

# OBJETS CONNECTÉS AUTO MRH

Quels enjeux sur le marché de l'assurance auto-habitation

1 JOUR, 7 HEURES

ASSURANCE DOMMAGES

CODE : ADI09

## Objectifs de la formation

- Identifier le potentiel des objets connectés pour l'assurance auto-habitation
- Intégrer les objets connectés à votre offre assurantielle
- Déterminer une stratégie de communication et commercialisation

## Animée par

- Professionnel(s) du secteur

## Public concernés

- Directions générales ; Directions du développement et de la stratégie ; Directions IARD; Directions techniques et de l'actuariat ; Directions produits ; Directions marketing et communication ; Directions commerciales ; Direction des risques ; Directions indemnisation, Directions sinistres ; Actuaire ; Avocats ; Agents généraux ; Courtiers

## Dates

- Paris  
21/06/2019  
18/10/2019

## Critères d'admission

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

## Accueil des participants

### Comprendre le marché des objets connectés

### État des lieux d'un marché en pleine croissance

## Rappel historique : de l'Internet à l'Internet des objets

- De l'ère de l'informatique à l'ère du digital : 3 étapes clés
- 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

de développement des compétences des salariés.

## Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

## Modalités pédagogiques

- Tous nos stages de formations sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants.
- Les formations se déroulent en présentiel ou en classe virtuelle avec un équilibre théorie / pratique. Chaque fois que cela est pertinent des études de cas et des mises en pratique ou en situation sont proposées aux stagiaires.
- 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.
- 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.
- 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.

## Tarifs

- -10% pour 1 inscription à cette formation avant le 31/08 895,50 €HT
- Tarif général 995,00 €HT

- Les géants de l'Internet se positionnent, les pouvoirs publics en font une priorité

---

## Panorama des tendances, succès et échecs

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

---

## Les données : problématiques techniques, économiques, juridiques et éthiques

- Le principe de Volume, Vitesse et Variété
- Les données : les usages et les problématiques associées

---

## Consommateurs : quelles attentes et quelles inquiétudes

## Reconnaissance utilisateur, collecte de données (...) : quels sont les usages plébiscités au quotidien

- Cas pratique : le quantified self
- 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

## Coût, obsolescence, sécurité, complexité (...) : quels sont les freins à la consommation d'objets connectés

- Coût, utilité et facilité d'usage : des critères de succès déterminants
- Les risques liés au piratage
- Les risques potentiels sur la santé

## Déjeuner

---

### Adapter les offres d'assurance auto et habitation

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

## Objets connectés : vers une tarification individuelle à l'usage

- Le principe général
- Le retour d'expérience de l'assurance auto : du « pay as you drive » au « pay how you drive »
- Tarification en fonction du nombre de km parcourus: les exemples des assureurs français Solly Azar et Amaguiz
- Tarification en fonction du comportement du conducteur : les exemples des assureurs américains Progressive et Allstate

---

## Quelle légitimité des assureurs à établir le profil type de l'assuré vertueux

- Quel est le point de vue des clients
- Quelles sont les autres solutions envisageables

---

## Objets connectés : quels services à valeur ajoutée pour enrichir l'offre ?

- Benchmark des différentes initiatives existantes dans le monde issu de « Objets connectés: Panorama international des initiatives Banque et Assurance » publié par Saint Germain Consulting
- Cas pratique : l'assureur Allianz Suisse propose un service d'assistance en cas de panne ou d'accident
- Cas pratique : l'assureur sud-africain Discovery récompense les conducteurs responsables en leur faisant bénéficier d'avantages dédiés
- Cas pratique : l'assureur britannique Fair Pay Insurance se positionne sur la prévention
- Cas pratique : Allianz France propose une offre combinant assistance en partenariat avec Mondial Assistance et conseils grâce au boîtier Tomtom
- Cas pratique : BPCE assurances aide ses clients équipés de Google Glass à remplir leur constat amiable en cas d'accident
- Cas pratique : SFR et Europ Assistance s'associent autour de l'offre de domotique Home by SFR
- Cas pratique : Allianz France et Nest s'associent afin de prévenir les risques d'incendie domestiques

---

## Comment commercialiser l'assurance auto et habitation connectée

### Quelles stratégies de communication à destination des assurés

- Une pédagogie nécessaire
- Le digital et l'humain au cœur de la communication

- Quelles améliorations ergonomiques pour les applications mobiles
- Cas pratique : AXA Drive, le copilote de vos trajets du quotidien

---

## Les objets connectés : quel impact en termes d'expérience client/relation client

- Outil de fidélisation
- Outil d'aide à la baisse de la sinistralité

---

## Les objets connectés au cœur d'un écosystème digital

---

## Conclusion de la journée

- Faut-il s'attendre à une recomposition du paysage de l'assurance ?
- GAFAs, Google Car, constructeurs automobiles ... : quelles conséquences sur le marché de l'assurance

---

## Fin de journée

---