



Stratégies digitales et Wealth Insurance au Luxembourg

20 Janvier 2021 - EXTRACT

Extract

www.pericles-group.com
Expert in Banking – Finance – Insurance for the whole value chain

En 1 page : le digital devient un incontournable impératif pour les compagnies d'assurance vie luxembourgeoises*

- **100%** des compagnies sont concentrées sur une stratégie digitale passant par **l'élaboration d'un front digital**
- **19%** des compagnies seulement assument une **stratégie digitale véritablement multiforme** : front digital, API avec les partenaires, API avec les plateformes entre assureur vie et banques privées
- **81%** des compagnies privilégient **les développements internes** plutôt que l'accès à des briques progiciels personnalisables pour la réalisation de leur fronts digitaux
- L'année 2021 est **l'année de vérité pour les transactions en ligne** :
 - **81%** des compagnies devraient être équipées des principales transactions en ligne en 2021
 - **12%** les ont déjà
 - **69%** estiment qu'elles les auront d'ici à fin 2021
 - **81%** des compagnies **augmentent leurs budgets** sur les projets digitaux en 2021
- **31%** des compagnies ont déjà en production la **souscription en ligne** de bout en bout avec la signature électronique et **88%** devraient l'avoir fin 2021
- **31%** des compagnies ont déjà en production **l'arbitrage en ligne** et **88%** devraient l'avoir fin 2021
- **19%** des compagnies ont déjà en production **le versement libre** et **81%** devraient l'avoir fin 2021
- **12%** des compagnies ont en production **le rachat partiel** et **81%** devraient l'avoir fin 2021
- **19%** des compagnies seulement prévoient de rendre possible la souscription en ligne **par l'intermédiaire d'API**
- **63%** des compagnies sont en mesure d'accepter **la signature électronique** de leur partenaire
- **75%** des compagnies utilisent les méthodes de conception de front de type **UX/UI**
- **88%** des compagnies devraient adopter la norme **Penelop** pour les échanges de données avec les partenaires (**44%** l'ont déjà fait)

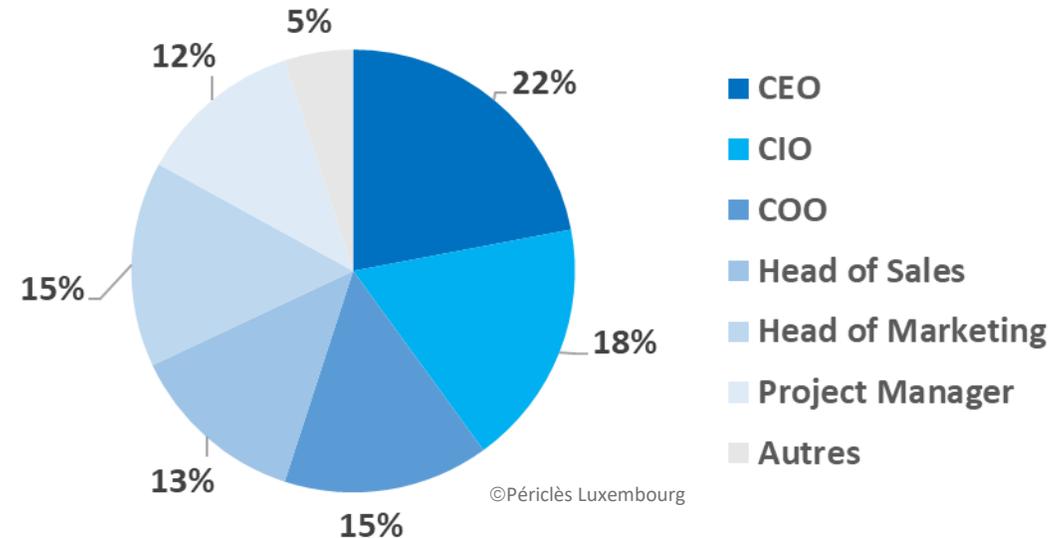
* : selon l'Etude Périclès publiée le 20 janvier 2021, *Stratégies digitales et Wealth Insurance au Luxembourg*, étude réalisée auprès des 16 premiers assureurs vie luxembourgeois opérant sur le marché international.

Analyse des répondants

Extract



2,5 personnes en moyenne par compagnie ont participé pour répondre à l'étude



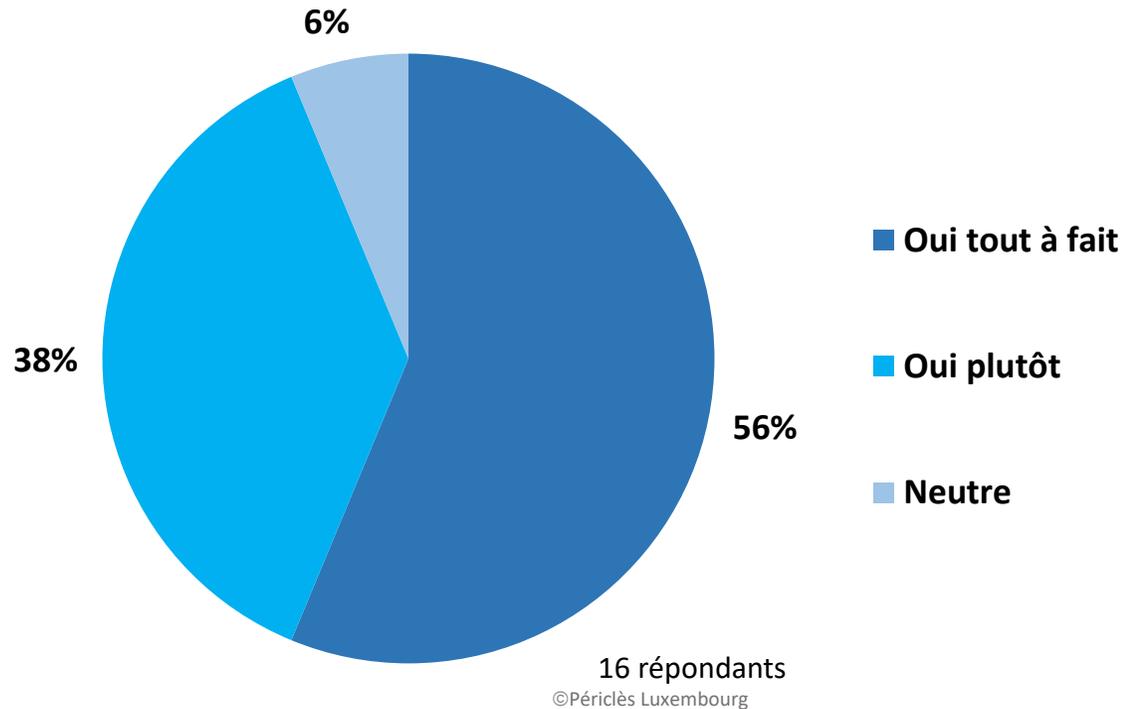
A retenir

- Etude « exhaustive » en terme d'acteurs interrogés : 100% des compagnies Wealth Insurance au Luxembourg (qui ont une activité significative de collecte) ont répondu à l'étude.
- 100% des répondants ont répondu lors d'un atelier de questions / réponses avec Périclès Group, ce qui a permis de récolter beaucoup d'éléments de contexte et de ressentis au-delà des réponses factuelles aux questions.
- A noter : les workshops avec les répondants étaient composés de divers profils : Directeurs Commerciaux et/ou Marketing, Directeurs IT, mais souvent les CEO eux-mêmes.



Le digital un avantage concurrentiel ?

Extract



Avis Périclès

- Plus qu'un avantage concurrentiel, le digital devrait devenir un incontournable impératif.



A retenir...

- Consensus : le digital devient incontournable pour un assureur vie Wealth au Luxembourg.
- Une bonne moitié pense que le Digital doit constituer un avantage concurrentiel pour leur compagnie.
- Une petite moitié considère que tout le monde s'y mettra et que cela ne sera plus à terme un avantage concurrentiel déterminant, mais plutôt un incontournable.

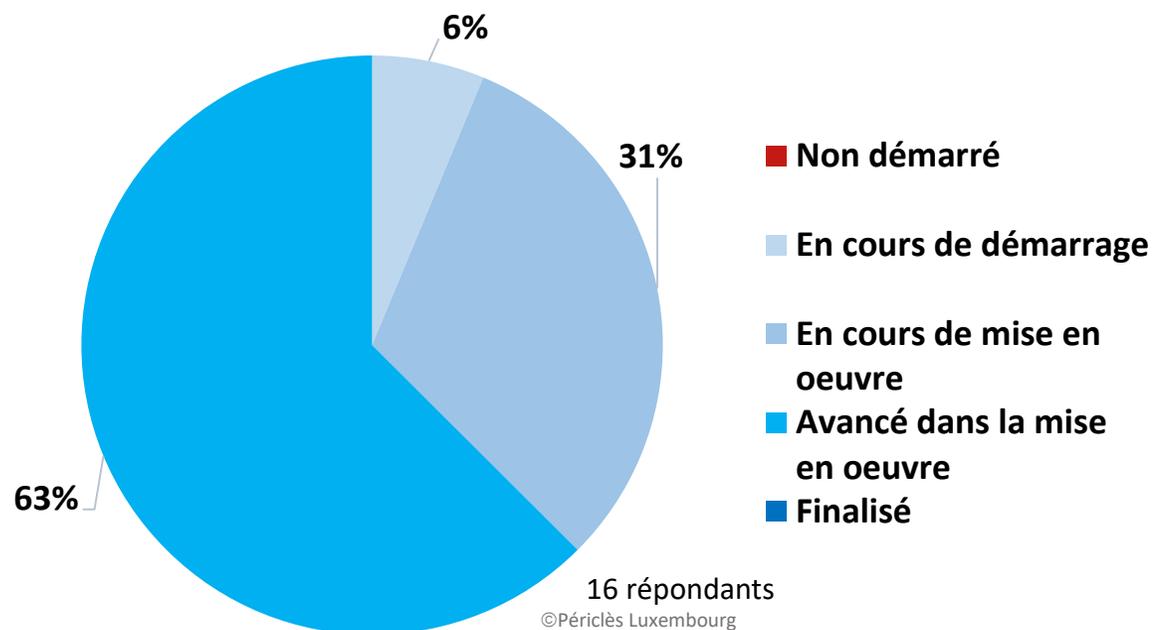


Verbatim

- « Ne pas le faire est un désavantage. Finalement, ce n'est pas une différenciation... Un avantage à court terme. »
- « Le digital, pour notre métier, c'est essentiel. Cela peut créer la différence. »



Niveau d'avancement dans la mise en œuvre dans votre stratégie digitale



A retenir...



- Une majorité estime être avancée dans la mise en œuvre.
- Personne n'estime avoir finalisé son projet digital...
- Une compagnie seulement estime démarrer à peine son projet digital.

Avis Périclès



- Une majorité estime être avancée dans les projets digitaux alors que ce n'est pas l'impression perçue par les partenaires...
- « Avancé » ne veut pas forcément dire que tout est en place en ce début 2021.
- L'année 2021 sera une année de concrétisation du digitale... des avancées réelles à attendre mais peut-être également quelques difficultés au démarrage...

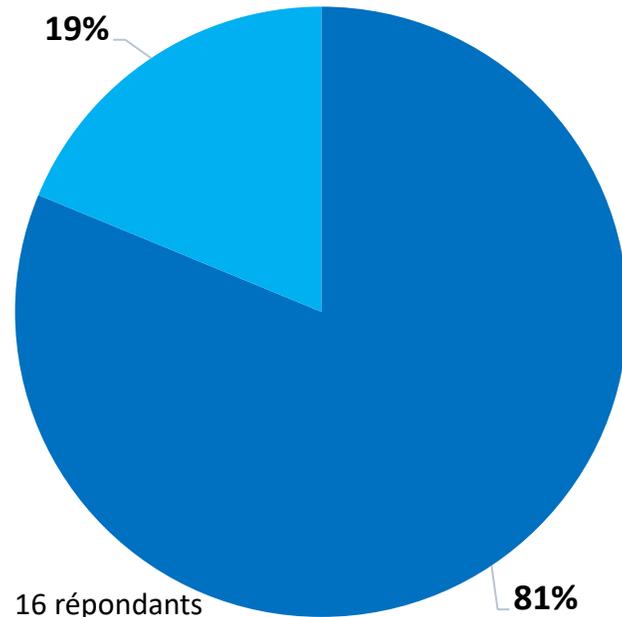
Verbatim

« Sur certain aspects en retard, sur certains aspects en avance »
 « Portail riche »
 « S1 2021 sur un marché... La France. »



Pour le front digital, développement interne vs Progiciel

Extract



16 répondants
©Périclès Luxembourg

- Développement de votre propre front digital (avec éventuelle sous-traitance)
- Développement de votre propre front digital avec des briques métiers préexistantes et avec beaucoup de personnalisations
- Acquisition d'une solution de marché préexistante disposant de la majorité des fonctions souhaitées

Verbatim

« Cela pourrait changer à l'avenir. »
« Beaucoup en interne. »



A retenir...



- Beaucoup de développements sur-mesure pour le digital

Avis Périclès



- Beaucoup de projets digitaux ont démarré avant que de vraies offres logicielles ou d'offres sous la forme de briques métiers soient sur le marché.
- Cela explique en partie le fort engouement pour le développement de frontings digitaux « from scratch »
- On peut dire que sur le marché du Luxembourg, il y a 16 projets plus ou moins en même temps qui visent à créer ou à enrichir des fronting digitaux propriétaires...

L'échéance pour un front digital proposant les principales transactions en ligne

Déjà en production



Jun 2021



Decembre 2021



Jun 2022



Non définis



16 répondants

©Périclès Luxembourg

A retenir...



A ce jour :

- Très peu de compagnies ont mis en place un nombre significatif de transactions en ligne.
- Une grande majorité d'acteurs aura accompli un grand pas sur les transactions en ligne en 2021.

Verbatim



« Souscription déjà en production. Toutes les autres transactions l'année prochaine »

« Finalisation de certains détails en fin 2021 »

« De vrais projets bien calés »

« Déjà en production sur certains marchés. Mais forte ambition sur 2021 »

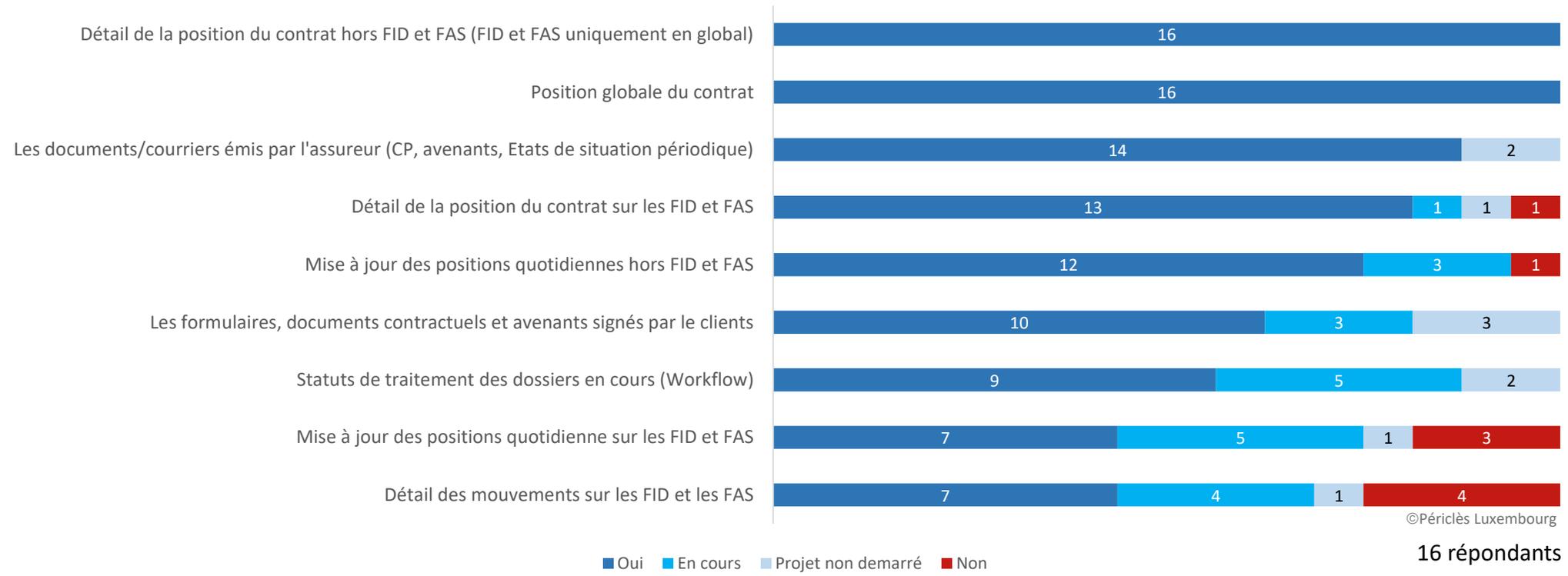
Avis Périclès



- L'année 2021 sera une année de vérité sur les transactions en ligne pour l'assurance vie Wealth au Luxembourg.



Front Digital



Verbatim

« Déjà en production sur certains marchés. Mais forte ambition sur 2021. »

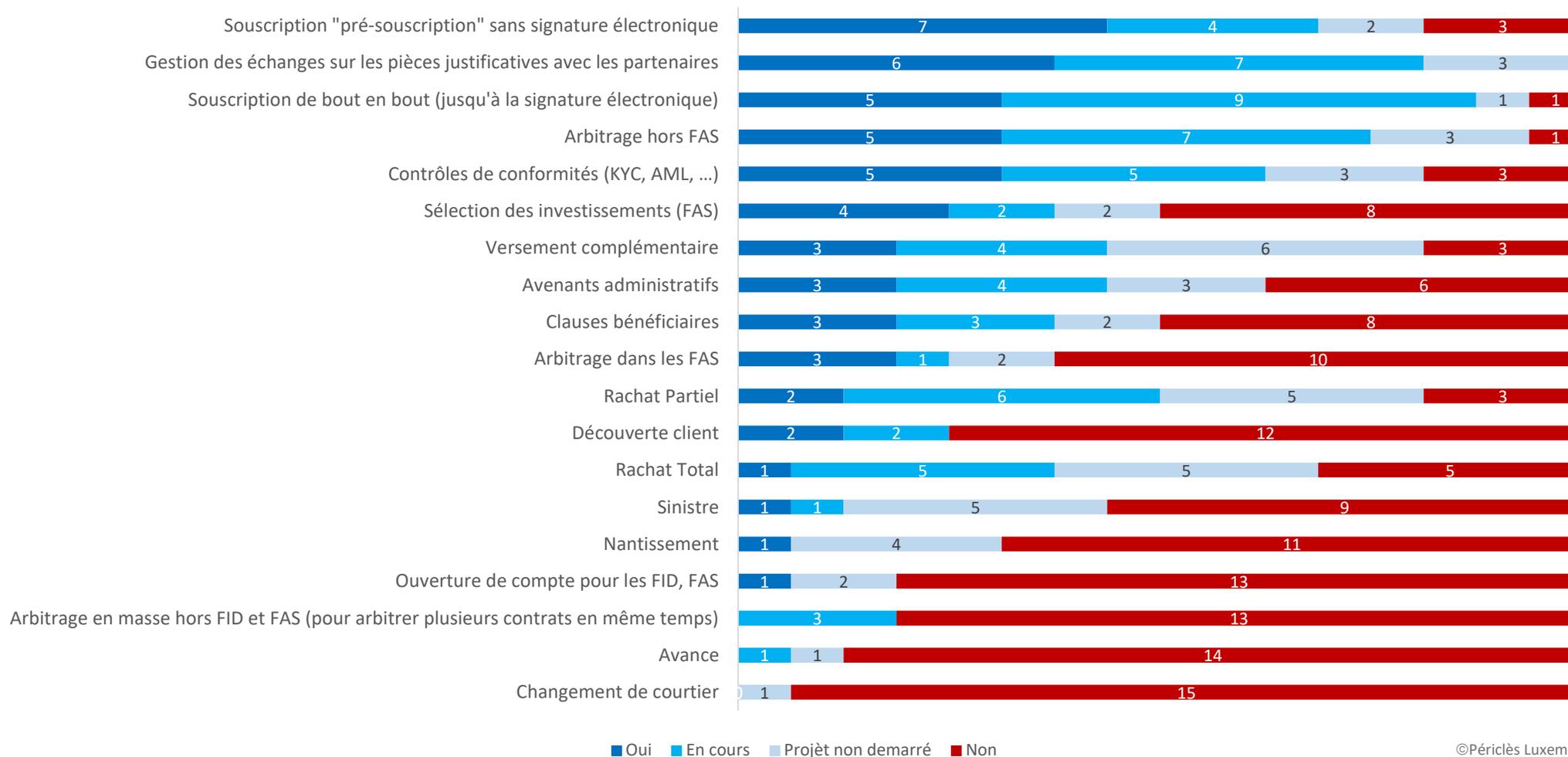
- A retenir...**
- 100% des acteurs donnent un minimum d'informations sur les positions des contrats.
 - Certains acteurs ont encore des difficultés sur le détail des FID, sur les mises à jours quotidiennes.
 - Les mouvements sur les FID et FAS ne sont pas la priorité pour quelques répondants.

Les services digitaux « transactionnels »

Extract



Front Digital



©Périclès Luxembourg

16 répondants

Verbatim

- « Formulaire des actes de gestion PDF remplissable intelligents existent déjà »
- « PDF dynamiques "intelligents" existants avec signature électronique. Un workflow y est rattaché. »
- « Robot Advisor en réflexion »
- « Changement d'adresse en réflexion »
- « Développement d'algorithmes pour les études patrimoniales »
- « Utilisation du Machine Learning depuis 2 ans »
- « La découverte client ce fait par le courtier et nous n'avons pas à proposer ce service. »



A retenir...

- La souscription et l'arbitrage sont les 2 fonctionnalités les plus avancées.
- Déjà 5 compagnies ont une souscription en ligne « de bout en bout ». 14 compagnies sur 16 devraient l'avoir d'ici à fin 2021 et 15 sur 16 devraient l'avoir d'ici mi 2022.
- A noter : l'échange des pièces justificatives avec les partenaires est plébiscité par 100% des compagnies.



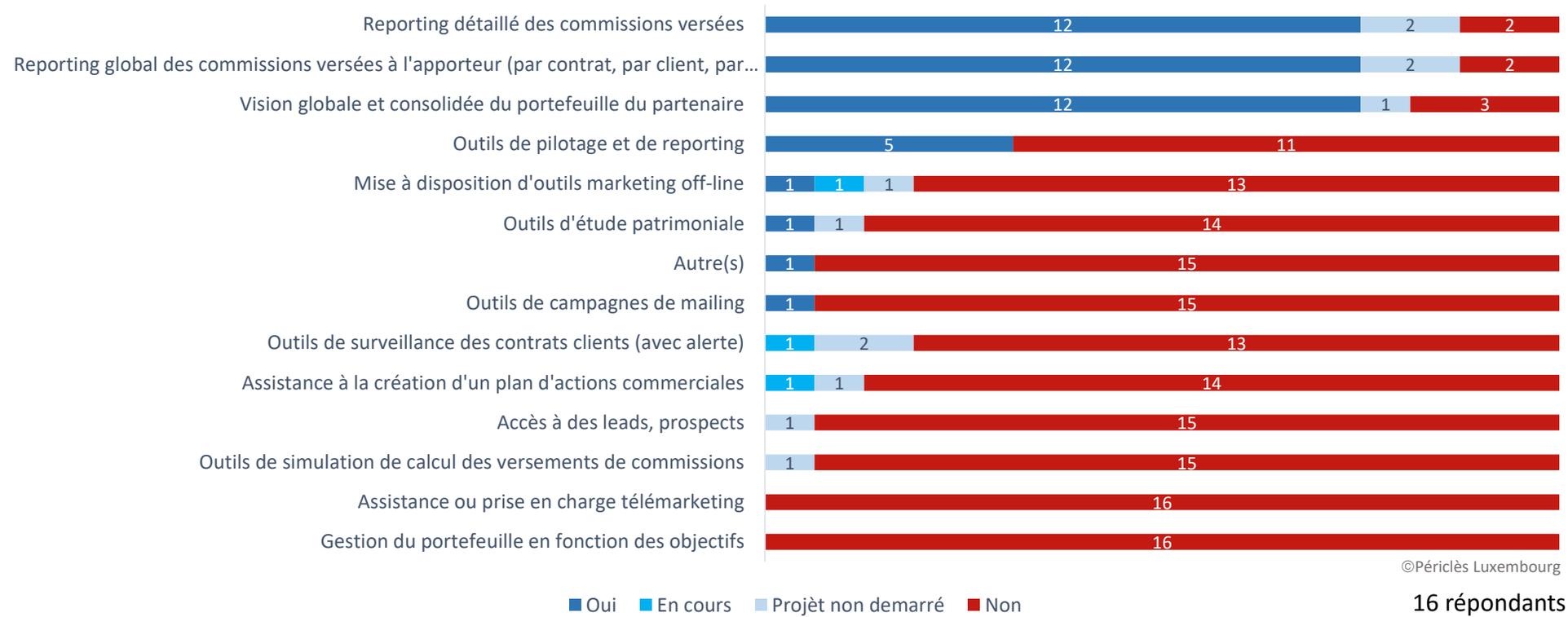
Avis Périclès

- La digitalisation des transactions est véritablement lancée ! Une ère nouvelle est en train de démarrer au Luxembourg sur le digital.
- A ce jour, il n'y a pas de corrélation forte entre la taille de la compagnie et son avancée dans le digital.





Front Digital



A retenir...
Les assureurs vie se concentrent sur les services essentiels et n'essaient pas d'aller sur des terrains éloignés de leur métier de base, sauf un ou deux...

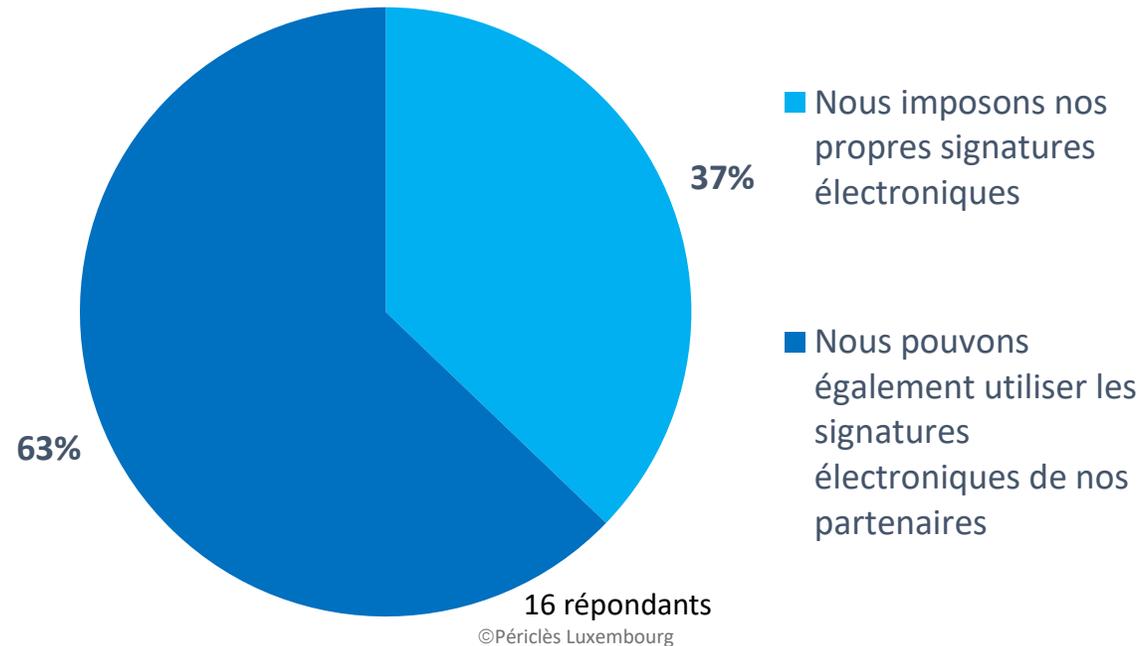


Avis Périclès
Le sujet des commissions ne doit pas être oublié dans les projets digitaux. Permettre aux courtiers d'avoir une bonne visibilité sur leurs commissions et leur donner les moyens de contrôler les commissions sont essentiels.



Le modèle retenu pour la signature électronique

Extract



Avis Périclès



La signature électronique est un sujet central qui permet la totale dématérialisation. Le sujet est plus mature en 2021...

A retenir...



Une majorité de compagnies savent s'adapter aux demandes et pratiques de ses partenaires. Mais une forte minorité demeure fermée sur cette possibilité.

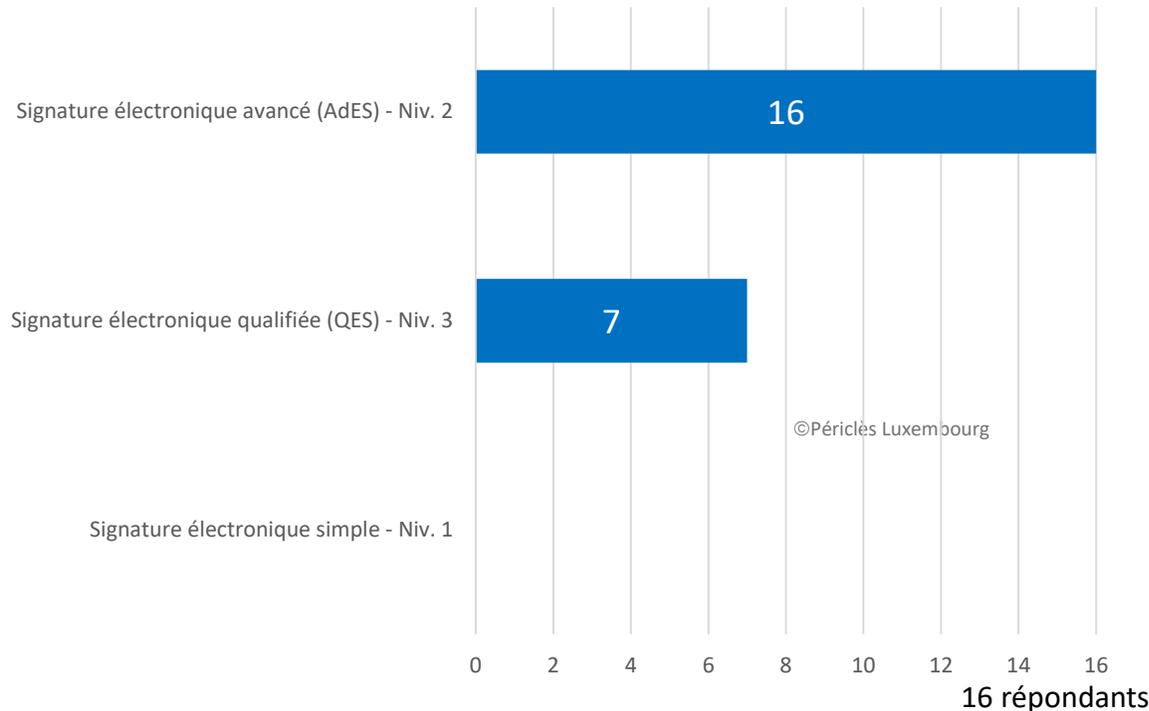
Verbatim

- « On préfère utiliser notre signature. »
- « Pas de signature électronique à ce jour en propre. »
- « It depends on compliant decisions for the second option. »
- « Nous avons notre propre signature électronique. Accepte les signatures qualifiées des autres partenaires. »
- « Possible mais des contraintes pour éviter les écarts ... »



Niveau d'exigence sur la signature électronique

Extract



Avis Périclès



La signature qualifiée s'impose pour la majorité des transactions. Mais pour certains actes, la signature de niveau 3 est parfois préférée.

A retenir...



Personne n'accepte la signature électronique simple et le marché semble s'orienter vers la signature électronique avancée.

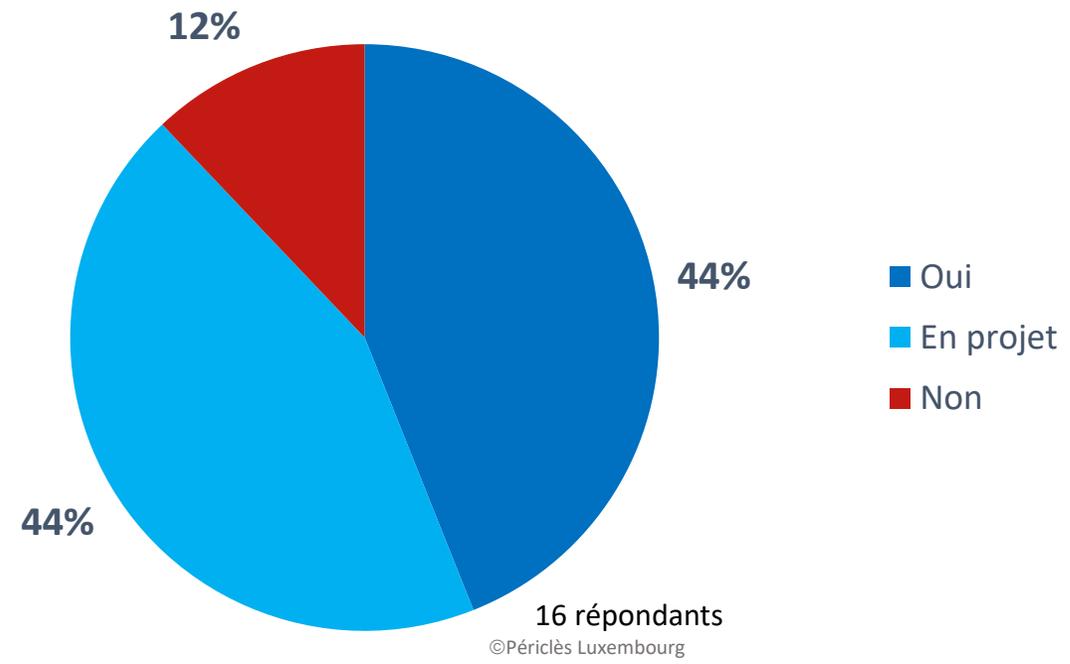
Verbatim

- « Pour toutes les transactions. »
- « Cela dépend des cas en fonction du niveau de risque. »
- « Gestion par le risque avec renforcement. »





Application de la norme PENELOP (Protocole Etendu et Normalisé d'Echanges en Ligne pour les Opérations Patrimoniales)



A retenir...



Penelop devient un standard incontournable au Luxembourg.

Verbatim



« Pourquoi pas à terme malgré un standard existant plus riche que Penelop. »



Annexes - Digital & Wealth Management : l'approche *Périclès Digital*



Périclès Digital & Wealth Management



Le digital est rentré dans nos vies. Les « sensations » digitales sont devenues l'affaire de tous. Les GAFA et d'innombrables autres Techs nous offrent tous les jours des sensations positives sur nos smartphones, nos tablettes ou nos ordinateurs. Ces sensations positives ne sont pas dues au hasard. Le grand objectif des Apps est de nous garder le plus longtemps possible avec elles... Alors, elles utilisent des techniques réfléchies et poussées pour procurer une expérience forte à leurs clients.

Or, dans le monde professionnel, en entreprise, ou encore dans l'univers du wealth management, les outils proposés aux collaborateurs, aux commerciaux, aux partenaires, et même au client final, ne sont pas au niveau des expériences positives des Apps « standards » de la vie quotidienne. Le contraste entre la bonne expérience sur des Apps « standards » et l'expérience médiocre sur son outil professionnel est saisissant et procure des frustrations.

Périclès Group est un cabinet de conseil reconnu et apprécié avant tout pour sa compétence sectorielle sur l'industrie de la Finance, la Banque et l'Assurance et sa connaissance des métiers de ses clients.

MIFID, DDA, AML, Sustainability, DAC6, la Gestion Conseillée, la Gestion Dédiaée, le Private Equity, de la Démarche de découverte des besoins d'un client jusqu'à la souscription de produits en passant par les arbitrages... n'ont pas tellement de secrets pour Périclès. Rien ne remplacera l'expertise métier entretenue avec les professionnels du wealth management depuis près de 20 ans.

Les parcours clients, l'expérience utilisateur, l'UX Design, l'UI Design, l'Agile, le Front End, le Back End, le Design Thinking, l'Internet, les Stratégies Pure players, l'e-banking, l'e-assurance, l'architecture 3-Tiers... font entièrement partie de notre pratique du conseil depuis également près de 20 ans.

Ainsi, allier l'expertise du métier du wealth management au savoir-faire du digital... C'est notre positionnement, notre pari, notre proposition de valeur.

La Périclès Team



Transformer l'expérience client, c'est quoi ?



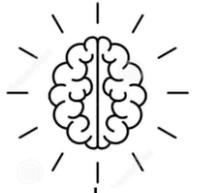
Le même produit, mais une expérience transformée !

Comment renverser les choses pour que toutes les tâches vécues comme des contraintes et des lourdeurs passent désormais toutes seules et sans effort ?

Comment traduire cet effet « Waouh » en wealth management ?



Périclès Group vous accompagne des idées à la concrétisation



Vision Digitale

- Définir une vision et une stratégie
- Trouver l'équilibre entre disruption et pragmatisme
- Penser expérience client
- Cultiver un esprit digital
- Trouver un business model



Solutions

- Maîtriser son marché et les solutions
- S'appuyer sur les meilleurs Fintechs
- Sélectionner les bons partenaires
- Définir les parcours et l'expérience client
- Utiliser les méthodes éprouvées UX / UI
- Concevoir des solutions avec le Design Thinking



Transformation

- Définir le plan de transformation
- Prioriser et évaluer les projets
- Collaborer en mode Agile
- Maquetter et designer des écrans
- Réaliser et tester
- Intervenir du Front au Back End
- Déployer les solutions



Quotidien digital

- Accompagner le changement
- Développer la culture digitale
- Mettre en œuvre des quick wins
- Optimiser l'efficacité opérationnelle
- Piloter l'activité

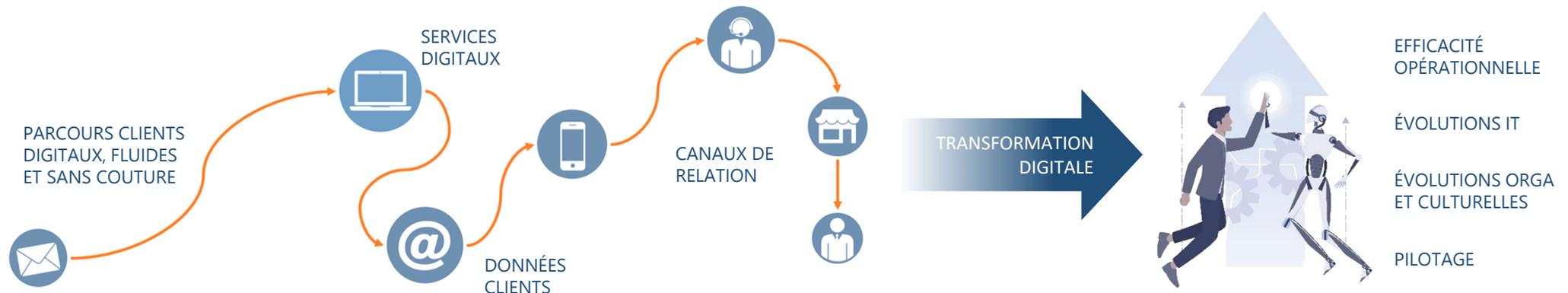
« Allier l'expertise du métier du wealth management au savoir-faire du digital... C'est notre positionnement, notre pari, notre proposition de valeur. »



L'approche par les parcours clients (1/3)

Les parcours clients sont l'ensemble des étapes par lesquelles votre client passe tout au long de sa relation avec vous. Les redéfinir, dans une optique de digitalisation, permet de :

- déterminer de manière structurée les **services digitaux** à développer
- déterminer les interactions entre les différents **canaux de relation** client (multi/cross/omni canal)
- identifier les axes d'optimisation des **processus** et de l'**efficacité opérationnelle**
- qualifier les besoins en matière de recueil et exploitation des **données** clients (analytics...)
- identifier les **évolutions informatiques** : outils à améliorer, développer...
- identifier les **évolutions organisationnelles** : évolution des processus métiers *front* et gestion, **évolutions culturelles**/RH (méthode de gestion de projets, compétences à recruter, etc.)
- identifier les nouveaux besoins de **pilotage** : activité commerciale, relation client, gouvernance...





L'approche par les parcours clients (2/3)



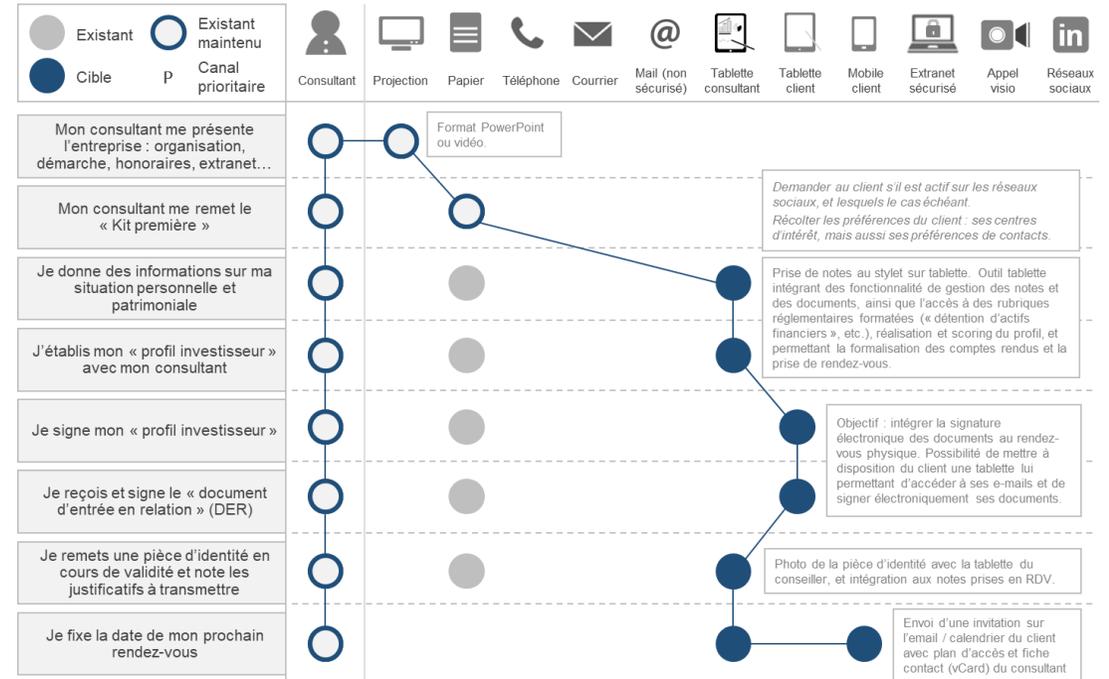
EXEMPLE – Client confidentiel et acteur Wealth Management

La demande : transformer la relation client, essentiellement papier et physique, en un modèle relationnel adapté aux usages digitaux des clients. Et opérer par conséquent une transformation digitale de l'entreprise.

Les résultats :

- redéfinition des parcours clients globaux, et à chaque étape (entrée en relation, étude patrimoniale, revue annuelle, etc.)
- définition du plan de transformation digitale pour atteindre les parcours cibles
- mise en place d'un CRM renouvelé
- maquettage des applications Clients mobiles
- maquettage des applications internes commerciaux et de gestion

Méthodologie de redéfinition des parcours clients – exemple de document de travail avec le client



Une étude patrimoniale élaborée sur des outils digitaux, via la tablette du consultant, et dont l'édition est semi-automatisée



L'approche par les parcours clients (3/3)

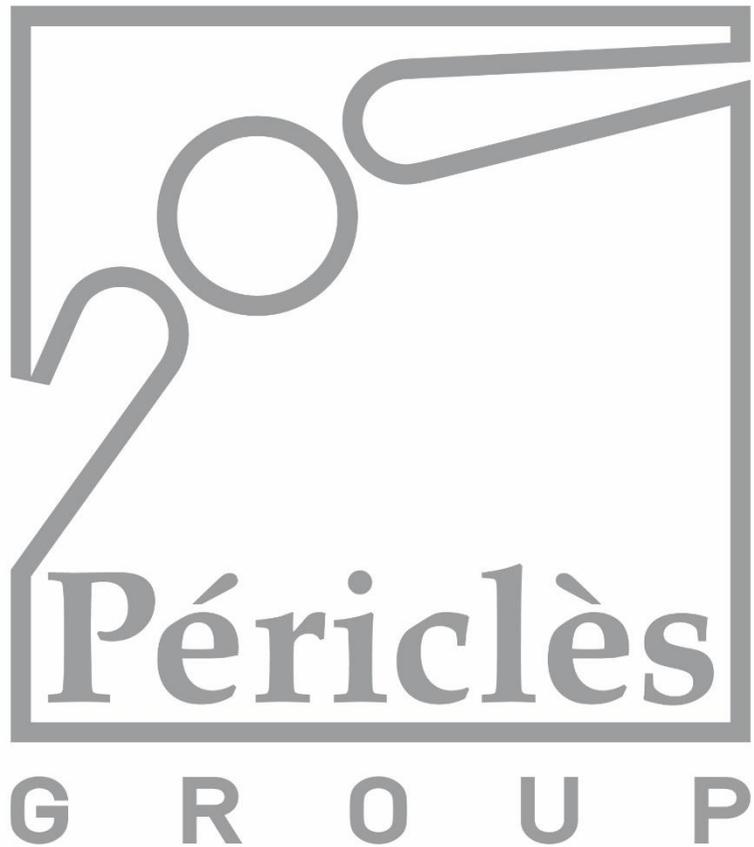
Nous vous accompagnons **de bout en bout**, de la réflexion et **définition des parcours clients** jusqu'au **maquettage** des nouvelles modalités de relation client : **applications mobiles**, espaces **web**, outils pour les commerciaux, Intranets, etc. en nous appuyant sur les outils du **design thinking**, l'état de l'art des **usages digitaux**, et la **connaissance de vos métiers**



Illustration (anonymisée) de résultats d'atelier de conception de l'application mobile d'un client dans l'assurance vie haut de gamme



- Consultation et téléchargement des documents d'opérations : bulletins de souscriptions, bordereaux d'arbitrage, versements, rachats...
- Indicateur pour notifier le client qu'il a des nouveaux documents disponibles.



Contact Us

Yohann Niddam, Partner Luxembourg yniddam@pericles-group.com +352 27 99 50 51

Périclès Luxembourg
15A bd Grande Duchesse Charlotte
L-1331 Luxembourg