



Stratégies de tarification En quête d'un pragmatisme efficient

Johann GIROST
Head of P&C Retail and Actuarial
AXA Luxembourg

21 mars 2024

S'adapter dans un contexte inflationniste et à risques croissants

Un peu d'histoire pour commencer



« Faire simple, c'est une condition d'efficacité »

De l'Ancienne Mutuelle...



aux Mutuelles Unies...



au Groupe AXA





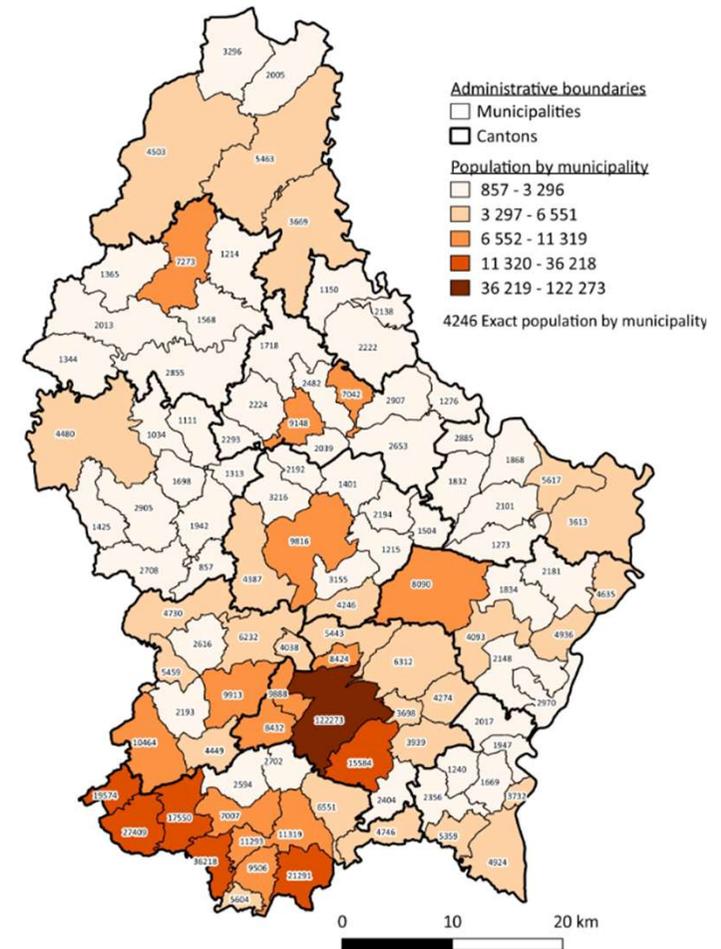
Contexte

Luxembourg, quelques repères

2.600 km²

660.000 habitants

47% de résidents étrangers



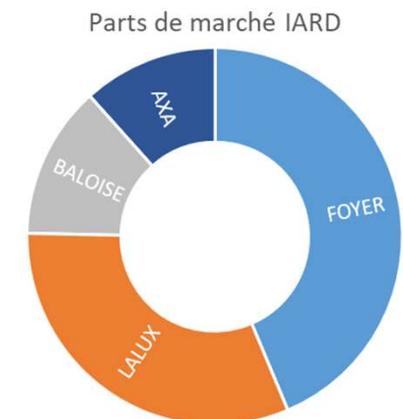
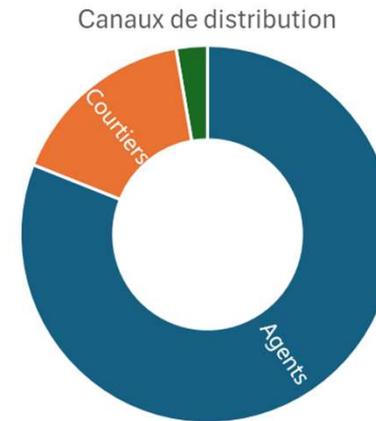
Un marché avec des spécificités

Importance de la relation entre le client et l'agent

« *J'accepte de payer plus cher, mais je veux un service premium !* »

« *Vade retro, franchises !* »

Taille du marché vs loi des grands nombres



4 assureurs



**Que faut-il pour
réussir sa stratégie de
tarification ?**

Comment participer ?



1

Allez sur
wooclap.com

2

Entrez le
code
d'événement
dans le
bandeau
supérieur

Code
d'événement
RCAIPJ

Quels indicateurs de succès ? (rêvons un peu)

- Une satisfaction client au top
 - Net Promoter Score > 70
 - Taux de rétention en régulière amélioration
- Une croissance vigoureuse
 - Un taux de croissance annuel moyen de +4% à +7%
- Une rentabilité très solide
 - Ratio combiné à 90% de façon structurelle

Question de point de vue



Jeune fille ou vieille femme ?



Multinationale ou PME ?

Casse-tête

Comment faire face à un environnement complexe...

dans un contexte d'inflation forte...

face à des risques croissants...

lorsque l'on est « petit »...

lorsque l'on a peu de moyens et/ou de ressources ?

Objectif → faire simple et efficace



Acquisition ou Rétention

Stratégie d'acquisition

- Approche « conquête à court terme »
 - Tarification agressive des nouvelles affaires
 - Sophistication dans le modèle de tarification
 - Ecart avec le tarif du portefeuille
 - Acceptation plus souple des risques
 - Revalorisations importantes et régulières des contrats en portefeuille
 - Surveillance de portefeuille accrue pour liquider les mauvais risques
- Croissance immédiate plus rapide mais rétention plus tendue, risque ultérieur de chute plus important, fidélisation plus difficile

Stratégie de rétention

- Approche « fidélisation des clients sur le long terme »
 - Tarification « juste » des nouvelles affaires
 - Explicabilité du modèle de tarification
 - Peu ou pas d'écart avec le tarif du portefeuille
 - Acceptation plus stricte des risques
 - Revalorisations modérées des contrats en portefeuille
 - Surveillance de portefeuille classique
- Croissance immédiate moindre mais meilleure rétention dans le temps, risque ultérieur de chute plus faible, fidélisation plus importante

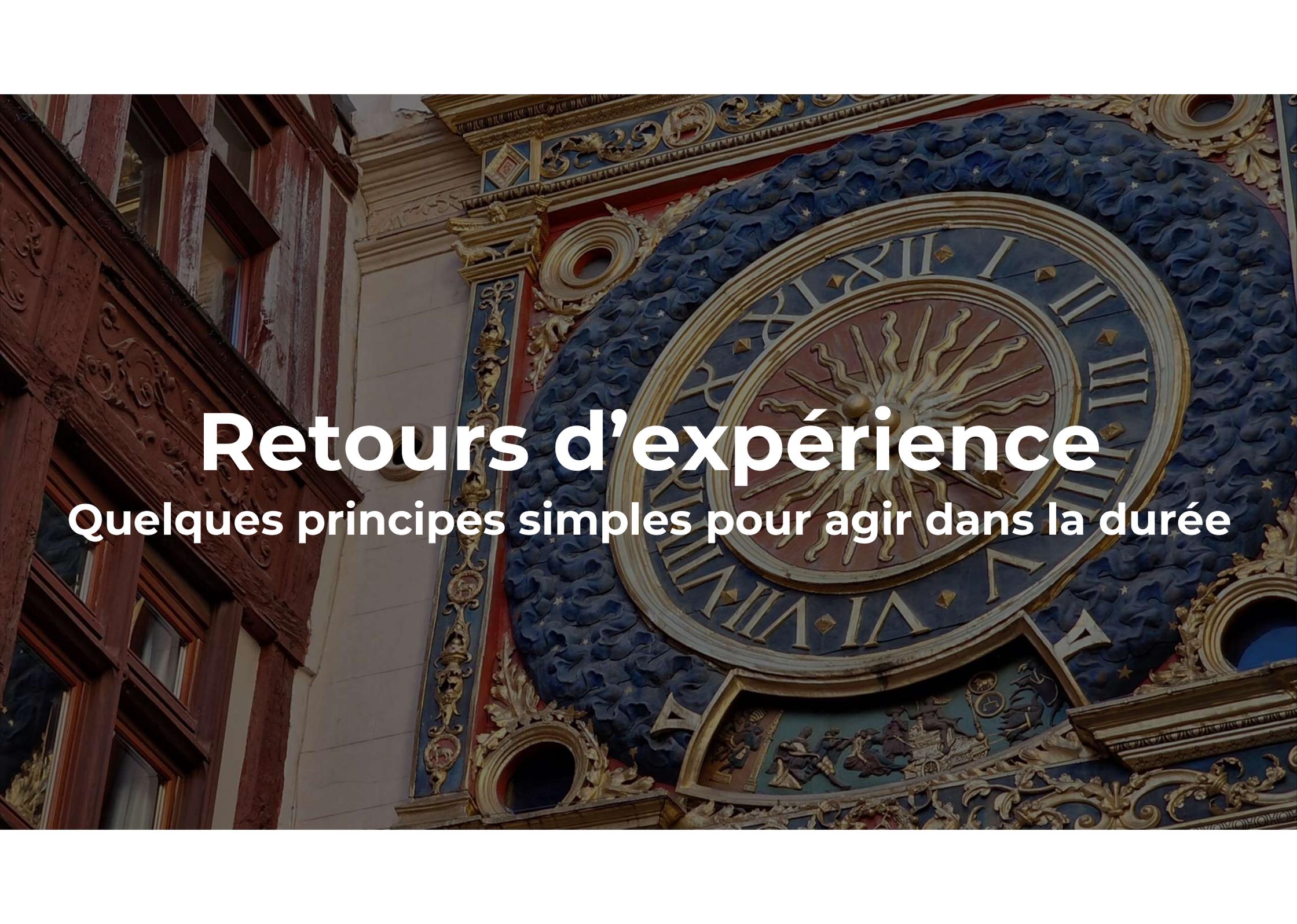
Le métier d'assureur

C'est de faire face aux imprévus...

Donc...

Que ce soit pour une inflation élevée
ou pour des risques climatiques en forte croissance...

... *Business as usual*, as they say 😊



Retours d'expérience

Quelques principes simples pour agir dans la durée

Le client au centre

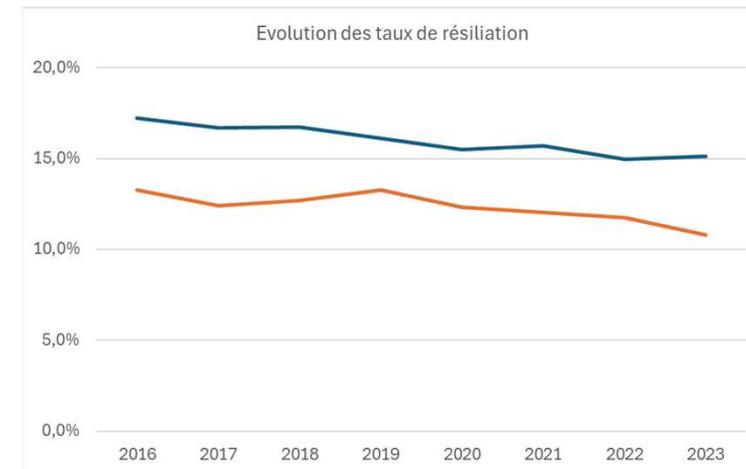
- Création de valeur pour le client, dans la conception de l'offre
- Clients ciblés et distribution
- Simplification de l'offre
- Durabilité du produit
- Tarification équitable
 - Le prix juste, dès l'acquisition – pas de course au prix
 - Rester simple – sophistication vs explicabilité
- Clarté et transparence (couvertures, options, exclusions, prix...)
- Qualité de conseil au client

Moteurs de création de valeur

- Inclure des moteurs de création de valeur dans l'offre – introduction de systèmes vertueux
 - Introduction d'une échelle Bonus-malus en Dégâts Matériels Auto
 - Abandon d'un système de « No Claim Bonus » en MRH
 - Système d'avantages pour les « bons clients »
 - Rabais commerciaux préférentiels sur base de la valeur client
 - « Pick up and delivery » avec garages partenaires
 - « All in one » avec garages partenaires
 - Incitatifs pour les intermédiaires
 - Favoriser la croissance rentable

Tarification équitable

- Philosophie générale de « fair pricing », cohérente dans le temps
- Tarif commercial équitable, au juste rapport qualité-prix à la souscription
- Pas de dumping
- Politique de revalorisation des contrats en portefeuille
 - Approche modérée et dans la durée
 - Segmentations simples et pragmatiques
 - Homogénéité du prix en portefeuille et nouvelles affaires



Acceptation des risques et prévention

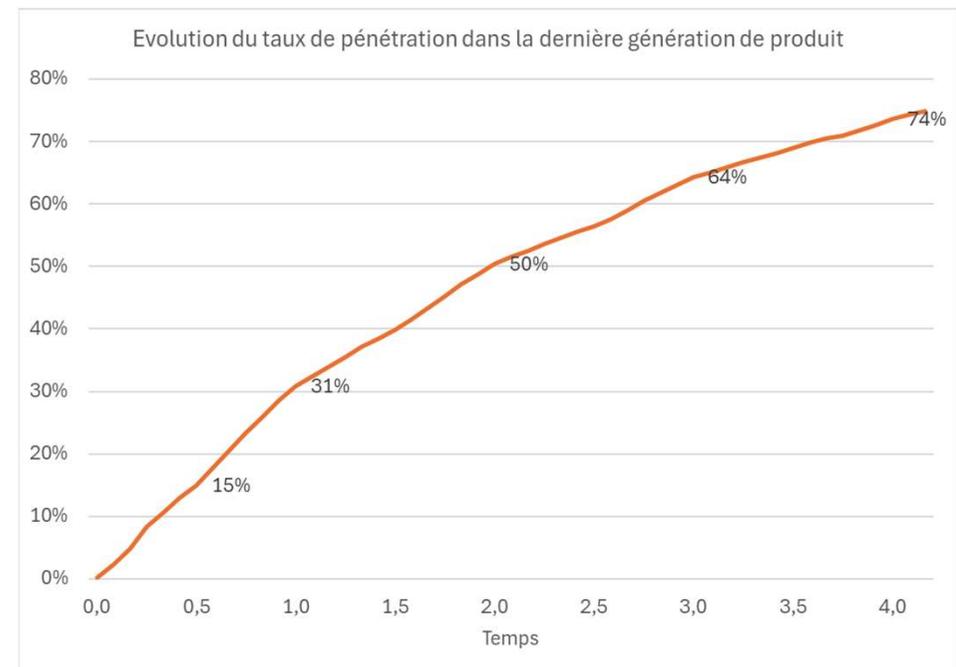
- Modèle de délégation, avec contrôles
- Politique d'acceptation des risques
 - attentive
 - équitable
 - expliquée
- Politique de prévention des risques – agir à la source
 - Responsabilisation des assurés
 - Environnement et rôle social de l'assureur – politique RSE
 - Campagnes de prévention
 - Exemple du « Joker taxi »

Fidélisation des bons clients

- Principes de valorisation des « bons clients »
 - Critères « FMR »
 - Fidélité → ancienneté client
 - Multi-détention → nombre de contrats / branches
 - Rentabilité → ratio sinistres à primes
 - Notions simples à comprendre et à valoriser auprès des clients
 - Création d'un « scoring client », avec avantages à la clé
 - Souplesse et réactivité dans la politique dérogatoire, à 3 niveaux
 - intermédiaire
 - area manager
 - compagnie
 - Un exemple, l'action marketing « Joker DM » (vs « gel du bonus »)

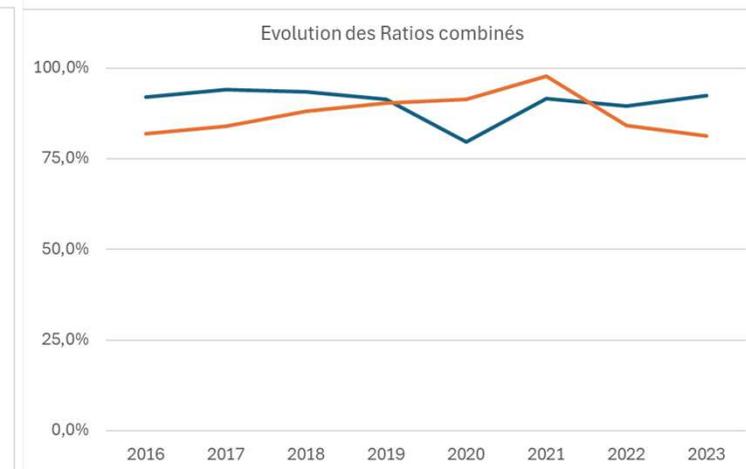
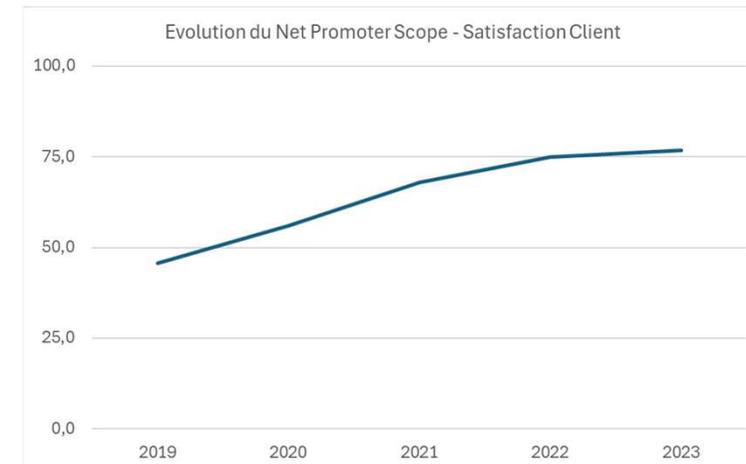
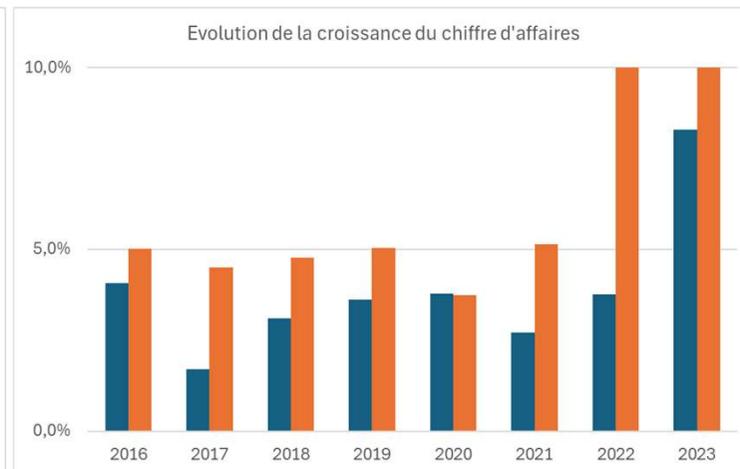
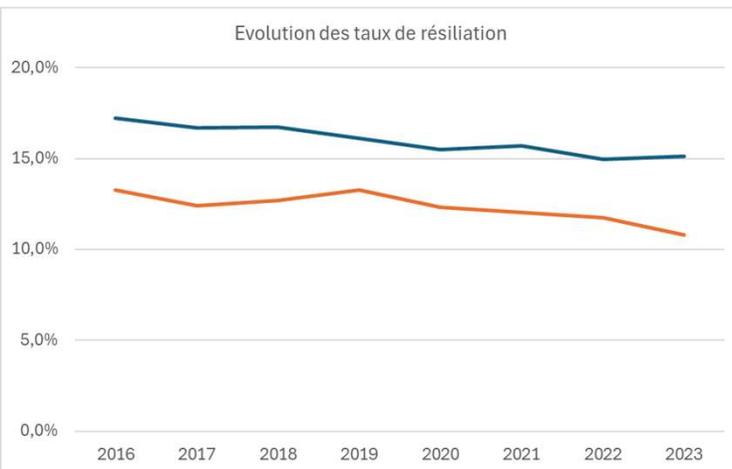
Gestion des bascules

- Bascule systématique du contrat dans la dernière génération du produit, pour tout avenant effectué
 - Homogénéisation du portefeuille
 - Après 1 an, 30% du portefeuille dans la dernière génération de produit
 - Après 2 ans, 50% du portefeuille dans la dernière génération de produit
 - Simplification de la gestion sinistres



Suivi et indicateurs

- Des résultats robustes
 - Satisfaction client très élevée
 - Baisse notable des résiliations
 - Croissance solide
 - Ratio combiné excellent, malgré des coûts de réassurance en hausse de 2 à 3 points



Un chemin à tracer

- Temps court et temps long
- Attirer les prospects et conserver nos clients
- Anticiper et réagir
- Garder le cap et changer la donne
- Creuser son sillon et se réinventer
- Sophistication et simplicité
- Rigueur et pragmatisme
- Algorithmes à apprentissage et règle de trois
- Intelligence artificielle et bon sens



Des questions ?



Merci