hector TOUBON**  
Responsable du pôle  
Banque - Finance -  
Assurance

htoubon@lesechos.fr  
Tél. : 01 49 53 66 03

Retrouvez-la sur  
LinkedIn et Twitter



Vous souhaitez disposer d'une étude, d'une analyse personnalisée ou d'une présentation orale de cette étude auprès de vos équipes ?

Hector Toubon est votre interlocuteur !

## COMMANDE DE L'ÉTUDE LES OBJETS CONNECTES DANS LA BANQUE ET L'ASSURANCE

### Version PDF - J1441A :

- 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
- 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 : \_\_\_\_\_*

### Version papier - J14041

- 2 950 € HT - 3 112,25 € 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 :

### Personne à contacter pour l'envoi des licences et/ou papier

Nom : \_\_\_\_\_ Prénom : \_\_\_\_\_  
Fonction : \_\_\_\_\_ Société : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Tél. : \_\_\_\_\_ E-mail : \_\_\_\_\_

### Facturation :

Société : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Contact : \_\_\_\_\_

### Règlement :

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

Date : / /

Signature :

**Les Echos**ÉTUDES

Service Clients - 16 rue du Quatre Septembre - 75002 Paris  
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR