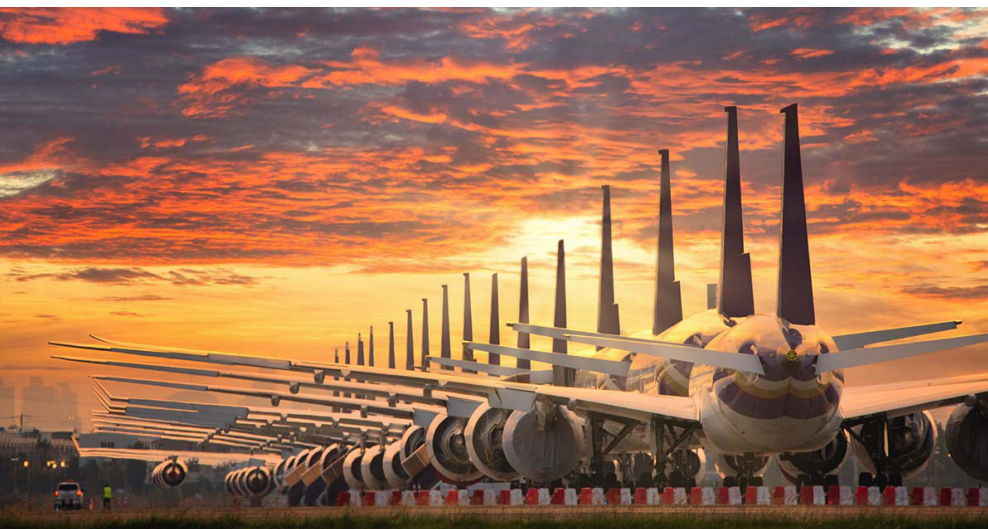




Libérez le potentiel de l'assurance embarquée avec Guidewire Cloud

La facilité de l'assurance embarquée en fait l'une des formes les plus convoitées de distribution d'assurance pour toutes les parties prenantes. Du côté de la demande, l'appétit des consommateurs pour le confort et la facilité d'utilisation — et leur volonté d'effectuer des transactions en ligne — sont plus élevés que jamais. Les technologies permettant d'intégrer l'assurance dans d'autres produits et services ont été mises au point. Par conséquent, les assureurs sont particulièrement bien placés pour profiter de l'essor de l'assurance embarquée.



Cela devient rapidement l'une des tendances les plus prometteuses du secteur. Selon McKinsey, 25 % de toutes les primes d'assurance pourraient provenir de l'assurance embarquée d'ici 2030.

Comme les produits d'assurance embarquée sont proposés et vendus lorsque les gens achètent d'autres produits ou services, les applications potentielles sont pratiquement illimitées. Les garanties prolongées offertes lors de l'achat d'appareils électroniques et l'ajout d'une assurance voyage lors de la réservation d'un voyage sont des exemples bien connus. Cependant, plus récemment, les assureurs ont intégré une grande diversité de garanties dans toutes sortes de produits et de services.

Par exemple, Vodafone Allemagne propose une assurance cyber à ses clients pour les protéger contre les pertes pécuniaires liés à la fraude en ligne et au vol d'identité. Même les entreprises se voient proposer des offres d'assurance embarquées. Les entreprises clientes de certains produits Microsoft peuvent ainsi souscrire une assurance cybersécurité fournie par AXA XL.

Il existe également une grande variété de canaux de distribution à exploiter : les banques peuvent proposer une assurance à leurs clients lors de leurs transactions, et les entreprises du bâtiment peuvent suggérer à leurs clients de renforcer la protection de leur maison et de leurs biens. Toute transaction comportant un élément de risque peut potentiellement bénéficier d'une assurance embarquée, les achats en ligne étant particulièrement adaptés.

L'offre et la demande

En fait, c'est précisément l'expansion des transactions en ligne qui est l'un des nombreux facteurs à l'origine de l'augmentation de la demande et de l'intérêt pour l'assurance embarquée. Du côté de la demande, la pandémie a fait exploser le commerce en ligne, et même les consommateurs les plus réticents ont dû se familiariser avec les canaux numériques, ce qui rend plus attrayant pour les assureurs d'intégrer leurs produits dans les parcours de consommation en ligne. On constate également un appétit accru des consommateurs pour la simplicité, une tendance clé des années 2010 qui a été fortement accélérée par la pandémie. Enfin, l'augmentation de la volatilité et de l'imprévisibilité dans le monde (par exemple, les importantes perturbations des voyages enregistrées au cours de l'été 2022, principalement en Europe mais aussi ailleurs) rendent également plus que jamais indispensable l'assurance de nombreux risques.

Du côté de l'offre, des avancées technologiques facilitent l'intégration de l'assurance :

- L'essor de la technologie cloud et la flexibilité qu'elle offre
- Des API ouvertes pour rendre transparentes les interactions entre systèmes
- L'amélioration du commerce mobile et du traitement des paiements
- Des canaux de distribution alternatifs qui permettent de toucher davantage de clients et de faire croître le portefeuille des assureurs

Avantages et inconvénients de l'assurance embarquée

Les consommateurs comme les assureurs tirent de nombreux avantages de l'assurance embarquée, dont le plus important est la simplicité. Il est certain que l'assurance embarquée est un confort apprécié pour les personnes qui souscrivent fréquemment une assurance. Cependant, le plus grand avantage concerne les personnes qui n'étaient pas assurées ou qui étaient sous-assurées auparavant, qui sont convaincues d'ajouter une protection pour des risques qu'elles n'auraient pas assurés si la garantie ne leur avait pas été proposée pendant le processus d'achat. Les marchés et les risques mal couverts, avec des clients qui n'envisagent pas toujours ou ne savent pas qu'il est possible et facile d'assurer leur transaction, sont ceux qui bénéficieront le plus de cette fonctionnalité supplémentaire.

L'assurance embarquée permet donc de protéger davantage de risques, ce qui contribue à réduire l'écart de protection - la différence entre le niveau de couverture qui est bénéfique pour la société dans son ensemble et ce qui est effectivement assuré. Les lacunes en matière de protection sont une vulnérabilité importante dans la société et l'économie d'aujourd'hui. En 2021, les catastrophes naturelles ont entraîné des pertes économiques de 270 milliards de dollars américains, dont seulement 111 milliards (40 %) étaient assurés, selon les estimations de Swiss Re. Avec l'aggravation de l'urgence climatique, il sera essentiel de minimiser les carences de protection.

Bien entendu, éliminer les obstacles à l'accès et à l'achat d'assurances est aussi clairement bénéfique pour les assureurs, qui touchent ainsi davantage de consommateurs et accèdent à de nouveaux marchés. Cependant, il y a des inconvénients potentiels à prendre en compte. Certains membres du secteur de l'assurance ont exprimé des inquiétudes de voir les assureurs céder au moins une partie du contrôle de l'expérience d'achat. Bien que les assureurs s'associent à toutes sortes de sociétés pour intégrer des offres d'assurance dans le parcours d'achat de leurs produits, et qu'ils puissent avoir une certaine influence sur l'expérience client qui en résulte, cela n'est pas comparable au contrôle total du parcours d'achat dont ils disposent lorsque les assurés achètent directement auprès d'eux. Ce sont les entreprises avec lesquelles ils s'associent qui, en fin de compte, sont propriétaires de l'interface client.

Un inconvénient connexe est la perte potentielle de la reconnaissance de la marque. En fonction de la façon dont le processus d'achat a été conçu, l'image de la marque de l'assureur peut être estompée. Certains assureurs craignent que cela ne donne l'impression que leurs marques sont des marques blanches indistinctes plutôt que les destinations en ligne de premier plan, reconnaissance dont ils bénéficient lorsque les assurés achètent en direct.

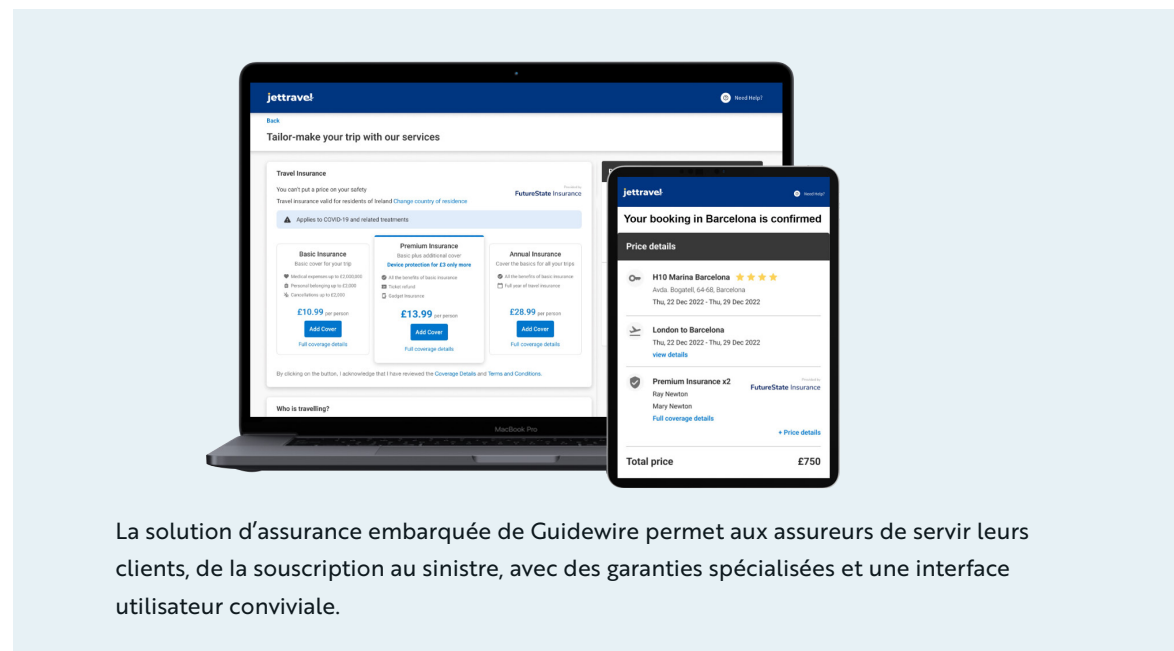
Néanmoins, la plupart des assureurs sont plus qu'heureux d'augmenter leur volume d'affaires, d'exploiter de nouveaux marchés et d'adopter ces nouvelles formes de distribution. Ils peuvent se concentrer sur leur domaine d'expertise et sur ce qu'ils font de mieux — l'assurance — et laisser à leurs partenaires le soin de s'occuper de la distribution et de l'expérience client. En outre, le concept d'écosystèmes d'assurance, qui englobent de nombreux produits et services connexes avec la compagnie d'assurance au centre, prend de plus en plus d'importance dans le secteur. De nombreux assureurs cherchent à se positionner en tant que hub connectés de ces écosystèmes de services interconnectés. Les assureurs qui utilisent des technologies flexibles, adaptables, « cloud-first » seront les mieux placés pour servir de hub connecté entre les assurés, les détaillants, les prestataires de services et les autres parties.

La bonne nouvelle est que c'est le moment idéal pour rejoindre la révolution de l'assurance embarquée. L'appétit des consommateurs pour la simplicité, la sécurité et une protection accrue contre les risques n'a jamais été aussi grand, et la technologie permettant de prendre en charge l'assurance embarquée est désormais suffisamment avancée. Voyons maintenant comment la plateforme cloud de Guidewire, conçue pour l'innovation en assurance dommages, peut vous aider.

Surfez sur la vague de l'assurance embarquée avec Guidewire Cloud

Permettre à nos clients d'exploiter les nouvelles tendances du marché plus rapidement et plus facilement est une priorité absolue pour Guidewire. La flexibilité et la puissance de Guidewire Cloud nous permettent, ainsi qu'à nos clients, de rester à la pointe du marché, et l'assurance embarquée en est un excellent exemple. Guidewire a lancé une nouvelle solution d'assurance embarquée qui fournit tous les ingrédients nécessaires pour créer rapidement et efficacement des produits d'assurance embarquée convaincants.

La solution d'assurance embarquée est la dernière d'une série de solutions Guidewire de bout en bout qui se concentrent sur la résolution des besoins spécifiques du marché pour les assureurs (tels que l'assurance basée sur l'utilisation) et fournissent tous les éléments de base nécessaires pour lancer rapidement de nouveaux produits. Lors du lancement d'une nouvelle offre d'assurance, de nombreuses décisions doivent être prises, ce qui entraîne des processus laborieux et des délais de mise sur le marché plus longs. Les solutions Guidewire sont préconstruites avec des détails tels que des garanties adaptées en plafonds et franchises, et des interfaces IHM par composants pour rationaliser la prise de décision et permettre à nos clients de faire plus avec moins de ressources informatiques. Les solutions sont rapidement déployables, avec une approche d'implémentation guidée qui comprend une solution entièrement fonctionnelle, les meilleures pratiques du secteur, une base de code prête à être déployée et compatible avec le cloud, sans oublier notre gamme complète d'outils.



La solution d'assurance embarquée de Guidewire permet aux assureurs de servir leurs clients, de la souscription au sinistre, avec des garanties spécialisées et une interface utilisateur conviviale.

La solution Embedded Insurance de Guidewire permet aux assureurs d'intégrer facilement des produits d'assurance dans d'autres canaux, tels que les sites web de voyage. Les assureurs peuvent l'exploiter pour la mise sur le marché d'un produit d'assurance embarquée complet en trois mois seulement.

Pour les clients Guidewire Cloud, il suffit d'accéder à Guidewire Marketplace et de télécharger le modèle de produit Guidewire GO correspondant. Nous fournissons actuellement une large gamme de lignes métier qui conviennent parfaitement à la distribution intégrée, telles que l'assurance animaux de compagnie, les articles personnels de grande valeur, les billets d'événements, l'extension de garantie et les voyages avec des offres différenciées pour les marchés américains et européens. Les clients peuvent modifier les derniers détails de la police du modèle de produit GO en s'appuyant sur Advanced Product Designer (APD), l'outil intuitif de Guidewire permettant aux utilisateurs métier de créer et de modifier des produits d'assurance. Ensuite, ils peuvent générer automatiquement les API REST pertinentes et finaliser les détails de l'interface utilisateur - les interfaces attrayantes et conviviales peuvent être facilement modifiées et personnalisées avec Jutro, notre système de conception/framework IHM.

D'autres lignes métier sont ajoutées en permanence sur Guidewire Marketplace, ce qui permet aux clients Guidewire d'étoffer facilement leur portefeuille de produits intégrés. Nos clients adoptent rapidement l'assurance embarquée en tirant parti de la puissance de la technologie spécifique à l'assurance IARD de Guidewire :

- InsuranceSuite via Guidewire Cloud
- La simplicité de nos solutions
- Nos capacités digitales intuitives
- L'agilité des API cloud ouvertes et extensibles qui permettent le développement personnalisé et l'intégration sans couture
- Des informations supplémentaires grâce à nos produits de données et d'analyse

Tous ces éléments sont réunis pour fournir à nos clients tous les outils nécessaires et leur permettre de surfer pleinement sur la vague de l'assurance embarquée.

Guidewire est la plateforme de confiance des assureurs IARD pour s'engager, innover et se développer efficacement. Nous associons les applications cœur de métier, le digital, l'analytique et l'IA dans notre plateforme sous forme de service cloud. Des start-ups au plus grands et complexes au monde, plus de 520 assureurs utilisent Guidewire dans plus de 38 pays. Pour plus d'information, rendez-vous sur www.guidewire.fr