



Deloitte.
Digital

Culture des données
**L'impératif de croissance
et de résilience pour le
secteur des assurances**





Culture des données :

engagement d'une entreprise à mettre les données au service d'une prise de décisions plus éclairée.

60 %

des assureurs nord-américains ont augmenté leurs ventes et leur rentabilité grâce aux insights fournis par leurs données.²

C'est le moment ou jamais d'agir : changez la façon dont les données sont utilisées par toute votre entreprise pour relever les défis les plus complexes du secteur et gagner en compétitivité.

Le secteur des assurances doit relever des défis de plus en plus nombreux, conséquence d'une pandémie qui a bouleversé l'économie et transformé les attentes des clients, qui recherchent désormais une relation principalement digitale, simplifiée et personnalisée avec leur assureur.

Une enquête¹ mondiale menée par le Centre pour les services financiers de Deloitte a révélé que 48 % des dirigeants dans le secteur des assurances s'accordent à dire que la pandémie « a mis en évidence le manque de préparation de leur entreprise face à la crise économique ». Seuls 25 % d'entre eux estiment que leur entreprise possède « une vision et un plan d'action clairs pour maintenir leur résilience opérationnelle et financière ».

Il est plus important que jamais que les compagnies d'assurance puissent voir et comprendre les données à leur disposition, afin de résoudre leurs problèmes, d'innover et de rester en tête du marché. Les dirigeants doivent repousser les limites et créer une culture des données qui touche toute l'entreprise.

L'exploitation des données et la mise en œuvre d'un outil analytique en libre-service permettent d'accélérer la découverte d'insights, de garder une longueur d'avance sur la concurrence, de développer la résilience des entreprises et de personnaliser les interactions avec les clients. Mais ce n'est pas tout... Elles offrent également d'importantes opportunités de croissance.

Ce rapport examine la façon dont une culture des données robuste aide les équipes à convertir des données brutes en informations exploitables afin de prendre des décisions plus éclairées, d'améliorer l'expérience client, de simplifier les opérations, de réduire les coûts et de dynamiser les marges.

¹ Deloitte, « Financial Services Global Outlook Survey » (enquête mondiale sur les services financiers), 2020

² Willis Towers Watson, « Life Predictive Analytics Survey » (enquête : analytique prédictive de la vie), 2019

80 %

des consommateurs considèrent que la qualité de l'expérience est aussi importante que celle des produits.⁴

« Les assureurs doivent envisager de mettre à niveau quatre domaines clés en tandem : la stratégie et la gouvernance, les données et l'analytique, la technologie et, enfin, la culture et les talents. Ces domaines sont interconnectés et interdépendants. Le succès de la transformation d'une entreprise dépendra donc probablement de ses progrès continus dans chacun des quatre domaines. »

Deloitte, « The rise of the exponential underwriter » (l'essor de l'assureur exponentiel)

Tirez parti des données pour améliorer l'expérience client

Le rapport « Insurance Outlook » de Deloitte³, publié en 2021, révèle que l'offre d'expériences client innovantes est l'une des priorités clés des dirigeants dans le secteur des assurances. En effet, le passage au numérique, accéléré par la pandémie de COVID-19, a complètement transformé les comportements et les attentes des clients. Face à ces changements, un manque de résilience et d'innovation peut entraîner une perte de parts de marché sur le long terme.

« La réaction des assureurs, non seulement face aux effets de la pandémie mais aussi face à l'évolution à plus long terme des technologies, de l'économie et des préférences des consommateurs, est cruciale. En effet, la capacité à proposer en permanence des polices d'assurance, des stratégies de vente, des opérations et des expériences client innovantes risque de devenir un élément clé pour se démarquer de la concurrence à partir de 2021. »

- Deloitte, « Insurance Outlook » (perspective sur le secteur des assurances), 2021

Une entreprise dotée d'une solide culture des données et d'une plate-forme analytique flexible et évolutive peut faire des découvertes de taille, grâce à des outils clés dans les domaines de la Business Intelligence (BI), de l'intelligence artificielle (IA) et du machine learning. Ces outils puissants vous donnent accès aux données et aux insights dont vous avez besoin pour prendre des décisions éclairées à tous les niveaux de l'entreprise. Combinés à une transformation culturelle qui met les données au service de la prise de décision, ils sont capables de transformer du tout au tout votre expérience client, boostant ainsi la rétention et les revenus.

³ Deloitte, « Insurance Outlook » (perspective sur le secteur des assurances), 2021

⁴ Salesforce, « State of the Connected Customer » (enquête : le client connecté aujourd'hui), 2020

Interactions simples

Les conseillers de première ligne peuvent fournir des services plus rapides et plus transparents, grâce à une plate-forme CRM puissante comme celle de Salesforce, combinée avec une solution analytique intégrée comme Tableau. Une source unique d'informations permet de personnaliser les offres commerciales en fonction de chaque client, de créer des analyses de risques détaillées et même d'automatiser certains processus, du marketing aux réclamations. On obtient ainsi des points de contact plus rapides et personnalisés qui stimulent la fidélité et la confiance de vos clients, car ceux-ci se sentent écoutés et valorisés. Cela permet également d'obtenir des insights plus complets qui peuvent booster la rentabilité de l'entreprise en améliorant la tarification, la sélection des risques et la gestion du capital.

Internet of Things (IoT)

L'IoT est une technologie de plus en plus importante dans le secteur des assurances. Qu'il s'agisse de dispositifs portables destinés au suivi de la santé ou de produits télématiques, l'IoT peut permettre aux assureurs de réduire les risques tout en aidant leurs clients à faire des économies. Pour pouvoir tirer parti du volume extraordinaire de données généré par ces programmes, il faut disposer d'une plate-forme analytique adaptable et conçue pour l'entreprise, mais aussi savoir adopter une culture des données.

Sans un engagement réel en faveur des décisions basées sur les données, les programmes IoT courent le risque de devenir des offres superficielles sans avenir. Une bonne culture des données est cruciale, car elle permet aux intervenants clés des programmes IoT d'effectuer les modifications nécessaires pour booster la rentabilité et la croissance

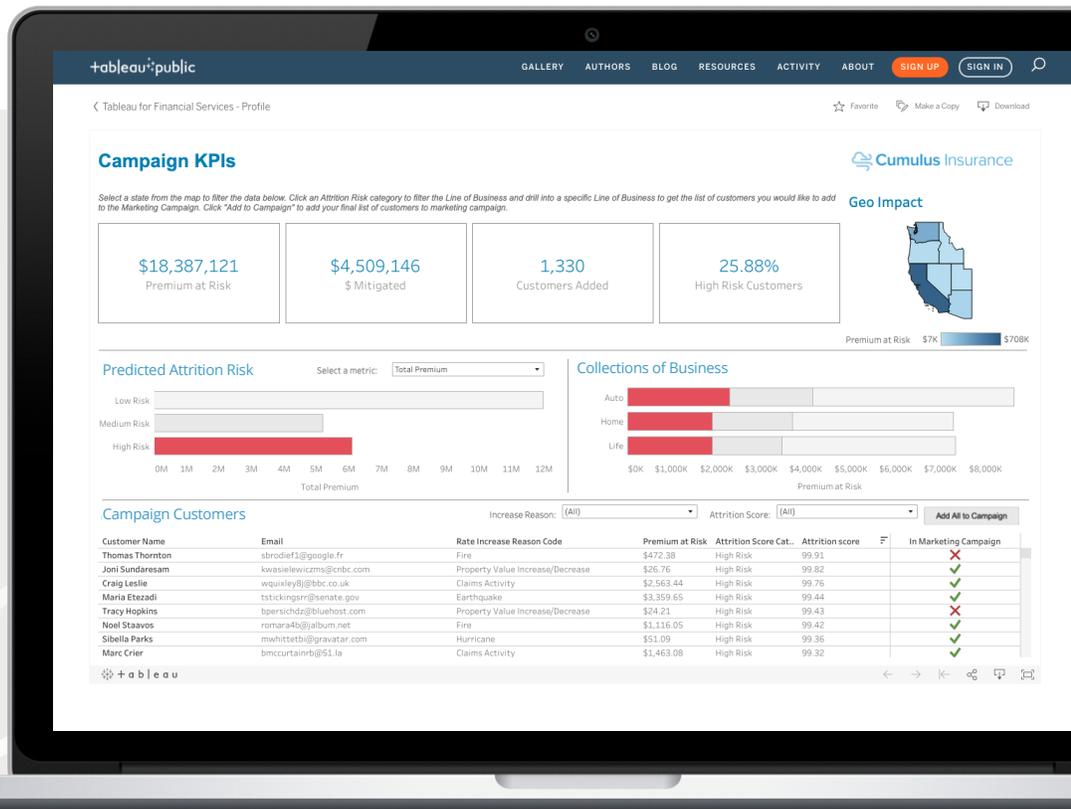
de l'entreprise. Lorsqu'elle est bien utilisée, la technologie IoT permet aux assureurs de passer d'un simple suivi à une prévention active des risques.

Engagement proactif

Les équipes marketing et de vente qui connaissent l'importance des données et des outils analytiques peuvent booster leur rentabilité en passant d'un engagement client **réactif** à un engagement client **proactif**. Par exemple, un outil basé sur l'IA comme Einstein Discovery de Salesforce peut les aider à identifier les risques d'attrition et à créer des campagnes segmentées pour fidéliser leur clientèle et améliorer le taux de rétention. Il est également possible d'identifier les clients les plus favorables aux ventes croisées et incitatives, puis de classer les prospects en fonction des résultats.

Exemple de tableau de bord

Cet exemple de tableau de bord Tableau offre aux responsables un récapitulatif global et en temps réel des performances des clients, avec des données à jour sur les risques d'attrition, les différents services et les primes à risque par zone géographique.



Quel est le lien entre les outils analytiques et de BI et la culture des données ?

La culture des données permet d'incorporer des insights basés sur les données aux décisions quotidiennes des équipes. Une plate-forme analytique et BI fiable permet de créer une source unique d'informations, ce qui facilite la recherche et l'exploitation des données nécessaires. Grâce à cela, vous pouvez suivre un véritable parcours fléché pour développer votre culture des données.

Amélioration de l'efficacité opérationnelle

Les opérations sont l'environnement idéal pour offrir une véritable expérience de la culture des données aux agents comme aux assurés. En supprimant les obstacles existants à une prise de décision basée sur les données, vous rendez les processus métier de toute l'entreprise plus agiles et efficaces. Ces améliorations fournissent la résilience nécessaire pour faire face aux difficultés croissantes du marché ainsi qu'à vos concurrents. Par exemple, le rapport « Insurance Outlook » de Deloitte (publié en 2021) indique que la souscription d'une assurance est une opportunité idéale de s'adapter aux nouveaux risques et de réduire les coûts d'exploitation.

« Bon nombre d'assureurs en sont aux premières étapes de développement de projets de transformation. L'objectif à terme est de mieux tirer parti de l'intelligence artificielle, de sources de données alternatives et de modèles prédictifs plus avancés pour développer les capacités des assureurs et leur permettre de faire évoluer leur rôle vers plus de diversification. »⁵

Que ce soit au niveau des souscriptions, du traitement des réclamations, de la gestion produit, de l'analyse actuarielle ou des finances, la combinaison d'une main-d'œuvre hautement qualifiée et de tâches fastidieuses présente des opportunités d'optimisation intéressantes pour les compagnies d'assurance. Cela va bien au-delà d'une simple acquisition technologique : vous devez disposer d'une plate-forme et de processus adéquats, ainsi que d'une culture des données qui encourage une mentalité data pour faciliter une prise de décision éclairée. Examinons à présent quelques exemples ciblés.

⁵ Deloitte, « Insurance Outlook » (perspective sur le secteur des assurances), 2021



L'automatisation et la création d'une source unique d'informations

De nombreux professionnels dans le domaine des assurances doivent consulter diverses sources de données au quotidien, ce qui est chronophage. Ils développent ainsi des processus décousus qui nécessitent souvent une intervention manuelle et des manipulations complexes. Grâce à une plate-forme analytique comme Tableau qui permet le stockage centralisé des données, les équipes opérationnelles peuvent facilement trouver, organiser et analyser les données dont elles ont besoin pour prendre des décisions plus éclairées. De nombreux processus opérationnels manuels peuvent désormais être automatisés, ce qui permet de consacrer davantage de temps et de ressources à la découverte d'opportunités de croissance et d'optimisation.

Par exemple, un accès plus facile aux données métier appropriées permet d'identifier les produits les plus rentables. D'un point de vue stratégique, il est extrêmement utile de savoir quels produits mettre (ou non) en avant.

Autre avantage d'une source unique d'informations : une flexibilité accrue. Au fil de la modernisation de leurs entrepôts de données, les compagnies d'assurance ont besoin d'une plate-forme adaptative capable de combiner les données sur site existantes, divers systèmes d'enregistrement, ainsi qu'un entrepôt de données modernisé basé sur le cloud.

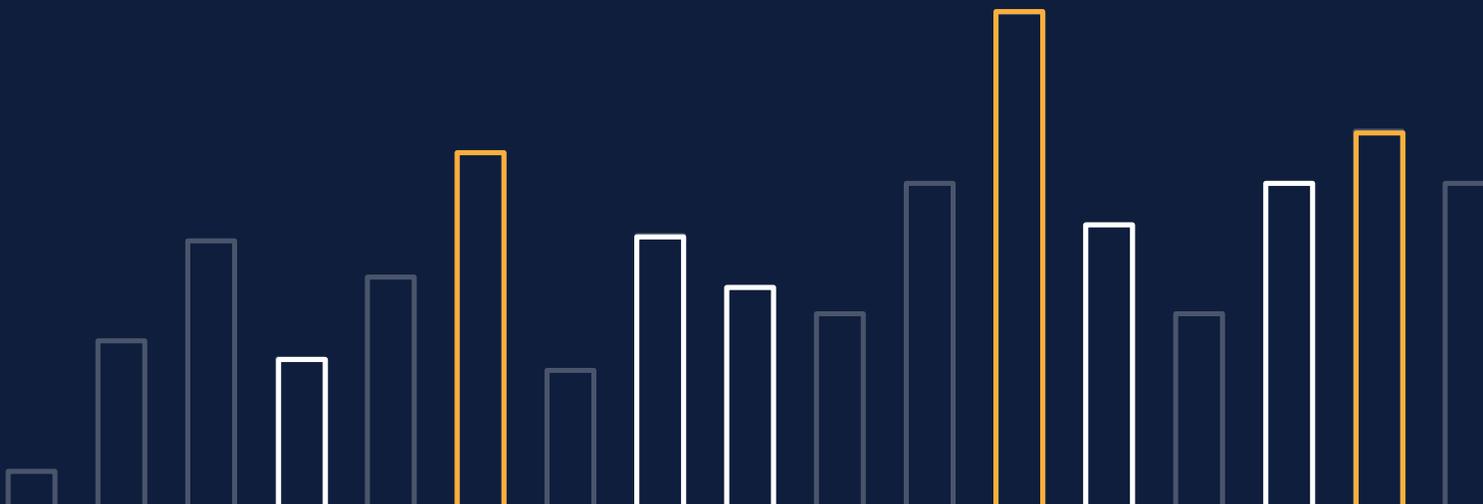


Regroupement des données compartimentées

Les systèmes de données traditionnels sont souvent inaccessibles pour de nombreuses équipes au sein des compagnies d'assurance. Le résultat ? Les données ont tendance à être compartimentées. Il est par exemple possible que les agents, les actuaires et les analystes travaillent tous à partir de sources de données distinctes, avec au final des histoires et des critères de mesure variés.

La gestion des produits est un autre exemple de ce problème, car les clients sont souvent considérés du point de vue de polices individuelles plutôt que d'un compte rassemblant plusieurs produits. Lorsqu'il devient possible de consulter le portefeuille de polices d'un client dans son intégralité plutôt que police par police, cela permet aux marketeurs de personnaliser leurs messages et aux analystes de mieux évaluer les risques et classer les clients.

Dans ces contextes, la compartimentation des données est une source de friction, de confusion et d'inefficacité qui complique la découverte rapide d'informations exploitables. L'établissement d'une meilleure connectivité entre les sources de données, grâce à des outils tels que Tableau et [MuleSoft](#), peut être une solution efficace pour optimiser le fonctionnement de l'entreprise. MuleSoft est une plate-forme de gestion et d'intégration d'API qui permet aux compagnies d'assurance de connecter des données provenant de divers systèmes (anciens comme modernes), simplifiant ainsi toute une gamme d'outils et de processus.





Accès à des insights stratégiques

Les dirigeants qui veulent prendre des décisions métier stratégiques doivent s'appuyer sur des données en temps réel. Néanmoins, ces dernières proviennent souvent de diverses sources : anciens systèmes, données financières, données marketing, ou encore données client achetées. Or, l'emploi de données compartimentées pour prendre des décisions métier stratégiques peut être une tâche lourde et chronophage. Il n'est pas rare que des rapports nécessitent trois mois de travail.

Lorsqu'ils disposent d'outils qui leur permettent d'accéder à des données centralisées en temps réel (ou presque) et de visualiser facilement les résultats, les dirigeants peuvent montrer l'exemple et mettre en pratique leur culture des données. Les fonctionnalités d'IA et de ML comme Einstein Discovery permettent également d'identifier et de déterminer les tendances, afin de faciliter la prise de décisions stratégiques et agiles au quotidien.

Imaginons par exemple qu'un responsable de produit analyse les performances par région et constate qu'une zone n'atteint pas ses objectifs. Une analyse des données à un niveau plus granulaire lui permet alors de mieux comprendre le problème. Un examen plus détaillé révèle en effet que les performances médiocres de la région sont liées à deux comtés en particulier (qui connaissent peut-être des problèmes au niveau des tarifs ou de la concurrence). Un examen précis d'un problème mène souvent à une solution plus pertinente.

Exemple de tableau de bord

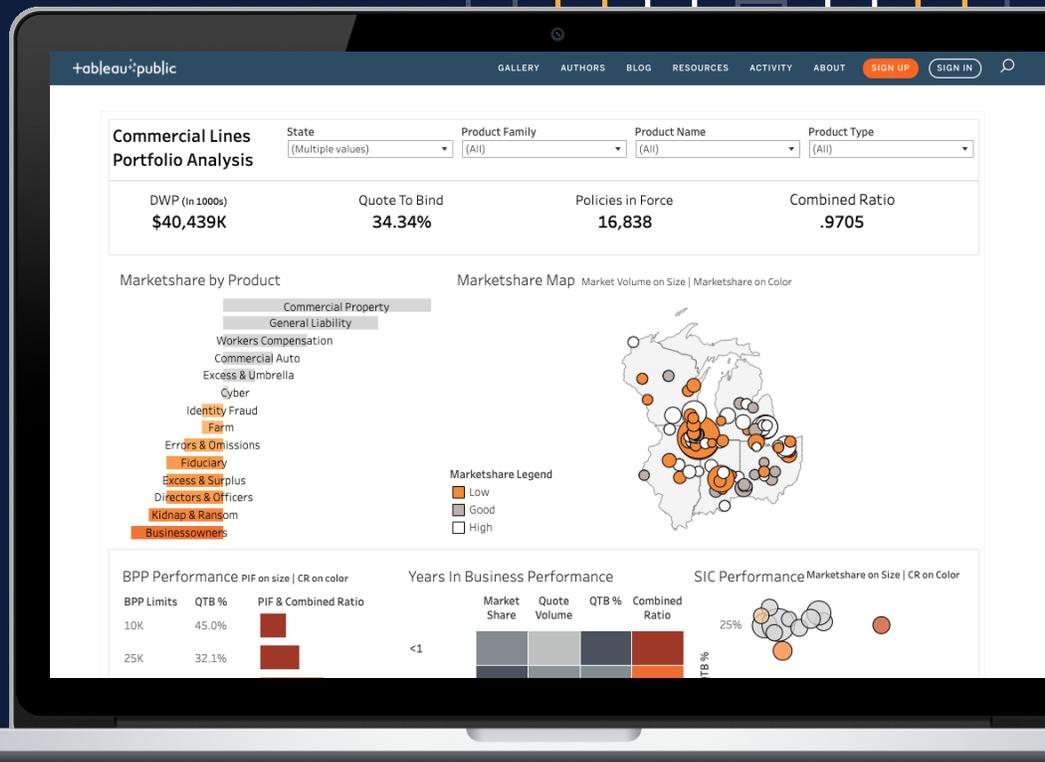
Cet exemple de tableau de bord Tableau offre aux responsables un résumé global et en direct des performance des produits. Il montre notamment la part de marché par région, les souscriptions directes et les polices en vigueur.



Une approche proactive des fraudes

Le secteur des assurances connaît sans cesse de nouvelles fraudes. L'une des meilleures défenses consiste à identifier les signes avant-coureurs le plus tôt possible. Dans ce contexte, l'analytique peut être un atout énorme.

Le service de détection des fraudes doit d'abord trouver un moyen efficace de regrouper les millions d'informations liées aux réclamations et aux polices. Cela lui permettra ensuite de développer des méthodes pour identifier les tendances ou les anomalies qui se cachent parmi les données. Du côté des opérations, une culture d'entreprise data-driven, associée à des outils performants, peut offrir des solutions proactives et efficaces à des problèmes complexes.



Une plate-forme et un encadrement adaptés

Concrètement, comment pouvez-vous développer votre culture des données ? La première étape consiste à trouver une solution analytique qui aide tous les utilisateurs à voir et comprendre leurs données, puis à prendre des décisions basées sur les données. Tableau est une plate-forme BI et analytique de premier plan. Elle est conçue pour faciliter l'exploration et la gestion des données, afin que les utilisateurs puissent découvrir et partager des insights. Tableau s'intègre également de manière native à la plate-forme Customer 360 de Salesforce. Les compagnies d'assurance disposent ainsi d'une vue complète et détaillée de leur clientèle.

Une fois votre solution analytique acquise, la deuxième étape consiste à s'entourer des bons professionnels. Deloitte Digital Analytics est un véritable expert Tableau. Grâce à sa longue expérience dans le secteur des assurances, ce cabinet peut vous aider à mettre en place une culture des données à l'échelle de toute l'entreprise. Deloitte Digital travaille en étroite collaboration avec vos intervenants clés pour mieux comprendre vos besoins, puis concevoir et déployer des solutions à grande échelle. Vous générez ainsi une valeur plus rapide et un retour sur investissement plus important.

Les entreprises « data-driven » : success stories



Situation

Lincoln Financial est un fournisseur d'assurance-vie de premier plan qui s'appuie sur l'innovation et la technologie pour développer ses activités face à l'évolution des demandes des consommateurs, à des conditions de marché dynamiques et à une concurrence forte. Ayant compris l'importance d'être « data-driven », l'équipe dirigeante cherchait à améliorer l'accès aux données à l'échelle de l'entreprise. En effet, la présence de données compartimentées et de sources d'informations disparates constituait un défi, exigeant la mise en œuvre de processus manuels intermédiaires pour obtenir des informations de base.

Solution

Lincoln Financial a collaboré avec Deloitte pour créer la plate-forme de données LifeIQ. Optimisée par Tableau et AWS, cette solution cloud centralisée assure l'accessibilité et la visibilité des données dans tous les services de Lincoln Financial, permet de prendre des décisions stratégiques et agiles basées sur les données et élimine les processus manuels. Grâce à LifeIQ, Lincoln Financial a étendu le potentiel de ses données et bénéficie désormais d'une culture des données robuste au sein de l'entreprise.

Résultats

La plate-forme LifeIQ a permis de générer un grand nombre de tableaux de bord Tableau et d'assurer une gestion sous gouvernance et évolutive de nombreuses initiatives analytiques. L'entreprise a ainsi été en mesure d'atteindre ses objectifs bien avant la date prévue. Parmi les résultats obtenus, citons une réduction de 75 % des délais de génération des rapports mensuels, la génération dynamique automatisée de plus de 500 extraits pour une automatisation des nouveaux contrats axée sur la qualité, la standardisation des processus opérationnels et une transparence accrue.

Il est temps de construire votre culture des données

Il ne s'agit pas d'une simple phase pour le secteur des assurances. Les entreprises qui n'innovent pas face aux défis actuels risquent d'être dépassées par des concurrents qui proposent une expérience client plus solide, des processus opérationnels plus simples et un meilleur système de détection et de prévention des fraudes. En combinant une solution analytique et BI comme Tableau, une plateforme CRM de premier plan comme celle de Salesforce et l'accompagnement d'un consultant spécialisé comme Deloitte Digital, l'acquisition d'une culture des données peut permettre de développer une résilience adaptative et une croissance stable dans un secteur en mouvement.

Les équipes de Tableau, Deloitte Digital, Salesforce et Mulesoft s'engagent à trouver des solutions intégrées et personnalisées pour vos besoins métier uniques. Armés d'une grande expérience et d'une passion pour la data, ces experts savent mettre les données au service de l'expérience client et de l'efficacité opérationnelle au sein des compagnies d'assurance.



En tant que plate-forme BI de choix pour 90 % des spécialistes des services financiers du classement Fortune 500, Tableau est une solution éprouvée pour les entreprises qui placent les données au cœur de leurs décisions. Tableau offre une plate-forme analytique complète et intégrée qui permet aux équipes de collaborer et d'extraire des informations exploitables de leurs données grâce au machine learning, aux statistiques, au langage naturel et à la préparation intelligente des données. Les compagnies d'assurance qui choisissent Tableau disposent de nombreuses ressources pour bien se lancer, dont des formations, des certifications et Tableau Blueprint, sans oublier le soutien de la communauté de passionnés de Tableau, une source d'inspiration exceptionnelle. Les entreprises savent ainsi que leur déploiement sera une réussite complète et évoluera vers une culture data-driven.

Deloitte. Digital

Avec Deloitte Digital, nous mettons notre créativité, nos technologies, nos stratégies et nos partenariats au service de nos clients pour les aider à transformer des transactions impersonnelles en liens privilégiés. À la fois innovateurs, concepteurs et architectes du futur, nous développons des solutions qui placent l'utilisateur au cœur de l'entreprise. En collaboration avec Salesforce, nous aidons nos clients à réinventer leurs interactions internes et leurs interactions avec leurs fournisseurs et leurs clients.

Stratégie et vision



Développement et tests



Mise en œuvre



Analyse des résultats et itération

Pour en savoir plus, consultez :

 Les solutions analytiques
Tableau pour les assureurs

 L'assurance
selon Deloitte

 L'assurance
selon Salesforce

 L'assurance
selon MuleSoft



Salesforce est la meilleure plate-forme CRM du marché : elle englobe toutes vos interactions avec vos clients dans le domaine du marketing, des ventes, des services, du commerce, des RH et bien plus encore. En tant que membre de la famille Salesforce, Tableau est entièrement compatible avec tous les produits de la plate-forme Customer 360. Vous pouvez ainsi utiliser Tableau pour combiner les données Salesforce de n'importe quel Cloud avec vos données métier et obtenir une vue complète de vos clients. Placez vos clients au cœur de votre activité : offrez-leur les expériences connectées qu'ils recherchent.



La plate-forme MuleSoft permet à votre entreprise de travailler de façon plus rapide et agile. Elle épaulé les objectifs de transformation digitale des compagnies d'assurance en connectant les applications, les données et les appareils de manière transparente sur une plate-forme unifiée. Avec MuleSoft, les développeurs et les équipes IT peuvent libérer le potentiel des données en toute sécurité. Ils encouragent également leur adoption à grande échelle grâce à l'utilisation d'API au sein d'un réseau d'applications, ce qui permet d'aborder les projets stratégiques avec plus d'agilité. Partout dans le monde, les compagnies d'assurance se fient à MuleSoft pour accélérer leurs projets et mettre en place des normes de sécurité automatisées, prêtes à l'emploi et conformes. Avec une disponibilité de 99 % et une grande flexibilité de déploiement, MuleSoft assure la résilience de vos activités.

Tous droits réservés. Deloitte fait référence à une ou plusieurs instances de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, une société privée britannique à responsabilité limitée par garantie (« DTTL »), ainsi que son réseau de cabinets membres et leurs entités connexes. DTTL et chacune de ses entreprises membres sont des entités juridiquement distinctes et indépendantes. DTTL (également appelée « Deloitte Global ») ne fournit pas de services aux clients. Aux États-Unis, Deloitte peut désigner une ou plusieurs des entreprises membres américaines de DTTL, ainsi que leurs entités connexes opérant aux États-Unis sous le nom de « Deloitte » et leurs filiales respectives. Il est possible que certains services ne soient pas disponibles pour la certification des clients en vertu des règles et règlements de l'expertise comptable. Veuillez consulter le site www.deloitte.com/about pour en savoir plus sur notre réseau mondial d'entreprises membres.