

De l'assurance à l'Assurtech, les 4 étapes pour mener à bien sa transformation digitale

Leader mondial des tests qualité de produits digitaux en mode crowdsourcing, Applause s'est penché sur le vaste monde de l'assurance. Du manque de communication entre clients et compagnies d'assurance à la vaste quantité de données, le constat sur le sujet est sans appel. Du coup, quelles mutations pour ce monde qui a la nécessité de se transformer ?

Temps de lecture : minute

25 juillet 2018

Dans l'esprit de la majorité des gens, l'assurance est un simple service à l'image de l'électricité ou de l'eau. Cependant, quel que soit le secteur d'activité, le client attend désormais un service qui soit à la fois qualitatif et efficace, et ce surtout avec des interactions qui se passent en ligne. Alors que le numérique devrait progressivement révolutionner le monde de l'assurance, comment répondre aux fortes attentes de clients de plus en plus connectés ? Applause, leader mondial du crowdtesting, permettant aux plus grandes marques d'offrir une expérience digitale parfaite à leurs clients, a décidé de s'attaquer au sujet et de réunir dans un ebook les différentes problématiques afin d'améliorer l'expérience client dans l'assurance.

Si la transformation digitale ne peut pas se faire du jour au lendemain, de nombreux projets n'ont pas la bonne approche. Ces derniers sont souvent portés par l'objectif de réduire les coûts opérationnels de l'assureur. Pourtant, les clients, de leur côté, attendent avant tout que le secteur évolue pour répondre à leurs besoins. Ainsi, Applause cible les grands

principes à mettre en oeuvre pour la réussite de sa transformation digitale.

Comprendre ce qui est important pour les clients

Le monde de l'assurance souffre aujourd'hui d'un réel manque de communication entre les clients et leurs compagnies d'assurance. Pour rétablir ce lien, il est indispensable de comprendre où se situent les gens aujourd'hui, mais également où ils voudront être demain... Anticiper ce qui est important pour le client devient essentiel avant de se confronter aux différents enjeux de la transformation digitale. Ainsi, selon Sofiane Gharrad, Sales Manager France chez Applause, les assureurs doivent tenir compte des besoins réels de leurs clients afin de proposer les outils numériques nécessaires à leur tranquillité d'esprit. L'émergence de l'AssurTech, qui désigne les startups qui créent de nouveaux services et offres d'assurance 100% numériques, est la parfaite démonstration de l'impact des écosystèmes numériques sur le monde de l'assurance. Dans ce monde, les besoins du client doivent faire office de priorité.

Proposer des processus simples et clairs

Le numérique apparaît ainsi comme le futur de l'assurance en révolutionnant l'expérience client. Pour Sofiane Gharrad, les personnes qui en sont responsables doivent d'abord poser les bases de leur stratégie et de leurs programmes de transition numérique avant de se précipiter vers une solution technique. Si les consommateurs font majoritairement une recherche en ligne avant de souscrire à une assurance, ils déterminent généralement leur choix en fonction du prix. Le numérique écarte progressivement la notion de fidélité à la marque. L'une des principales raisons à cela est la complexité de l'accès aux contenus détaillés des polices. Toujours selon l'étude réalisée par Applause, les

assureurs doivent se poser une question en priorité : l'expérience client se trouvera-t-elle améliorée par les outils en ligne, ou le numérique risque-t-il de créer plus de complexité pour les assurés dans un contexte de stress ? Répondre à cette question, c'est faire en sorte d'intégrer l'expérience en ligne dans la réflexion globale autour de l'expérience client. Il est donc essentiel de proposer des processus simples et clairs à travers un parcours personnalisé.

Créer un parcours client fluide

Applause cible trois points de douleurs pour le client : l'évaluation initiale des risques, les éléments couverts par la police et les déclarations de sinistre. Ces trois problèmes potentiels doivent donc faire office de priorité dans la réflexion des compagnies d'assurance lors de l'intégration d'une stratégie ou plateforme en ligne. Ainsi, il faut se poser les bonnes questions afin de créer un parcours client fluide :

- L'expérience numérique a-t-elle été conçue en gardant le client à l'esprit ?
- L'expérience est-elle limitée par les processus de travail traditionnels ou existants ?
- Quelles sont les données exploitées pour proposer une offre personnalisée et une expérience digitale à l'image des autres secteurs ?
- Quels sont les types d'assurance que souhaitent réellement les clients ?
- Comprenez-vous tous les points de contact online et offline associés aux interactions client ?
- Comment l'entreprise communique-t-elle sur l'expérience en ligne disponible, et surtout, en quoi cette expérience est-elle différente de celle de vos concurrents ?

Concevoir une expérience pour des personnes et tester avec de vrais utilisateurs

Avec la révolution du numérique, la majorité des gens attendent des interactions personnalisées avec leurs compagnies d'assurance. " *Dans quelques années, les compagnies d'assurance enverront peut-être des drones pour évaluer les dégâts après une tempête* ", souligne Sofiane Gharrad. Alors, face aux fortes attentes, comment les assureurs peuvent répondre à cette demande en proposant une expérience synonyme de tranquillité d'esprit ? Les assureurs disposent de différents moyens d'obtenir des retours et d'identifier les problèmes. Avec la dématérialisation de l'assurance, les outils doivent être testés par de vraies personnes qui seront des acheteurs d'assurance dans la vraie vie. Ainsi, les solutions de crowdsourcing permettent d'obtenir des données de marché, des retours d'utilisateurs et des tests de produits digitaux que les assureurs peuvent exploiter pour améliorer l'engagement client, limiter les risques pour la marque et générer du chiffre d'affaires.

Les solutions de testing permettent donc aux entreprises de satisfaire leur clientèle, d'augmenter leur chiffre d'affaires et d'innover plus rapidement. Au terme de son étude, Applause apporte une solution simple mais pourtant négligée par le plus grand nombre : Les entreprises qui auront compris ce que veulent et attendent leurs clients seront celles qui réussiront leur transition vers le numérique.

Pour en savoir plus sur le crowdtesting, vous pouvez consulter le livre blanc proposé par Applause [ICI](#) !

Maddyness, partenaire média d'Applause.

