



Plus de la moitié des Français estiment ne pas avoir de lien avec leur assureur

Efficy **et Eloquant**, deux sociétés spécialistes de la relation client dans le secteur des assurances, ont mené avec OpinionWay, une étude destinée à comprendre et analyser la fidélité que les Français entretiennent avec leur assureur

Efficy **et Eloquant**, deux sociétés spécialistes de la relation client dans le secteur des assurances, ont mené avec OpinionWay, une étude destinée à comprendre et analyser la fidélité que les Français entretiennent avec leur assureur. Plus de la moitié d'entre eux estiment de pas avoir de liens avec eux.

67% des Français indiquent ne pas avoir de relation particulière avec leur assureur . C'est ce que note l'étude d' OpinonWay réalisée avec Efficy **et Eloquant**, deux sociétés spécialistes de la relation client dans le secteur des assurances, afin de comprendre et analyser la fidélité des Français vis-à-vis de leur assureur.

Des assureurs interchangeableables

Publiée ce mois d'octobre, l'étude montre que 58 % des Français ont le sentiment que les assureurs sont facilement interchangeableables et qu'ils ne proposent plus que des offres similaires au détriment d'offres personnalisées. Un taux bien plus important chez les jeunes de moins de 35 ans. En effet, 74% d'entre eux rapportent ne pas avoir créé de lien avec leur assureur et 65% considèrent que leurs prestations sont toutes semblables. « Les jeunes sont les plus infidèles, lié en grande partie à un moindre usage de leurs droits, à un relationnel plus ténu avec les marques, à une recherche avant tout du rapport qualité prix », nous expliquent les auteurs de l'étude. Avant 35 ans, 55% se sentent attachés à au moins un assureur, alors que c'est le cas de 84% des personnes âgées de 65 ans et plus qui ont un historique relationnel plus important.

Expérience client et prix, les facteurs déterminants

Une mauvaise expérience client ou un parcours client déficient peuvent également détériorer rapidement la relation. Près de la moitié des Français (46%) peinent à faire confiance et estiment que leur assureur trouve toujours des motifs pour ne pas les indemniser correctement en cas de problème. Cette défiance est bien plus marquée chez les jeunes avec 55% des moins de 35 ans qui anticipent leur situation et le fait qu'ils ne seront pas indemnisés correctement.

La hausse des prix des contrats demeure pour 69 % des interrogés la principale cause de changement d'assureur, notamment dans le contexte tendu de la hausse des prix actuelle, suivie de l'insatisfaction (ex : mauvaise gestion de sinistres par le passé, pas d'écoute client...). « Les assureurs doivent donc garder à l'esprit le rapport qualité prix et la qualité perçue, sinon le risque de voir partir leurs clients va se renforcer », estiment les rédacteurs de l'étude. Ils ajoutent : « Ce qui est intéressant de noter, c'est que la qualité de la relation client et la qualité perçue permettent de gommer une partie de l'effet prix. »

En effet, la hausse des prix des contrats inciterait 78% des personnes non attachées à leur assureur, à changer de marque, contre 65% pour ceux qui se sentent attachés à au moins un de leurs assureurs.

Méthodologie

L'étude a été réalisée, entre le 20 septembre 2023 et le 21 septembre 2023, sur la base

d'un échantillon de 1009 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.