

EUROPE, MAROC ⌚ 2 MINUTE READ

Digitalisation et manque de suivi des assurés renforcent la migration vers d'autres assureurs



212 ADMINISTRATEUR





Gagner un nouveau client pour remplacer celui qu'on a perdu coûte 7 fois plus cher que de le garder. C'est dans ce contexte qu'on a observé que le digital et le manque de suivi de ses assurés favorisent la migration des assurés de compagnie à compagnie. Le phénomène de la technique des sauterelles est inéluctable.

Efficy et Eloquant, experts dans le domaine de la relation client au sein du secteur de l'assurance et des mutuelles, ont récemment collaboré avec OpinionWay pour conduire une étude visant à comprendre la fidélité des Français envers leur assureur, ainsi que leurs attentes dans ce domaine. À une époque où la résiliation en trois clics facilite grandement le changement d'assureur, il ressort de cette enquête que plus d'un Français sur cinq envisage sérieusement de mettre fin à sa relation avec son assureur en raison d'un déficit de lien personnel.

Les résultats de cette étude mettent en lumière que deux Français sur trois (67 %) estiment n'avoir aucune relation particulière avec leur assureur. En outre, 58 % ont le sentiment que les assureurs sont devenus interchangeables, ne proposant que des offres standardisées au détriment d'offres véritablement personnalisées.

Il est intéressant de noter que l'âge joue un rôle prépondérant dans la perception de la proximité avec les assureurs. Les plus jeunes se montrent moins fidèles, en grande partie en raison de leur moindre recours à leurs droits, de leur lien moins marqué avec les marques et de leur priorité à l'aspect rapport qualité-prix. En effet, avant l'âge de 35 ans, seuls 55 % des individus se sentent attachés à au moins un assureur, alors que ce chiffre atteint 84 % chez les personnes âgées de 65 ans et plus, qui ont établi des relations plus durables.

La volonté de rester fidèle à son assureur s'effrite progressivement dans les comportements des Français. Alors que 72 % des personnes interrogées

expriment leur souhait de maintenir leur loyauté envers leur assureur, un quart des Français (26 %) ne partage pas cette intention.

La principale raison qui pousse les individus à envisager un changement d'assureur est la hausse des prix des contrats (69 %), particulièrement dans le contexte actuel de flambée des tarifs. Elle est suivie de près par l'insatisfaction liée à des expériences passées, telles qu'une gestion inadéquate des sinistres ou un manque d'écoute envers les clients.

Le digital favorise cette migration, car aujourd'hui, les informations sont accessibles facilement sur internet, mais aussi avec l'essor de groupes de partage, comme certains groupe qui traitent du concept d'assurance sur Facebook ou autres. Les plus jeunes sont prêts à développer de nouvelles expériences commerciales face aux offres, jugées alléchantes, de certains intermédiaires sur le net. La migration est opérée.

Apprenons de nos voisins pour anticiper ce phénomène qui risque d'être croissant au Maroc avec la politique de développement de la digitalisation. Fort heureusement, nous privilégions encore dans notre univers chérifien de bonnes ramifications de la relation humaine et commerciale, ce qui permet aux meilleurs de conserver la plus grande partie de leur portefeuille en cette période, Ô combien sensible, des renouvellements.

212assurances – 29 octobre 2023



[VIEW COMMENTS \(0\)](#)

[PREVIOUS ARTICLE](#)



TVA sur les commissions des intermédiaires: Une avancée mais toujours pas assez pour la profession

29 OCTOBRE 2023

[NEXT ARTICLE](#) >