

Communiqué de presse

Contact presse : Joël Golder
Tél. : 01 40 26 99 33
Email: j.golder@golder-partners.com

Qualité du relationnel, réactivité et délais de gestion, compétitivité des tarifs ; de grandes attentes que les compagnies peinent à satisfaire

Paris, le 8 septembre 2017 – Le cabinet Golder&Partners publie les résultats de la 4^{ème} édition de son baromètre benchmark Risques Entreprise en IARD. Ce baromètre biennal (les éditions précédentes ont été réalisées en 2001, 2013 et 2015) a pour objectifs principaux de déterminer les attentes des courtiers par rapport aux compagnies et la capacité de ces dernières à répondre à ces attentes.

Méthodologie

Le baromètre satisfaction a été réalisé au 2^{ème} trimestre 2017. 9 compagnies ont été analysées et comparées : AIG, Albingia, Allianz, Axa, Chubb, Generali, Liberty Mutual, MMA Entreprise, Zurich. Cette 4^{ème} édition a été conduite par téléphone auprès de 364 courtiers répartis selon 3 tailles : effectif inférieur à 6 salariés, effectif compris entre 6 et 20 salariés et effectif supérieur à 20 salariés.

Une demande accrue d'interlocuteurs décisionnaires et stables, d'innovation et de générosité financière

Le baromètre met en lumière une demande accrue au plan relationnel notamment chez les courtiers de proximité (moins de 6 salariés) aussi demandeur d'une meilleure rémunération. L'attente d'innovation progresse également dans cette population et chez les courtiers de taille moyenne (6-20 salariés).

Les attentes principales, c'est-à-dire les plus corrélées avec la satisfaction globale en regard d'une compagnie portent sur :

- La qualité du relationnel (pouvoir de décision, disponibilité, stabilité, compétence des interlocuteurs, règlement des litiges)
- La capacité à fournir des solutions adaptées aux besoins d'un client , c'est-à-dire de la souplesse dans les garanties, franchises voire le tarif
- La réactivité (rapidité de réponse de la compagnie pour une demande de souscription) et les délais de gestion
- La stabilité de la politique de souscription ;
- La compétitivité des tarifs.

Les outils et supports, s'ils peuvent simplifier la vie des courtiers (tarificateur par exemple) ne sont pas de grandes sources de satisfaction, pas plus que les outils d'aide à la vente ou la notoriété de la compagnie. De même, « la présence de produits standards simples », si elle revêt sans nul doute une utilité pour les petits courtiers, paraît bien secondaire derrière les critères relationnels ou de gestion.

Si le nouveau mode d'évaluation des attentes (basé sur la corrélation entre la réponse à chaque critère et la satisfaction globale et, non plus sur un déclaratif « d'importance » par le courtiers) est assez cohérent sur les attentes principales, il réserve néanmoins des surprises. Par exemple l'importance relativement faible de « la capacité à répondre aux besoins des entreprises internationales » chez les courtiers >20p apparaît étonnante mais peut tenir à une dimension banalisée dans les compagnies avec lesquelles ils travaillent.

Des assureurs qui progressent peu : une satisfaction qui « patine »

Si les courtiers jugent que la notoriété des compagnies s'améliore globalement auprès des entreprises et que des progrès sont faits en matière de Prévention, « La gestion et le règlement sinistres » se sont détériorés ainsi que « La capacité à accepter les bonnes et moins bonnes affaires ». Pour le reste une stabilité sans « paillette » est de mise (satisfaction moyenne autour de 7/10 et en dessous).

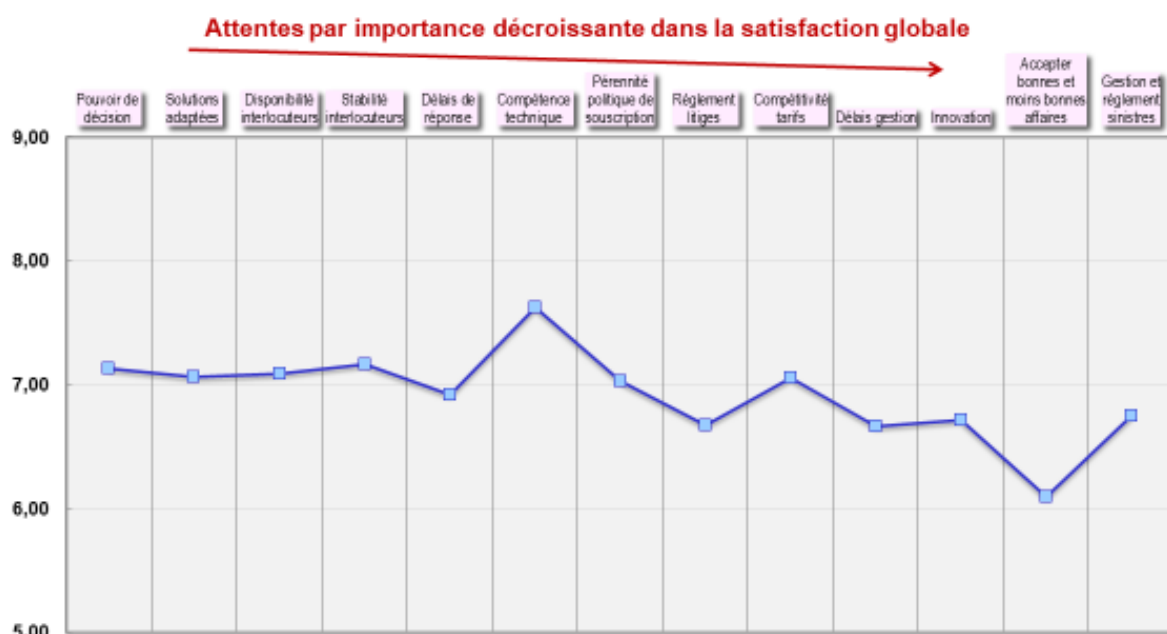


Figure 1-Satisfaction moyenne par rapport aux 9 compagnies

Certes, comme en 2015, les compagnies spécialisées (AIG, Albingia, Chubb, Liberty Mutual, Zurich) répondent globalement mieux aux attentes que les généralistes (Allianz, AXA, Generali, MMA Entreprise).

En revanche, les courtiers estiment toujours que ce sont ces dernières qui leur apportent la meilleure prestation en étant capables de répondre sur un large panel de risques.

La satisfaction passe par la relation et la proximité

Si les contraintes économiques ont pu conduire à déshabiller le Front Office pour le remplacer par des plateformes anonymes, un réinvestissement du commercial semble à l'œuvre mais il ne faudrait pas que cet effort se fasse au détriment des équipes de gestion. Dans tous les cas, la satisfaction passe par la relation et une présence régionale gage de proximité. La sympathie

et, a minima, la confiance sont les clés de la collaboration Courtier/Compagnie et ce, quelle que soit la taille du courtier.

« Il y a des souscripteurs que je suis depuis des années, de compagnies en compagnies »

Le courtier a besoin de sentir que la compagnie est impliquée, prête à « mouiller sa chemise » pour conquérir un nouveau client ou conserver une entreprise tentée par la concurrence, sentiment qui passe par des relations fortes avec les équipes en place.

Fin

À propos de Golder&Partners

Golder&Partners, est spécialisé dans les études de marché et notamment l'évaluation ou la recherche de prestations et services pour le secteur banque / assurance.

L'institut a développé depuis 2009 des baromètres « benchmark » (Assurances Collectives et IARD).

<http://golder-partners.com/>