

ÉTUDE DE CAS : CAA

Accélérer la croissance grâce à des technologies innovantes, une expertise en marketing éprouvée et une expérience client exceptionnelle.

Contexte

En 2023, l'Association canadienne des automobilistes (CAA) souhaitait enrichir son offre d'assurances et renforcer la valeur de l'adhésion en offrant à ses membres un accès direct à des solutions d'assurance par l'intermédiaire d'une plateforme numérique conviviale.

CAA a choisi Securian Canada comme nouveau partenaire pour lancer, dès janvier 2024, une gamme renouvelée de produits d'assurance vie, maladie et soins dentaires à la fine pointe du marché, accompagnée d'une expérience numérique de premier ordre, destinée à plus de 7 millions de membres à travers le pays.

Défis

Sur le marché actuel, les consommateurs canadiens recherchent des services numériques sur demande et faciles d'accès, ainsi que des interfaces intuitives et une expérience fluide. Bien que les géants du commerce électronique et de la vente au détail aient su répondre à ces attentes, le secteur de l'assurance tarde encore à adopter pleinement sa transformation numérique.

Pour mieux répondre aux besoins du marché et offrir davantage de valeur à ses membres, la CAA a décidé de s'associer à un partenaire capable de concevoir une expérience d'assurance moderne, simplifiée et accessible, avec des produits de qualité conçus pour protéger la santé et la sécurité financière de ses membres.



Dans le cadre de ce partenariat stratégique, Securian Canada a travaillé en étroite collaboration avec les équipes de la CAA à travers la fédération nationale des clubs pour :

- 1 Moderniser et développer leur portefeuille d'assurance vie, maladie et soins dentaires.
- 2 Optimiser le parcours client numérique.
- 3 Rationaliser les produits d'assurance vie, maladie et soins dentaires en éliminant les caractéristiques à faible valeur ajoutée ainsi que les exigences de souscription complexes.
- 4 Favoriser la vente croisée entre les produits d'assurance vie et d'assurance maladies graves tout au long du parcours client, y compris après la souscription.
- 5 Améliorer l'achat d'assurance en ligne grâce à des explications sans jargon et à des options complémentaires activables en un clic.
- 6 Réduire les relances liées à la souscription grâce à des technologies modernes d'évaluation des risques.

Approche

Plateforme d'achat axée sur le numérique

Fondé sur une approche numérique prioritaire, ce modèle de programme s'appuie sur une plateforme en ligne intuitive, intégrée et conviviale. Repensée pour simplifier l'expérience utilisateur, elle guide les membres à travers un parcours clair et progressif pour évaluer leurs besoins en assurance.

Une fois la demande en ligne complétée, les clients peuvent facilement comparer leurs options, souscrire une assurance et obtenir une couverture — sans entretien en personne.

Cette approche améliore non seulement la rapidité et la commodité du processus, mais elle élargit aussi l'accès à une protection essentielle pour un plus grand nombre de Canadiens et leurs familles.

Optimisation des produits et de la souscription

Grâce à l'appui de Securian Canada, CAA a pu rationaliser efficacement son portefeuille de produits d'assurance vie, maladie et soins dentaires, tout en proposant des améliorations concurrentielles axées sur la valeur, à des tarifs préférentiels. Cette démarche a permis d'offrir à ses membres une expérience d'achat plus intuitive.

Le programme intègre une technologie de souscription accélérée qui permet de rendre des décisions instantanées, sans examen médical dans la majorité des cas. Ceci élimine les obstacles traditionnels souvent frustrants, comme la paperasse inutile et les longs processus médicaux. Résultat : une expérience d'achat d'assurance considérablement plus rapide et simplifiée pour les membres.

Expertise en marketing de partenariat

Securian Canada propose à ses partenaires un accompagnement marketing ainsi que des ressources pour les aider à promouvoir efficacement leurs services auprès de leur clientèle et à atteindre les résultats visés. Des capacités analytiques avancées et une approche marketing proactive ont joué un rôle déterminant dans le succès de la première année du programme.

Résultats

133 %

La première année du programme a dépassé les attentes, avec 133 % de l'objectif de ventes atteint.

99 %

Des polices d'assurance maladie et soins dentaires ont été approuvées instantanément.

65 %

Des polices d'assurance vie temporaire ont été émises sans sélection médicale, dès la demande.

40 %

En 2024, les ventes de polices ont bondi de plus de 40 % à l'échelle nationale, comparativement à la moyenne des 5 dernières années.

20

Le délai d'émission a été considérablement réduit : une police d'assurance vie temporaire peut désormais être émise en 20 minutes ou moins, comparativement à la norme de l'industrie (6 à 8 semaines).

4x

Le taux de conversion entre la demande de devis et la souscription d'une police d'assurance vie temporaire a quadruplé par rapport à l'année précédente.

2x

Pour les polices d'assurance maladie et soins dentaires, le taux de conversion a doublé en un an.

En conclusion

Cette étude de cas démontre qu'en misant sur l'innovation, une approche numérique prioritaire et des technologies adaptées, il est possible d'obtenir des résultats exceptionnels et de gagner en efficacité à grande échelle.

Le succès du programme repose sur l'intégration fluide de technologies avancées et de stratégies centrées sur le client, ce qui permet une expérience utilisateur plus fluide et engageante.

L'engagement commun de Securian Canada et de la CAA à offrir une protection de premier ordre aux Canadiens et à leurs familles a été au cœur de la portée de ce partenariat. Il en résulte une proposition de valeur enrichie pour les membres de la CAA, ainsi qu'une opportunité concrète de consolider leur avenir financier. C'est grâce à cette vision partagée – et à une volonté constante d'innover et de viser l'excellence – que les deux organisations ont pu établir une nouvelle norme dans le secteur, tant en matière de satisfaction client que d'efficacité opérationnelle.



Pour en savoir plus

Veuillez communiquer avec l'un de nos experts à l'adresse suivante : sales@securiancanada.ca.



Notre approche numérique prioritaire nous permet de soutenir efficacement nos partenaires dans l'atteinte de leurs objectifs tout en enrichissant l'expérience globale de leurs membres.»

Nigel Branker
président-directeur général,
Securian Canada