



## Détachement des Français envers leurs assureurs : Une tendance préoccupante



Codes courtage

Le webzine de PLANETE CSCA

3 novembre 2023

Une étude menée par Efficacy **et Eloquant, en** collaboration avec OpinionWay, a cherché à analyser la fidélité des Français envers leur assureur et leur relation avec ces prestataires de services. Les résultats révèlent que plus de la moitié des Français estiment ne pas avoir de lien significatif avec leur assureur.

67 % des Français interrogés déclarent ne pas entretenir de relation particulière avec leur assureur. Cette conclusion provient de l'étude réalisée par OpinionWay, Efficacy **et Eloquant,** des entreprises spécialisées dans la relation client dans le secteur des assurances.

Selon les données de l'étude, 58 % des Français estiment que les assureurs sont interchangeable et ne proposent que des offres standardisées au lieu de solutions personnalisées. Cette perception est particulièrement marquée chez les jeunes de moins de 35 ans, parmi lesquels 74 % ne ressentent aucun lien avec leur assureur et 65 % estiment que toutes les offres se ressemblent. Les jeunes sont moins enclins à développer des liens avec les marques, privilégiant davantage le rapport qualité-prix.

En revanche, les personnes de 65 ans et plus, ayant un historique de relation plus long avec leur assureur, sont plus enclines à établir un lien. 84 % d'entre elles se sentent attachées à au moins l'un de leurs assureurs.

L'étude révèle que la mauvaise expérience client et un parcours client médiocre peuvent rapidement détériorer la relation. Près de la moitié des Français (46 %) ont du mal à faire confiance à leur assureur et estiment que celui-ci trouve toujours des motifs pour ne pas les indemniser correctement en cas de problème. Cette méfiance est plus marquée chez les jeunes, avec 55 % des moins de 35 ans qui anticipent des difficultés à être indemnisés correctement.

La hausse des prix des contrats demeure la principale cause du changement d'assureur pour 69 % des personnes interrogées, suivi de l'insatisfaction liée à des problèmes passés tels qu'une mauvaise gestion de sinistres ou un manque d'écoute envers le client. Les assureurs sont ainsi invités à prendre en compte la qualité de la relation client



et la qualité perçue, car ces facteurs peuvent atténuer l'impact du prix. En effet, 78 % des personnes non attachées à leur assureur envisageraient de changer de marque en cas d'augmentation des prix, contre 65 % de ceux qui se sentent attachés à au moins un de leurs assureurs.

Cette étude met en lumière l'importance de la fidélisation des clients et de l'amélioration de l'expérience client pour les assureurs afin de préserver leur clientèle dans un environnement de plus en plus concurrentiel.

