

OBJETS CONNECTÉS SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

Quels enjeux pour l'assurance santé et prévoyance

1 JOUR, 7 HEURES

INNOVATION / TECHNOLOGIES

CODE : ADI03

Objectifs de la formation

Distinguer les types d'objets connectés

Identifier les effets escomptés de l'intégration d'objets connectés dans une offre assurantielle

Établir une stratégie de communication et commercialisation

Animée par

- spécialiste en objets connectés Consultant
Formateur,

Public concernés

- Directions générales ; Directions du développement et de la stratégie ; Directions prévoyance, santé, dépendance ; Directions techniques et de l'actuariat ; Directions épargne et retraite ; Directions marketing et Communication ; Directions commerciales ; Direction des risques, Actuaires ; Avocats ; Services à la personne ; CGP ; CGPI ; Courtiers

Prérequis

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Tarifs

- Promotion estivale - L'Argus de l'assurance Formations : 895,50 €HT
- Tarif général : 995,00 €HT

COMPRENDRE LE MARCHÉ DES OBJETS CONNECTÉS

État des lieux d'un marché en pleine croissance

- Rappel historique : les 3 étapes clés du passage à l'ère de l'informatique vers l'ère du digital, les composantes majeures de l'internet des objets
- Quelle dynamique et quelles projections des ventes
- Une croissance exponentielle au niveau des ventes et des revenus associés
- 3 secteurs particulièrement impactés : la santé, l'automobile et la bancassurance
- Les géants de l'Internet se positionnent, les pouvoirs publics en font une priorité
- Les données : problématiques techniques, économiques, juridiques et éthiques
- Le principe de Volume, Vitesse et Variété
- Les données : les usages et les problématiques associées

CAS PRATIQUE Panorama des tendances, succès et échecs

- L'automobile connectée
- L'habitat connecté
- La santé et le bien être connectés

Consommateurs : quelles attentes et quelles inquiétudes

- Reconnaissance utilisateur, collecte de données (...) : quels sont les usages plébiscités au quotidien
- Les attentes des consommateurs pour les objets connectés de demain : des attentes fortes autour de la santé, du bien être... Mais aussi de l'automobile, de l'habitation ou encore de l'assistance
- Identifier les freins à la consommation d'objets connectés : coûts, utilité et facilité d'usage, les risques liés au piratage, les risques potentiels sur la santé

ADAPTER LES OFFRES D'ASSURANCE SANTÉ ET PRÉVOYANCE

L'impact des objets connectés sur la tarification et le contenu des offres

- Objets connectés, vers une tarification individuelle à l'usage : le retour d'expérience de l'assurance auto
- Quelle légitimité des assureurs à établir le profil type de l'assuré vertueux : quel est le point de vue des clients et quelles sont les autres solutions envisageables
- Traitement des données, location d'objets connectés, conseils santé : comment intégrer le coût de ces nouvelles compétences

Analyse critique des différents modèles économiques existants

- Tarification en fonction de l'activité : l'exemple de l'assureur américain Aetna

- Avantages commerciaux en fonction de l'activité : l'exemple de l'assureur Sud-Africain Discovery

ILLUSTRATION **Benchmark des différentes initiatives existantes dans le monde issus de « Objets connectés: Panorama international des initiatives Banque et Assurance »**

- Cas pratique : l'assureur américain Oscar récompense ses clients actifs
- Cas pratique : l'assureur italien Generali et l'australien AIA Australia développent un partenariat avec Discovery
- Cas pratique : AXA lance Modulango, associant assurance santé et trackeur d'activité
- Cas pratique : Moven s'inspire du quantified self et lance une application de gestion de budget
- Cas pratique : La banque Russe Alfa Bank connecte un compte d'épargne à un traqueur d'activité et récompense ses clients actifs

Comment commercialiser l'e-santé

- Quelles stratégies de communication à destination des assurés : une pédagogie nécessaire ; le digital et l'humain au cœur de la communication
- Les objets connectés, outil de fidélisation : quel impact en termes d'expérience client/relation client
- Les objets connectés au cœur d'un écosystème digital

Dates

Paris Classe virtuelle

13/10/2021 09/12/2021

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

■ Modalités pédagogiques:

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

■ Modalités d'évaluation:

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

■ Modalités techniques FOAD:

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 0170 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistique@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.