

Illustration
Extraits de l'étude EER@D #2019

csa consulting
BANQUE - ASSURANCE

L'entrée en relation à distance mutualiste

Édition 2019

Février 2020

Morceaux choisis – © Copyright 2020 csa consulting – Tous droits réservés

L'ENTREE EN RELATION À DISTANCE MUTUALISTE ○ CONTEXTE DE L'ETUDE

Illustration
Extraits de l'étude EER@D #2019

Avec presque 16 milliards € de cotisations Santé encaissées, les **30 premières Mutuelles françaises du Classement 2019 de la Mutualité de L'Argus de l'Assurance**, représentent un peu plus de 41% du marché de l'Assurance Santé en France et protègent un peu plus de 26 millions de personnes soit plus de 39% de la population.

L'ARGUS
de l'assurance

Les 30 premières Mutuelles françaises du Classement 2019

15,9 Mrds €



26,2 M



Concurrencées depuis plusieurs années sur leur cœur de métier (assurance santé), les Mutuelles ont vu en 2018, la croissance de leur encaissement se confirmer (cotisations nettes 2018 : +4,2% après une progression de +3% en 2017).

Pour la 2^{ème} année consécutive, l'Observatoire Stratégique de **œaconsulting** mobilisé ses ressources pour mener une étude « expérience prospect » portant sur les dispositifs d'entrée en relation à distance proposés par ces acteurs mutualistes, en les challengeant au regard des best practices constatées chez d'autres acteurs de l'écosystème assurantiel avec, en toile de fond, l'ambition de proposer des parcours idéaux construits autour des meilleures initiatives détectées, et de répondre aux questions suivantes :

- Être dans le top 5 du classement 2019 de l'Argus préfigure-t-il une EER efficiente ? Challenger l'EER des Mutuelles ne va-t-il pas redessiner le paysage et faire apparaître des champions insoupçonnés ?
- Les Mutuelles répondent-elles aux exigences réglementaires relatives à l'information précontractuelle requise dans le cadre de la vente à distance et dans celui de la DDA, un an après son entrée en vigueur ?

L'ENTREE EN RELATION A DISTANCE MUTUALISTE ○ CONTEXTE DE L'ETUDE

Illustration
Extraits de l'étude EER@D #2019

Cette 2^{ème} édition a été enrichie des **feedbacks** recueillis lors des restitutions de l'édition 2018 et propose des **nouveautés** :

De nouveaux Challengers

2 nouvelles Insurtech (**Nouga & Otherwise**) ont rejoint cette année, notre Challenger digital, **Alan**. **April**, **GMF**, et **Groupama** viennent compléter notre panel pour la fluidité de leurs parcours.



En sus des résultats globaux présentés par canal et thème, les résultats de chaque acteur de notre panel sont compilés dans **des fiches individuelles**, facilitant la comparaison et permettant d'identifier points forts et pistes d'amélioration.

L'expérience desktop vs mobile

62% des français connectés ont déjà fait au moins une fois une demande de devis en ligne⁽¹⁾.
Les sites internet des Mutuelles offrent-ils la même expérience sur desktop et sur mobile ?



L'efficience des Web Call Back

67% des Mutuelles de notre panel mettent à disposition des futurs adhérents un Web Call Back. Rappel immédiat, différé, programmable : les promesses sont-elles tenues ?



L'omnicanalité des parcours

Commencer un parcours de souscription sur le web pour le terminer par téléphone ou initier un parcours par téléphone pour le finaliser ligne ...pas toujours si facile...



(1) : Etude Quadient réalisé par Next Content : Expérience client et nouveaux services numériques dans l'assurance : usages, opinions et attentes des Français – oct. 2019

Avec la réponse à de nouvelles questions :

- Le design des sites internet mutualistes facilite-t-il l'entrée en relation et la conversion ? Existe-t-il d'autres facilitateurs ?
- Dans quelle mesure les Mutuelles ont-elles adapté leurs parcours, voire leurs modèles relationnels, pour répondre aux exigences de la DDA et se différencier positivement ?

Illustration

Extraits de l'étude EER@D #2019

PLAN.

Méthodologie

Résultats de l'étude

Annexes



● L'expérience prospect à travers 3 canaux d'Entrée En Relation à distance

- Le Devis en ligne
- Le Formulaire de Contact (email)
- Le Canal Téléphonique (Service Client/Agence)

● Les facilitateurs de l'Entrée En Relation à distance

- Le Web au service de l'EER à distance
- L'omnicanalité des parcours
- La mise en avant de l'offre et le cross-selling

● La conformité de l'information précontractuelle



Illustration
Extraits de l'étude EER@D #2019

DOLOGIE ● PANEL DE L'ETUDE

MUTUELLES GÉNÉRALISTES OU AFFINITAIRES OUVERTES

	ADREA MUTUELLE	(Groupe AESIO)		KLESIA MUT'	(KLESIA)		MNT	(Groupe VYV)
	APICIL MUTUELLE	(Groupe APICIL)		LA MUTUELLE FAMILIALE ⁽²⁾	(UMANENS)		MUTUELLE BLEUE	
	APIVIA MUTUELLE	(Groupe MACIF)		LA MUTUELLE GENERALE			MUTUELLE MIEUX ETRE	(Groupe PRO BTP)
	APREVA MUTUELLE	(Groupe AESIO)		MAAF Santé	(COVEA)		MUTUELLE PREVIFRANCE	
	EOVI MCD MUTUELLE	(Groupe AESIO)		MACIF Mutualité	(Groupe MACIF)		OCIANE	(Groupe MATMUT)
	GROUPE MGEN	(Groupe VYV)		MALAKOFF MEDERIC Mutuelle	(MALAKOFF HUMANIS)		SMI	(COVEA)
	GROUPE MUTUALIA	(UMANENS)		MGC ⁽¹⁾			SOLIMUT MUTUELLE DE FRANCE	
	HARMONIE FONCTION PUBLIQUE	(Groupe VYV)		MGP	(UNEOPOLE)		VIASANTÉ MUTUELLE	(Groupe AG2R La Mondiale)
	HARMONIE MUTUELLE	(Groupe VYV)		MNH				

4 MUTUELLES AFFINITAIRES

(1) : la MGC, 30^{ème} au classement 2019 de l'Argus de l'Assurance, est entrée cette année dans notre panel.

(2) : La Mutuelle Familiale, a été maintenue dans notre panel malgré sa 3^{ème} place au classement 2019 de l'Argus de l'Assurance, en remplacement de la Mutuelle Humanis Nationale (24^{ème} place) qui n'a plus de site internet dédié.

	AGMF PREVOYANCE	(Groupe PASTEUR MUTUALITE)		MGEFI	(Groupe VYV)	
	INTERIALE MUTUELLE			UNEO	(UNEOPOLE)	

6 CHALLENGERS

	ALAN		GMF	(COVEA)		NOUGA
	APRIL		GROUPAMA			OTHERWISE

Illustration
Extraits de l'étude EER@D #2019

DOLOGIE ● LE PARCOURS TYPE D'ENTRÉE EN RELATION

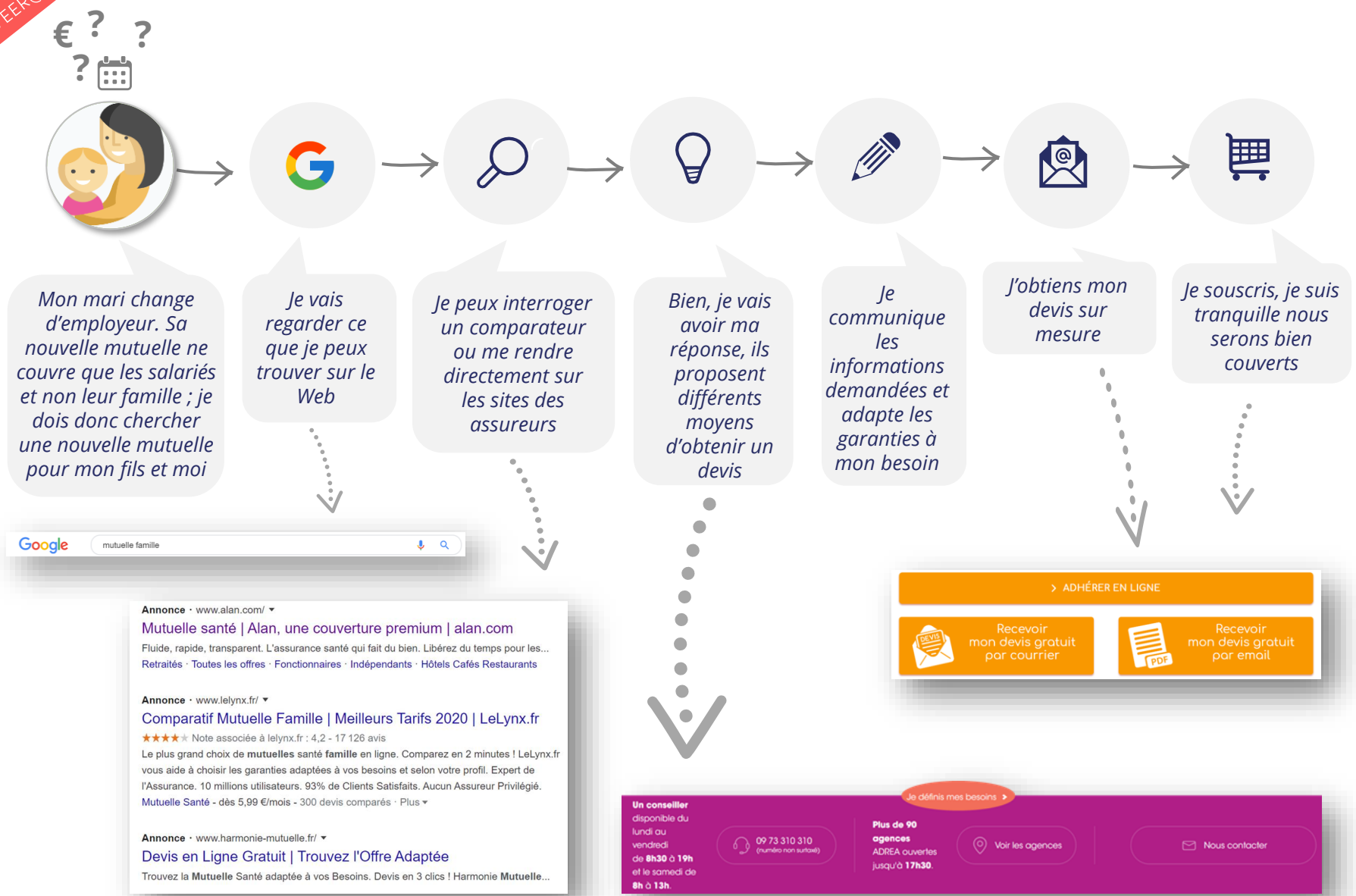


Illustration
Extraits de l'étude EER@D #2019

PLAN.

Méthodologie

Résultats de l'étude

Annexes

● L'expérience prospect à travers 3 canaux d'Entrée En Relation à distance

- Le Devis en ligne ~~20~~ ↔ 18 ↔ ~~20~~
- Le Formulaire de Contact (email) 22 ↔ ~~26~~
- Le Canal Téléphonique (Service Client/Agence) ~~28~~ ↔ 30 ↔ ~~38~~

● Les facilitateurs de l'Entrée En Relation à distance

- Le Web au service de l'EER à distance ~~40~~ 41 ↔ ~~48~~
- L'omnicanalité des parcours
- La mise en avant de l'offre et le cross-selling

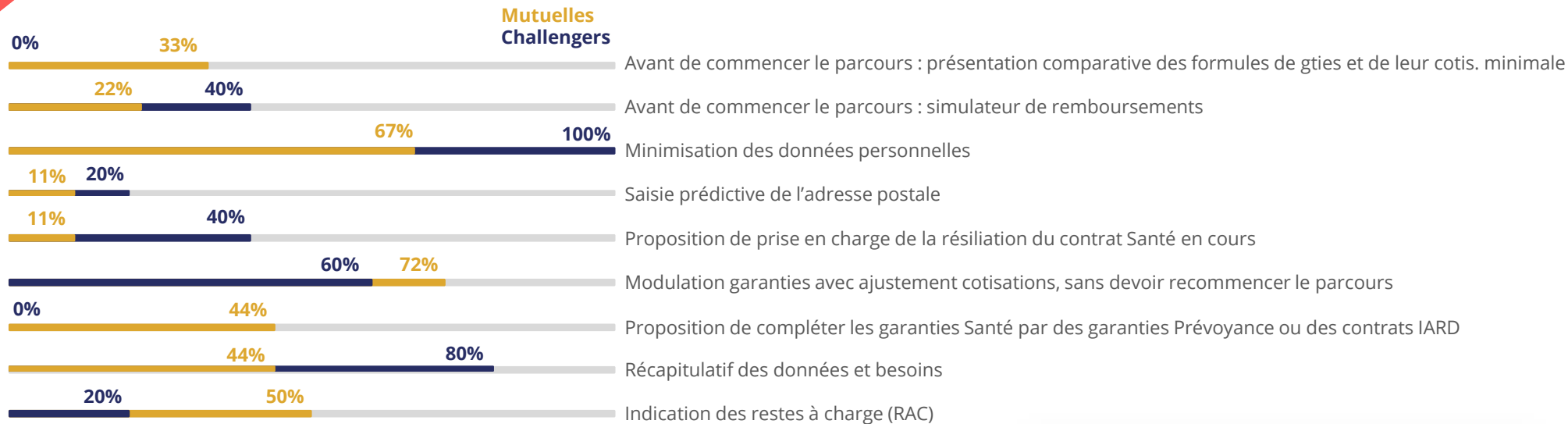
● La conformité de l'information précontractuelle ~~54~~ ↔ 57

~~61~~ ↔ ~~96~~

EXEMPLE D'UN PARCOURS PROSPECT • LE DEVIS EN LIGNE

PARCOURS IDÉAL

Ancrage des best practices identifiées en 2018



- La minimisation des données personnelles, aux seules nécessaires à la tarification, a été très largement généralisée (appliquée par 67% des Mutuelles et 100% des Challengers), confirmant la prise de conscience des acteurs des ajustements de pratiques rendus nécessaires par le RGPD.
- Anticipant leurs futures obligations dans le cadre de la résiliation infra-annuelle, 40% des Mutuelles (contre 11% des Challengers) se sont déjà mises en ordre de marche pour décharger le futur adhérent de ses démarches de résiliation du contrat Santé en cours.
- 50% des Mutuelles précisent aujourd'hui sur leur site, à la remise du devis, les restes à charge des différentes formules, facilitant ainsi le choix de l'internaute ; parfois même en utilisant cette donnée comme seul outil de comparaison (xxxxxx).

de garanties

Exemple

	Confort 444 72,28 €/Mois	Confort 454 85,37 €/Mois
	> SÉLECTIONNER	> SÉLECTIONNER
Médecine	Votre reste à charge	Votre reste à charge
Consultations généralistes	25 €	1 €
Honoraires médicaux	55 €	1 €
Optique	Votre reste à charge	Votre reste à charge
Verres simples et montures	300 €	1ère année : 125,55 € 1ère année : 45,55 €
Lentilles	120 €	55 € 45 €

CETTE OFFRE EST FAITE POUR VOUS !

Par rapport à votre Confort 444, vous économisez :

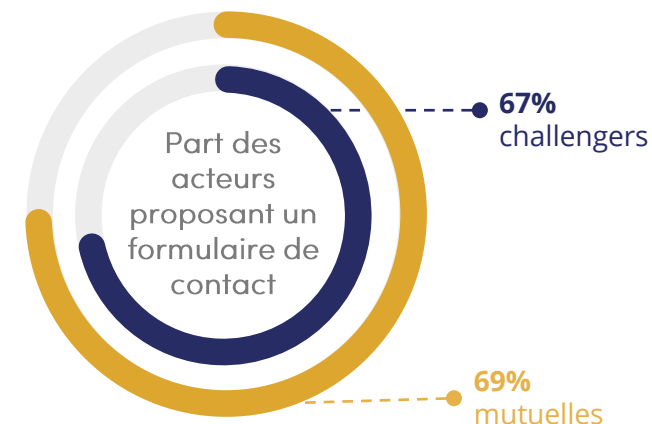
80 €
10 €

Illustration
Extraits de l'étude EER@D #2019

EXPERIENCE PROSPECT ● LE FORMULAIRE DE CONTACT

Le canal proposé par 2 acteurs sur 3

- Sur les 26 Mutuelles généralistes ou affinitaires ouvertes, seulement 18 proposent le formulaire de contact comme moyen d'obtention d'un devis Santé.
- 2 Challengers sur les 6 de notre panel ont abandonné ou n'ont pas ouvert ce canal (xxxxxx et xxxxxx).
- Pour obtenir un devis Santé, certaines Mutuelles* orientent les internautes vers le Devis en ligne plutôt que le Formulaire de contact. **Nos demandes envoyées par formulaire ont néanmoins été traitées... dans un délai supérieur à 10 jours.**

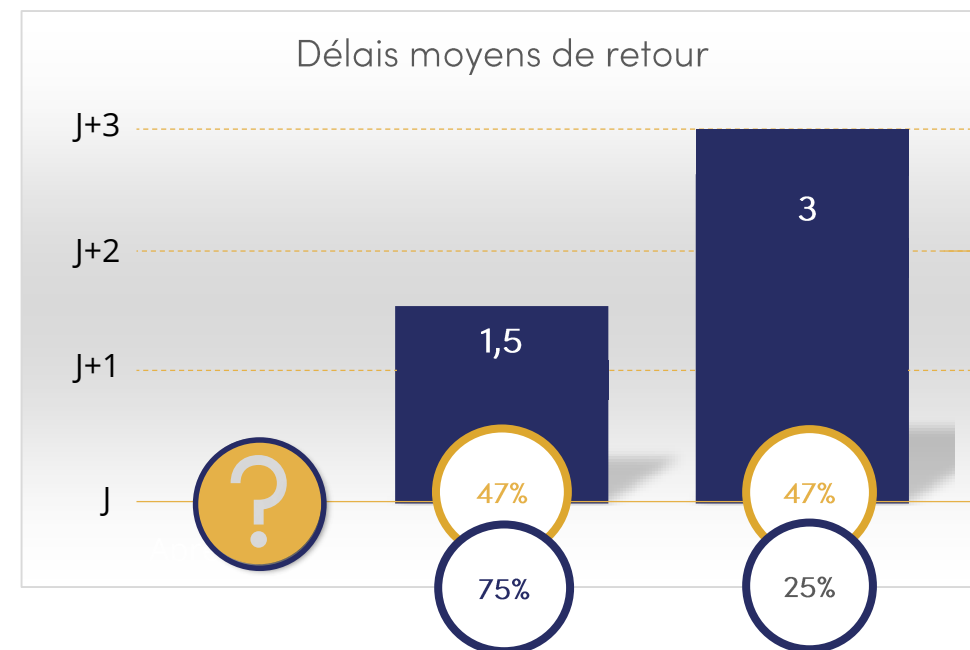


L'envoi d'un Accusé Réception qui s'est généralisé

- Tous les acteurs insèrent un AR sur leur site après l'envoi du formulaire (82% des Mutuelles en 2018).
- 61% des Mutuelles envoient en sus un AR par mail au prospect (contre 75% des Challengers).

Un délai de traitement court... mais qui s'est allongé

- Une seule Mutuelle a répondu le jour même à l'ensemble des sollicitations envoyées par formulaire (aucun Challenger n'a eu une telle réactivité).
- 47% des Mutuelles et 75% des Challengers ont mis en moyenne 1,5 jour pour répondre. Elles étaient 80% à répondre dans le même délai en 2018.
- Le délai maximum observé est de 3 jours alors qu'il était de 2,5 jours en 2018 et pour seulement 13% des Mutuelles.



* Ces Mutuelles n'ont donc pas été considérées comme proposant le formulaire de contact comme canal d'obtention d'un devis

Illustration
Extraits de l'étude EER@D #2019

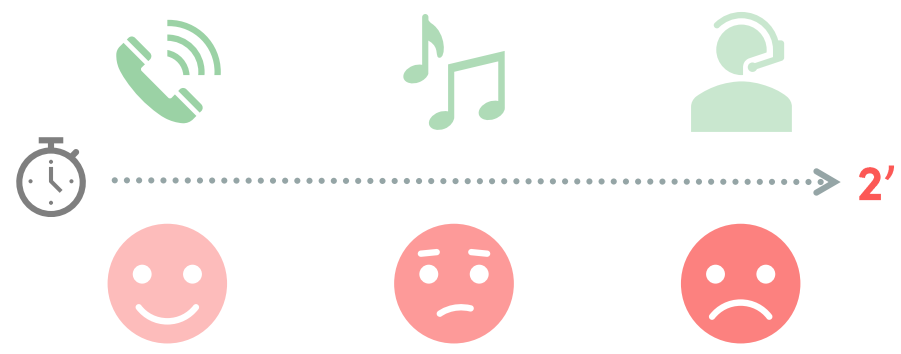
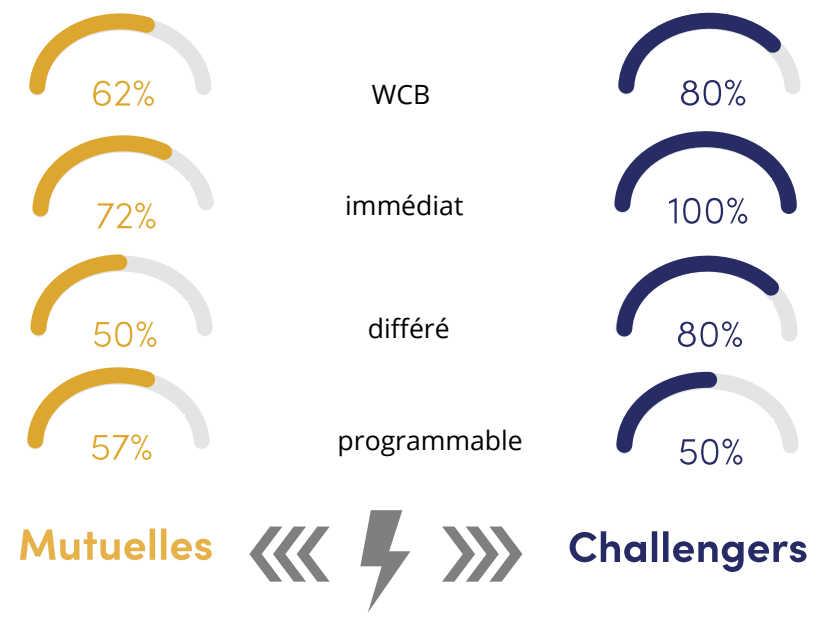
EFFICIENCE PROSPECT • LE CANAL TÉLÉPHONIQUE

EFFICIENCE DES WEB CALL BACK

Le WCB : un service nécessaire mais très engageant

- Tous types de WCB confondus, les Challengers ont répondu à 80% des sollicitations, contre 62% pour les Mutuelles.
- Alors qu'ils sont parfaitement réactifs dans le traitement des WCB immédiats (100% de rappels), les Challengers tiennent beaucoup moins leur promesse à l'occasion des WCB programmables dont seulement 50% font l'objet d'un rappel.

Efficiencie des WCB



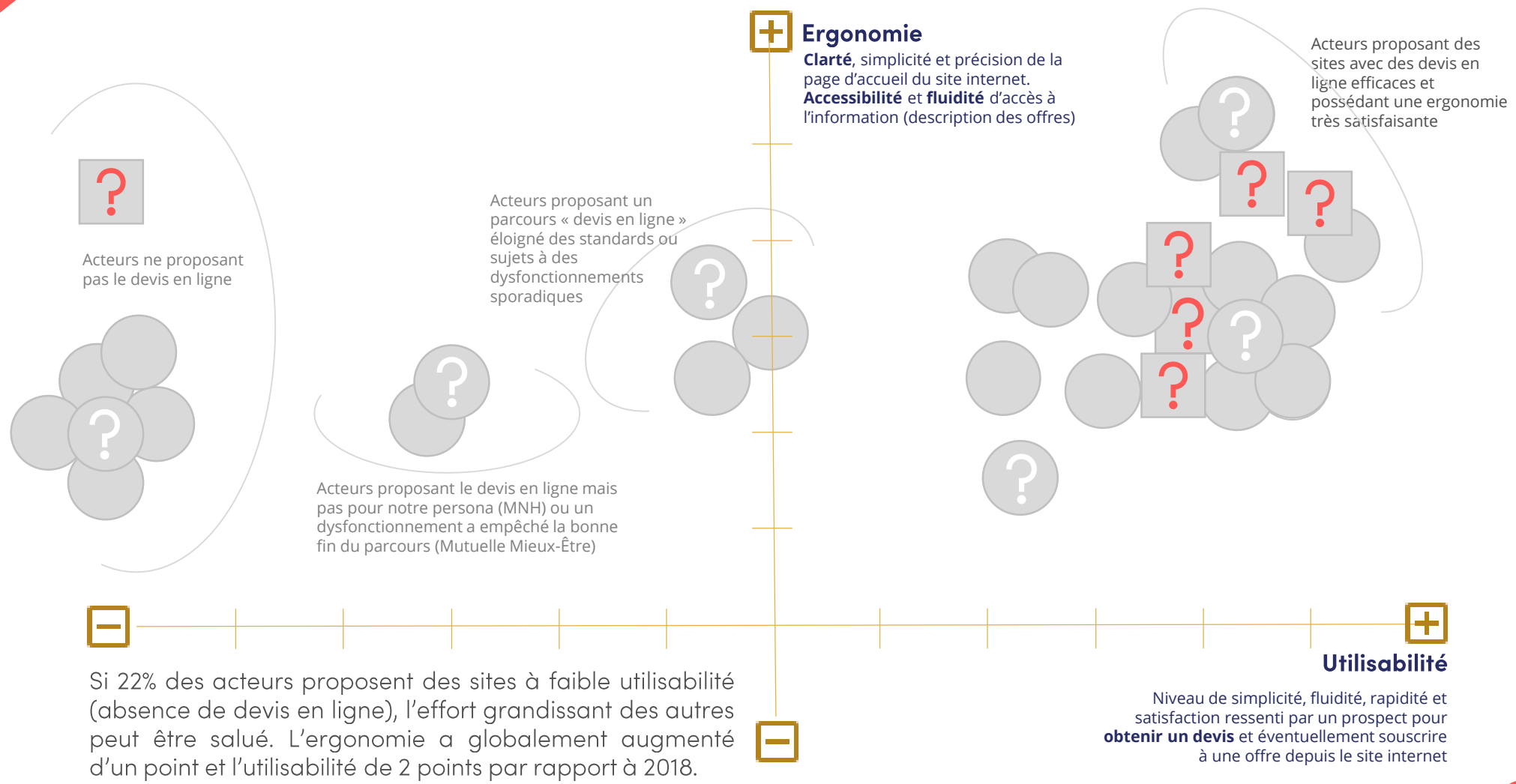
Les WCB intégrés à des campagnes d'appels sortants : un irritant en puissance

- Parce qu'ils se matérialisent généralement, pour le prospect, par un rappel avec attente (parfois jusqu'à 2') selon la disponibilité d'un téléconseiller... au risque de voir le prospect raccrocher avant...

Illustration
Extraits de l'étude EER@D #2019

LE Web au service de l'EER à distance

ERGONOMIE & UTILISABILITÉ : une forte disparité entre les sites



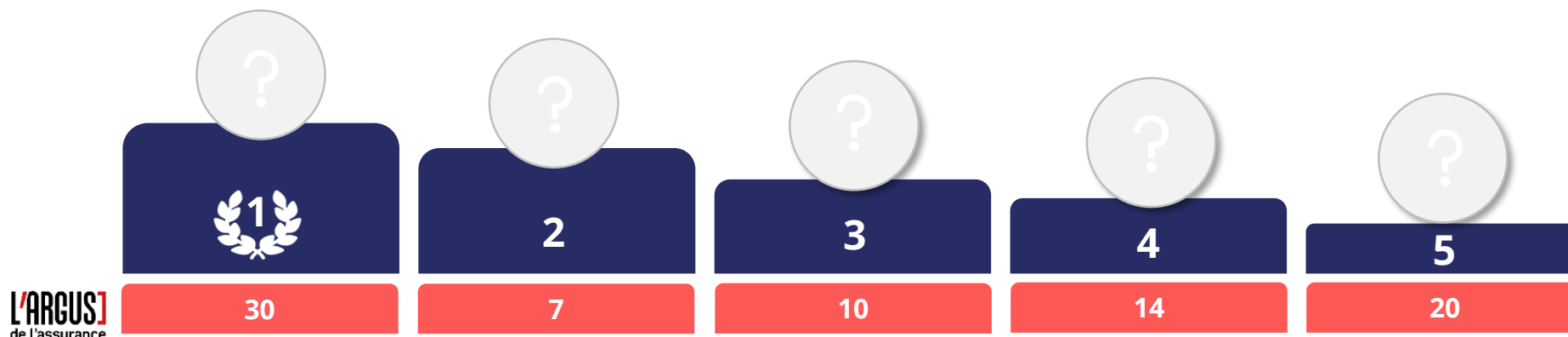
Si 22% des acteurs proposent des sites à faible utilisabilité (absence de devis en ligne), l'effort grandissant des autres peut être salué. L'ergonomie a globalement augmenté d'un point et l'utilisabilité de 2 points par rapport à 2018.

Illustration
Extraits de l'étude EER@D #2019

CONFORMITÉ DE L'INFORMATION PRÉCONTRACTUELLE

ASSEMENT csa consulting DE LA MUTUALITÉ CHALLENGÉE

TOP 5 de la conformité de l'information précontractuelle



- Aucun Challenger n'est parvenu à se hisser cette année sur notre podium sur lequel nous retrouvons **XXXXXX**.
- Malgré une nette amélioration, la communication de l'information précontractuelle, issue de réglementations récentes (DDA) ou anciennes (vente à distance) ne semble toujours pas totalement ancrée (notamment chez les Insurtech de notre panel) ni stabilisée. Par ailleurs, au sein d'un même Groupe, les Mutuelles n'ont pas la même maturité en termes de conformité et/ou complétude de l'information précontractuelle communiquée aux prospects.
- Nous constatons toutefois que 3 Mutuelles et 1 Challenger permettent la consultation des IPID, directement sur leur site. Nous nous interrogeons en 2018 sur la difficulté soulevée par cette pratique, d'apporter la preuve de la remise précontractuelle de ce document. Ecueil contourné par la grande majorité des Mutuelles (et 1 seul Challenger - **XXXXXX**) par l'obligation, pour le futur souscripteur, de retourner signés la fiche conseil, l'IPID et/ou une déclaration de bonne réception de ces documents, voire de bonne information sur la faculté de renonciation (**XXXXXX**).
- Les formations (15h minimum par an) qui doivent être mises en place depuis le 23/02/2019, n'ont pas enrichi l'argumentaire commercial des conseillers. Un seul d'entre eux a attiré, lors des entretiens téléphoniques, l'attention du prospect sur la communication de l'IPID et de la Fiche Conseil. Les acteurs ne semblent ainsi pas avoir converti en un avantage commercial et différenciant, leur conformité à la DDA – réglementation au cœur de laquelle se trouvent pourtant l'information et la protection du client/adhèrent.

L'ENTRÉE EN RELATION À DISTANCE MUTUALISTE – Ed. 2019

BON DE COMMANDE

DATE :	NOM DU SIGNATAIRE HABILITÉ :
SOCIÉTÉ :	FONCTION DU SIGNATAIRE :
SERVICE :	Signature et tampon
ADRESSE DE FACTURATION :	

ADRESSE ÉLECTRONIQUE FACTURATION :

ADRESSE ÉLECTRONIQUE RÉCEPTION :

« Entrée en relation à distance mutualiste »	TARIF (€ TTC) Catalogue	TARIF (€ TTC) Adhérent ROAM (30% de remise)
☐ Formule 1 : Édition 2019 – format électronique	☐ 1 200,00	☐ 840,00
☐ Formule 2 : Ed. 2019 présentée et commentée dans vos locaux* + Édition 2019 – format électronique	☐ 1 800,00	
☐ Formule 3 : Édition 2019 – format électronique + Kit des 36 fiches individuelles – format électronique	☐ 2 000,00	☐ 1 400,00
☐ Formule 4 : Ed. 2019 présentée et commentée dans vos locaux* + Édition 2019 – format électronique + Kit des 36 fiches individuelles – format électronique	☐ 2 600,00	

* A partir de 03/2020 – hors frais de déplacement

Bon de commande à retourner complété, signé et tamponné à l'adresse suivante : stezenas@csaconsulting.fr

Les commandes sont payables à réception de facture par chèque ou virement bancaire.

A réception de votre règlement,

- Formules 1 et 3 : les documents seront transmis à l'adresse électronique de réception indiquée sur le présent Bon de Commande.
- Formules 2 et 4 : nous prendrons contact avec vous pour organiser les modalités de notre intervention dans vos locaux pour présenter et commenter l'étude aux interlocuteurs de votre choix. Les documents seront transmis à l'adresse électronique de réception indiquée sur le présent Bon de Commande, dans les 48 heures suivant notre intervention.

A PROPOS DE consulting



CSA CONSULTING est un cabinet de conseil en organisation et management spécialisé dans les secteurs de la banque et de l'assurance, classé par le magazine Capital, pour la 2^{ème} fois consécutive, parmi les meilleurs cabinets de conseil.



Nous accompagnons depuis 1995 les établissements bancaires et compagnies d'assurances dans leurs transformations, de la définition d'une stratégie à sa mise en œuvre opérationnelle. Notre approche se veut sur-mesure avec une forte culture du résultat.



Nos interventions s'articulent autour de 5 domaines de compétence :

- Etudes & accompagnement stratégique,
- Relation client & distribution omnicanale,
- Performance opérationnelle
- Payments & cash management,
- Maîtrise des risques & contrôle interne.



CSA CONSULTING porte, au travers des consultantes et consultants qui le composent, des valeurs d'engagement, de pragmatisme, de transmission et d'« Happiness @ Work ».

NOUS CONTACTER



OLIVIER MUCCI

Associé

omucci@csaconsulting.fr

Mob. +33 (0)6 24 62 58 20



STÉPHANIE MORATA

Senior Manager

smorata@csaconsulting.fr

Mob. +33 (0)7 78 81 76 62

Février 2020

Morceaux choisis – © Copyright 2020 csa consulting – Tous droits réservés