

Les Français et les services en assurance :

Quelles sont les attentes des Français en matière de service ?

Par Mathieu Grosheny, Associé et Virginie Buquet, Directrice, chez Synaxia Conseil



Sur un marché très réglementé comme l'assurance, les services peuvent être un moyen de se différencier, une opportunité de fidéliser et renforcer la relation client ou encore une source de revenus complémentaires. Certains acteurs de l'assurance l'ont bien compris. Ainsi, ils proposent tous une large palette de services tels que des services d'assistance, d'accompagnement et de conseil. Néanmoins, au grand dam des assureurs, peu de Français en ont connaissance et leurs taux d'usage restent faibles. En parallèle, les services sont très souvent inclus dans les offres d'assurance, ce qui ne permet pas de bien les valoriser, les présentations de services manquent de lisibilité et sont parfois listées à la Prévert. Enfin, les modalités de fonctionnement et d'accès aux services restent peu explicites, induisant un manque de transparence certain.

Forts de ces constats, et afin de permettre aux acteurs de l'assurance de mieux comprendre les attentes des Français en matière de services en assurance et les leviers pour les promouvoir, Synaxia Conseil a réalisé le Livre Blanc « Les Français et les services en assurance ». Plus de 800 Français détenant un contrat d'assurance, ainsi que des acteurs de l'assurance ont été interrogés. La synthèse de ce Livre Blanc, publié le 20 janvier dernier, est présentée ici.

Quels sont les besoins des Français en matière de service d'accompagnement ?

L'étude montre qu'un peu plus de **5 Français sur 10** déclarent que leur assureur ou mutuelle ne leur a pas proposé de services. Pourtant, **6 Français sur 10** indiquent attendre de leur assureur qu'il leur en propose.

Autre constat, près de **8 Français sur 10** expriment le besoin d'être accompagné. **Plus de la moitié des Français** interrogés serait intéressés par un service qui leur permettrait de sécuriser leur logement, les accompagner dans le parcours de soin ou encore prévenir leur perte d'autonomie.

PLUS PRÉCISÉMENT, QUELS SONT LES BESOINS EXPRIMÉS PAR LES FRANÇAIS ?



Quelles sont les caractéristiques attendues pour un service d'assurance ?

En premier lieu, l'étude nous a permis d'évaluer le budget que les Français seraient prêts à payer par mois pour un service proposé par un assureur ou une mutuelle :

- **42%** ne sont pas prêts à payer
- **35%** sont prêts à payer jusqu'à 25€
- **18%** sont prêts à payer entre 25 et 50€
- **4%** sont prêts à payer entre 50 et 75€
- **1%** sont prêts à payer plus de 75€

A noter que le budget que les Français serait prêt à consacrer pour un service dépend pour beaucoup de leur revenu.

Si on s'intéresse à la motivation d'achat des services, on remarque que pour **37% des Français**, l'efficacité du service prouvée scientifiquement est le premier levier d'incitation à l'achat, pour **22%** l'accompagnement par une personne, **17%** la simplicité d'accès et/ou d'achat, **13%** la validation du service par les services publics et **13%** la recommandation d'un proche.

Ensuite, en matière d'accès et de modalités d'utilisation, les Français ont des attentes différentes. A service équivalent : **39%** préféreraient se déplacer pour rencontrer le prestataire et les autres utilisateurs du service, **38%** des Français préféreraient utiliser un service digital et **23%** préféreraient quant à eux bénéficier d'un service à leur domicile.

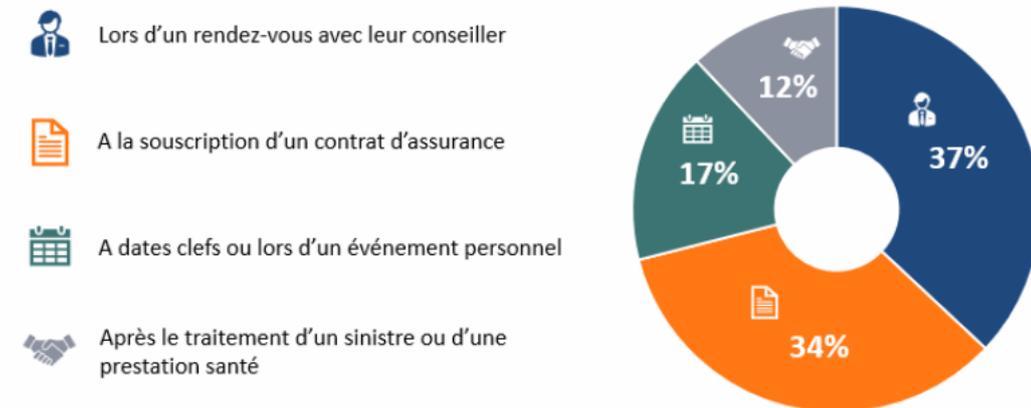
L'étude s'est aussi intéressée aux éléments indispensables pour permettre une utilisation du service dans la durée. Dans ce cadre, près de **5 Français sur 10** affirment que l'apport au quotidien est un critère d'utilisation dans la durée. Contre toute attente, pour seulement **1 Français sur 10**, le faible niveau d'implication nécessaire au bon fonctionnement du service est le critère le plus important.

A quelle occasion promouvoir les services en assurance ?

Seulement **4 Français sur 10** accepteraient que leur assureur ou leur mutuelle les contacte pour leur proposer des services. Dès lors, le meilleur moment pour proposer un service serait

pour **37% des Français** lors d'un rendez-vous conseiller ou encore pour **34% des Français** à la souscription d'un contrat d'assurance.

QUELS SONT LES MOMENTS PRIVILÉGIÉS PAR LES FRANÇAIS ?



Les Français sont-ils prêts à partager leurs données personnelles pour bénéficier de services adaptés ?

De manière non négligeable, **la moitié des Français** accepteraient de partager leurs données personnelles avec leur assureur ou leur mutuelle pour obtenir des services adaptés à leurs besoins.

En synthèse, quel serait le service idéal du point de vue des Français ?

L'analyse de Synaxia Conseil a permis de définir les caractéristiques du service idéal pour les Français :

- Un service gratuit ou ne dépassant pas un tarif mensuel de 25€ ;
- Un service proposé lors d'un rendez-vous avec un conseiller ou lors de la souscription d'un contrat ;
- Un service efficace, qui répond à un besoin ;
- Un service multimodal : utilisable en ligne, en présentiel chez un prestataire ou à leur domicile, pour répondre aux attentes du plus grand nombre, selon les modes de vie de chacun ;
- Un service adapté aux besoins de l'utilisateur permis via le partage des données personnelles.

Pour connaître les détails de l'étude et le positionnement des acteurs de l'assurance, demandez à recevoir le Livre Blanc de Synaxia Conseil sur la page dédiée : <https://www.synaxia-conseil.fr/formulaire-livre-blanc-2022>.