

Les applications mobiles des assurances



Le mobile,
2^{ème} mode de connexion à internet en 2014
27 millions de mobinautes soit 50% des Français.

Médiamétrie - 2014

60 %
des Français ont un **smartphone**

Artenet - 2013

1h/jour

temps moyen passé par les Français sur **smartphone ou tablette**

E-marketer 2013

35 applis

installées en moyenne par personne sur **smartphone**

Harras Interactive 2014

On estime qu'en 2015 le nombre de connexions via un mobile ou une tablette dépassera celles via un ordinateur. Cette tendance sera tirée par les générations digitales qui représenteront 40% de la population active en 2015 (*Les Echos - 2014*). Le mobile devient ainsi un canal incontournable de la relation client, à condition d'en comprendre ses spécificités et de miser sur des fonctionnalités à haute valeur ajoutée pour le consommateur. La **mobilité**, l'**instantanéité** et la **proximité** que proposent ces applications permettent aux assureurs d'apporter le service là où se trouve le client.

1%

des mobinautes utilisent une appli d'assurance qui est jugée utile ou attractive par **15%**

Marketing Mobile

Mobilité

Instantanéité

Simplicité

Dans l'assurance, le client ne perçoit pas toujours l'intérêt de télécharger une application dont il ne perçoit pas le bénéfice immédiat. De plus, la relation avec l'assureur est rarement caractérisée par la quotidienneté ou la proximité. Hormis quelques exceptions, les téléchargements ne dépassent pas le cap des 100 000 qui permet de figurer dans les charts

des plateformes et donc d'être visible. Malgré les coûts investis pour le développement, la maintenance et la communication, le retour sur investissement pour l'assureur et la valeur d'usage pour le client restent encore faibles. **Face à ce constat, comment les assureurs peuvent-ils améliorer la relation client et le taux d'utilisation de leurs applications ? Peuvent-ils réussir à fidéliser et à attirer de nouveaux clients via le canal mobile ? Quels sont les besoins quotidiens des assurés mobinautes à satisfaire et comment les assurances cherchent-elles à y répondre ?**

80 % des assureurs français proposent au moins 1 application

Les principaux assureurs français proposent désormais une voire plusieurs applications destinées à des clients et à des non clients. Les applications recouvrent tous types d'offres d'assurance. Néanmoins la **moitié** des applis concerne l'assurance **santé** et **auto** et près du **quart** porte sur l'assurance **habitation** et **prévoyance** (*Deloitte - 2013*).

Enjeux et positionnement des assureurs

On distingue à l'origine cinq types d'applications dans l'assurance :

- Les « **fonctionnelles** » : elles sont axées sur le cœur de métier de l'assurance à savoir la gestion des contrats et des sinistres principalement. Elles s'inscrivent dans la logique de **dématérialisation** et la recherche du **retour sur investissement** et d'**efficacité opérationnelle**. Cependant, elles ne résolvent pas le **problème d'attrait** pour les clients qui n'anticipent pas le téléchargement de ce type d'application.
- Les « **informationnelles** » : elles apportent des services d'**information** et de **prévention** pour faciliter et améliorer le **vie quotidienne** des utilisateurs. L'assureur renforce ainsi sa position d'expert en anticipation des risques.
- Les « **ludiques** » : elles **éduquent** sur des thématiques variées (gestion du stress, coach santé, code de la route, éco-conduite, alcool au volant, aide à l'automédication sans ordonnance...) et visent à améliorer son image de marque.
- Les « **décalées** » : elles servent seulement à créer le **buzz** auprès d'une cible spécifique.

Les services mobiles ont une valeur ajoutée lorsqu'ils proposent aux utilisateurs des **conseils** personnalisés, des **services** plus **simples**, **rapides** et aussi **fiables** que les canaux traditionnels. L'**expérience client** par mobile peut s'enrichir des nouvelles technologies comme la vidéoconférence et la réalité augmentée. Les applis ne doivent pas pour autant exclure le relationnel mais plutôt faciliter le contact avec l'assureur et renforcer la **confiance** et la **proximité** avec le client. Côté assureurs, elles permettent d'améliorer leur performance **opérationnelle** : décharge des centres d'appels, baisse des coûts et des délais dans la gestion des sinistres ou encore lutte contre la fraude...

Illustrations des applis mobiles d'assurance

Les « fonctionnelles »

Elles permettent de **gérer un sinistre** de manière **rapide, intuitive et accompagnée** (déclaration, photographie et transmission en ligne des pièces jointes, géolocalisation et contact d'une agence ou d'un professionnel le plus proche, appels d'urgence...). On peut aussi **gérer et suivre ses contrats** (devis et souscription en ligne, suivi des remboursements, téléchargement d'attestations, possibilité d'être conseillé ou rappelé...). De plus en plus, elles intègrent des fonctions **d'évaluation** (de ses biens, de son comportement de conduite, de son budget, simulateur de remboursements...) et de **gestion quotidienne** (prise de médicaments, RDV, vaccins, carnet de santé).



Les généralistes : « tout-en-un » et transversales

Axa et Allianz ont chacun développé une application qui réunit les différents contrats d'assurance. **Mon Axa** propose aussi la connexion avec ses comptes bancaires Axa Banque. **Mon Allianz Mobile** est connectée aux réseaux sociaux et permet d'accéder aux bons plans de son programme de fidélité Fid'Allianz.

Les spécialisées : pratique et collective

La Fédération française des Sociétés d'Assurances (FFSA) et le Groupement des entreprises mutuelles d'assurance (GEMA) ont lancé une application gratuite **d'e-constat commune à tous les assureurs français pour les accidents sans dommages corporels**. La réalisation du constat se fait en 7 étapes sur le mobile : de la transmission des photos des dommages et du croquis à la signature électronique. La MACIF prévoit la sortie d'une application corollaire permettant d'accéder directement à son e-constat personnel.



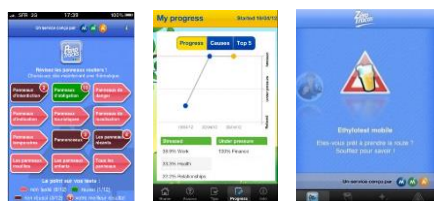
Les « informationnelles »

À titre préventif, elles apportent de **l'information** et des **services au quotidien** (info trafic, risques à l'étranger pour les voyageurs, risques météo, lexique, quizz et autres astuces du quotidien...)

La MAAF propose notamment de mesurer la qualité de l'air avec **Assistant Air**. Elle vient aussi de lancer avec le SAMU **Grave Pas Grave ?**, un service accessible hors connexion, pour détecter les urgences médicales et réagir efficacement grâce au didacticiel des gestes de 1^{er} secours, à la géolocalisation et à la mise en relation directe avec les secours.



Les « ludiques »



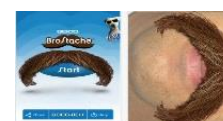
Elles permettent d'**éduquer sur des thématiques variées** (gestion du stress, coach santé, code de la route, éco-conduite, alcool au volant, aide à l'automédication sans ordonnance...).

Pour l'assurance santé, certains jouent la carte du **bien-être**, avec notamment cette application d'Aviva permettant de **maîtriser son stress** afin de sortir des classiques guides « en cas d'accident » et autres outils de pré-déclaration de

sinistre. MMA s'illustre avec une application permettant de réviser le **code de la route** ou l'éthylotest mobile.

Les « décalées »

En déclin car sans valeur et trop gadget, ces applis ont permis de tester le marché mobile lors de sa phase d'émergence pour développer ensuite des services plus complexes (ex : l'assureur américain GEICO avec l'appli **BroStache**).



Aujourd'hui si les applications dans l'assurance sont largement répandues et qu'elles répondent à un besoin d'instantanéité, on s'interroge sur leur bonne intégration dans un processus cross canal de la relation client et leur intérêt en terme de fidélisation. Comment se poursuivent les opérations dès lors que la déclaration a été faite par mobile ? Outre l'aspect technologique, la complexité réside dans la réorganisation des processus internes et la personnalisation des services en fonction des données CRM et comportementales qui ne cesseront de croître avec l'arrivée des objets connectés dans l'assurance.