

Les métiers **de l'assurance** à l'ère du numérique

Un observatoire de branche ?



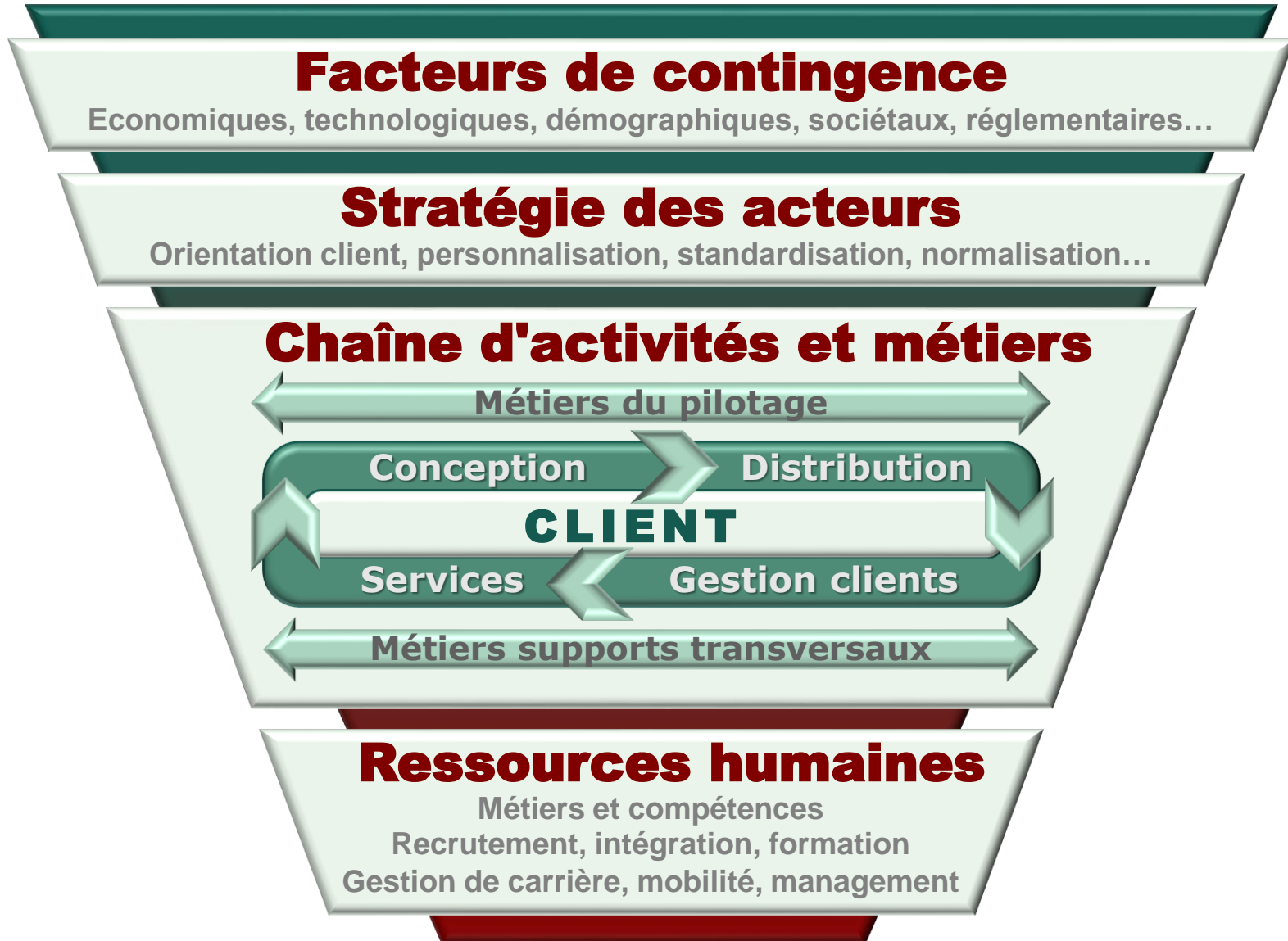
Une association Loi de 1901, née des Conventions Collectives Nationales du 27 mai 1992, dont la mission principale consiste à :



"Identifier les facteurs qui risquent d'affecter les métiers de l'assurance, et particulièrement les conséquences qui en découlent pour les qualifications et les besoins de formation"



www.metiers-assurance.org



La **prévision** est la science de la description de l'avenir. Elle regroupe l'ensemble des techniques ayant pour but d'évaluer "une" situation (économique, démographique, météorologique...) à une échéance plus ou moins lointaine...

Pour y parvenir, elle s'appuie sur des **modèles déterministes** (souvent mathématiques), construits sur la base des connaissances actuelles (les "causes"), afin d'**annoncer par avance les événements futurs**.

La **prospective** ne consiste pas à prévoir l'avenir. Elle s'inscrit dans une démarche à la fois rationnelle et "holistique".

Pour y parvenir, elle élabore des **scénarios possibles et impossibles** (dans leur perception du moment), basés sur l'analyse des informations disponibles (les "signaux") et la prise en compte des processus socio-psychologiques, afin de **se préparer aujourd'hui à demain**.

"Si l'histoire ne se répète pas, les comportements humains se reproduisent."

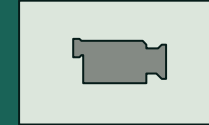
Michel Godet / Titulaire de la chaire de prospective stratégique du CNAM

- **Facteurs économiques**
- **Facteurs technologiques**
- **Facteurs sociétaux**
- **Facteurs démographiques**
- **Facteurs réglementaires**

Mondialisation, crise économique, baisse du pouvoir d'achat, aversion au risque, développement durable, Grenelle de l'environnement, ANI 2013 sécurisation de l'emploi, complémentaire santé, prévoyance, dépendance, lutte anti-blanchiment, Cat Nat, Solvabilité 2, mixité-diversité, parité Homme-Femme, papy-boom, choc démographique, départs à la retraite, renouvellement, intégration, générations Y et C, consumérisme, volatilité, réseaux sociaux, communautés affinitaires, services à la personne, consommation collaborative, prestations en nature, besoin de protection, forum, web 3.0, blog, MOOC, communication spontanée, tablette, applis, smartphone, BYOD, Cloud, multi accès, Big data, e-réputation, comparateurs, modèles prédictifs...

Des facteurs imbriqués dans une unité de temps et d'action...

Le monde de demain ?



N.B. Tout ce qui a été présenté dans la vidéo existe déjà !

- **Le traducteur instantané en langage naturel**
- **La tablette et le miroir-vitre connectés** (présentés dans le showroom d'Issy)
- **Le clavier virtuel**
- **La géolocalisation + la réalité augmentée** (marquage au sol dans l'aéroport)
- **Les murs digitaux interconnectés** (tableau numérique + tableau blanc)
- **L'authentification biométrique** (cela peut être veineux, par empreinte digitale ou rétinienne, voire selon la vitesse de frappe au clavier)
- **Le Smart home** (habitat connecté)
- **Les écrans souples** (journal)
- **.../...**

La nouvelle ère numérique, en réalité, le fruit d'une combinaison entre :

De profondes évolutions sociétales...

- Désir de "liberté", de démocratie** ➔ S'exprimer, choisir, construire, participer, changer...
- Individualisme et partage...** ➔ Général (dont "Y") et plus encore pour les "C"
- Comportements affinitaires** ➔ Communautés... y compris en entreprise
- Rapport au temps, à la propriété, à l'espace, aux autres, à la hiérarchie...** ➔ Tout, tout de suite, partout... (génération Atawadac)

... et une rupture technologique

- La dématérialisation des données** ➔ GED, OCR, intelligence artificielle...
- Une explosion de "l'information"** ➔ Big Data : des BDD multiples et protéiformes...
- 3G, 4G... le très (très) haut débit** ➔ Cloud... c'est-à-dire l'omni-accès aux BDD
- L'Internet mobile** ➔ Smartphone, tablette, bracelet, lunettes, objets connectés...

L'entreprise digitale : problématique, enjeux et objectifs associés...

Problématique : Maîtriser la performance de l'entreprise

A l'actif du bilan → Baisse du rendement des produits financiers

Au passif du bilan → Hausse de la sinistralité/pression sur les coûts

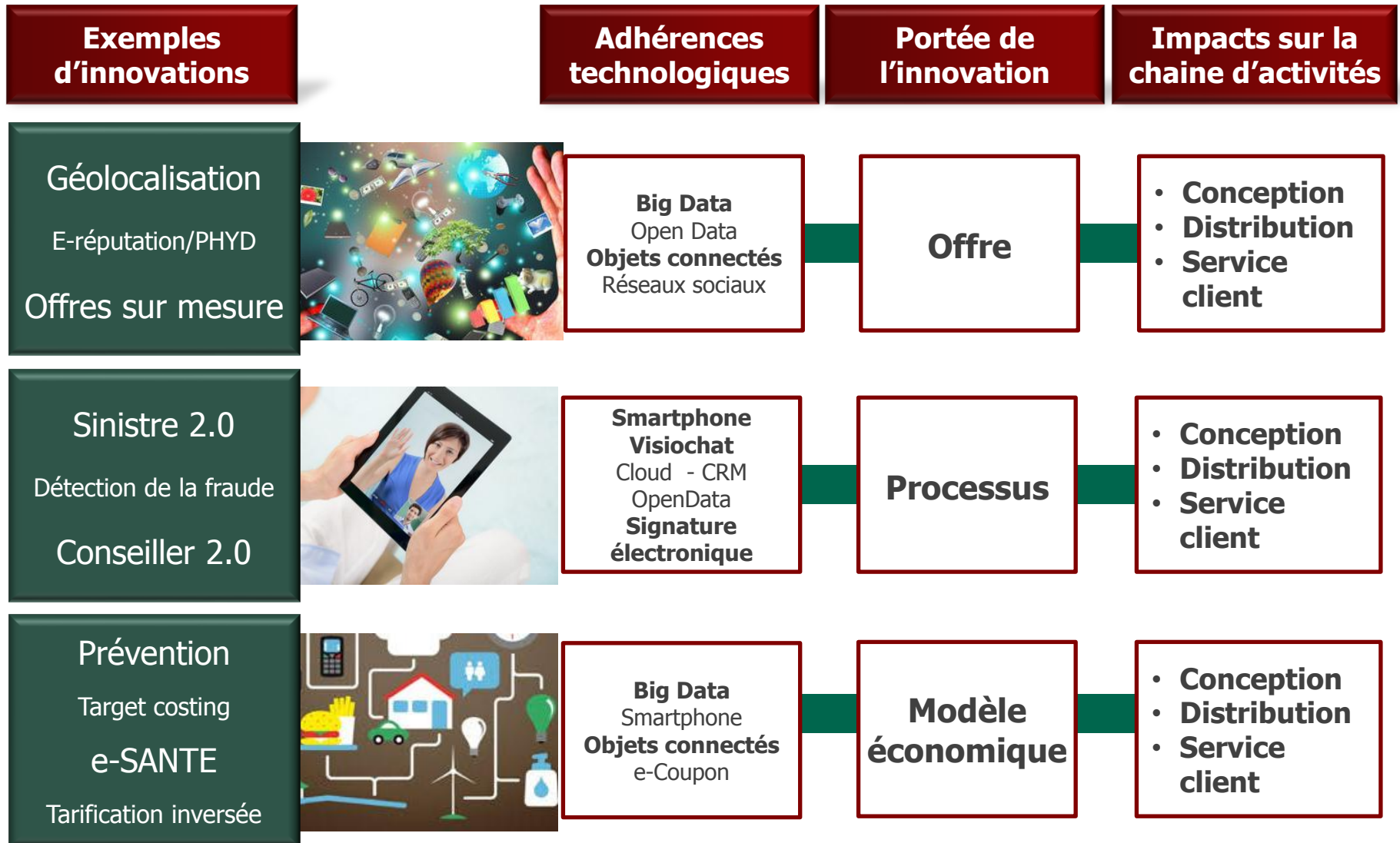
Enjeux : Gagner la préférence, innover et personnaliser la relation client

Augmenter le CA → Meilleure adéquation offre/demande

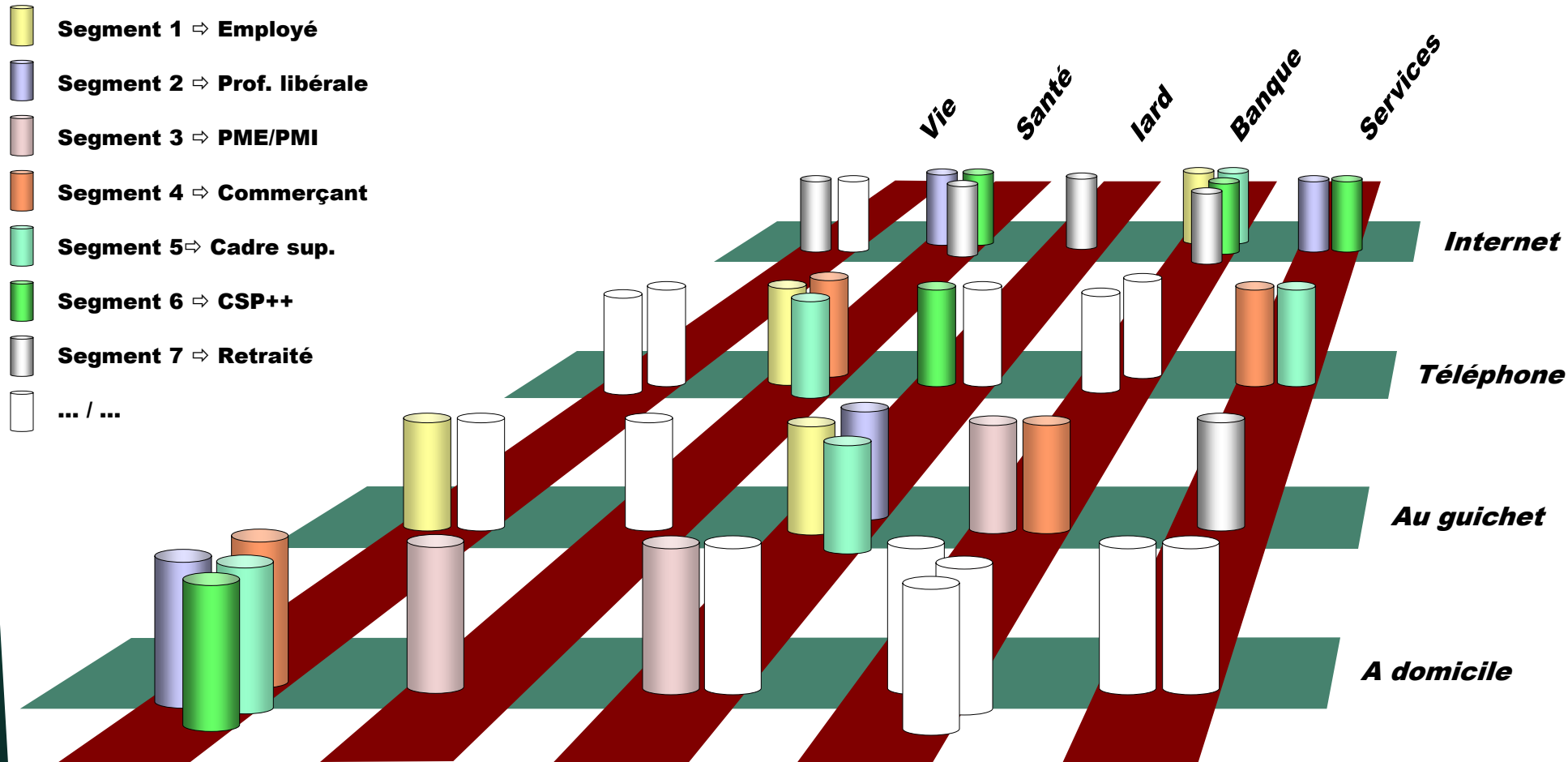
Fidéliser → Identification de la valeur-client et des moments-clefs de la relation

Objectifs : Moderniser l'entreprise en temps réel

- Être plus pertinent dans les modalités de distribution des flux
- Baisser les coûts de conception, d'acquisition et de gestion
- Mieux maîtriser la charge Sinistres
- Développer les prestations en nature et les services associés
- Former les collaborateurs sur les innovations liées au numérique
- Réduire l'effort-client et bonifier l'expérience-client...



Une quête continue de l'organisation idéale



Canal, produit, segment : penser "parcours-client" !

Une ré-articulation de l'entreprise autour des grandes fonctions de la chaîne d'activités

Création de l'offre

Prédire les comportements des clients pour définir des prestations élargies...

Relation clients

Raisonnement "expérience-client" pour accompagner en temps réel les parcours-clients...

Service clients

Délivrer "sans couture" les services promis...



Management

Animateur, facilitateur, coordinateur, régulateur...

Vers une recomposition des métiers de l'assurance ?



Actuaire
Marketeur
Commercial
Souscripteur
Indemnisateur
Informaticien...



Métiers du risque...
Métiers de la relation-client...
Métiers de la qualité...
Métiers du pilotage...
Métiers du digital...

➤ Conception de l'offre

- ⇒ Inscrire l'entreprise dans une logique d'écosystème de marché
- ⇒ S'inscrire dans une logique de "parcours client" fondée sur les usages
- ⇒ Repenser l'offre en tant que "proposition de valeur" (+ profiling des risques)
- ⇒ Se positionner dans une logique "omnicanales" (et non plus "multicanales")
- ⇒ Intégrer l'organisation comme facteur de réussite
- ⇒ Refondre la segmentation à partir du Big data (+ objets connectés)
- ⇒ Renforcer la proximité client par la personnalisation (offres, GRC, SAV...)
- ⇒ S'appuyer sur le Cloud pour accéder en temps réel à l'Internet mobile
- ⇒ Innover par les services et la capacité d'anticipation (prévention, accompagnement...)
- ⇒ .../...



Distribution : les principaux enjeux et chantiers en cours...

- ⇒ Sortir de la logique des canaux "empilés" ou "juxtaposés"...
- ⇒ Se positionner en "maillon" (intermédiaire) du processus de vente
- ⇒ Favoriser une approche globale des problématiques assurantielles du client
- ⇒ Intégrer une finalité de services et de prestations en "nature"
- ⇒ S'inscrire dans une logique de pérennisation de la relation assureur/assuré
- ⇒ S'appuyer sur les nouveaux OAV (tablette, smartphone, "applis", blogs, réseaux sociaux...)
- ⇒ Combiner l'expérience de la relation (du "métier") avec les apports des NTIC (Big data, Cloud)
- ⇒ Prendre en compte la porosité des activités de vente et de gestion "administrative"
- ⇒ .../...



Gestion des clients

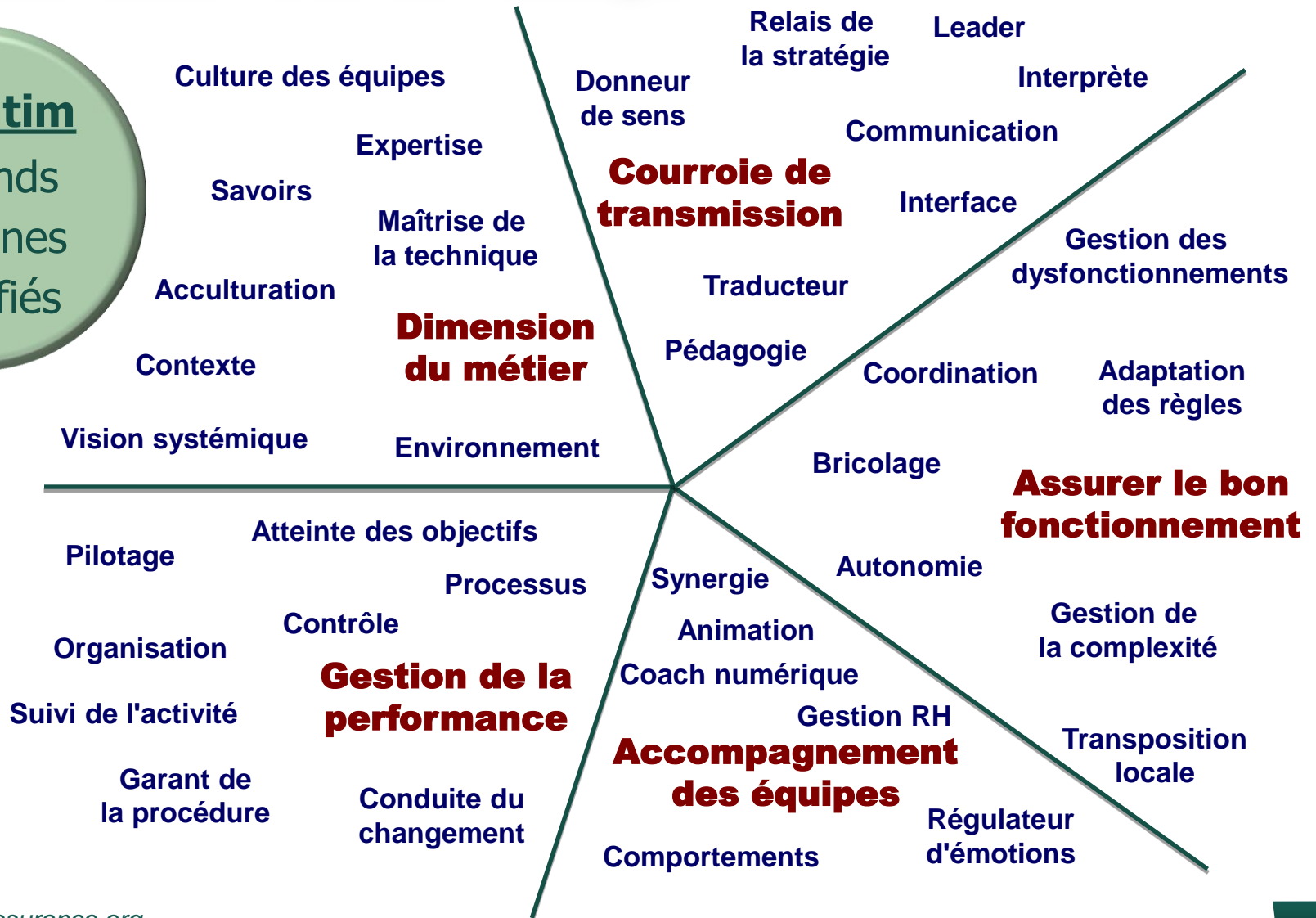
- ⇒ Prendre en compte la porosité des activités de gestion et de "vente" (!)
- ⇒ Intégrer la relation directe avec le client dans son activité
- ⇒ Viser à la satisfaction client comme premier critère de qualité (et donc de fidélisation)
- ⇒ Prendre en compte la dimension économique de son activité (vs "commerciale")
- ⇒ S'inscrire dans une approche globale et systémique
- ⇒ Raisonner "expérience-client" pour accompagner les "parcours-client"
- ⇒ Positionner sa part contributive à la chaîne d'activités de son entreprise
- ⇒ Travailler en mode collaboratif
- ⇒ Intégrer les NTIC et leurs usages dans les "gestes" du métier
- ⇒ .../...



Les nouveaux rôles du manager...

Verbatim

5 grands domaines identifiés



La révolution numérique est d'abord un phénomène de société... et c'est maintenant !

Toutes les entreprises et tous les salariés sont donc concernés

**Les métiers se réinventeront davantage par leur contexte d'exercice
que par l'apprentissage de nouvelles technologies ou par de nouvelles finalités**

Les métiers du digital seront en nombre limité

La digitalisation modifie avant tout la manière d'entrer en relation...

**Les managers auront un rôle-pivot à jouer dans cette mutation...
mais pour quelle nature d'intermédiation ?**

Qui apportera le sens, la reconnaissance du travail ?

La fonction RH prendra nécessairement une importance stratégique...

Une plus grande "autonomisation" des salariés paraît inéluctable

Quid demain du rapport au temps, à l'espace, à l'entreprise, aux autres... ?

Quid des compétences individuelles, collectives, des parcours professionnels ?

Demain...

Quelle production ?

Quel travail ?

Quelle entreprise ?

- ⇒ **Dans une logique d'économie collaborative ?**
- ⇒ **Vers une entreprise fonctionnant en écosystème ?**
- ⇒ **Vers une entreprise "lean managée", coordonnant des salariés, en interne, et des indépendants, en externe ?**



Un nouveau modèle économique à inventer !

De nombreuses questions en suspens !

- ⇒ Quelle articulation entre les ressources internes et externes de l'entreprise ?
- ⇒ Quelle nature de "contrat social" passé avec l'entreprise ?
- ⇒ Quel sens (re)donner au lieu, au temps, au contrat... de travail ?
- ⇒ Quelle articulation entre les dimensions individuelles et collectives du travail ?
- ⇒ Quelle intermédiation entre les différents "acteurs" de l'entreprise ?
- ⇒ Quelle place pour le management ? Quels rôles des managers ?
- ⇒ Quelles formes de reconnaissances du travail ?
- ⇒ Quid de la formation, de l'acquisition des compétences, des parcours professionnels ?



Pistes de réflexion et d'actions RH...

- ⇒ **Associer la fonction RH à la stratégie de l'entreprise**
- ⇒ **Repenser le positionnement de la fonction RH dans une entreprise "digitalisée"**
- ⇒ **Faire évoluer les profils des RH au rythme des transformations de l'entreprise**
- ⇒ **Partager la fonction RH avec les managers de proximité... et les collaborateurs**

**Merci de votre
attention...**

