



Internet accélère la mutation du marché de l'assurance

Selon Jehan De Castet, co-fondateur et PDG de Courtanet, Internet est très vite devenu un canal de souscription et donc de ventes. Alors que 62 % des français se disent prêts à souscrire une assurance en ligne (Fevad, Juin 2009), l'industrie s'attend à une explosion de la souscription en ligne qui représentera 30 % des affaires nouvelles en 2012 contre moins de 3 % en 2007.

La crise aidant, les consommateurs, à l'affût des bonnes affaires sur Internet, ont permis l'émergence de pure-players (Direct Assurance, Inéas, Eurofil...), et les principaux assureurs se devaient de suivre. Ces derniers mois ont vu l'émergence d'initiatives et la création de nouvelles filiales internet des grands assureurs (Allescure (Allianz), Amaguiz (Groupama) IDMacif (Macif), Generali et Swiss Life. ACIF pour la Macif, Generali, Swiss Life... Un canal qui à grand renfort de campagnes de communications s'est vu se positionner comme premier apporteur d'affaires en 2009.

● INTERNET, UN NOUVEAU BUSINESS

Internet comprime les prix, certes, mais il permet également d'offrir de nouvelles opportunités et de nouvelles relations clients, accompagnées de services innovants. La richesse des outils de marketing web permet de toucher plus précisément le client quand et où il en a besoin grâce à l'emailing, à la publicité contextuelle... Internet complète donc les dispositifs de communication pour les assureurs bénéficiant d'un réseau debout, tandis que les clients sont renvoyés vers les courtiers ou agents, via le téléphone, afin de compléter leurs demandes de renseignements.

Si cette nouvelle approche de la relation client rend les contacts directs moins fréquents, elle permet de mieux les qualifier. De plus, via internet le client a une plus grande maîtrise sur la vie de son contrat d'assurance : remboursement de facture, déclaration de sinistre, échéances, ce qui, cependant, ne retire aucune prérogative aux intermédiaires. En offrant ces services, l'assureur améliore la satisfaction de son assuré tout en augmentant le nombre de contacts, ce qui lui permet aussi d'explorer de nouvelles opportunités de ventes.

● UNE MEILLEURE APPROCHE CLIENTS

Il ne faut pas négliger un autre aspect important d'Internet. Il permet aux assureurs de proposer immédiatement leurs offres à l'ensemble de la population (plus de 60 % des français sont connectés en haut débit en 2009). De plus, le client est de mieux en mieux informé grâce à internet, même si la multiplication des offres peut être un frein et rendre son choix plus difficile. Les comparateurs d'assurances ont vu leur taux de fréquentation augmenter d'année en année. En 2009, selon la Fédération des acteurs de la Vente à Distance (FEVAD), 63 % des internautes en recherche d'assurances utilisent un comparateur, pour comparer les prix mais aussi, de plus en plus les différentes garanties.



Jehan De Castet



Selon Jehan De Castet, les comparateurs accélèrent le développement des assureurs, permettent de mieux segmenter leurs offres et la maîtrise des coûts d'acquisition d'affaires nouvelles. Un exemple significatif l'assureur Swift cover, a enregistré plus de 500000 clients deux ans après sa création en 2005. Une première dans le secteur de l'assurance ! Et ceci en s'appuyant presque exclusivement sur les comparateurs pour se développer. A l'inverse, certains assureurs britanniques ont disparu pour n'avoir pas privilégié le binôme Internet / Comparateurs.

Internet devenant un canal incontournable, les acteurs du secteur doivent revoir leur chaîne de valeur, afin de répondre à ce nouveau mode de consommation. Le Dirigeant Courtanet en est convaincu : *"Le changement de business model est en marche et s'accélère. Les consommateurs veulent et peuvent désormais bénéficier des meilleurs conseils aux meilleurs prix"*. Cependant répondant à une question de La Revue du Courtage, Jehan De Castet précise : *"Ceci ne remet absolument pas en question le métier et la compétence des courtiers et agents, parties intégrantes du système car les 2/3 des internautes souhaitent*

souscrire chez un intermédiaire (source FEVAD juin 2009). Le rôle de conseil du courtier est donc largement reconnu et internet est un canal apporteur d'affaires primordial pour nos intermédiaires".

Les années à venir s'annoncent particulièrement intéressantes pour le secteur de l'assurance et ceci pour le plus grand bénéfice des consommateurs et de ceux qui se seront approprié ce nouvel environnement".

*** Patrick Schindler

Source : *ITRManager.com*

Courtanet est une entreprise éditrice de logiciels dédiés à l'assurance. Courtanet développe Bénéfit, une plateforme d'échanges entre entreprises d'assurances / Courtiers et progiciels de gestion de cabinets. Dernier-né de ce travail de recherche et développement, Assuremieux.com, comparateur d'assurances en ligne destiné au grand public, vient d'être lancé en version Bêta.