

L'EXPÉRIENCE DU TERRAIN

Comment Munich Re facilite la souscription à l'assurance vie

Munich Re Automation Solutions, filiale du réassureur allemand, a transféré sur le marché de l'assurance vie sa solution digitalisée de souscription. L'objectif de son vice-président, **Paul Donnelly**, est de permettre aux assureurs de simplifier l'intégration de nouveaux clients.



STEVE LANGAN / CITYHEADSHOTS DUBLIN 2018

RATIONALISATION

« Notre mission est de réinventer l'expérience utilisateur pour faciliter le gain de clients, tout en conservant l'exigence de qualification des risques. » Quand il décrit sa nouvelle offre de souscription automatisée, Paul Donnelly, vice-président exécutif de la zone EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique) de Munich Re Automation Solutions, ne tarit pas d'éloges. Traditionnellement, la souscription passe par un questionnaire type, qui est éventuellement complété par d'autres demandes. Or, si cette méthode a fait ses preuves, elle a un coût caché : le découragement du prospect et un possible échec de sa conversion en client. « Notre solution permet d'éviter les aller-retour liés au questionnaire, explique Paul Donnelly. Si nous décelons un risque – et seulement dans ce cas-là – nous essayons de le qualifier en ajoutant d'autres questions. »

QUESTION CIBLÉE

Avec sa nouvelle solution de souscription automatisée et destinée aux assureurs de taille intermédiaire, la filiale de Munich Re entend rendre l'assurance vie

plus précise et moins intrusive. Par exemple, si un prospect a vécu une hospitalisation récente, un « tiroir » de questions s'ouvrira sur la rémission pour savoir si ce risque est totalement écarté. En revanche, s'il est en bonne santé, ce « tiroir » restera invisible et le client potentiel continuera avec des questions classiques. Cela permet, selon les cas, de ne pas surfacturer le risque en le qualifiant au mieux, ou de ne pas décourager l'adhérent potentiel dans son processus de souscription avec des questions inutiles.

« Le questionnaire s'adapte ainsi, en direct, aux réponses du prospect ce qui permet de limiter les risques, de ciseler les primes

et donc de satisfaire le client en étant plus attractif », résume Paul Donnelly. « Mais notre outil reste... un outil », ajoute aussitôt le dirigeant.

OUTIL PARAMÉTRABLE

En clair, un assureur peut paramétrer cet outil en fonction de son appétence aux risques, de ses propres études et des stratégies choisies. Certains assureurs seront ainsi plus à l'aise avec un public en rémission et d'autres avec les sports à risque... « Chacun d'entre eux possède sa propre zone de compétitivité », rappelle le vice-président.

À l'avenir, Munich Re Automation Solutions prédit que la souscription sera encore simplifiée grâce à l'interconnexion des bases de données, y compris celles du domaine public, mais aussi en facilitant la prise de contact avec d'autres acteurs (avec l'accord des prospects et clients, lire encadré) comme les pharmaciens et les médecins. Le but sera alors de faire travailler les algorithmes pour avoir une vision précise et, ainsi, actualiser le risque de chacun.



LA QUESTION DE L'ACCÈS AUX DONNÉES

Revers de la médaille d'une souscription automatisée : lorsqu'un risque est mal qualifié, l'incertitude alourdit la prime. La solution ? Apporter des compléments d'informations. « Aux États-Unis, nous pouvons nous connecter aux dossiers d'hospitalisation et de consommation pharmaceutique », indique Paul Donnelly. En Europe, la culture de la protection des données personnelles ne facilite pas cet accès. À la question concernant l'accès direct aux dossiers médicaux Paul Donnelly répond : « Nous pensons que cela va se développer. »

● MORGANE REMY