

Objets connectés dans la banque et l'assurance

Les nouveaux modèles économiques pour la banque 3.0

Une étude de marché 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

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

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

Fiche technique de l'étude :

« Objets connectés dans la banque et l'assurance », à partir 2 950 € HT -160pages – Mai 2015

Pour en savoir plus sur l'étude : [cliquez ici](#)

Contacts

Hector TOUBON

Tél : 01.49.53.66.03

htoubon@lesechos.fr

Relations presse Groupe Les Echos

Sarah KROICHVILI

Tél : 01.49.53.22.80

skroichvili@lesechos.fr

Qui sommes-nous ?

Les Echos Etudes est le pôle d'expertise sectorielle du groupe Les Echos.

Les Echos Etudes est le leader français des études sectorielles. Ses consultants publient chaque année une centaine d'études de marché. **Les secteurs couverts sont les suivants** : agroalimentaire, assurance, automobile, banque, biens de consommation, cosmétique, distribution, énergie, logistique, luxe, management, médico-social, pharmacie, tourisme, transport, sport. Chaque consultant est spécialisé par secteur.

Retrouver l'ensemble de nos études sur notre site Internet (www.lesechos-etudes.fr) et notre application mobile (www.m.lesechos-etudes.fr).