

Assurance : le digital, levier d'efficience opérationnelle pour une majorité d'acteurs

Publié le 28.03.2018



Par Léo Monégier (lmonegier@agefi.fr)

Les acteurs de l'assurance sont au fait, dans leur extrême majorité, des chantiers imposés par le digital

Selon eux, c'est d'abord l'amélioration des offres et services aux clients qui est le principal déclencheur d'une telle transformation

En partenariat avec Opinoway, Optimind Winter publie les résultats de son enquête sur l'assurance face à la révolution digitale, menée du 23 janvier au 12 février 2018 auprès de 153 répondants (au sein de différentes directions de sociétés d'assurance, de mutuelles, d'institutions de prévoyance et de banques). Premier constat : la quasi-totalité des structures (96 %) ont conscience des « chantiers » du numérique, et une majorité de répondants (82 %) considèrent que « le principal déclencheur » de la transformation est « l'amélioration des offres et services à destination des clients ». Loin devant la réduction des frais généraux (13 %) ou le respect des nouvelles normes réglementaires (5 %). A ce titre, 60 % d'entre eux jugent que c'est le parcours client qui est en premier chef concerné.

Par ailleurs, 74 % des acteurs de l'assurance voient dans la transformation digitale « un levier d'efficience opérationnelle et d'optimisation sur les tâches à forte valeur ajoutée », devant la simple optimisation des temps de traitement (10 %) et l'intégration de davantage de flexibilité dans l'organisation du travail (10 %). Dans ce sens, la société de conseil indépendante note un niveau de confiance général « élevé », à 94 %, quant aux possibilités d'amélioration de la maturité digitale au sein de l'entreprise. Le bilan est cependant mitigé concernant le Robotic process automation (RPA), que seuls 24 % des sondés jugent être « une technologie pérenne ». Pour 39 % d'entre eux, il s'agit d'un apport « temporaire », en attendant « une transformation de plus

grande valeur au sein de l'IT ».

« Le digital est une priorité dans l'agenda de l'ensemble des dirigeants, il impacte l'ensemble de la chaîne de valeur et représente un levier de croissance à travers l'émergence de nouvelles solutions - RPA et Intelligence artificielle - et de nouvelles organisations », souligne Optimind. « Après le fantasme, le rêve voire l'incantation, les assureurs sont désormais prêts à initier les sujets préliminaires aux transformations majeures de leurs organisations à condition que les nouvelles contraintes réglementaires intenses et les risques de nouveaux-entrants leurs en laissent le temps », indique Christophe Eberlé, CEO d'Optimind. « Avec une approche historique centrée sur la relation client et l'identification de services innovants, le secteur de l'assurance est progressivement passé à l'utilisation du digital comme un accélérateur de sa transformation interne, avec toujours plus d'efficacité opérationnelle et plus de collaboratif. », selon Arnaud Cadon, Partner Business Transformation.