



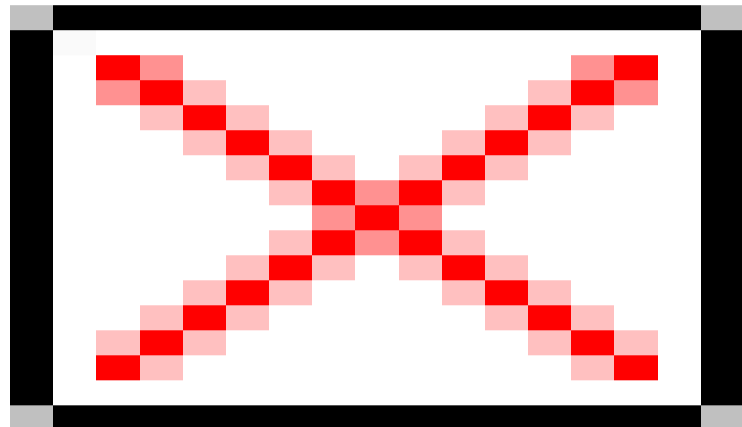
Emerging Insight #:151

Date of Release: 3 décembre 2018

Sous-thèmes: Modèles économiques, Interface client

Source: Le Programme

L'expérience de digitalisation de la vente d'assurance d'Equity Insurance Agency



Concevoir une stratégie digitale a longtemps consisté à sélectionner les technologies adaptées et à automatiser les tâches dans le but de gagner en efficacité. Aujourd'hui, la transformation digitale implique une mutation fondamentale du mode de fonctionnement et de l'offre d'une entreprise.

Equity Insurance Agency (EIA), l'un des partenaires d'innovation en assurance de l'OIT, a lancé sa stratégie digitale en 2018. Alors que l'ensemble du Groupe Equity progressait dans sa transformation digitale, EIA devait réfléchir au moyen de tirer parti de la technologie pour ses activités d'assurance.

L'une des difficultés tenait au fait que la plupart des interactions bancaires du Groupe Equity se faisaient par le biais de canaux bancaires alternatifs (notamment par agents bancaires et via des plateformes en ligne), tandis que la vente des produits d'EIA était réalisée dans les agences du Groupe Equity. Les clients étaient frustrés de ne pas pouvoir accéder à l'assurance par les mêmes plateformes que celles qu'ils utilisaient pour les autres services du Groupe.

EIA a étudié les différentes approches possibles pour sa stratégie digitale. Bien qu'elle ait décidé de digitaliser l'ensemble des fonctions à terme, EIA a dû faire un choix initial pour commencer ? augmenter les revenus ou réduire les coûts. Bien que les deux objectifs soient importants, le processus devait rester gérable et produire des résultats assez rapidement.

EIA a décidé de se concentrer dans un premier temps sur la digitalisation des ventes afin d'augmenter ses revenus ? un avantage concurrentiel clé compte tenu de son rôle de courtier en assurance. La stratégie de digitalisation de l'entreprise a jusqu'ici été couronnée de succès. Dans le cadre de cette stratégie, EIA a lancé son premier produit d'assurance purement mobile, un produit d'assurance hospitalisation offrant aux clients une indemnité fixe en espèces par nuit à partir de trois nuits passées à l'hôpital. Il s'agit du premier produit d'EIA offert entièrement et exclusivement par téléphone mobile, et toutes les interactions, vente, renouvellement et demande de remboursement notamment, sont effectuées via un smartphone ou un téléphone mobile basique. Le produit a déjà atteint plus de 150 000 clients en seulement huit mois.

[Lisez notre dernière Case Brief](#) ^[1] (en anglais) pour découvrir comment EIA a pesé les avantages et les inconvénients de chaque option afin d'élaborer sa stratégie digitale.

Source URL: <http://www.impactinsurance.org/node/6970>

Links:

[1] <http://www.impactinsurance.org/publications/cb12>