



Augmenter ses revenus d'assurance-vie grâce aux partenariats de distribution stratégiques : le succès d'Assomption Vie

INTRODUCTION

Dans cette étude de cas, nous explorons le parcours inspirant d'Assomption Vie. En développant une stratégie innovante de partenariat de distribution en ligne, qui a abouti à une augmentation remarquable de ses revenus, et de ceux de ses partenaires de distribution, cette compagnie brille aujourd'hui dans le paysage concurrentiel de l'assurance-vie.

Le défi d'Assomption Vie était d'étendre sa portée afin de concurrencer les grandes compagnies d'assurances et ainsi obtenir plus de parts de marché. En tant que premier assureur à adopter la numérisation au sein du réseau de courtage canadien, l'étude de cas de ce pionnier illustre comment la compagnie tire parti de la plateforme de distribution numérique de Lavvi pour améliorer ses partenariats avec des distributeurs et, par conséquent, améliorer l'expérience globale de ses clients.

EN BREF

Défis

1. Demandes changeantes des consommateurs ...
2. Portée limitée
3. Processus gourmands en ressources
4. Lacunes de l'expérience client

Résultats

1. Partenariats industriels clés
2. Informations sur les données des consommateurs
3. Croissance remarquable des revenus
4. Satisfaction client accrue
5. Excellence opérationnelle optimisée
6. Portée de distribution accrue



LES DÉFIS DE DISTRIBUTION D'ASSOMPTION VIE

En ce qui concerne les processus de distribution traditionnels dirigés par des conseillers, Assomption Vie a été confrontée à plusieurs défis et limites communs aux assureurs du marché intermédiaire. La compagnie comprenait parfaitement la valeur des conseillers et des agents dans la chaîne de valeur de la distribution. Sa visée ? Attirer de nouveaux partenaires de distribution afin d'étendre leur portée auprès des consommateurs.

Afin d'y parvenir, Assomption Vie devait se confronter à certains défis.

1. Demandes changeantes des consommateurs et méthodes de distribution restreintes

Bien qu'Assomption Vie ait obtenu de bons résultats avec ses méthodes de distribution traditionnelles axées sur les conseillers, l'entreprise a reconnu le potentiel des modèles alternatifs de distribution en ligne dans l'augmentation des opportunités de revenus. Si elle voulait créer des partenariats stratégiques avec d'autres transporteurs et distributeurs, cela signifiait qu'elle avait besoin de solutions technologiques intégrées. Il fallait également qu'elle voit le potentiel de créer de nouvelles occasions de partenariat, non seulement avec d'autres assureurs, mais aussi avec des institutions financières, des entreprises d'innovation, etc. Il était important pour Assomption Vie d'aller à la rencontre des consommateurs, mais à l'endroit, au moment et selon la méthode d'achat désirés par ceux-ci. Elle comprenait déjà que des partenariats en ligne intégrés pourraient rendre le tout possible.

2. Portée limitée

Assomption Vie, comme de nombreux assureurs au Canada, a reconnu le potentiel de pouvoir accéder aux consommateurs du marché intermédiaire via des canaux hybrides en ligne, à divers points de vente et dans diverses régions, y compris le Québec. Mais comment y parvenir sans se heurter à la complexité des réglementations régionales et sans négliger le ciblage proactif des consommateurs du marché intermédiaire ? Ce besoin d'élargir la portée, combiné au manque de logiciels d'intégration de plateforme, limitait sa capacité à établir des partenariats qui lui permettrait d'intégrer ses produits d'assurance avec d'autres assureurs ou distributeurs et de les vendre dans de nouvelles régions et sur de nouveaux marchés.

3. Processus gourmands en ressources

Assomption Vie a identifié le défi que représentait la gestion de plusieurs plateformes de distribution numérique, ce qui l'éloignait de ses principaux domaines d'expertise : le développement et la commercialisation de produits d'assurance-vie, ainsi que le soutien après-vente aux clients (traitement des demandes d'indemnisation, etc.). De plus, les processus manuels des conseillers concernant les applications de conformité et les demandes de polices entraînaient des retards et des erreurs.

4. Lacunes de l'expérience client

Assomption Vie devait non seulement épurer ses processus internes, mais affiner et optimiser les processus des consommateurs afin de transformer leur expérience en un parcours unique, rationalisé et intuitif. Ce défi s'étendait également à ses partenariats potentiels, qui pourraient lui garantir une interface utilisateur cohérente et optimisée lui permettant de convertir les diverses opportunités possibles en une seule expérience, transparente et améliorée, pour le consommateur.

LES RÉSULTATS D'ASSOMPTION VIE

En facilitant la mise en place de stratégies de partenariat avec de nouveaux distributeurs, l'utilisation de la plateforme de distribution en ligne de Lavvi a permis à Assomption Vie et à ses partenaires de distribution d'atteindre leurs objectifs.

1. Partenariats industriels clés

Grâce à la fonctionnalité API de la plateforme de distribution, Assomption Vie a pu intégrer un logiciel qui a facilité le partenariat en ligne avec d'autres compagnies d'assurance et distributeurs. Par exemple, Assomption Vie a ainsi pu s'associer à Croix Bleue Vie afin qu'elle puisse vendre ses produits. Cela a élargi les opportunités de revenus d'Assomption Vie et a permis à Croix Bleue Vie d'offrir des produits plus complets à ses clients. Grâce aux capacités d'intégration de la plateforme de distribution, Assomption Vie a également été en mesure d'offrir, par l'intermédiaire de conseillers de Better Mortgage Insurance, la possibilité de faire de la vente incitative et de regrouper les produits d'assurance-vie d'Assomption Vie. Assomption Vie continue d'explorer d'autres opportunités de partenariat, rendues possibles grâce à la capacité de la plateforme de s'intégrer à d'autres sites de distribution.

2. Informations sur les données des consommateurs

L'utilisation d'une plateforme complète couvrant tous les canaux de distribution a permis à Assomption Vie de collecter et d'analyser des données de consommation inédites. Cela signifiait des offres de produits mieux adaptées pour répondre aux besoins dynamiques des consommateurs, mettant en valeur leur adaptabilité et les rendant plus compétitifs sur leur marché. La plateforme de Lavvi a fourni à Assomption Vie des informations inestimables sur le comportement et les préférences des clients, lui permettant ainsi d'optimiser ses opérations. Cette approche, axée sur les données, permet à Assomption Vie de rester à l'écoute des besoins de ses clients.

3. Croissance remarquable des revenus

Grâce à ces partenariats, rendus possibles via l'intégration technologique, Assomption Vie a pu accéder à de nouveaux marchés et à de nouvelles régions, ce qui s'est traduit par une **augmentation de ses ventes nettes d'assurance-vie individuelle de 231 % d'une année sur l'autre**. Grâce au partenariat de plateforme avec Lavvi, Assomption Vie a également vu **ses tarifs groupés pour la distribution en ligne augmenter de 300 %**.

Augmentation de
 **231 %**
d'une année sur l'autre des
nouvelles ventes nettes
d'assurance-vie individuelle.

Augmentation de
 **300 %**
des tarifs groupés pour la
distribution en ligne.

4. Satisfaction client accrue

Le processus de paiement en ligne convivial offert par la plateforme Lavvi a permis aux consommateurs d'Assomption Vie de vivre une expérience fluide, reflétant l'engagement d'Assomption Vie à l'égard de la satisfaction de sa clientèle. Environ 30 % des consommateurs qui ont quitté le site Web du partenaire se sont convertis, en remplissant, signant et soumettant une candidature.

5. Excellence opérationnelle optimisée

Les processus d'automatisation numérique rationalisés mis à profit par la plate-forme ont réduit les interventions manuelles qui entraînaient auparavant des retards et des erreurs, améliorant l'efficacité opérationnelle et garantissant la mise en place d'un plus grand nombre de politiques.

6. Portée de distribution accrue

Grâce à ses partenariats avec d'autres distributeurs d'assurance, à la capacité de la plateforme d'automatiser les réglementations de conformité dans diverses régions, et grâce aux forces de vente des distributeurs, Assomption Vie a été en mesure de vendre dans des marchés auparavant inexploités, comme celui de la province de Québec. Cela représente 5 nouvelles branches d'affaires pour Assomption Vie.

CONCLUSION

Le pivot stratégique d'Assomption Vie vers le renforcement des partenariats avec les distributeurs a été rendu possible grâce à la plateforme de distribution en ligne de Lavvi, ce qui a donné lieu à une histoire de réussite convaincante, porteuse d'enseignements inspirants pour d'autres assureurs similaires dans le secteur nord-américain de l'assurance-vie.

À une époque où la transformation numérique est souvent un mot à la mode avec peu de résultats tangibles, le parcours d'Assomption Vie se démarque comme une application pratique de la technologie mise en place afin de résoudre les défis du monde réel. En plaçant les distributeurs au centre de leur stratégie, elle a démontré le rôle essentiel que jouent les partenaires pour stimuler la croissance et s'adapter à un paysage de marché en constante évolution.

Ce partenariat entre Assomption Vie et Lavvi témoigne de l'importance d'aligner les objectifs d'affaires avec les solutions technologiques. L'impressionnante augmentation des ventes d'Assomption Vie de 231 % d'une année sur l'autre et sa capacité à exploiter des marchés auparavant difficiles, comme le Québec, soulignent l'importance de tels partenariats synergiques. Lorsque les distributeurs réussissent et se développent, les avantages se répercutent sur les consommateurs, créant ainsi un cycle holistique de croissance et de satisfaction.



« Fondé sur la confiance et l'expertise en matière de distribution numérique, nous entretenons un partenariat fructueux avec Lavvi depuis près d'une décennie. En laissant à l'équipe Lavvi le soin de diriger la construction de nos plateformes de distribution numérique, cela a permis à nos équipes internes de se recentrer sur nos systèmes et nos clients.

La plateforme de Lavvi, basée sur l'API, nous a permis de commercialiser nos produits plus rapidement, et la flexibilité de la plateforme a également permis à d'autres assureurs ou agents de s'associer plus facilement avec nous. Entre-temps, nous avons constaté une augmentation de 231 % des ventes en ligne d'une année sur l'autre grâce aux solutions directes aux consommateurs de nos partenaires de distribution. Et ce chiffre continue d'augmenter ! »

Luc Bossé

Vice-président, Ventes et marketing, Assomption Mutuelle Vie

À PROPOS DE LAVVI

Depuis plus de 16 ans, les compagnies d'assurance-vie font confiance à Lavvi pour leur fournir des logiciels et des stratégies qui augmentent leur portée de distribution en ligne et, au final, protègent davantage de vies. Notre plateforme numérique entièrement configurable et pilotée par des API offre une solution de distribution tout-en-un pour tous les canaux, qu'ils soient destinés aux conseillers, aux consommateurs ou hybrides.

L'objectif de Lavvi est d'accroître l'accès à la sécurité financière et d'éliminer les barrières qui s'y opposent afin que chacun puisse être protégé en temps de crise. Notre mission est de fournir des solutions de distribution d'assurance qui donnent aux familles et aux assureurs les moyens d'agir. Nous nous soucions de notre impact social et notre vision est celle de la sécurité financière pour tous.

CONTACTEZ-NOUS



lavvi.com



growth@lavvi.com



@lavvi_solutions



@lavvi_solutions



770 rue Main - Suite 404
Moncton, Nouveau-Brunswick, Canada



Pour en savoir plus : *lavvi.com* | *growth@lavvi.com*