

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### GT Motive publie les résultats 2017 de l'enquête satisfaction des assurés automobiles

Dévoilés aux professionnels en avant-première sur Equip Auto  
Espace Univers VO : Hall 1 – Stand N116

- **GT Motive a mené en juillet 2017 sa troisième étude de satisfaction des assurés auprès de 8 135 automobilistes, dont 943 ayant subi un sinistre**
- **Le réparateur, un maillon essentiel dans la satisfaction et la fidélité des assurés**
- **Nouvelle hausse de la satisfaction des assurés avec une note moyenne de satisfaction de 8,6/10 et une corrélation directe entre NPS<sup>1</sup> et fidélité client**
- **Le digital en hausse chez les assurés lors du process de gestion de sinistre**

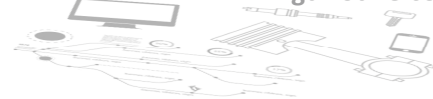
**Paris, le 18 septembre 2017** – A la demande de différents acteurs du marché de l'assurance collision, GT Motive, spécialiste des solutions de gestion de sinistres destinées au secteur de l'automobile, a reconduit pour la troisième année consécutive, son étude de satisfaction des assurés. En effet, dans un contexte de marché ultra-concurrentiel avec un coût d'acquisition des nouveaux clients élevé, les assureurs restent très axés sur la fidélisation de leur portefeuille clients automobiles. La gestion du sinistre reste un moment clé pour l'assureur dans cette fidélisation.

Cette enquête qui traduit la perception des assurés quant à la manière dont ils ont été traités tout au long de leur récent sinistre, va encore plus loin cette année et intègre de nouvelles questions, liées notamment à l'importance des outils digitaux dans les différentes étapes du sinistre, et de nouveaux éléments, tels qu'une segmentation affinée par catégorie socio-professionnelle, par type de compagnie (mutuelle, assureur traditionnel, bancassureur,...) et par canal de distribution (agents, courtiers, plateforme téléphonique,...).

GT Motive a analysé certains items, cependant l'étude dans son intégralité, est à la disposition des différents acteurs du marché pour une présentation exhaustive.

---

<sup>1</sup> NPS Net Promoter Score, taux de recommandation calculé en soustrayant le pourcentage de détracteurs (notes de 0 à 6) à celui des promoteurs (notes de 9 à 10).



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### GT Motive dévoile les premières conclusions de l'étude 2017

#### Le réparateur joue un rôle primordial dans la satisfaction et la fidélité des assurés

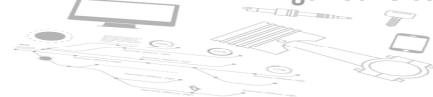
L'étude 2017 démontre que le réparateur – mécanique ou carrosserie – est non seulement un maillon essentiel de la chaîne lors de la gestion d'un sinistre, mais également un acteur clé dans la satisfaction des assurés. Il est en charge de trois étapes cruciales dans le traitement du sinistre : la réception, la réparation et la restitution du véhicule. Dans la majorité des cas c'est lui qui informe l'automobiliste tout au long de ce process. A titre d'exemple, 94,8 % des personnes informées de la date de remise de leur véhicule, l'ont été par leur réparateur. La façon dont il gère ces étapes est capitale dans la satisfaction globale de l'assuré. L'image de la compagnie d'assurance reste donc très fortement liée à la qualité de service du réparateur.

Les assureurs, qui privilégient la fidélité à l'acquisition de nouveaux clients, portent donc un intérêt particulièrement important sur le choix des réparateurs / carrossiers et réseaux vers lesquels ils orientent les assurés. Cette volonté des assureurs d'orienter l'assuré vers un réparateur référencé/agréé, se manifeste dans un taux d'orientation en hausse de 2 points. En effet, 40,6 % des assurés ont emmené leur véhicule chez le réparateur qui leur a été conseillé. La confiance envers le réparateur a un double impact, puisque 53,40 % des automobilistes ayant subi un sinistre préfèrent tout de même emmener leur véhicule chez leur réparateur de confiance. Le réparateur qui met tout en oeuvre pour satisfaire ses clients est donc doublement gagnant : il fidélise 100 % de son portefeuille client : le donneur d'ordre et son client direct !

Il s'avère également que la demande des assurés d'être informés par le réparateur, via des solutions digitales, sur le suivi de la réparation est particulièrement élevé. 41,8 % des assurés interrogés souhaitent être informés de cette manière lors de cette étape cruciale.

#### La satisfaction client, NPS et fidélité client fortement liés

Les résultats de l'enquête 2017 démontrent que la satisfaction client et le NPS restent au cœur des préoccupations des assureurs. Cette année encore, les compagnies d'assurances ont augmenté le taux de satisfaction client qui est de 8,6/10 contre 7,79 en 2016. Parallèlement le NPS (Net Promoter Score) est également en forte hausse passant de 22,8 % à 33,5 %. En 2 ans seulement, le NPS a fait un bond énorme passant de 10 % à 33,5 %. Cette hausse est principalement expliquée par l'augmentation du nombre de promoteurs (clients très satisfaits) et la baisse du nombre de détracteurs.



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Les Mutuelles qui ressortaient déjà comme les gagnantes en 2016, en matière de NPS, l'améliorent encore significativement avec une NPS de 38,2 % contre 28,6 % l'an passé.

Notons toutefois une forte augmentation des Banques Assurances / Banques Directes qui rejoignent, avec un NPS de 38,3 %, les scores des Mutuelles. Loin derrière, les Compagnies d'Assurance traditionnelles qui enregistrent un NPS de 22 %, soit 16 points d'écart.

Le lien entre NPS et fidélité client est flagrant : plus le NPS augmente, plus le taux de résiliation baisse. Ainsi les Mutuelles et Banques Assurances qui enregistrent le NPS le plus fort, ont le taux de résiliation le plus faible (18 % pour les Banques Assurances et 20,6 % pour les Mutuelles, contre 32,6 % pour les Compagnies traditionnelles).

### La demande pour le digital prend de l'ampleur

Lors de la déclaration du sinistre, première étape du processus, on constate en 2017 une nette diminution du rôle de l'agent ou de l'intermédiaire, au profit des plateformes téléphoniques de gestion de sinistres et des outils internet. La progression des outils internet a quasiment doublé, passant de 5,5 % à 10,1 %. Cette progression est constatée chez tous (Compagnies traditionnelles, Banques Assurances, Mutuelles).

L'utilisation des nouvelles technologies dans le process de gestion de sinistre est en progression de 4,2 points. 46,8 % des assurés ont utilisé Internet au cours du process, dont 27,2 % pour certaines étapes et 19,6 % fréquemment.

A ce sujet une nouvelle question a fait son entrée dans l'enquête de satisfaction, demandant aux assurés à quelle étape du sinistre ils souhaitent être informés ou aidés par des solutions digitales. Le résultat fait particulièrement ressortir l'intérêt de l'assuré pour des solutions digitales pendant l'étape de suivi de la réparation. 41,8 % des personnes interrogées souhaitent utiliser les outils digitaux à cette étape, suivi par l'étape « déclaration du sinistre » avec 27,4 %.

### Méthodologie de l'étude

L'étude de satisfaction des assurés a été réalisée par le cabinet d'étude International Toluna, spécialiste des sondages en ligne, présent dans 46 pays. Toluna gère 20 millions d'entretiens par an.

L'étude de satisfaction des assurés commanditée par GT Motive a été réalisée en juillet 2017 auprès de 8 135 personnes, dont 943 ayant subi un sinistre (échantillon zone Nielsen représentatif de la population en possession du permis de conduire). L'institut de sondage a mené 943 entretiens d'une vingtaine de minutes chacun.



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Contact presse :

MDS COM

Michaela Demissy / Audrey Sokol

01 60 84 53 92

[infopresse@mdscom.fr](mailto:infopresse@mdscom.fr)

### À propos de GT Motive, a Mitchell Partner Company

GT Motive, a Mitchell Partner Company, est une entreprise européenne dédiée à la mise en place de solutions de gestion des sinistres, de la maintenance et des pannes pour le secteur automobile. Ses solutions fournissent la technologie nécessaire pour obtenir les meilleurs résultats et permettre un retour à la normale après un accident ou une panne automobile.

Les solutions de GT Motive permettent de moduler et de configurer les processus de gestion de manière précise et innovante, en les adaptant aux besoins spécifiques de chacun de ses clients.

GT Motive, qui bénéficie d'une expérience de plus de 42 ans, est une entreprise capable de simplifier et d'améliorer les échanges d'information grâce à l'utilisation de plateformes de collaboration dans le cloud, qui relie tous les intervenants du processus, en assurant efficacité, qualité et économie.

L'entreprise est issue d'une alliance stratégique entre la société européenne GT Motive et la société américaine Mitchell International, leader du marché nord-américain. La nouvelle organisation résultante de cette alliance a pour objectif de révolutionner le marché européen, car elle va disposer de plateformes de communication et de systèmes de gestion de sinistres déjà testés aux EUA et absolument innovateurs en Europe.

Les solutions et les services de GT Motive sont présents chez plus de 11 500 réparateurs et carrossiers, 4 300 experts, 32 compagnies d'assurance, 47 sociétés de leasing et gestionnaires de flottes, chez des fournisseurs du marché secondaire et sont utilisées par 26 000 utilisateurs professionnels. GT Motive emploie 255 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires de 151 millions d'euros en 2015. La société est actuellement présente en Espagne (siège), et via des filiales au Portugal, en France et au Royaume-Unis et en Allemagne et opère dans 19 pays en Europe via des filiales, partenaires et clients utilisateurs.

### A propos de GT Motive France

GT Motive France, créée en 2007, est une filiale de GT Motive et emploie à ce jour 20 personnes. Dirigée par Caroline Brun, Directeur Activité France, GT Motive France est présente sur trois principaux secteurs : l'assurance, la location longue durée et la réparation/carrosserie. GT Motive est aujourd'hui le leader sur le marché de la LLD à travers ses solutions de chiffrage et ses bases de données qui couvrent 97% du parc roulant français.

