

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

- DENIAUD Cédric
Expert reconnu du numérique depuis 15 ans,

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 ; Directions des risques ; Directions indemnisation, Directions sinistres ; Actuaire ; Agents généraux ; 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

- Tarif général : 995,00 €HT

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
- 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
-

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 ?
 - GAFA, Google Car, constructeurs automobiles ... : quelles conséquences sur le marché de l'assurance
-

Dates

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 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.