

Applis mobiles en assurance dommage.

R
E
S
E
A
R
C
H

sia-partners.com



@SiaPartners





Sommaire

6	Un parc en cours de rationalisation
6	A. En faire moins mais mieux
8	B. Se poser la question du nécessaire
10	Un parcours en ligne encore non-exhaustif
10	Un outil principalement après-vente
13	L'application mobile en retrait par rapport au site web
13	A. Un écart sur tous les fronts
14	B. Le cas d'usage du sinistre
15	Et maintenant ?
15	A. Un usage qui reste peu récurrent
16	B. Le sujet controversé du ROI
17	C. Les technologies alternatives : Responsive et Progressive Web App
20	D. La concurrence avec les autres applications
21	Conclusion

Préambule.

Depuis le milieu de années 2000, l'avènement du smartphone a été fulgurant. En 2017, environ 4 milliards de mobiles ont généré 178 milliards de téléchargements d'applications¹. Et la tendance reste à l'accélération. On peut d'ailleurs remarquer que si les sites web ont mis un peu plus d'une décennie à entrer dans une ère de grande maturité, les applications mobiles sont parvenues à un niveau équivalent en deux fois moins de temps. Cette accélération de l'utilisation du smartphone et des applications mobiles change profondément la façon dont nous communiquons, achetons, nous divertissons, nous rencontrons... et nous assurons.

« **L'assurance doit devenir mobile-centric** » est un mantra ayant mobilisé beaucoup d'encre et de pixels, dispensé au fil des ans par la plupart des analystes du secteur. Au cours de la dernière décennie, l'assurance a vu une explosion du nombre d'applications mobiles. Ces applications sont parfois très métier et permettent par exemple de gérer un contrat, de déclarer un sinistre ou encore de déclencher une action d'assistance. Dans d'autres cas le mobile est vu comme une opportunité d'améliorer – ou plus justement de densifier – la relation client via des services supplémentaires. Des applications parfois farfelues ont ainsi vu le jour, pour connaître un engouement relatif rythmé par le «download, use and trash». L'euphorie semble retomber progressivement. Depuis 2017, nombre d'assureurs ont eu à cœur de rationaliser leur parc d'applications en mutualisant certaines fonctionnalités voire en décommissionnant celles qui ne rencontraient pas le succès escompté. Aujourd'hui, près de la moitié des applications mobiles en assurance sont ainsi dites « toutes en un ».

Entre juillet et août 2020, nous avons testé et comparé les parcours en ligne d'une vingtaine d'acteurs assureurs, mutualistes, courtiers, néoassureurs, néocourtiers via leurs applications mobiles ainsi que leurs sites internet. Bien évidemment, à de rares exceptions près nous observons que par construction les applications proposent un périmètre de fonctionnalités réduit par rapport aux sites internet. Nous observons également qu'elles sont moins plébiscitées pour un service considéré. Se pose donc la question des interactions à privilégier lors de la construction d'une application. Le réel cas d'usage se fait rare. Qui à part Leocare fait le pari d'exiger d'un prospect qu'il télécharge une application avant de souscrire pour la première fois ? L'épisodique déclaration de sinistre peut-elle justifier la présence à l'année d'une application sur un smartphone déjà saturé ? A l'ère de la simplification des parcours client, du « responsive » et autres « Progressive Web Apps », nous posons la question suivante :

L'application mobile en assurance dommages a-t-elle encore raison d'être ?

(1) Source : App Annie.

Méthodologie.

Au cours de l'été 2020, Sia Partners a comparé les sites web ainsi que les applications mobiles de la branche dommages d'une vingtaine d'acteurs de l'assurance afin de dégager des tendances marché quant à la disponibilité de ces supports et la façon dont la clientèle en apprécie la facilité d'utilisation. Les acteurs testés ont été choisis afin de réunir un panel représentatif de la diversité du secteur : assureurs, mutualistes, courtiers, néoassureurs, néocourtiers². Sites web et applications mobiles ont été testés selon les cinq grandes briques de parcours client suivantes :

- La recherche d'information
- La simulation
- La souscription
- La déclaration de sinistre
- Le parcours client en général

Pour chacune de ces briques, une note d'utilité a été attribuée à ces deux supports. Cette note est construite à partir de critères visant à capturer la disponibilité et la facilité d'utilisation. 155 critères d'évaluation ont été définis au total, afin de capturer la particularité de chacune des briques testées : on ne teste pas un parcours de simulation comme une déclaration de sinistres étant entendu que l'attente n'est pas la même. Un panel d'utilisateurs a été réuni de sorte à ce que le testeur d'un acteur donné en soit bien client et puisse ainsi parcourir l'ensemble des fonctionnalités jusqu'à la déclaration de sinistre³, brique qui nécessite un identifiant client dès la première étape chez de nombreux acteurs.

Afin de limiter la subjectivité de l'évaluation, la majorité des critères sont des questions fermées (139 sur 155, soit près de 90%) :

○ Exemple de question sur la brique simulation : « Pouvez-vous mettre la démarche en pause et y revenir plus tard sans avoir à recommencer ? (oui / non) ». Il s'agit d'une question caractérisant la facilité d'utilisation de la simulation.

○ Exemple de question sur la brique souscription : « Est-il possible de souscrire au produit entièrement en ligne ? (oui / non) ». Il s'agit d'une question caractérisant la disponibilité de la souscription en ligne.

○ Exemple de question sur la brique déclaration de sinistre : « Est-il possible de faire ou compléter un schéma de l'accident ? (oui / non) ». Il s'agit d'une question caractérisant la facilité de la déclaration de sinistre.

Exceptionnellement, sur la brique parcours client en général, nous avons prévu quelques questions où la réponse était attendue sur une échelle de 1 à 5 dont voici deux exemples :

○ « La navigation est-elle rapide et réactive, sans délais de chargement sur un écran particulier ni aucune difficulté à identifier où chercher une information ? (Echelle de 1 à 5, 5 étant le plus performant) ».

○ « Les écrans sont-ils conçus de manière satisfaisante, avec une information facile à trouver et à consulter ainsi qu'un design moderne ? (Echelle de 1 à 5, 5 étant le mieux conçu) ».

Les résultats de ces tests ont ensuite été agrégés afin de construire des moyennes marché, notre objectif étant de dégager des tendances de place plutôt que de créer un classement d'acteurs⁴.

En complément, notre équipe data science s'est employée à identifier les bonnes pratiques via Natural Language Processing sur les commentaires laissés par les utilisateurs quant aux sites et applications qu'ils utilisent. La remontée de mots clés et de leur polarité (via sentiment analysis) permet une collecte d'information synthétique quant aux pratiques qui permettent aux supports les mieux notés de se distinguer. La première partie de ce document est consacrée à l'analyse des résultats quantitatifs. La seconde partie utilise ces résultats afin d'apporter une réponse à la question : L'application mobile en assurance dommages a-t-elle encore raison d'être ?

(2) AG2R, Allianz, April, Aviva, AXA, Cardif, Crédit Agricole, Direct Assurance, Generali, GMF, Groupama, Lemonade, Leocare, L'olivier, Luko, MAAF, MACIF, MACSF, MAIF, Matmut, SOGECAP.

(3) Le périmètre du test va jusqu'à la déclaration de sinistre mais pas au-delà, et ce pour différentes raisons. Premièrement, il n'est bien entendu pas possible de transmettre des sinistres fictifs. Deuxièmement, nous testons ici l'interface et non des considérations aval comme la rapidité de traitement ou encore la clarté de l'information partagée lors du suivi de sinistre.

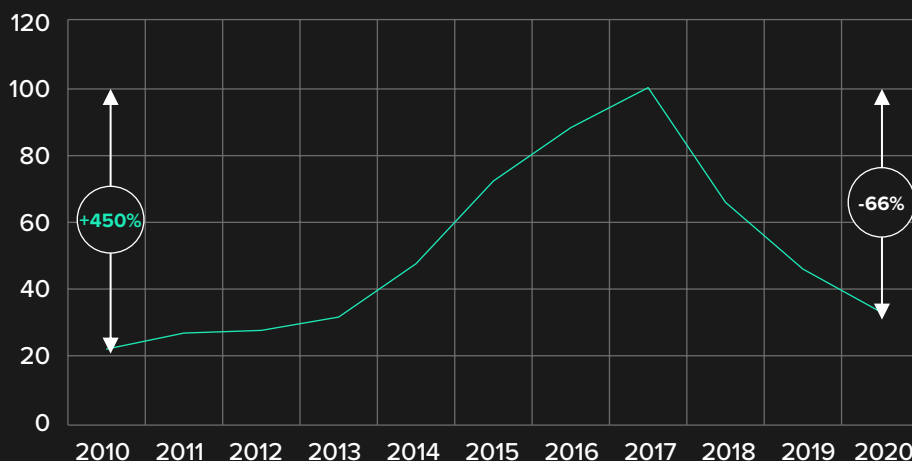
(4) Ceci existe déjà sous de multiples formes. De plus, un tel classement n'est pas équitable puisque d'une part la démarche souffre nécessairement d'un biais méthodologique dû au choix des critères et d'autre part il convient d'apprécier la façon dont un acteur anime sa distribution au regard de sa stratégie au global.

Un parc en cours de rationalisation.

En faire moins mais mieux

Il était temps. Après une euphorie ayant pris fin en 2017, le marché de l'assurance continue l'effort de rationalisation de son parc d'applications. On compte ainsi un peu plus d'une trentaine d'applications actives en assurance dommages en France contre une petite centaine en 2017.







Nombre d'applications mobiles
en assurance dommages en France





La tendance est à l'application portail concentrant plus de fonctionnalités. S'il existe encore des applications « stand-alone » spécialisées, comme par exemple sur la déclaration de sinistre, un large spectre d'applications relève désormais d'une logique « tout en un ». On observe ainsi la rationalisation des fonctionnalités et l'abandon de certaines initiatives lancées dans une logique de test & learn. La MAAF en est un exemple parlant puisque l'entreprise a fait le choix de réduire son parc de six applications⁵ en 2015 à seulement deux en 2020.

(5) En comptant l'application « L'assistant santé ». Sur le périmètre dommages stricto sensu, ce chiffre est de cinq.

Parc applicatif de la MAAF en 2015

 <p>m.maaf.fr Site mobile pour accès à son espace client (contrats, informations personnelles, remboursements, contact du conseiller,...)</p>	 <p>Alcootel Test d'alcoolémie indiquant la possibilité ou non de prendre la route en toute sécurité</p>
 <p>L'Assistant Santé Géolocalisation de partenaires Santé, Carnet de Santé interactif pour toute la famille (vaccinations, rdv médicaux,...)</p>	 <p>Mon Coffre-Fort Permet de sécuriser (à la manière d'un « cloud ») vidéos, photos de famille, bulletins de salaire, factures électroniques...</p>
 <p>L'Assistant Air Informations sur la qualité de l'air et prévisions météorologiques</p>	 <p>L'Assistant Accident Accompagne le client dans ses démarches en cas d'accident : guide des bons gestes, enclenchement de la procédure de déclaration de sinistre...</p>

Parc applicatif de la MAAF en 2020

 <p>MAAF et moi Accès aux principales fonctionnalités de l'espace client, dont la déclaration de sinistre, les contrats, contacts utiles. Il est également possible d'y effectuer des devis</p>	 <p>Alcootel Test d'alcoolémie indiquant la possibilité ou non de prendre la route en toute sécurité</p>
---	--

On observe une amélioration significative de la note moyenne des applications sur l'App Store comme sur Google Play qui tient d'un faisceau de facteurs que l'on retrouve en analysant les commentaires⁶ :

- une plus faible part d'applications inactives
- l'abandon des fonctionnalités jugées les moins utiles
- une amélioration de la connectivité et une disponibilité hors connexion
- une simplicité d'utilisation accrue
- un recours plus large au self-care⁷

(6) Analyse effectuée via web scraping et Natural Language Processing par notre équipe data science sur les commentaires utilisateurs de l'ensemble des applications assurantielles du marché français (incluant ainsi la santé et la vie).

(7) Les fonctionnalités des applications « toutes en un » participent à améliorer l'autonomie du client.

Exemples de verbatims clients quant aux applications mobiles en assurance dommages en France

Review 1 (1 star, 1 octobre 2020): Application d'une conception STUPIDE à plus d'un titre dans la prise de photos du véhicule: 1) Sans internet IMPOSSIBLE de prendre des photos. 2) Pas de fonction "parcourir" afin de récupérer les photos dans la galerie. 3) Donc on perd temps d'autant que sur leur site internet AUCUNE possibilité d'y envoyer les photos. 4) Sur leur site il vous renvoie à application MINABLE 5) Il ne suffit de pondre du code pour "créer" une application... 6) Quand on « programme » on se doit de prévoir...

Review 2 (5 stars, 29 septembre 2020): Très incomplète pas rapport à mon compte sur le site, les contrats n'y sont pas... Bref complètement inutile

Review 3 (5 stars, 10 novembre 2020): Appli très utile surtout lorsque j'ai eu mon accident. Sans réseau j'ai pu appeler directement le service urgence et dépannage qui m'ont rapidement répondu et aidé. Appli basique mais simple d'utilisation

Review 4 (5 stars, 10 août 2020): Il est impossible de transmettre des documents, aucune rubrique ne le permet... Suite à la déclaration d'un sinistre je voulais compléter mon dossier GAV à mesure que ma situation évoluait mais c'est infaisable. A quoi sert cette application finalement ?

Review 5 (5 stars, 21 janvier 2019): Bonsoir, merci d'avoir pensé à ce que l'on puisse mettre l'application sur la carte SD, c'est une excellente idée (même si c'est qu'en partie) cela dégage tout de même un peu d'espace. Très bonne application ! Bon courage pour la suite. Ça s'améliore, bravo !

Review 6 (5 stars, 29 septembre 2020): Très utile pour rentrer et suivre les dossiers. Facile d'utilisation et le suivi derrière est très réactif.

Review 7 (1 star, 5 novembre 2020): De pire en pire, on ne peut quasiment jamais se connecter, vraiment pas top du tout comme application. Enfin on peut se connecter avec Android 10, par contre impossible d'utiliser les empreintes, même lorsque l'on a choisi ce mode de déverrouillage, également des erreurs en continu pour envoyer des documents, bref, il reste encore énormément de travail avant d'en faire une application réellement utilisable. Après plusieurs mises à jour toujours impossible d'envoyer un document via l'application.

Review 8 (5 stars, 28 octobre 2019): Application très claire et utile pour toutes les formalités courantes concernant l'Assurance.

Review 9 (5 stars, 14 décembre 2019): Pratique pour mettre à jour des détails, inutile pour l'essentiel.

Review 10 (5 stars, 15 novembre 2020): Très bonne application. Problème de connexion rencontré lors de la dernière mise à jour. Service client à l'écoute, le problème a été résolu très rapidement.

Review 11 (5 stars, 12 juillet 2018): Application très bien faite et bcp plus simple d'utilisation surtout pour les attestations BRAVO !!!

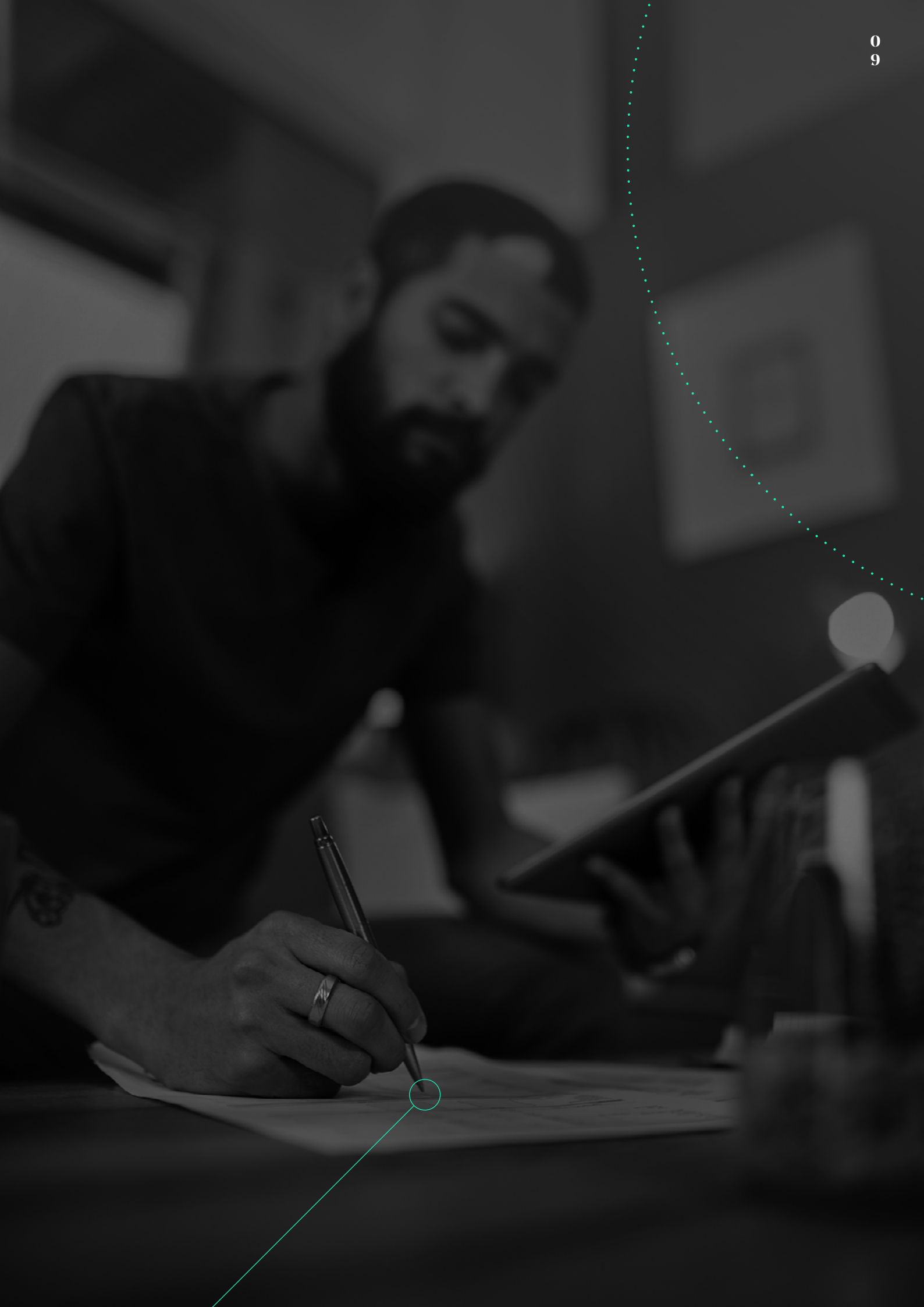
Se poser la question du nécessaire

On rappelle également un fait saillant isolé mais loin d'être anodin : le retrait en avril 2018 par AXA de son application myAXA en France, par ailleurs maintenue sur d'autres marchés. Deux raisons principales ont été invoquées :

- Un manque d'usage
- Un marché français très intermédié

Si le premier point est relativement universel, on utilise en effet bien plus son smartphone pour d'autres usages et nous y reviendrons, le second point reflète quant à lui une particularité hexagonale. Contrairement aux pays anglo-saxons où l'assurance est essentiellement directe, le marché français présente un réseau largement intermédié. Selon le mix de son réseau de distribution, un assureur tricolore peut donc avoir trop peu de contacts réguliers avec ses clients finaux pour justifier la création et le maintien dans le temps d'une application. L'exemple extrême de Wakam en est l'illustration.





Un parcours en ligne encore non-exhaustif.

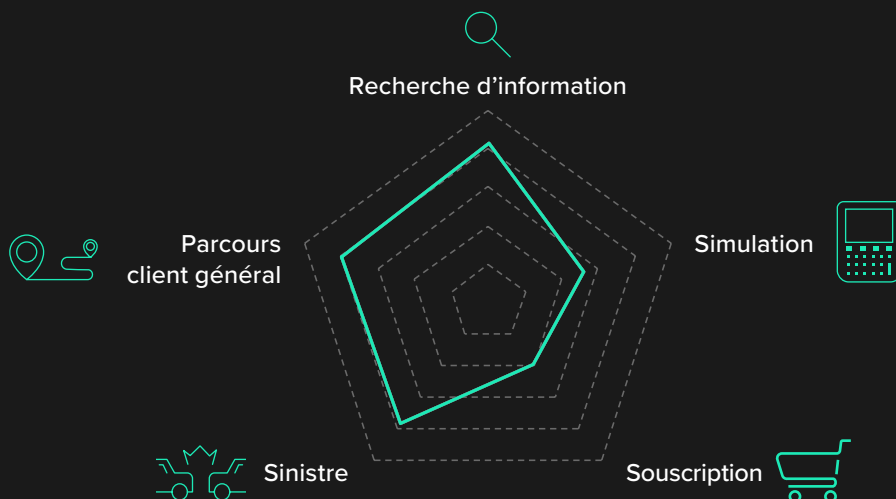
Un outil principalement après-vente

Malgré l'émergence des applications « tout en un », les supports en ligne d'assurance dommage (site web et application mobile) ne couvrent pas toutes les grandes briques du parcours client de la même façon. Nous avons comparé les sites web et applications de la branche dommage d'une vingtaine d'acteurs assureurs selon les cinq grandes briques suivantes :

- La recherche d'information
- La simulation
- La souscription
- La déclaration de sinistre
- Le parcours client en général

L'utilité de ces supports a été évaluée par un panel d'utilisateurs testeurs selon une grille d'analyse construite autour de critères déclinés pour chacune de ces briques et visant à capturer la disponibilité et la praticabilité d'une brique donnée. Force est de constater un écart important selon la brique considérée puisque la simulation et la souscription apparaissent nettement en retrait.

«Utilité» des fonctionnalités web et app (unité arbitraire combinant disponibilité et praticabilité)



La large intermédiation du marché français est là aussi un facteur explicatif mais il n'est pas suffisant. La part de français souscrivant en ligne ne cessant de croître et la loi Hamon ayant donné un véritable « coup de boost » à la pratique, la plupart des assureurs s'efforcent de proposer une simulation et une souscription en ligne. Dès lors, qu'est-ce qui explique cet écart? La réponse tient moins dans la disponibilité que dans la praticabilité de ces fonctionnalités. Selon nos tests, ces fonctionnalités sont en moyennes jugées moins pratiques à utiliser que les autres par les utilisateurs. Les facteurs

clés de succès⁸ permettant à certains acteurs de se distinguer sont à chercher du côté de la clarté et de la rapidité :

- Transparence des garanties
- Nombre limité de questions
- Pré-remplissage de champs
- Traitement immédiat

La transparence quant au contenu des garanties proposées est un facteur essentiel de confiance et donc de satisfaction. Un assureur faisant preuve de transparence se positionne en partenaire, au service de l'intérêt de l'assuré. Une part croissante d'assureurs déploie ainsi des efforts de pédagogie notables quant au contenu et au fonctionnement de leurs produits. A l'instar des assureurs vie qui ont lancé ce type de formats depuis plusieurs années, certains assureurs dommages proposent ainsi des vidéos courtes explicatives en alternative au contenu textuel.

Définition de la garantie individuelle conducteur en vidéo par Generali



Au-delà de la transparence quant au contenu des garanties proposées, la plupart des assureurs dommages mettent à disposition du « contenu conseil » comme le font les comparateurs en ligne depuis leur lancement.

(8) Analyse effectuée via web scraping et Natural Language Processing par notre équipe data science sur les commentaires utilisateurs de l'ensemble des sites web et applications assurantielles du marché français (incluant ainsi la santé et la vie).

Vous êtes locataire

En tant que locataire, vous êtes responsables des dégâts que vous pourriez causer au logement. Afin de protéger le locataire comme le propriétaire, l'assurance est obligatoire, sauf exception.

Vous occupez	L'assurance est	Bon à savoir
Une location vide	Obligatoire	Une attestation d'assurance est généralement demandée avant la remise des clés. Vous devez souscrire une garantie risques locatifs. Exception : si votre propriétaire a déjà assuré le logement pour le compte du locataire alors l'assurance est facultative pour ce dernier (paiement via les charges).
Une location meublée	Obligatoire	Auparavant facultative, une couverture risques locatifs est désormais obligatoire depuis la loi Alur de 2014. Une attestation d'assurance est généralement demandée avant la remise des clés. Exception : si votre propriétaire a déjà assuré le logement pour le compte du locataire alors l'assurance est facultative pour ce dernier (paiement via les charges).
Une colocation	Obligatoire	Tous les membres de la colocation doivent être couverts pour les risques locatifs avec la possibilité de souscrire chacun une assurance ou bien de mutualiser auprès d'un seul assureur (plus simple).
Une logement occupé à titre gratuit	Obligatoire	Exception : elle est facultative uniquement si le propriétaire vit avec vous dans le logement.
Une location saisonnière	Non requise	Le propriétaire peut parfois demander une attestation d'assurance villégiature à la signature du contrat de location, afin s'assurer que vous êtes couverts pour les éventuels dégâts causés à des tiers ou au voisinage (garantie type responsabilité civile généralement incluse dans votre contrat d'assurance habitation).
Un logement de fonction	Facultative	L'assurance est fortement recommandée même si non obligatoire car vous restez responsable financièrement des dommages causés à autrui. Pensez à souscrire au moins à une couverture responsabilité civile.

Situation

Réponse

Information supplémentaire type 'coup de pouce' positionnant l'assureur comme un partenaire

Questions / réponses à des cas pratiques sur MAIF.fr

<p>Cet été, pendant les vacances, je prête ma voiture à un ami. Sera-t-il assuré ?</p> <p>Oui. Votre contrat d'assurance auto Yam s'applique lorsque, à titre occasionnel et pour des déplacements privés, vous prêtez le véhicule assuré par MAIF ou Filla-MAIF. Ainsi, en cas d'accident, votre ami bénéficiera du contrat que vous avez souscrit :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ s'il est responsable, prise en charge des dommages causés à un tiers. ✓ s'il est blessé, remboursement de ses frais médicaux et d'hospitalisation et versement d'une indemnité journalière dans les limites prévues au contrat et en complément des prestations des organismes sociaux et de prévoyance. ✓ en cas de décès, versement d'une indemnité à sa famille. <p>Si vous avez souscrit le contrat Pacs, votre ami bénéficiera d'une indemnisation renforcée au titre des dommages corporels.</p> <p>NB : Si votre ami est responsable de l'accident, nous serons contraints de vous appliquer les règles du bonus-malus. De même, si vous avez souscrit la garantie Dommages tous accidents, vous garderez la franchise à votre charge.</p>
<p>Ma fille entame ses études. Quelles formalités dois-je accomplir pour assurer sa voiture ?</p>
<p>Je viens de déménager. Quelles sont les démarches à faire pour mon véhicule ?</p>
<p>L'un de mes véhicules ne sert pas. Il reste au garage. Faut-il que je l'assure ?</p>
<p>Combien de personnes puis-je transporter dans ma Clio ?</p>
<p>Comment sont garantis les objets transportés dans mon véhicule ?</p>
<p>Je voudrais mettre ma voiture en location. Comment ça se passe côté assurance ?</p>
<p>Je fais installer des sièges arrière dans ma voiture de société. Faut-il une autorisation ?</p>

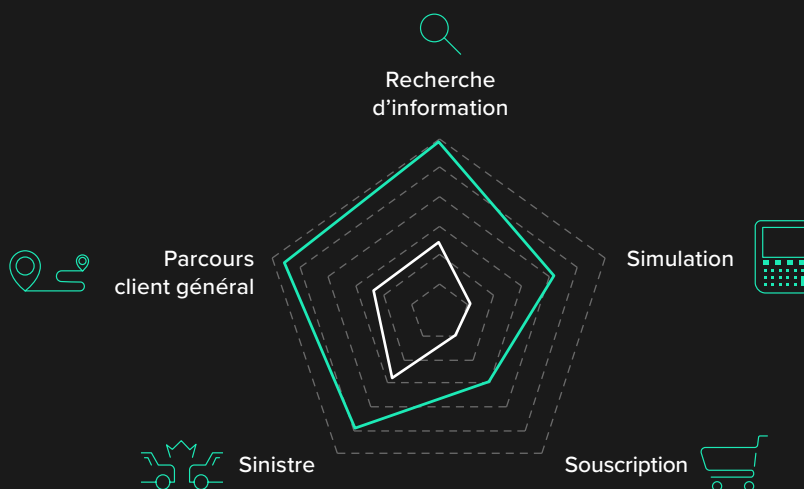
L'app mobile en retrait par rapport au site web.

Un écart sur tous les fronts

Au-delà des écueils du parcours en ligne en général, la comparaison des sites internet et applications mobiles permet de mettre en lumière deux phénomènes. Premièrement, site web et applications mobiles souffrent des mêmes écueils sur les briques simulation et souscription. Deuxièmement, l'application mobile apparaît en retrait sur l'ensemble des briques de notre analyse.

— Web
— App

«Utilité» des fonctionnalités web et app
(unité arbitraire combinant disponibilité et praticabilité)

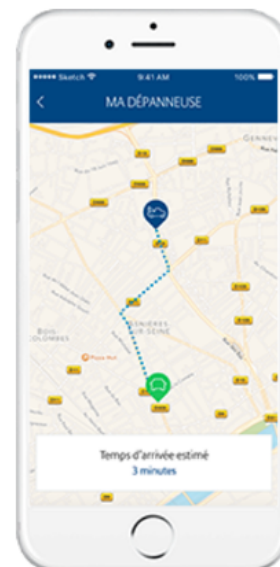


L'appréciation en retrait de l'application mobile est « proportionnelle » à celle du site web sur chacune des briques à l'exception de la déclaration de sinistres. Ceci s'explique par différents facteurs. Tout d'abord, la disponibilité de l'application est bien évidemment en deçà de celle du site web puisque tous les acteurs ne font pas l'effort d'en développer et maintenir une sur toutes les briques du parcours client. Ensuite, le caractère pratique des fonctionnalités des applications, lorsqu'elles sont disponibles, n'est pas jugé significativement différent du site web à l'exception de la brique de déclaration de sinistre, souvent jugée bien plus commode.

Le cas d'usage du sinistre

La déclaration de sinistre est jugée en moyenne plus pratique sur mobile ce qui se comprend assez bien dans la mesure où ce support répond à un besoin d'immédiateté. Par exemple, on commande une dépanneuse depuis son lieu de panne ou d'accident et non une fois de retour chez soi depuis un ordinateur. On peut citer Allianz qui l'a bien compris avec son application Mon Allianz mobile qui joue sur les aspects d'immédiateté et de transparence afin de rendre l'expérience aussi peu stressante pour l'assuré que possible : il est possible de visualiser la position de la dépanneuse en temps réel ainsi que le temps restant avant son arrivée à destination.

Suivi de dépanneuse en temps réel dans Mon Allianz mobile

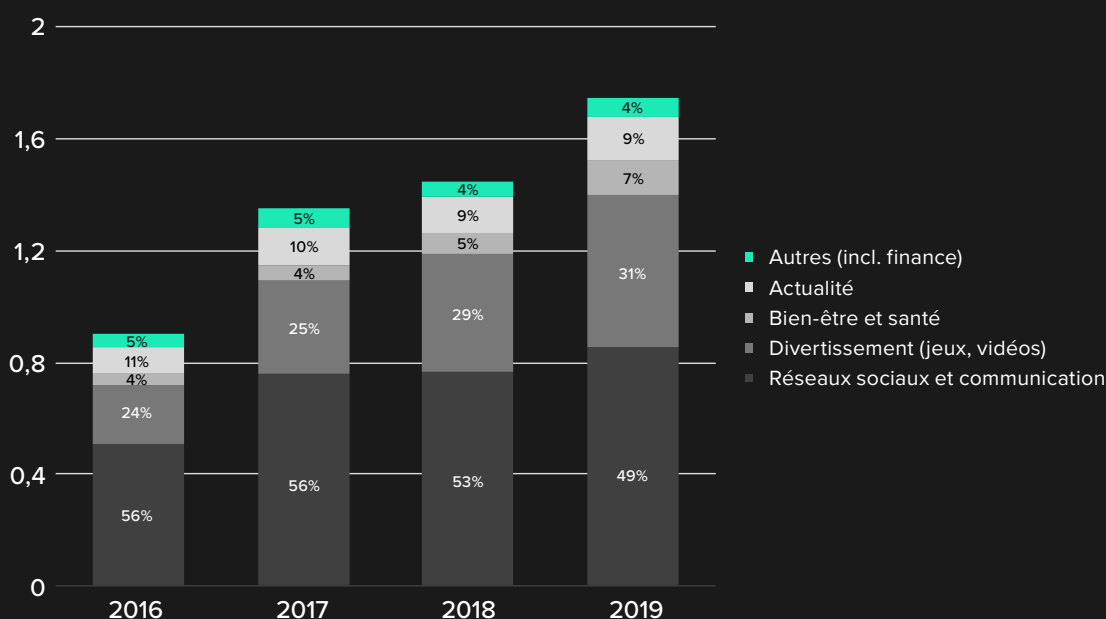


Et maintenant ?

Un usage qui reste peu récurrent

La principale raison invoquée dans la littérature pour créer une application est simplement l'usage croissant du mobile. C'est vrai, nous utilisons tous ces appareils et ce, de plus en plus. Cependant, il convient de prendre du recul sur cette tendance et de s'intéresser à ce que font les consommateurs sur les applications mobiles. Si le temps passé à les utiliser subit une inflation remarquable, la répartition des usages semble relativement stable. Ainsi d'après App Annie, la moitié du temps passé sur mobile reste consacré aux réseaux sociaux et à la communication, plus d'un tiers au divertissement, 7% au bien-être et à la santé, 9% à l'actualité et 4% à d'autres usages.

Heures passées sur applications mobiles par usage dans le monde selon App Annie (trillion)



Membres de la dernière catégorie, au côté de leur consœurs bancaires bien plus utilisées, les applications d'assurance représentent une très faible part du temps passé sur applications. Est-ce étonnant ? Non ! Les consommateurs n'utilisent de façon récurrente et quotidienne qu'un nombre faible d'applications, entre 4 et 5⁹. Un assuré ne consultant son application d'assurance que sur des cas d'usages non récurrents (sinistre, changement de contrat, rattachement de personne couverte, etc.) cet état de fait ne saurait être une surprise.

Ce n'est pas pour autant que le mobile n'a pas sa place dans les parcours clients en assurance. Au passage, les financements levés par les assuretech ces dernières années¹⁰ témoignent bien du fait que les investisseurs parient sur le parcours en ligne en assurance, en particulier via mobile, comme levier de croissance.

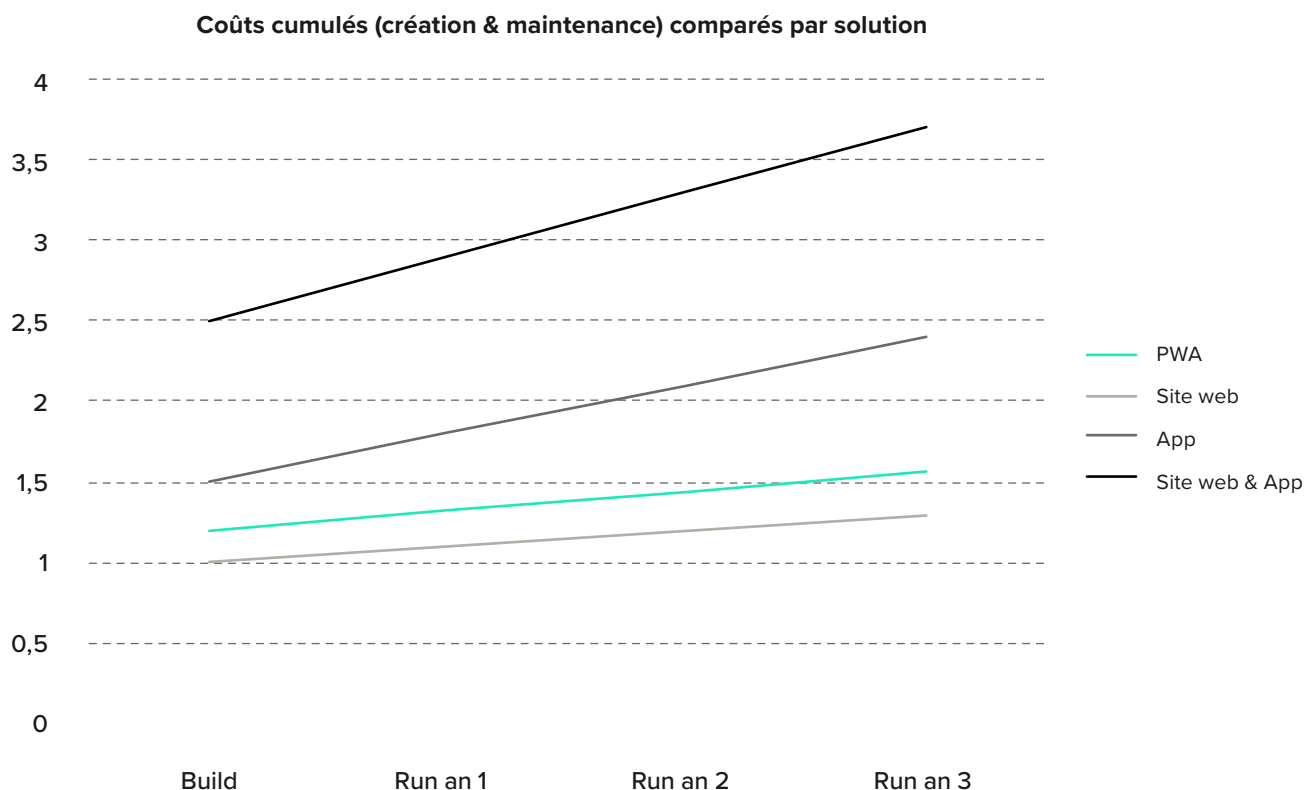
Comme nous l'avons vu, certains moments clés à haute valeur ajoutée tels que le sinistre gagnent à être réalisables sur mobile. Il convient de faire des choix quant aux interactions rendues possibles via ce support, ce qui n'est pas chose aisée. En assurance, l'émergence d'applications « tout en un » miroirs des sites web traduit bien la difficulté des acteurs à sélectionner les fonctionnalités qui feront mouche.

(9) Source : App Annie.

(10) 125 millions d'euros pour Alan, néoassureur. 22 millions d'euros pour Luko, néocourtier. Près de 4 millions d'euros pour Leocare, néocourtier.

Le sujet controversé du ROI

Même si le coût⁽¹⁾ d'une application est variable - il existe des développements à 40k€ comme d'autres à 200k€⁽²⁾ - celui-ci reste relativement connu en début de projet. En revanche, une application se gère au quotidien et nombreux sont les acteurs qui ne découvrent la complexité des coûts de gestion qu'après le lancement. En particulier, l'intégration au back-office (et son maintien dans le temps) est la condition nécessaire à l'utilité « métier » d'une application. Mais cela coûte cher. Ceci est d'autant plus vrai lorsqu'il faut faire transiter les actes de gestion dans des systèmes d'information hérités qui ne sont plus de première jeunesse et qu'il est prévu de faire évoluer. Le poids du legacy, encore et toujours.



A cela s'ajoute le fait que sur le marché de l'assurance français, les applications restent un canal de service plus que de vente. Le Return On Investment d'un tel projet est ainsi difficile à appréhender. On peut ainsi lire dans la littérature certains acteurs botter en touche en stipulant que la réelle valeur ajoutée de l'application mobile réside dans la démonstration d'une capacité à suivre les évolutions technologiques, c'est-à-dire dans un rajeunissement de l'image. D'autres in-

voquent le fait de densifier la relation avec la clientèle et donc de créer une certaine proximité. D'autres encore déclarent qu'il s'agit avant tout de se différencier. Ces objectifs pourraient être regroupés sous une même ambition macroscopique : créer de la valeur. C'est un point sur lequel il faut être honnête : quelle valeur peut-on créer auprès de prospects et clients à l'aide d'une application, que l'on ne pourrait pas créer aujourd'hui via d'autres supports ?

(1) Développement (selon le choix de la plateforme, le design, le nombre de fonctionnalités proposées), recette / homologation, mise en production et communication interne comme externe.

(12) Coûts de développement constatés chez des acteurs français de l'assurance.

(13) Source Sia Partners, coûts en base 100 en utilisant le site web comme référence, observés en moyenne sur des sites marchands

Les technologies alternatives : Responsive et Progressive Web App

Durant les années 2000, les technologies web ont évolué de documents statiques (HTML) à des solutions dynamiques exécutées côté serveur (ex. PHP). Lors de l'arrivée des smartphones, les technologies du web sont supplantées sur ce support par les applications mobiles, offrant une meilleure expérience utilisateur. Au milieu des années 2010, les améliorations continues (ex. HTML5, CSS3, JavaScript, navigateurs web plus performants...) ont fait des applications web progressives (PWA) une alternative viable, et plus que ça, convaincante.

De quoi s'agit-il ? Une application web progressive est un site internet dont l'aspect et l'utilisation sur mobile sont ceux d'une application mobile.



Une PWA « tourne » sur le navigateur web et ne nécessite ainsi aucun téléchargement depuis Google Play Store ou l'App Store iOS. Leur objectif est d'éliminer un spectre de problèmes inhérents aux sites web responsives ou aux applications mobiles. Elles tirent parti des dernières technologies pour fournir une expérience utilisateur fiable, rapide et plaisante.



Site web responsive vs Application mobile vs Progressiv web app

Caractéristiques	Site web responsive	Application mobile	Progressive Web App
 Compatible mobile	✓	✓	✓
 Reliable via un lien	✓		✓
 Indépendant des app stores	✓		✓
 Installable sur l'écran d'accueil		✓	✓
 Référencement web (découverte native)	✓		✓
 Utilisable hors-ligne		✓	✓
 Notifications en push		✓	✓
 Données GPS		✓	✓
 Coûts de développement	●	●●●	●●

Twitter en est un exemple. Connectez-vous à votre compte via le navigateur de votre mobile et... voilà ! Vous utilisez maintenant une PWA capable d'émettre des notifications en temps réel ainsi que des notifications hors ligne et d'autres fonctions similaires aux applications. Gmail en est un autre : connectez-vous de la même façon et vous aurez une expérience très similaire à une application. Vous verrez vos emails arriver dans la boîte de réception en temps réel et recevrez les notifications correspondantes. airfrance.fr en est encore un exemple, dans une autre industrie.

Les avantages de cette technologie sont nombreux :

Elle est plus rapide. Grâce au « pre-catching » qui consiste à charger le contenu avant que l'utilisateur n'y fasse appel, le drop-off pour raison de chargement de page trop lent est considérablement réduit. Un chargement plus rapide se traduit également en une meilleure indexation par les moteurs de recherche.

Le SEO s'en porte mieux. Les moteurs de recherche voient les PWA comme des sites web et les indexent donc entièrement, par opposition aux applications mobiles. Autre différence, les PWA sont accessibles par un lien et peuvent donc faire l'objet d'une stratégie de backlinks.

Elle s'affranchit des appstores. Un des plus grands avantages compétitifs des PWA est qu'elles peuvent être trouvées sur le web, de façon native. Il n'y a également plus la 'friction' de devoir télécharger une application avant d'accéder au contenu. Enfin, le format s'affranchit de la validation de Google et Apple sur les mises à jour. Celle-ci est ainsi immédiate contre une semaine voire deux pour le cas d'une application, qui se voit attribuer de mauvaises notes sur les appstores le temps que la mise à jour soit disponible.

Elle réduit les coûts de développement. Les applications mobiles nécessitent des outils technologiques très spécifiques alors que les PWA utilisent des technologies web standard. Mettre à jour un site internet en PWA est bien moins coûteux et lent que de développer une application puis de la faire valider par Apple ou Google.

Elle permet une meilleure expérience client. Les PWA sont responsive et progressive. Le premier terme signifie qu'elles fonctionnent quel que soit le support utilisé, téléphone, tablette ou ordinateur de bureau. Le second signifie qu'elles priorisent le contenu et les fonctionnalités essentiels et, si le navigateur et la connexion internet le permettent, des fonctionnalités plus avancées sont rendues disponibles. Ces deux caractéristiques assurent une meilleure expérience digitale pour tous les utilisateurs, quels que soit leur support de lecture et leur connexion. A cela s'ajoute la possibilité de consulter hors ligne, de recevoir des notifications, de partager sa géolocalisation, de payer de façon simplifiée (sur iOS Apple a le monopole) ... autant d'aspects améliorant l'engagement client.






En résumé, elle peut améliorer la conversion. Tous ces avantages permettent de faire avancer les prospects dans le sales funnel de façon plus fluide. Par exemple, AliExpress qui a vu son taux de conversion pour les nouveaux utilisateurs augmenter de 104% grâce à son nouveau PWA¹⁴.

Bien des sites web d'assurance ne sont pas optimisés pour le mobile. De plus, il est peu probable qu'un prospect télécharge une application simplement pour effectuer un achat. Dans ces conditions, la vente sur mobile reste limitée au cross-selling. Il est essentiel de disposer d'une boutique numérique réunissant le meilleur des deux mondes afin de simplifier les parcours et de minimiser le nombre de supports à maintenir.

Site web responsive vs Application mobile

vs Progressiv web app

Appliqué à l'assurance

Caractéristiques	Site web responsive	Application mobile	Progressive Web App
 Recherche d'information	● ●	●	● ●
 Simulation	● ●	●	● ●
 Souscription	● ●	●	● ●
 Déclaration de sinistre	●	● ●	● ●
 Parcours client	● ●	●	● ●

(14) Source : AliExpress.

La concurrence avec les autres applications

Enfin, et c'est un facteur très important, n'oublions pas que les téléphones mobiles sont des espaces « finis » : il leur est possible de saturer, comme chacun l'a déjà expérimenté. On l'a vu, les utilisateurs ont recours à 4 ou 5 applications de façon régulière. Les autres applications font l'objet de suppressions récurrentes au profit de l'espace de stockage, pour du contenu multimédia par exemple. Qui n'a jamais supprimé une application pour libérer un peu de place sur son mobile afin de prendre des photos ou une vidéo ? Dans ce contexte, une application d'assurance ne faisant l'objet que de deux ou trois ouvertures par an ne fait pas le poids et sera presque systématiquement une des premières candidates à la corbeille. En synthèse, le site PWA comme alternative à l'application mobile fait parfaitement sens en assurance. En effet, celui-ci :

- Coûte moins cher à développer et à maintenir
- Évite de développer et de maintenir de multiples supports (site et applications)
- Divise par un facteur dix la mémoire requise sur le terminal mobile
- Permet la vente en ligne sur mobile puisque ne nécessite pas de téléchargement préalable

La logique du SaaS

Enfin, permettons-nous une analogie avec la bureautique. La dernière décennie a vu une bascule progressive et désormais de très grande ampleur du progiciel vers le SaaS¹⁵. Par exemple, une part écrasante des entreprises utilisent Microsoft Office en SaaS plutôt que de l'installer sur les terminaux de leurs employés. De la même manière, gageons qu'un tel mouvement est prévisible sur les terminaux mobiles et que l'on s'affranchisse progressivement de l'installation d'applications, a fortiori d'assurance dommage.

(15) Le software as a service (SaaS) ou logiciel en tant que service, est un modèle d'exploitation commerciale des logiciels selon lequel ceux-ci sont installés sur des serveurs distants plutôt que sur la machine de l'utilisateur.

Conclusion.

Les applications mobiles en assurance ont connu un succès important, comme en témoigne leur multiplication pendant la première moitié des années 2010. Elles répondaient alors à un besoin simple : avoir accès à des fonctionnalités utilisables confortablement via mobile. Aujourd'hui, on peut constater à minima les phénomènes suivants.

- Les utilisateurs plébiscitent davantage le site web que l'application mobile pour une fonctionnalité donnée.
- Le cas d'usage où l'application mobile se distingue est la déclaration de sinistre mais ceci tient plus du confort d'immédiateté apporté par le mobile que d'une caractéristique de l'application elle-même.
- L'application mobile peut être un canal de vente si on l'envisage comme un outil de cross-selling mais difficilement comme un canal de « première vente », étant entendu qu'un prospect ne la téléchargera pas en amont. Certains acteurs arguent que retirer une application revient à perdre du trafic sur les App stores. Certes, mais quels utilisateurs commencent leur parcours d'achat d'assurance par une recherche sur un App store ?
- La rationalisation vers le « tout-en-un » transforme le parc applicatif en un miroir des sites web ce qui pose la question de la pertinence de ce canal alternatif.
- Il existe désormais des technologies plus satisfaisantes à la fois pour l'utilisateur et pour l'assureur.
- Les utilisateurs optimisent l'espace sur leur mobile et sacrifient en priorité les applications peu utilisées.
- Enfin, le marché français présente la particularité d'être très intermédié et tend à l'être encore davantage, en particulier sur la branche dommage.

Pourquoi dans ce contexte développer une application d'assurance dommage ? Fait plus étrange encore, les nouvelles applications d'assurance dommage mises à disposition sur les App stores correspondent à des nouveaux entrants qui semblent ainsi faire le pari étrange d'un retour en arrière. Les acteurs existants poursuivent bel et bien leur effort de rationalisation et de réduction du parc.

TL;DR

Too long; did not read

La fin nécessaire des app en assurance dommage



Les utilisateurs plébiscitent davantage le site web que l'app mobile pour une fonctionnalité donnée.



L'app peine à être un canal de vente autre que pour du cross, étant entendu qu'il est difficile de la faire télécharger à un prospect pour une première vente.



L'app se distingue sur la déclaration de sinistre mais ceci tient plus du confort d'immédiateté apporté par le mobile que d'une caractéristique de l'app elle-même



Le marché français de l'assurance est très intermédié et tend à l'être encore davantage, en particulier sur la branche dommage.



La rationalisation vers le « tout-en-un » transforme le parc applicatif en un miroir des sites web ce qui pose la question de la pertinence de ce canal alternatif.



Une app d'assurance dommage ne faisant l'objet que de rares ouvertures par an est une excellente candidate à la corbeille lorsqu'un utilisateur souhaite libérer de l'espace sur son mobile.



Il existe désormais des technologies plus satisfaisantes à la fois pour l'utilisateur et pour l'assureur.

Comment Sia Partners peut vous accompagner ?

Hello, nous sommes



L'agence Digitale FOVE, spécialisée dans la conception et la mise en œuvre d'application et d'expérience digitale, fait partie intégrante du groupe Sia Partners. Cette intégration permet d'inscrire les différentes expertises métiers dans un écosystème complet d'accompagnement des clients.

Nous sommes 35 passionnés d'innovation qui travaillent sur de nombreux sujets marketing et d'expérience digitale. Notre approche mixe data, créativité et technologie. FOVE est en capacité de prendre en charge l'ensemble du cycle de vie d'un projet de sa phase de conception via l'équipe UX / UI jusqu'à sa phase de mise en œuvre à travers une capacité de développement en interne composée d'une dizaine de développeurs.

3 grands points forts

RECHERCHES

Notre **méthodologie de recherche approfondie** permet de trouver les angles de création pertinents

CO-CRÉATION

Notre **méthodologie collaborative en ateliers collaboratifs** vous permet de construire un projet sur-mesure, en cohérence avec vos attentes et celles de vos utilisateurs

ÉQUIPES

Notre **pôle Expérience intégrée et pluri-disciplinaire** d'experts UX et UI sont dans la même équipe et vous accompagnent quotidiennement dans votre projet pour avancer efficacement et respecter les délais

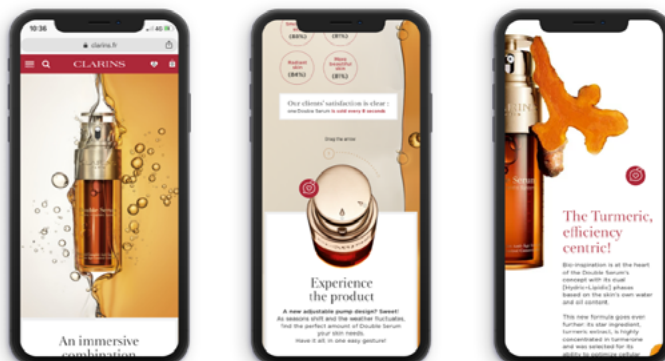
Exemple de réalisation : Tour Eiffel

Réalisation de l'app PWA de la Tour Eiffel en mobile first et déclinaison en 5 langues, y compris adaptation des spécificités de contenus dynamiques (affichage différent selon les langues et la localisation de l'utilisateur).

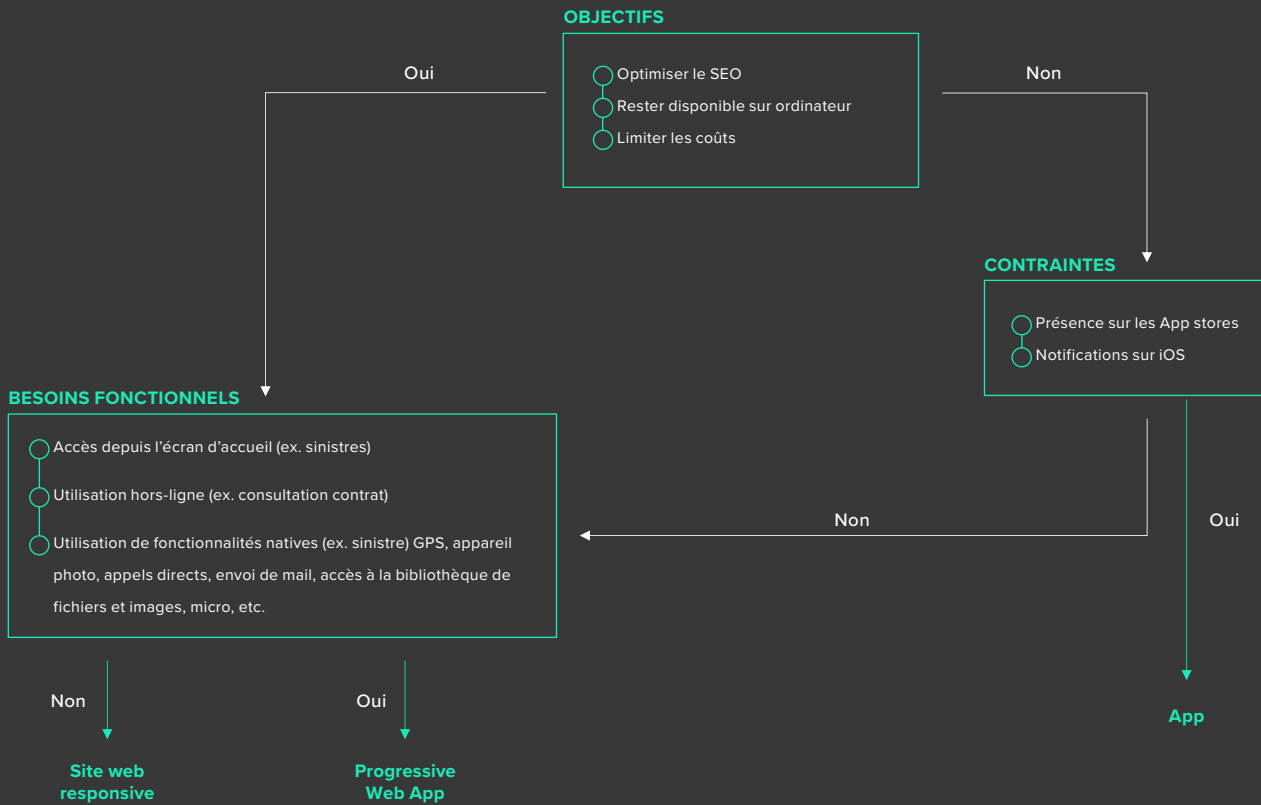


Exemple de réalisation : Clarins

Création de l'univers de marque de Clarins dans le cadre du programme relationnel et digital. Applications PWA de communication et lancement de nouveaux produits dans les temps forts « My Clarins ». Conception des pages produit centrées sur l'expérience avec une découverte expérientielle de la marque.



Notre anti-sèche pour choisir entre site web responsive, application mobile ou progressive web app



Vos contacts.

Charles Denis

Managing director FOVE

PARIS

charles.denis@sia-partners.com

+33 6 20 59 42 13

Pierre Folk

Associate Partner Assurance

PARIS

pierre.folk@sia-partners.com

+33 6 37 31 58 73

- Abou Dabi
- Amsterdam
- Baltimore
- Bruxelles
- Casablanca
- Charlotte
- Chicago
- Denver
- Doha
- Dubai
- Dublin
- Édimbourg
- Francfort
- Hambourg
- Hong Kong
- Houston
- Londres
- Luxembourg
- Lyon
- Milan
- Montréal
- New York
- Panama*
- Paris
- Riyad
- Rome
- San Francisco
- Seattle
- Singapour
- Tokyo
- Toronto

*Sia Partners Panama, membre du réseau Sia Partners

A thick green diagonal bar pointing upwards and to the right, positioned behind the main title.

À propos de Sia Partners.

Pionnier du *Consulting 4.0*, Sia Partners réinvente le métier du conseil et apporte un regard innovant et des résultats concrets à ses clients. Nous avons développé des solutions basées sur l'Intelligence Artificielle et le design pour augmenter l'impact de nos missions de conseil. Avec 1 800 consultants dans 18 pays, nous allons générer un chiffre d'affaires de 290 millions d'euros sur l'exercice en cours. Notre présence globale et notre expertise dans plus de 30 secteurs et services nous permettent d'accompagner nos clients dans le monde entier. A travers notre démarche «*Consulting for Good*», nous mettons notre expertise au service des objectifs RSE de nos clients et faisons du développement durable un levier de performance pour nos clients.