

Numériser le secteur de l'assurance

Offrir une expérience client exceptionnelle

Captiver les assurés à l'ère du numérique

Les assureurs se doivent d'offrir une expérience client rapide, simple et réactive pour garantir un retour sur expérience (ROX).

Les investissements dans les technologies et les processus se concentrent aujourd'hui sur l'expérience client – et les assureurs doivent cibler une automatisation garantissant une expérience client sans faille.

470 milliards DE DOLLARS

La perte de clients par manque de mesures de fidélité ou d'expérience client positive coûte 470 milliards de dollars de primes à l'échelle mondiale.

CROISSANCE doublée, voire quadruplée

Les assureurs qui fournissent une expérience client d'exception enregistrent 2 à 4 fois plus de croissance dans le domaine des nouvelles affaires et environ 30 % de rentabilité en plus que les assureurs non centrés sur les clients.



45% 45 % des assureurs déclarent que l'évolution des attentes des clients est l'élément déclencheur des investissements dans les nouvelles technologies.

30% Plus de 30 % des assurés ayant vécu une mauvaise expérience dans le traitement de leur réclamation changent d'assureur dans l'année suivant l'incident.

29% Seuls 29 % des assurés sont satisfaits de leurs fournisseurs actuels.

80% Les clients satisfaits sont à 80 % plus susceptibles de renouveler leurs contrats que les clients insatisfaits.

Difficile d'échapper aux vieilles routines : les défis des assurances aujourd'hui

Les compagnies d'assurance sont malgré tout incapables d'offrir la maturité numérique et la facilité d'utilisation attendues par les clients :

61% Parmi les assureurs internationaux, 61 % n'en sont encore qu'aux premiers stades de la transformation numérique.

76% 76 % des assureurs ne proposent aucune application mobile à leurs clients.

22% Seuls 22 % des assureurs ont lancé des services numériques ou mobiles personnalisés en temps réel.

15% Seuls 15 % des clients sont satisfaits de l'expérience numérique de leur assureur.

75% Près de 75 % des clients qui ont tenté d'acheter une assurance en ligne déclarent avoir rencontré de multiples problèmes.

Sans transformation numérique, les assureurs sont perdants sur tous les points :

- 1 mécontentement et perte de la clientèle,
- 2 perte d'opportunités de ventes complémentaires et croisées,
- 3 impossibilité de détecter les fraudes,
- 4 échec aux audits de conformité et amendes,
- 5 incapacité à améliorer les processus.

Le règlement rapide et facile des transactions est l'une des plus grandes attentes des assurés – or plus de la moitié des assureurs n'ont que partiellement automatisé leurs processus du devis à la livraison.



Beaucoup d'assureurs utilisent l'automatisation pour transformer numériquement ces processus mais sans en comprendre la performance, et gaspillent souvent leurs investissements en les plaçant au mauvais endroit. Les responsables doivent comprendre leurs processus avant de les numériser.

Le chemin vers un ROX radical : la Digital Intelligence ABBYY

ABBYY révèle le potentiel de la transformation numérique aux compagnies d'assurance. Sur la voie de l'automatisation intelligente, les solutions de Digital Intelligence ABBYY fournissent aux assureurs une feuille de route qui leur permet d'obtenir un ROX et des revenus significatifs.

ABBYY Timeline

Découvrez et transformez la performance de vos processus.

ABBYY Vantage

Améliorez l'automatisation robotisée de vos processus (ARP) grâce à des compétences cognitives spécialisées.

ABBYY FineReader Server

Reconnaissance optique de caractères aux normes sectorielles.

ABBYY FlexiCapture

Plateforme moderne de capture pour l'entreprise.