# L'Assurance à l'Ère des Plateformes : Modèles et Enjeux

*Juin 2024*

Ailancy

# Sommaire


1. Introduction – Préambule et objectifs de l'étude
2. Eléments de contexte - définitions et concepts clés
3. Les enjeux et modèles de la plateformisation en assurance et classification des initiatives
4. Réussir vos projets de plateforme – nos convictions sur les facteurs clés de succès
5. Présentation d'Ailancy, de nos savoir-faire et de quelques références et matière de plateformisation

# #1

## Introduction
## *Préambule et objectifs de l'étude*

Ailancy

# 1- Préambule

La gestion et la distribution de produits assurantiels est aujourd'hui transformée en profondeur par les nouveaux usages et attentes des clients:

- un **besoin de personnalisation** de la relation de plus en plus marqué avec des offres et des services répondant à leurs besoins et leurs aspirations, avec, si le client le souhaite, la possibilité d'être accompagné lors de moments de vie (achat d'une résidence principale, naissance d'un enfant, passage à la retraite, séniorité…)
- un **besoin d'autonomisation** accrue de l'expérience client dans leurs interactions avec les services en ligne passant par la mise à disposition d'outils d'aide à la décision de plus en plus sophistiqués tout en gardant la possibilité d'accès à un conseiller physique.
- un **besoin de confiance, de transparence et de simplicité** au sein de parcours digitaux sans couture

Dès lors, **les modèles relationnels et les modèles des assureurs doivent être adaptés** en conséquence pour s'inscrire dans les nouveaux usages et profiter des opportunités offertes par la **plateformisation**. Ce mouvement pérenne s'accélère avec l'avènement de nouvelles technologies (Cloud, APIs…) qui permettent aux assureurs de refondre leurs systèmes s'information et de répondre aux besoins d'une clientèle qui valorise les interactions digitales au quotidien et les contacts humains lors d'évènements importants.

En matière de **distribution** et de **consommation** de produits et services assurantiels, les assureurs sont de plus en plus intégrés au sein des usages et parcours clients, quitte parfois à **disparaitre** facialement au profit d'un service. La plateformisation accentue cette **intégration** des services assurantiels dans des parcours et usages plus larges notamment en proposant des produits affinitaires via le modèle ***Insurance as a Service*** mais permet également aux distributeurs assurantiels historiques d'étoffer leur catalogue d'offres et de services via l'intégration de produits tiers ***Insurance as a Platform*** dans une logique de **conquête** et de **recherche de nouveaux leviers de PNB.**

Dès lors, les **frontières entre les industries tendent à s'effacer au profit de marques** avec une forte notoriété et renommée, capables de proposer **n'importe quels services** à ses clients tout en restant cohérentes avec un **ADN** et une **proposition de valeur**. Il devient donc pertinent pour les assureurs historiques d'initier une réflexion afin de repositionner et relancer leurs offres, pour faire face à l'arrivée des **nouveaux entrants** (Assurtechs spécialisées…), **profiter des opportunités offertes par la plateformisation** et **répondre aux nouvelles attentes des clients** en adoptant des approches plus affinitaires.

# 1 - Les objectifs de notre étude

1

## Comprendre le concept de plateformisation

***Comment la plateformisation s'inscrit au sein de la transformation digitale de l'assurance*** *et concrétise les enjeux de* ***l'Open Assurance****, ses inducteurs. Comprendre en quoi l'ouverture de son SI permet de bénéficier des leviers de la création d'un écosystème de partenaires.*

2

## Clarifier les différents modèles de plateformisation en assurance

***Distinguer les trois modèles de plateformes en assurance :*** *le modèle de « gestion », le modèle de distribution « Insurance as a Service » et enfin le modèle ouvert « Insurance as a Platform ». Connaître les objectifs, le fonctionnement, les limites et les enjeux auxquels chaque modèle répond.*

3

## Mettre en avant les facteurs clés de réussite d'un projet plateforme

***Se poser les bonnes questions et connaître les bonnes pratiques*** *pour réussir son projet de plateforme sur des thématiques organisationnelles, technologiques, financières, marketing et partenariales.*

**Tout au long de notre étude, nous clarifions les concepts employés en les illustrant par des cas d'usage concrets et des exemples de réussite.**

# #2

## Plateformisation : de quoi parle-t-on ?

*Eléments de cadrage et de contexte*

Ailancy

# Contexte : les assureurs doivent se transformer pour s'adapter aux nouveaux usages des clients et aux nouvelles technologies

Dans un environnement en pleine mutation, le secteur assurantiel fait face à des transformations sans précédent qui l'obligent à **repenser son modèle historique** pour répondre à l'évolution des nouvelles attentes en matière de digitalisation. Ces transformations s'inscrivent dans le **contexte d'Open Insurance qui pousse les assureurs à passer de Systèmes d'Informations traditionnels à des modèles plus ouverts et évolutifs** en utilisant de nouvelles technologies, dont celles des plateformes numériques.

## Modèle traditionnel

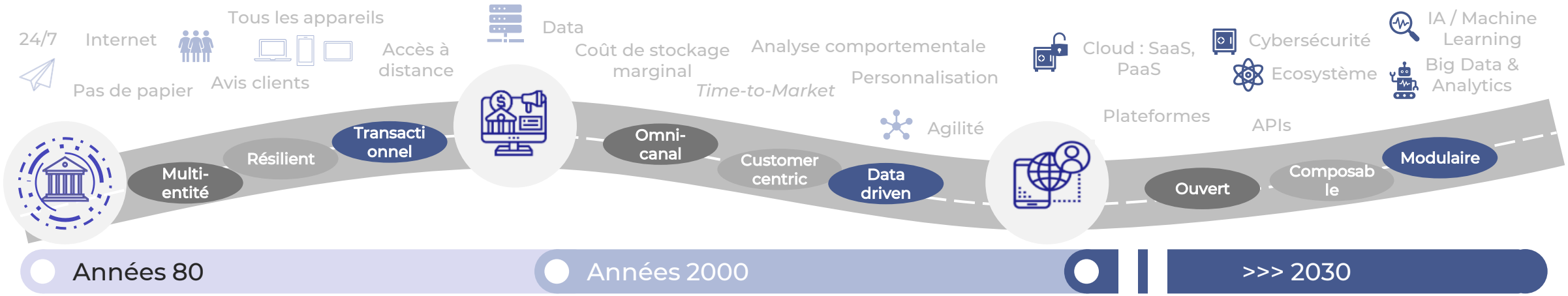
Un SI fragmenté, avec différentes entités ayant leurs propres systèmes isolés, conçu pour être robuste et fiable et dont l'enjeu principal était le traitement fiable et efficace des transactions.

## Modèle digital classique

Un SI centré client qui évolue vers l'omnicanalité pour permettre une expérience cohérente à travers plusieurs canaux, et qui collecte, analyse et utilise les données client pour optimiser la précision des opérations.

## Modèle ouvert

Un SI de plus en plus ouvert, modulaire et composable en permettant l'interopérabilité et l'intégration de systèmes externes, avec des évolutions et mise à jour technologiques facilitées.



# Quelques définitions pour introduire le sujet

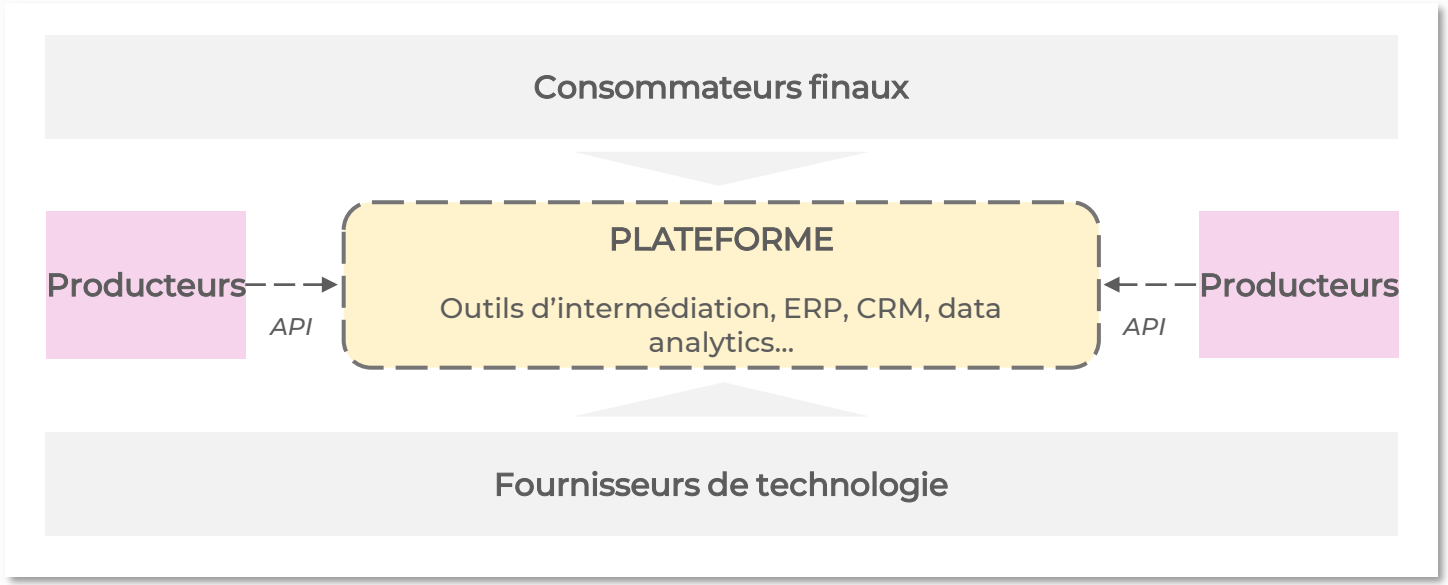
## *Quelques définitions…*

> *La plateforme est un moyen d'**intermédier** au sein d'écosystèmes producteurs, fournisseurs et consommateurs via une **architecture ouverte** et des **APIs**.*

> *L'écosystème, c'est le **réseau d'acteurs** de marchés et de cœurs de métiers parfois différents qui **interagissent** et **co-évoluent** autour de cette plateforme pour faciliter la création et l'échanger de valeur.*

> *Quant à la plateformisation, elle fait référence à l'intégration, au sein de son **modèle d'affaires**, de la **valeur créée** par les plateformes numériques.*

## *Schéma d'une plateforme*




## *La valeur ajoutée des plateformes numériques*

1. Innovation, intégration de nouveaux outils et fonctionnalités
2. Augmentation de l'efficacité opérationnelle et de la performance des systèmes
3. Réduction des intermédiaires, des coûts
4. Création de synergies, effet de réseau
5. Optimisation de l'utilisation des ressources et des données
6. Enrichissement de l'expérience client, parcours centralisés sans couture

# La plateformisation a plusieurs inducteurs, … (1/4)

La plateformisation est induite par des **facteurs tant sociodémographiques, technologiques que règlementaires** qui incitent les assureurs à faire évoluer leurs modèles.

## #1 L'évolution de la demande

- ✓ **Expérience client** améliorée, fluide, pratique, sans-couture
- ✓ **Personnalisation** accrue, avec des recommandations de produits et services adaptés à leurs besoins
- ✓ **Accès multi-canal** (sites webs, applications mobiles, réseaux sociaux…)
- ✓ **Transparence** et **confiance** dans la gestion des données personnelles



## #2 La levée des barrières technologiques

- ✓ **Cloud Computing** – scalabilité et flexibilité élevées
- ✓ **Interfaces de Programme d'Applications (API)** – facilitent l'intégration et l'interopérabilité
- ✓ **Intelligence Artificielle (IA)** – fournit des outils et des fonctionnalités avancés
- ✓ **Technologies de stockage, traitement & analyse de grands volumes de données**

## #3 L'émergence de concurrents

- ✓ **Assurtechs spécialisées** – Alan, Clark, Lemonade
- ✓ **Plateformes d'acteurs traditionnels** – Allyz, Flex, …
- ✓ **Marketplaces d'assurance** et **plateformes de comparaison d'assurances** – Coverhound, LeLynx.Fr, ComparetheMarket.com

## #4 Une réglementation favorable

- ✓ **Directive sur la distribution d'assurances** (DDA)
- ✓ **RGPD**
- ✓ **Digital Operational Resilience Act** (DORA)
- ✓ **Consultations EIOPA**
- ✓ **IDD**
- ✓ **Directive sur les paiements instantanés** (PI), **PSD2, DSP2…**

# … se fonde sur un réseau de partenaires technologiques … (2/4)

Les plateformes numériques dépendent de divers fournisseurs technologiques pour fonctionner efficacement, avec lesquels les assureurs doivent collaborer en amont et en aval du développement de leurs plateformes, dont voici quelques exemples :

## Editeurs de plateformes d'intermédiation et de gestion des API

*Gèrent et sécurisent les interfaces de programmation (API), facilitant l'intégration entre différents systèmes et applications.*

***Exemples :*** *Axway, IBM, Oracle, Mulesoft, Microsoft Azure, Dell Boomi, SWO2, Jitterbit, TIBO*

## Fournisseurs de solutions Cloud

*Offrent des infrastructures et services cloud computing permettant le stockage, le traitement et la gestion des données à grande échelle.*

***Exemples :*** *Microsoft Azure, Google Cloud Platform (GCP), IBM Cloud, Oracle Cloud, SAP Cloud Platform*

## Fournisseurs de solutions SaaS

Permet d'utiliser ces logiciels via internet sans avoir à les installer sur leurs propres serveurs.

***Exemples :*** *Salesforce, ServiceNow, Workday, Slack, Dropbox*

## Editeurs de solutions ESB

*Permettent la communication entre différentes applications au sein d'une architecture orientée services (SOA).*

***Exemples :*** *TIBCO, IBM, Oracle, Mulesoft, Apache, Software AG, SWO2, FuseSource, AdroidLogic*

## Editeurs de progiciels

*Développent des logiciels intégrés de type ERP ou CRM sur le cœur de métier de l'assurance ou sur de la gestion d'entreprise.*

***Exemples :*** *Coopengo, Inetum, Custy, GuideWire, Seyna, Stimut, Cegedim, Kapia RGI, Prima Solutions (ERP), PEGA (CRM)*

## Fournisseurs de solutions Cybersécurité

Offrent des technologies et des services pour protéger les systèmes, réseaux et données contre les cyberattaques.

***Exemples :*** *Palo Alto Networks, Chech Point, Fortinet*

# … et agit au cœur d'un d'écosystème, dont elle constitue le point focal … (3/4)

**Etude Ailancy :**
**Contactez-nous pour que nous vous présentions sa version complète**

La plateforme est toujours présente au sein d'un **écosystème** de **partenaires interagissant entre eux et** qui permet à l'assureur de capter de la valeur et de s'étendre sur de **nouveaux marchés** en tirant parti de **l'effet de réseau**.

La plateforme constitue le point focal de l'écosystème en **fournant, centralisant** et **coordonnant** ces partenaires, et offre une liste d'avantages à l'assureur parmi lesquels la possibilité de **cibler de nouveaux segments clients, d'adresser de nouveaux usages** et de **diversifier son modèle** commercial.

# … et offre de multiples opportunités (4/4)

Les bénéfices et avantages du modèle de plateforme sont nombreux, aussi bien pour l'assureur, que pour les tiers Pair les clients.

(1) Assureurs peuvent inclure les plateformes comme tiers

# Pour les assureurs traditionnels, trois modèles commerciaux de plateformes se dégagent… (1/2)

Plusieurs modèles existent et permettent aux assureurs d'automatiser leur gestion (Digital Insurance), de distribuer leurs produits par le biais de plateformes externes (Insurance as a Service), ou de distribuer des produits de fournisseurs sur leurs propres canaux (Insurance as a Platform).

# … ainsi que des usages à but non lucratif (2/2)

Certains assureurs ont développé des plateformes non commerciales au service de la société, dans le but de remplir leur mission sociale.

# #3

## Les enjeux et modèles de la plateformisation
## *Eclairage et classification des initiatives*

Ailancy

# Nous avons dressé six grands enjeux de la plateformisation en assurance

1

**Besoins clients**

Personnalisation
Expérience sans couture
Transparence & comparabilité
Accessibilité
Innovation

2

**Partenariats**

Partenaires commerciaux
Partenaires de distribution
Fournisseurs de technologie
Organismes de régulation

3

**Marchés & segments clients**

Segments clients : PME/ETI, indépendants, freelances, particuliers, institutions
Nouveaux marchés : santé, habitat, mobilité, loisirs, électronique...

4

**Time-to-market**

Fonctionnalités et outils préconçus
Facilité d'intégration
Temps de configuration réduit

5

**Data**

Meilleure connaissance client
Recommandations personnalisées
Automatisation de la souscription
Tarification plus précise
Prévention des fraudes

6

**Raison d'être sociale**

Messages de sensibilisation
Prévention
Formations & apprentissage

# Notre méthodologie

Dans le cadre de notre étude, nous avons voulu disposer d'éléments **quantitatifs** et **qualitatifs** sur les plateformes en assurance et les enjeux auxquels elles répondent.

Nous avons donc **sélectionné et analysé un panel représentatif d'initiatives** qui couvrent les **3 modèles identifiés** : plateformes de gestion, modèle *Insurance as a Service*, modèle *Insurance as a Platform*.

Nos connaissances sur chacune de ces plateformes ont été nourries de **nos références** auprès de nos clients sur des projets de transformation des Systèmes d'Information, d'**échanges**, et **d'un travail de recherche en chambre rigoureux**.

## Quelques exemples d'acteurs analysés

# Notre démarche nous a permis de trouver trois grands constats

# Classification des modèles de plateforme par réponse aux enjeux formulés

# Benchmark des plateformes d'assurance sur les 3 modèles de plateformisation

# Introduction aux cas d'usage

## Pourquoi des cas d'usage ?

- Illustrer concrètement l'application des concepts de plateformisation en assurance.
- Identifier les enjeux des modèles de plateformes
- Montrer des exemples de réussites
- Caractériser les éléments différenciants
- Se forger des convictions sur la stratégie de plateformisation en assurance et la conduite d'un projet plateforme

## Structure des cas d'usage

1. **Modèle d'appartenance :** *Plateforme de gestion, Insurance as Service, Insurance as a Platform*
2. **Secteur(s) d'application et cible marché :** Identification des marchés desservis par la plateforme et de la cible client
3. **Problématique initiale et solution mise en place :** Description du besoin de l'assureur, présentation de la plateforme et de ses fonctionnalités
4. **Résultats obtenus :** Caractérisation des enjeux répondus par la plateforme
5. **Eléments différenciants :** Spécification des partis-pris par l'assureur

## Résultats

- **12 cas d'usages pertinents analysés parmi les plus représentatifs des acteurs de la place**, classés comme suit : 3 pour les plateformes de gestion, 4 pour le modèle *Insurance as a Service*, 5 pour le modèle *Insurance as a Platform*
- **Présence sur un panel large de 9 marchés** (dont 8 marchés extra-assurantiels) : Assurance, Santé, Habitat, Sécurité numérique, Voyages, Bien-être au travail, Prévention, Loisirs et Mobilité
- **6 enjeux analysés**

# Modèle #1 - Plateforme de gestion

**Marché :** assurance

# Modèle #1 - Plateforme de gestion

## Marché : assurance

[illegible]

Acteur anonymisé

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

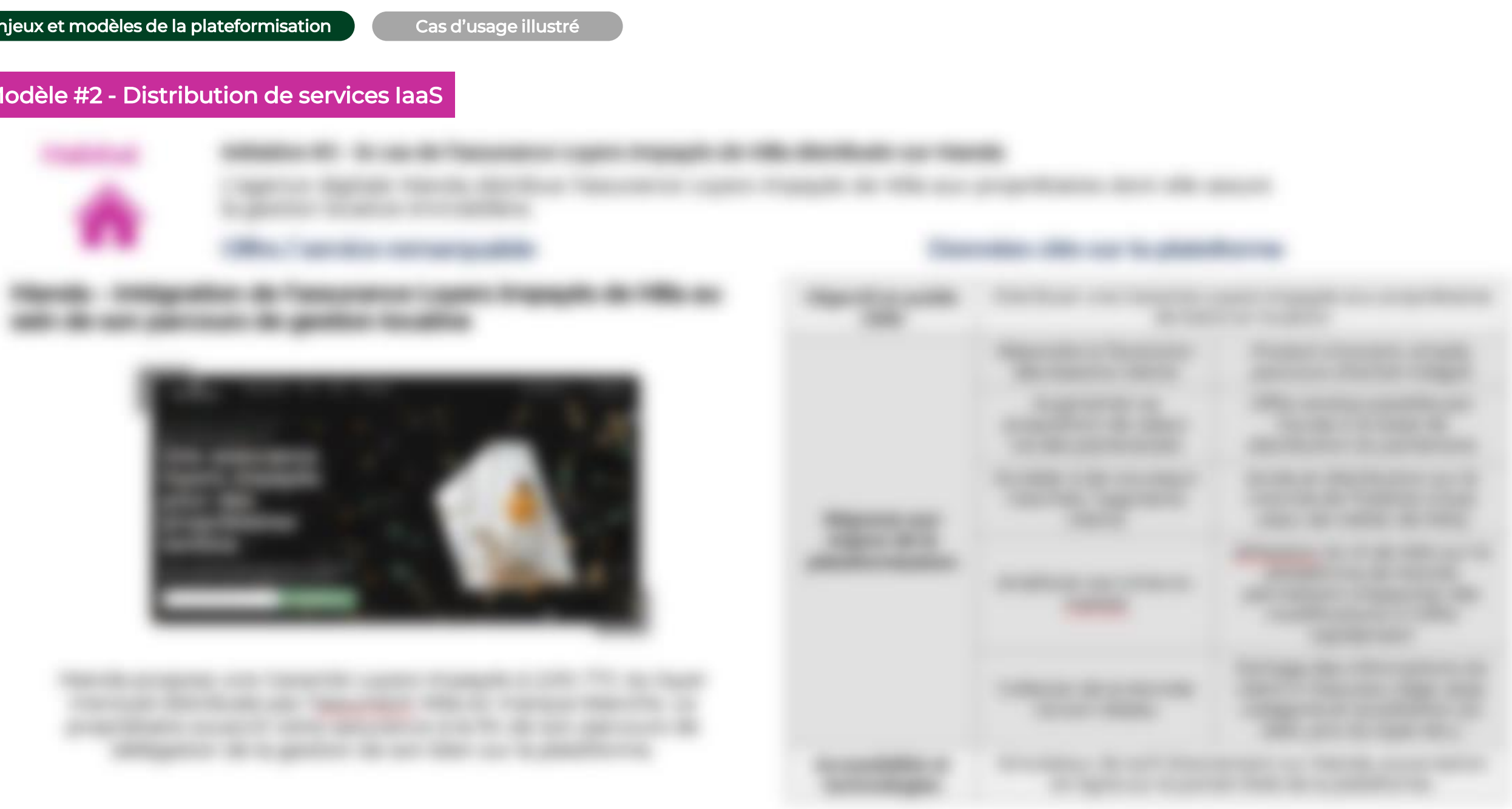
# Modèle #1 - Plateforme de gestion

## Marché : assurance

# Modèle #2 - Distribution de services IaaS

# Modèle #2 - Distribution de services IaaS

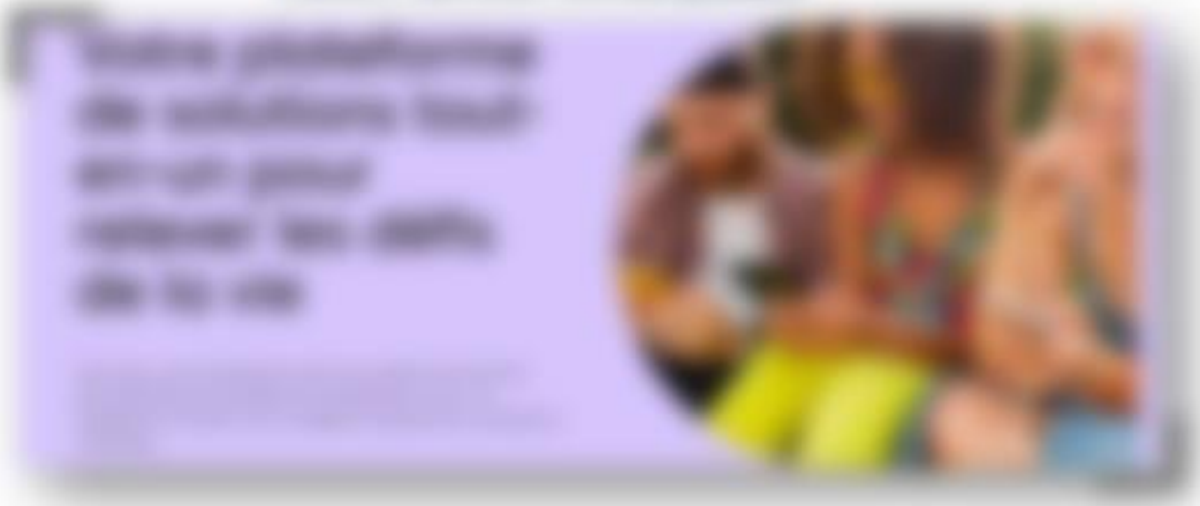
# Modèle #2 - Distribution de services IaaS



# Modèle #2 - Distribution de services IaaS

## Modèle #3 – Plateforme d'assurances

**Marchés :** Santé, habitat, voyages, sécurité numérique



## Modèle #3 – Plateforme d'assurances

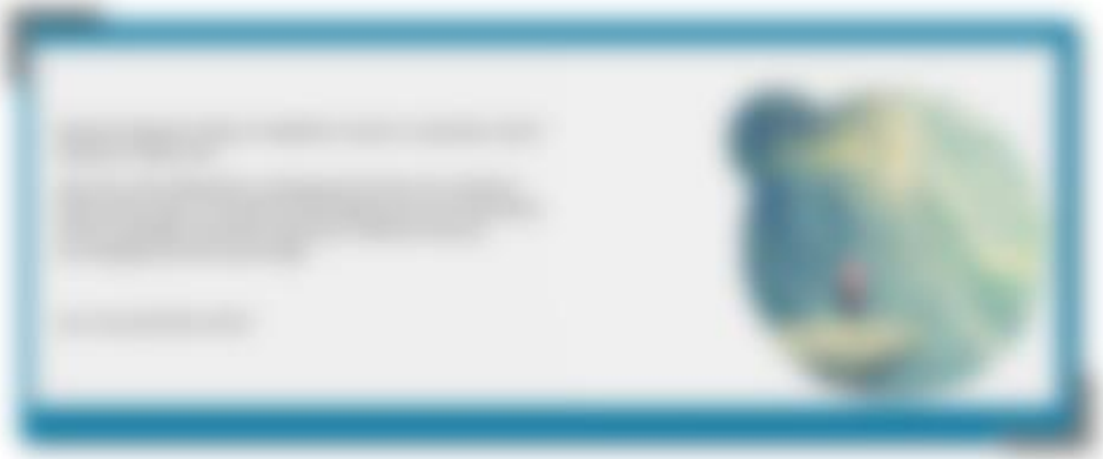
**Marchés :** Santé, bien-être au travail, prévention

# Modèle #3 – Plateforme d'assurances

## Marchés : Santé

## Modèle #3 – Plateforme d'assurances

**Marchés :** Santé



# Modèle #3 – Plateforme d'assurances

## Marchés : Santé

# #4

# Réussir vos projets de plateforme : Nos convictions sur les facteurs clés de succès

Ailancy

# De la conception au déploiement, quelques principes clés pour réussir les projets de plateformisation

*Passer d'une organisation en silos à une organisation par lignes métiers pour intégrer les nouvelles manières de faire*

*Définir une approche pour mettre à jour son patrimoine IT en ligne avec ses ambitions*

*Compléter ses efforts de réduction des coûts du projet en considérant l'opportunité de distribuer ses capacités technologiques à d'autres acteurs*

*Concevoir une plateforme qui soit un point d'ancrage pour augmenter la valeur créée lors des échanges assureur-assuré et accompagner ce dernier lors de moments de vie clés*

*Sélectionner son réseau de partenaires selon son alignement avec ses valeurs, sa compatibilité technologique, son apport en expertise et son positionnement*

# #1 Toute stratégie de plateformisation impose aux DSI de revoir leur organisation

# #2 Une bonne gestion de son *legacy* est déterminante pour réaliser sa transition

# #3 Tout projet de plateformisation doit considérer la possibilité de distribution en marque blanche

# #4 La plateforme doit positionner l'humain au centre et constituer un point d'ancrage

# #5 Le réseau de partenaires doit être sélectionné via une approche complète et pragmatique

# #5

## Présentation d’Ailancy et de nos savoir-faire
## *Quelques références en matière de plateformisation*

Ailancy

# Une offre de service complète dédiée à l'industrie financière

Ailancy Group

## Ailancy

### Conseil en organisation et management

- Stratégie de développement
- Compétitivité des organisations
- Risques & conformité
- Conduite de grands projets
- Transformation des SI
- Accélération digitale

## avanty

### Expertises et Solutions

- Expertise fonctionnelle métier
- Apport méthodologique
- Maîtrise de solution
- Réalisation technologique
- Offres en Nearshore d'externalisation de services
- Traitements d'opérations

## aylios

### Agence digitale

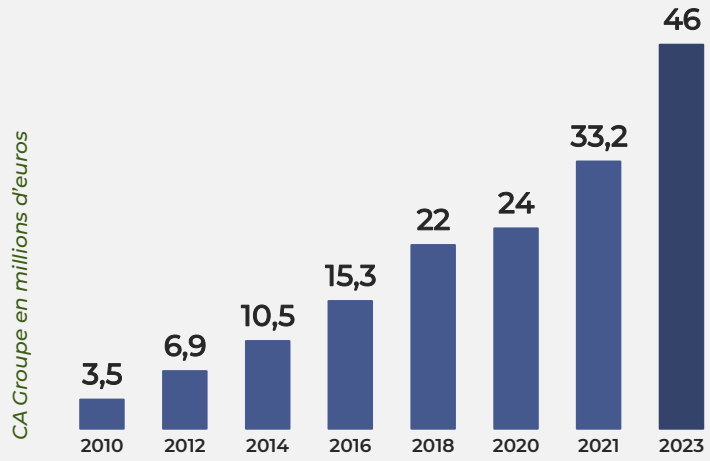
- Stratégie & Conception digitale
- Expérience utilisateurs
- Conception & réalisation de produits
- Lab' Innovation
- Digital Marketing
- Green IT

**300**
Consultants répartis sur 5 entités

**46M€**
Chiffre d'affaires

**+1000**
Missions réalisées

## Une croissance continue depuis 15 ans



# Le Groupe Ailancy : 3 marques, 5 entités, 4 sites

Ailancy

France Paris (siège social)
*+180 consultants*

Luxembourg Luxembourg
*+10 consultants*

Maroc Casablanca
*+10 consultants*

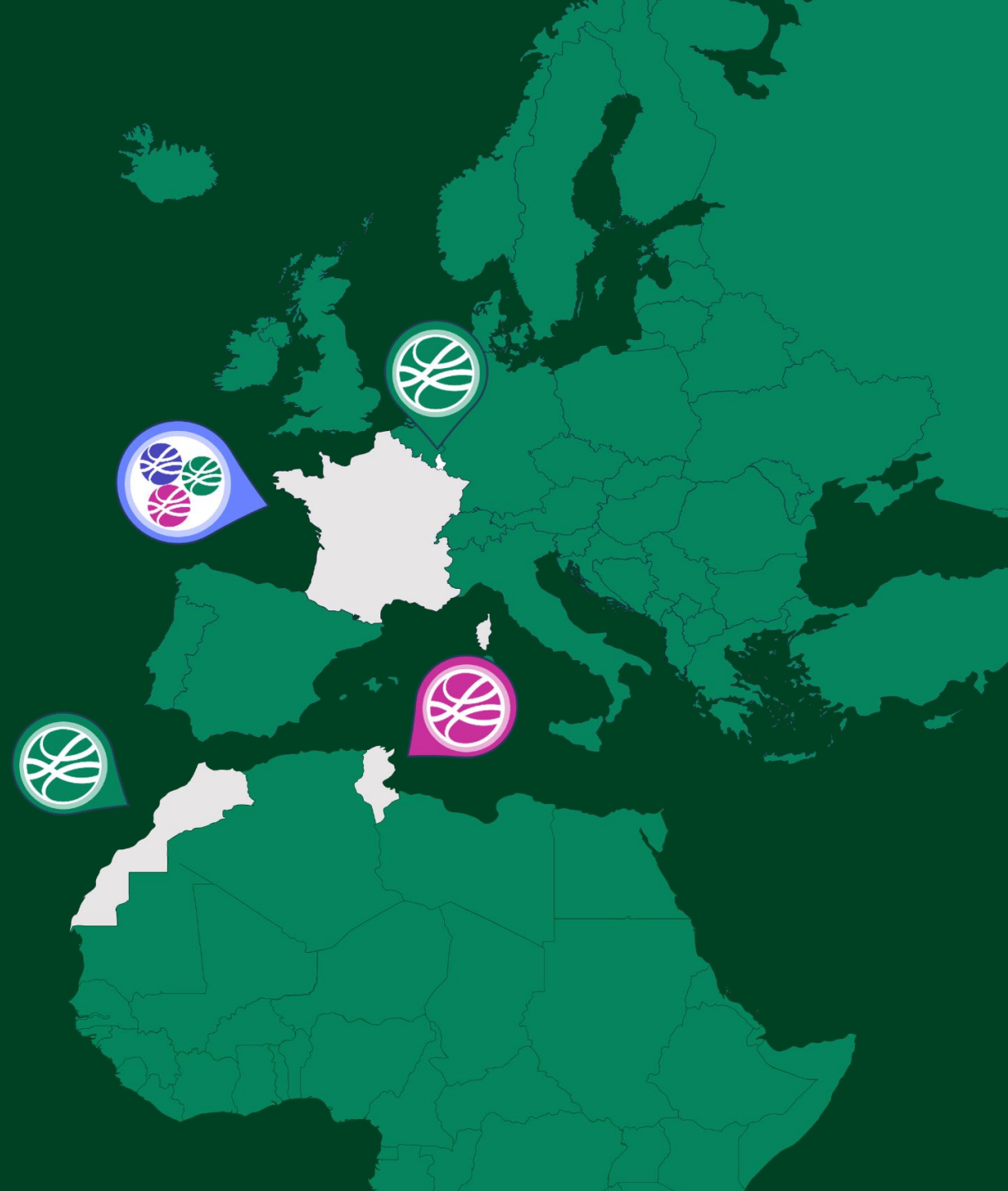
avanty

France Paris (siège social)
*+90 consultants*

Tunisie Tunis
*+10 consultants*

aylios

France Paris



# Illustrations de nos savoir-faire Assurance

## Stratégie de développement

> Définition des nouvelles offres mass market MRH et Auto d'un bancassureur

> Déploiement d'une nouvelle offre santé et prévoyance collective dans le cadre d'un partenariat entre un réseau bancaire et deux assureurs

## Compétitivité de l'organisation

> Mutualisation des BO de gestion des contrats IARD de deux réseaux bancaires

> Définition de la stratégie opérationnelle d'une direction de gestion de l'indemnisation (organisation des plateaux, processus, formation)

> Réorganisation des BO retraite et prévoyance d'un acteur de premier plan de la protection sociale complémentaire

## Évolution du système d'information

> Diagnostic de l'organisation IT et définition du modèle cible d'un courtier majeur de la complémentaire et la prévoyance

> Réorganisation des fonctions IT d'un bancassureur : audit de l'existant et scenario d'évolution

## Pilotage de Programme

> Cadrage d'une plateforme de services retraite pour un bancassureur, avec une offre large de produits et de services où convergent tous les écosystèmes (entreprises et salariés, retraités et actifs aux préoccupations et projets multiples)

> Accompagnement de la création d'une application mobile de mise en relation entre client et réseaux de professionnels (réparateur, artisan, ...)

## Transition digitale

> Cadrage d'une plateforme de services retraite pour un bancassureur, avec une offre large de produits et de services où convergent tous les écosystèmes (entreprises et salariés, retraités et actifs aux préoccupations et projets multiples)

> Accompagnement de la création d'une application mobile de mise en relation entre client et réseaux de professionnels (réparateur, artisan, ...)

## Réglementaire

> Mise en conformité à la Loi PACTE et à la directive DDA

> Accompagnement d'un acteur dans le cadre d'un audit de conformité avec la Loi Eckert par l'ACPR

> Accompagnement de la Direction de la Stratégie d'une mutuelle dans la mise en conformité au RGPD

## Nos publications et nos évènements

**Comment optimiser votre gestion des leads en provenance du web ?**

**Loi PACTE :** Quelles stratégies gagnantes face à la recomposition du paysage de l'épargne ?

**Benchmark des offres de dépendance**

**Loi Eckert :** la recherche de bénéficiaires par IA/RPA

**Panorama des Assurtech :** Vraie disruption ou phénomène éphémère?

**Silver économie :** Comment les nouvelles générations de séniors bouleversent l'accompagnement dans le bien-vieillir ?

## Ils nous font confiance

# Nos engagements RSE (Responsabilité Sociétale et Environnementale)

## Nos interventions seront très prochainement évaluées en amont sur une échelle propriétaire de « finance durable »

ENTREPRENEURS du Monde

### Un engagement social en externe

Ailancy est un partenaire de l'association "Entrepreneurs du Monde" et supporte le projet Fansoto au Sud du Sénégal qui aide les femmes à se lancer dans l'entreprenariat.

Ailancy a soutenu le projet "Assimilassimé" au Togo en 2017 et 2018 qui a aidé 133 personnes sous le seuil de pauvreté à lancer des initiatives entreprenariales.

UN GLOBAL COMPACT — NOUS SOUTENONS LE PACTE MONDIAL

### Un engagement pour le développement durable

Ailancy a rejoint le réseau Global Compact pour soutenir l'initiative des Nations-Unies et s'engage à intégrer durablement ses 10 principes dans sa stratégie et ses opérations

ecovadis

### Un engagement environnemental

La RSE chez Ailancy c'est aussi : des collectes de vêtements, des courses solidaires, l'utilisation de cartouches et papiers recyclables, du tri sélectif des déchets.

Ecovadis a décerné à Ailancy le **label Silver pour sa politique RSE (top 25% des entreprises)**

### Un engagement sur la compensation carbone

Ailancy a signé un **partenariat avec**

**Greenly**

afin de mettre en place une stratégie sur la réduction de CO2 du Cabinet et a obtenu le score de B soit « Très bien »

Ailancy s'engage également avec **l'association Cœur de** Forêt : **450 arbres** ont déjà été plantés **à Coroico** en Bolivie afin de **compenser la consommation de CO2** du Cabinet

Cœur de Forêt

Charte de la parentalité en entreprise — CHARTE DE LA diversité EN ENTREPRISE

### Un engagement social en interne

Ailancy est signataire de chartes de référence reflétant son **engagement auprès de ses salariés**

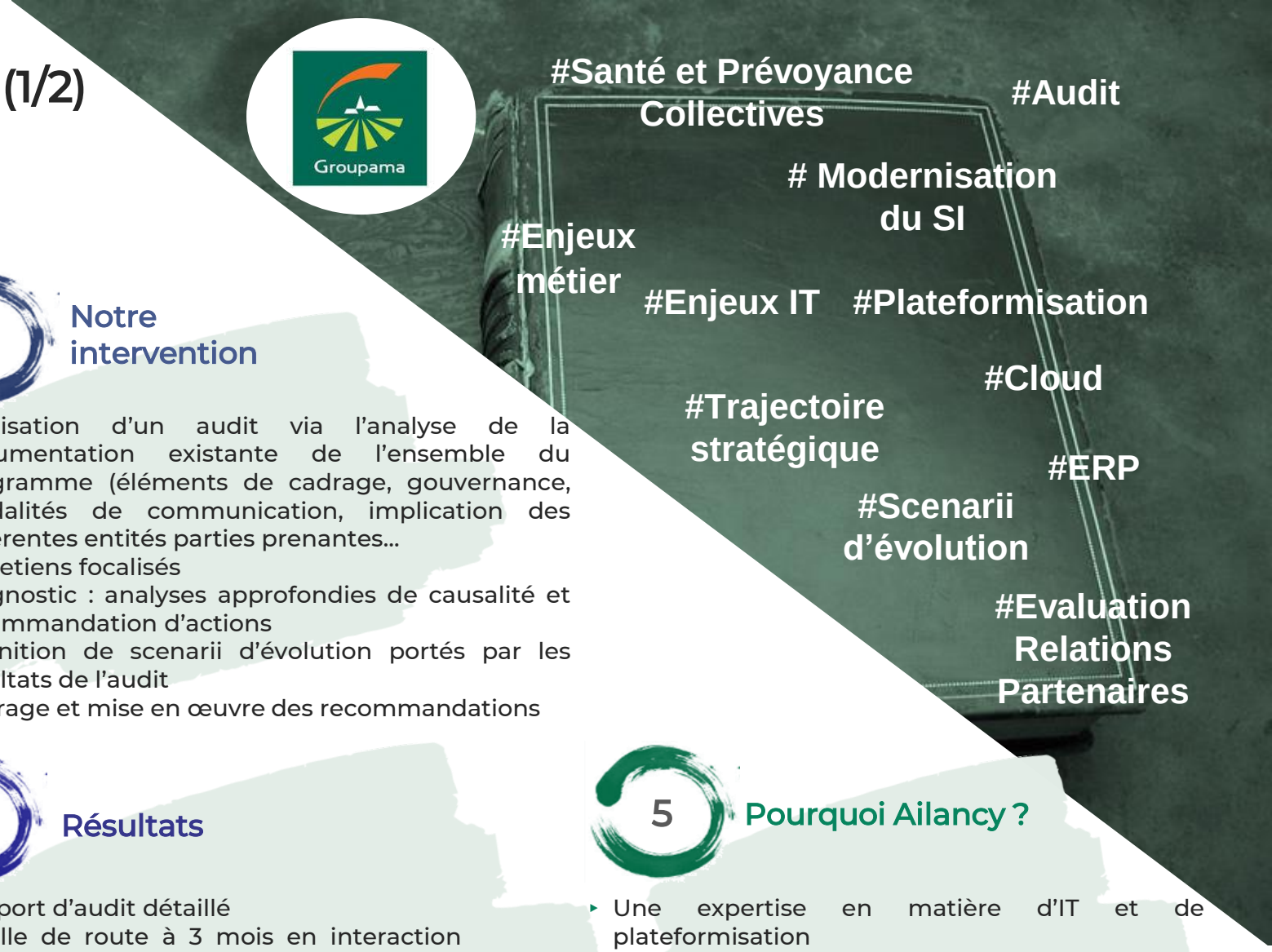
Innov & Co

### Un engagement sociétal

Ailancy a créé un partenariat avec Innov and Co, **cabinet de conseil solidaire** avec prestations réalisées par des travailleurs handicapés, des seniors, des personnes issues des quartiers Politique des territoires.
Les entreprises se sont engagées conjointement, non seulement sur la réalisation de travaux, mais aussi sur **l'objectif d'insertion**

# Nos références en plateformisation (1/2)

## AUDIT PROGRAMME IT




### 1 Contexte

- Dans le cadre du déploiement d'un nouvel outil de gestion des contrats collectifs sur le périmètre Santé et Prévoyance, Groupama s'interroge sur les modalités de gestion et de gouvernance du programme ainsi que sur l'adéquation de l'outil cible avec ses besoins métier.

### 2 Enjeux

- Prise de recul sur la gestion du programme
- Identification des causes racines des dysfonctionnements observés
- Identification des modalités de remise sur rail d'un programme subissant des retards importants

### 3 Notre intervention

- Réalisation d'un audit via l'analyse de la documentation existante de l'ensemble du programme (éléments de cadrage, gouvernance, modalités de communication, implication des différentes entités parties prenantes…
- Entretiens focalisés
- Diagnostic : analyses approfondies de causalité et recommandation d'actions
- Définition de scenarii d'évolution portés par les résultats de l'audit
- Cadrage et mise en œuvre des recommandations

### 4 Résultats

- Rapport d'audit détaillé
- Feuille de route à 3 mois en interaction avec la direction de programme, de manière à suivre la mise en œuvre des actions et à réévaluer le niveau de risque du programme

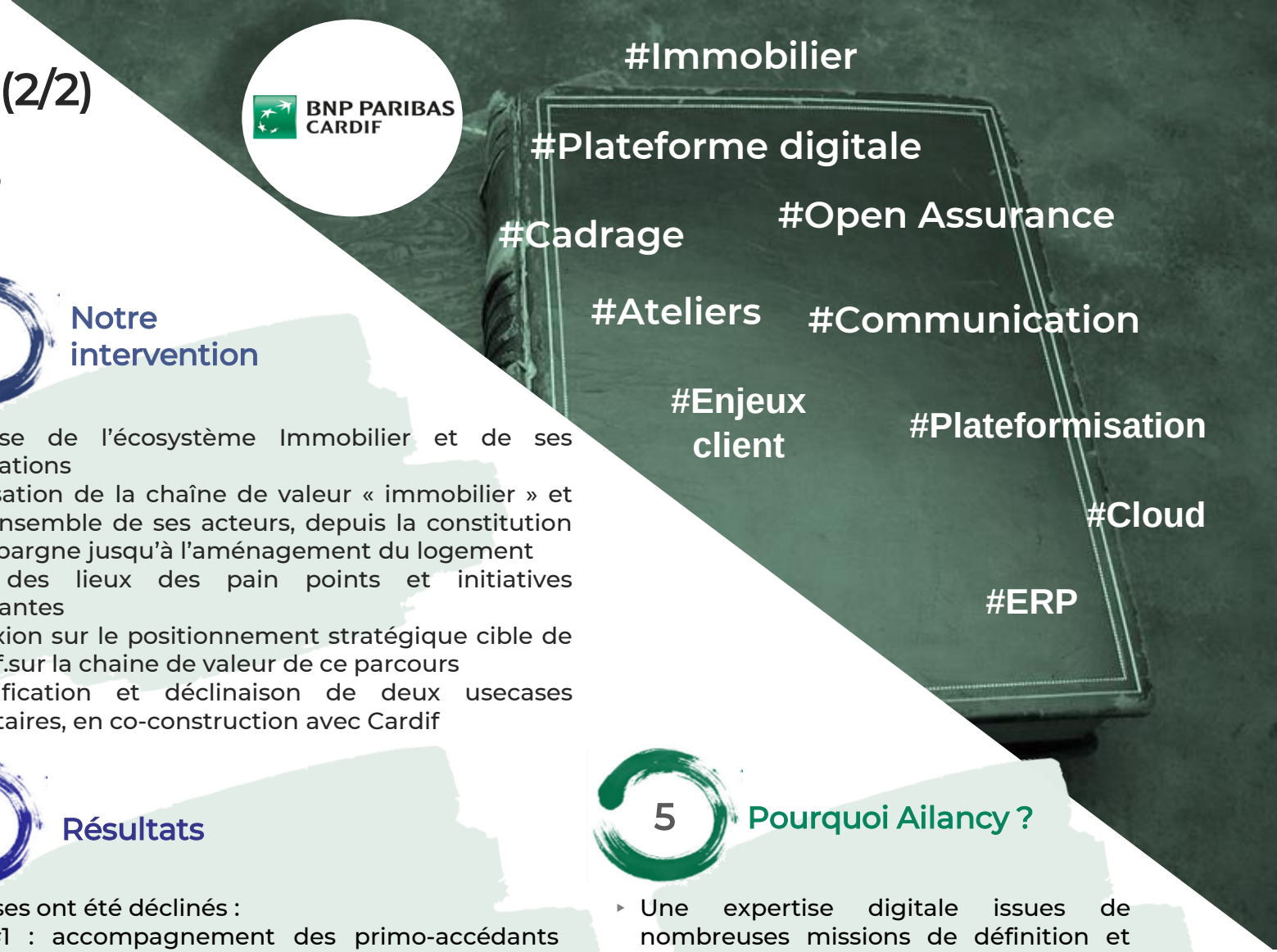
### 5 Pourquoi Ailancy ?

- Une expertise en matière d'IT et de plateformisation
- Des démarches éprouvées en matière d'audit de programmes et d'organisations
- Une excellente connaissance de l'assurance et en particulier de la Santé et de la Prévoyance collectives

Ailancy

# Nos références en plateformisation (2/2)

## CADRAGE PLATEFORME DE SERVICES IMMOBILIERS




### 1 Contexte

- Cardif envisage de proposer une offre de produits et services financiers et extra-financiers à proposer à ses clients sur le parcours d'accession à la propriété, dans une logique partenariale / Open Finance.

### 2 Enjeux

La plateforme « immobilier » de Cardif a pour principaux enjeux de :

- collecter d'avantage de données clients,
- multiplier les points de contacts,
- proposer des services à forte valeur ajoutée à ses clients et prospects

In Fine, distribuer davantage de produits d'assurance Cardif

### 3 Notre intervention

- Analyse de l'écosystème Immobilier et de ses innovations
- Réalisation de la chaîne de valeur « immobilier » et de l'ensemble de ses acteurs, depuis la constitution de l'épargne jusqu'à l'aménagement du logement
- Etat des lieux des pain points et initiatives innovantes
- Réflexion sur le positionnement stratégique cible de Cardif.sur la chaine de valeur de ce parcours
- Identification et déclinaison de deux usecases prioritaires, en co-construction avec Cardif

### 4 Résultats

2 usecases ont été déclinés :

- UC #1 : accompagnement des primo-accédants dans la phase amont du parcours, de la recherche du bien jusqu'à la construction du plan de financement
- UC #2 : accompagnement du propriétaire dans la phase aval de ce parcours pour l'aider dans l'optimisation de son bien, notamment pour l'inscrire dans une logique de transition durable

### 5 Pourquoi Ailancy ?

- Une expertise digitale issues de nombreuses missions de définition et mise en œuvre de stratégie digitale
- Notre connaissance de l'écosystème des Fintechs & AssurTech et notre maitrise des technologies de rupture (IA, RPA, Open Insuring, etc.)

*Année : 2022 ; Dispositif : 2 ETP ; Durée : 1 mois*

# Ils nous font confiance

# Nos publications récentes

- ✓ Panorama du marché des complémentaires Santé, tendances du marché, classement des acteurs
- ✓ Benchmark des offres de complémentaires Santé individuelles
- ✓ Les leviers de différenciation

- ✓ Enquête exclusive ODOXA pour Ailancy réalisée sur un panel de 621 séniors pour comprendre leurs attentes et leurs besoins en matière de santé, épargne, logement, loisirs…
- ✓ Benchmark des offres et des acteurs de la silver-économie en France

- ✓ Cartographie des assur'tech
- ✓ Analyse des modèles économiques
- ✓ Illustration de cas pratiques à partir d'usages clients

- ✓ Nos convictions en matière de réduction des coûts
- ✓ Use cases impactant et transformant

# Annexes

# Annexe 1

## 1 Digital Insurance ou Plateformes de gestion

1

### OBJECTIFS

- Proposer de nouveaux parcours plus fluides et sans coutures
- Moderniser son Système d'Information et bénéficier des leviers des nouvelles technologies.
- Automatiser ses processus et améliorer son *time-to-market*
- Faciliter la conformité réglementaire
- Accroître la satisfaction client et améliorer le taux de fidélisation

### MODALITÉS

- Mise en place d'une infrastructure Cloud, d'une plateforme d'intermédiation et de gestion des API intégrant des ERP, CRM, RPA, data analytics, des outils d'automatisation des tâches administratives et des workflows pour la gestion des sinistres et des réclamations.
- Implémentation de systèmes de gestion des accès et des identités (IAM)
- Modification / développement de portails clients FRONT intuitifs et conviviaux permettant une gestion meilleure des polices et des réclamations
- Collaboration avec des partenaires technologiques externes et/ou possibilité développement de certaines parties de sa plateforme de gestion en interne.
- Accompagnement des collaborateurs dans l'appropriation des nouveaux outils grâce à une conduite du changement adaptée

### AVANTAGES

- Automatisation, efficacité opérationnelle et agilité.
- Amélioration de la compétitivité
- Augmentation de la fidélité client
- Possibilité de distribution de la plateforme en marque blanche

### LIMITES

- Confrontation à des difficultés de gestion du *legacy* et manque d'efficacité opérationnelle / délais d'implémentation longs liée à la taille critique de l'assureur
- Complexité de la gestion de l'intégration avec les systèmes existants et ceux des partenaires externes
- Nécessité d'investissements significatifs
- Risques liés à la cybersécurité et à la protection des données

# Annexe 2

## 2 Modèle de distribution *Insurance as a Service* 2

### OBJECTIFS

- Augmenter ses ventes et ses parts de marché en étant fournisseur de produits et de services.
- Accéder à de nouveaux marchés et de nouveaux clients.
- Diversifier ses canaux de distribution
- Réduction des coûts d'acquisition de clients

### MODALITÉS

- Distribution de ses produits à travers des plateformes tierces via des API
- Intégration de ses offres au sein d'un parcours d'achat sans couture : le client est en mesure de souscrire une assurance au moment de la transaction du site partenaire, sans avoir à souscrire plus tard une assurance sur une autre plateforme
- Délégation de la relation client à des partenaires tiers, tout en maintenant une supervision de la qualité du service
- Formation et support technique continu pour les partenaires afin d'assurer une bonne connaissance des produits
- Établissement de tableaux de bord et d'outils analytiques pour suivre la performance des partenaires et améliorer les services en continu.

### AVANTAGES

- Amélioration de l'expérience client, simplification du parcours client et réduction des frictions lors de la souscription d'un produit d'assurance.
- Réduction du time-to-market et des coûts de distribution
- Augmentation de la portée et de la visibilité des produits d'assurance, accès à une base client plus large, possibilité de ventes croisées.

### LIMITES

- Disparition faciale de l'assureur au profit d'un service (comme pour l'assurance affinitaire)
- Perte potentielle de maîtrise de la qualité de son portefeuille clients et du partage de la valeur
- Application possible que sur des produits d'assurance spécifiques.

# Annexe 3

## 3 Modèle *Insurance as a Platform* 3

### OBJECTIFS

- Etendre son panel d'offres
- Enrichir l'expérience client en restant l'interface principale.
- Se positionner comme pivot sur de nouveaux marchés
- Augmenter la visibilité de la marque à travers des collaborations stratégiques.

### MODALITÉS

- Maintien du lien avec le client via l'interface que l'assureur fournit et qui constitue le point d'accès du client vers l'écosystème de partenaires dont il favorise les synergies
- Proposition de produits qui n'étaient pas inclus dans son catalogue initial en permettant au réseau de partenaires d'avoir accès à la base client de l'assureur.
- Développement et fourniture d'APIs pour permettre l'intégration des SI tiers
- Rotations et formations en continu des partenaires afin d'assurer une bonne connaissance des produits et des parcours ainsi que d'une bonne cohérence par rapport aux valeurs soutenues par l'assureur.

### AVANTAGES

- Proposition de produits qui n'étaient pas inclus dans son catalogue initial
- Maintien du lien avec le client et maîtrise du partage de la valeur au sein de l'écosystème
- Présence de l'assureur sur de nombreux marchés, parfois de niches
- Forte différenciation
- Amélioration de la visibilité de sa marque et renforcement de son image

### LIMITES

- Modèle complexe à mettre en œuvre (compétences et ressources techniques, coûts importants)
- Nécessité de trouver des partenaires en phase avec ses valeurs
- Complexité de la gestion de la relation client en présence de multiples intervenants.

# Vos contacts

**Sébastien FAUVEAU**
Associé
sebastien.fauveau@ailancy.com

**Anthony CHOMETTE**
Directeur Associé
anthony.chomette@ailancy.com



Ailancy

32 rue de Ponthieu
75008 Paris
contact@avanty.fr


UNE FILIALE DE Ailancy Group