



Modus
RECHERCHE

ÉTUDE SUR L'ASSURANCE DES RÉSULTATS DE 2017

Table des matières

Sommaire.....	2
Méthodologie.....	3
Chapitre 1 Réputation	4
Réputation de l'industrie.....	4
Réputation des assurances par taille d'entreprise et par région	5
Chapitre 2 Tendances de magasinage.....	6
CONSTATS	6
Fréquence du magasinage d'assurances	7
Importance des caractéristiques des compagnies d'assurance	8
Chapitre 3 Expérience des fournisseurs et des clients.....	10
CONSTATS	10
Fournisseurs multiples	11
Nombre d'années passées avec le fournisseur actuel.....	13
Types de couverture	Error! Bookmark not defined.
Expérience de réclamations	15
Satisfaction	17
Rendement relatif aux caractéristiques du service	18
Écarts entre les attentes et le rendement	19
Taux de recommandation net.....	20
Propension à changer de fournisseur.....	22

Étude sur l'assurance des entreprises 2017

Réputation

- ▶ L'industrie des assurances possède la plus mauvaise réputation par rapport aux autres industries.
- ▶ Les entreprises québécoises et les petites entreprises évaluent les assurances plus favorablement que les autres.

Tendances de magasinage

- ▶ Environ deux tiers des entreprises magasinent des assurances tous les deux à trois ans au moins.
- ▶ Les services personnalisés sont les caractéristiques les mieux classées.

Expérience des fournisseurs et des clients

- ▶ La moitié du marché ne dispose que d'un seul fournisseur d'assurance commerciale.
- ▶ Les microentreprises sont plus nombreuses à employer plusieurs fournisseurs.
- ▶ La grande majorité du marché fait appel au même fournisseur depuis au moins trois ans.
- ▶ La majorité des entreprises disposent d'au moins trois types de couvertures.
- ▶ La plupart d'entre elles affirment avoir eu une expérience positive avec leur dernière réclamation.
- ▶ Très peu d'entreprises expriment une insatisfaction à l'égard de leur assurance commerciale.
- ▶ Les assureurs affichent un assez bon rendement pour la majorité des caractéristiques de leur service.
- ▶ Des écarts importants séparent les attentes et le rendement.
- ▶ La prestation de conseils avisés est un besoin primordial.
- ▶ Sur le marché, le taux de recommandation net des compagnies d'assurances est négatif.
- ▶ Seuls les entrepreneurs individuels et les entreprises québécoises leur attribuent un taux de recommandation net positif (quoique très modeste).
- ▶ Près de 50 % des entreprises affirment qu'elles envisagent de changer de compagnie d'assurances.
- ▶ Les entreprises québécoises et les petites entreprises sont plus susceptibles de changer d'assureur.

Méthodologie

Cette étude est fondée sur un échantillon de 828 répondants du groupe de recherche commerciale de Modus. Cet échantillon probabiliste unique est composé de dirigeants, de propriétaires et de gestionnaires d'entreprise travaillant à tous les échelons d'entreprises de différentes tailles et de divers secteurs, à l'échelle du Canada. Ces données ne sont pas pondérées et l'ensemble des résultats présentent une marge d'erreur de 3,4 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Chapitre 1

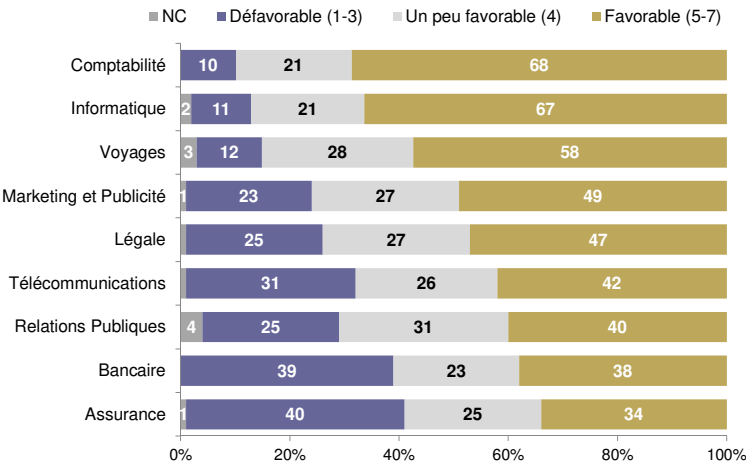
Réputation

Réputation de l'industrie

L'industrie des assurances fait piètre figure comparativement aux autres industries.

Compte tenu des notes défavorables attribuées par les dirigeants et les gestionnaires, l'industrie des assurances a la plus mauvaise réputation parmi les industries qui ont été évaluées. En comparaison, la comptabilité et les technologies de l'information ont obtenu deux fois plus de notes positives. Cela étant dit, les assurances se situent plus ou moins au même niveau que le secteur bancaire.

Quelle est votre impression générale de chacune des industries suivantes?



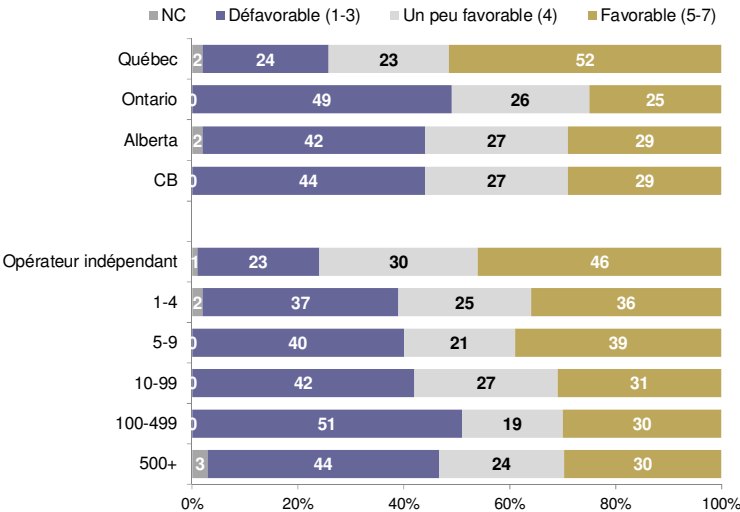
Base : tous les répondants (n=828); pourcentages

Réputation des assurances par taille d'entreprise et par région

Les entreprises québécoises et les petites entreprises évaluent les assurances plus favorablement que les autres.

Les Québécois ont la perception la plus positive de l'industrie des assurances. Les plus petites entreprises, et surtout les entrepreneurs individuels, ont également une perception plus positive que les grandes entreprises.

Quelle est votre impression générale de chacune des industries suivantes... Assurance?



Base : tous les répondants (n=828); pourcentages

Chapitre 2

Tendances de magasinage

CONSTATS

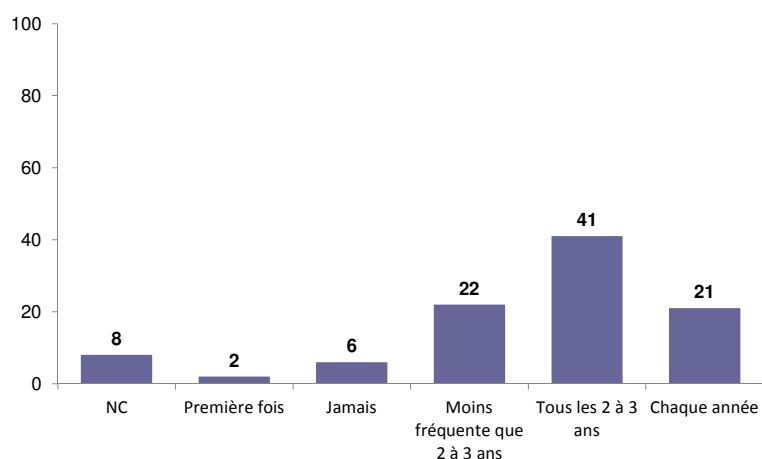
- Fréquence du magasinage d'assurances
- Probabilité de contracter des assurances en ligne
- Importance des caractéristiques des compagnies d'assurance dans les décisions d'achat

Fréquence du magasinage d'assurances

Environ deux tiers des entreprises magasinent des assurances tous les deux à trois ans au moins.

Seulement une entreprise sur cinq magasine des assurances chaque année, alors que la majorité le fait tous les deux à trois ans. Ce résultat est constant, peu importe la taille des entreprises, mais il varie selon les régions. En Colombie-Britannique, 41 % des entreprises magasinent des assurances chaque année, alors que moins de la moitié le fait dans les autres provinces.

À quelle fréquence est-ce que votre organisation magasine ses assurances ?



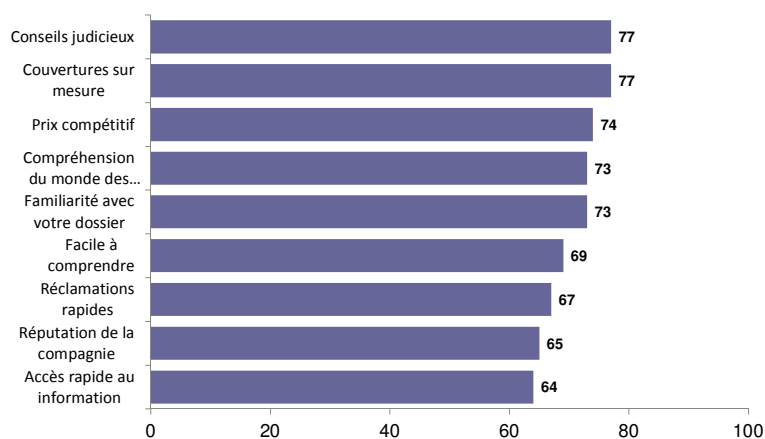
Base: Décideurs (n=440); pourcentages

Importance des caractéristiques des compagnies d'assurance

Les services personnalisés figurent parmi les caractéristiques les mieux classées.

En plus du prix, un service adapté aux besoins des clients domine le classement des différentes caractéristiques qui ont été évaluées : les conseils, une couverture personnalisée, la compréhension et les connaissances sont tous considérés comme très importants par environ deux tiers des clients d'assurances commerciales.

Quelle importance accordez-vous à chacun des aspects suivants quand vient le temps d'acheter vos assurances pour votre entreprise?



Base: décideurs (n=440); pourcentages

Les petites entreprises et celles du Québec leur attribuent également une plus haute importance.

Les petites entreprises et les entreprises québécoises sont généralement plus susceptibles que les autres d'accorder une grande importance aux caractéristiques des compagnies d'assurance.

Haute importance (6-7)	Taille		Région			
	< 100	100 et +	Québec	Ont.	Atl.	C.-B.
Conseils judicieux	81	60	85	74	74	76
Couverture sur mesure	78	67	86	74	73	67
Prix compétitif	77	58	83	72	65	69
Compréhension	74	65	74	76	73	59
Connaissance	75	59	78	76	64	63
Facile à comprendre	72	54	72	76	60	69
Réclamations rapides	68	59	83	63	54	59
Accès rapide	66	53	78	61	46	61
Réputation de la compagnie	65	60	76	60	57	65

Chapitre 3

Expérience des fournisseurs et des clients

CONSTATS

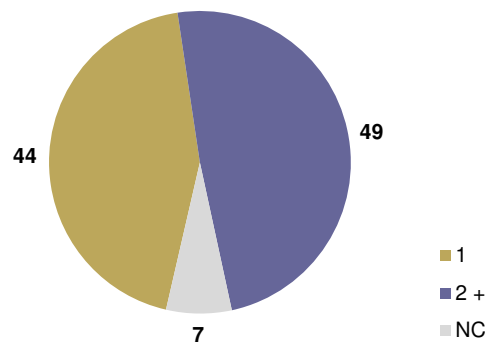
- Fournisseurs multiples
- Nombre d'années passées avec le fournisseur actuel
- Types de couverture
- Expérience des réclamations
- Satisfaction
- Rendement relatif aux caractéristiques du service
- Écarts entre les attentes et le rendement
- Taux de recommandation net
- Propension à changer de fournisseur

Fournisseurs multiples

La moitié du marché ne dispose que d'un seul fournisseur d'assurance commerciale.

Le marché se divise presque également entre ceux qui ont un seul fournisseur et ceux qui en ont plusieurs.

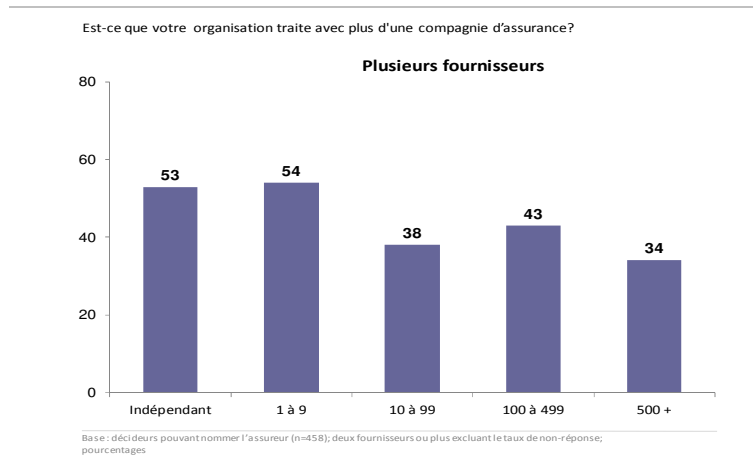
Est-ce que votre organisation traite avec plus d'une compagnie d'assurance?



Base: décideurs (n=417), pourcentages

Les microentreprises sont plus nombreuses à employer plusieurs fournisseurs.

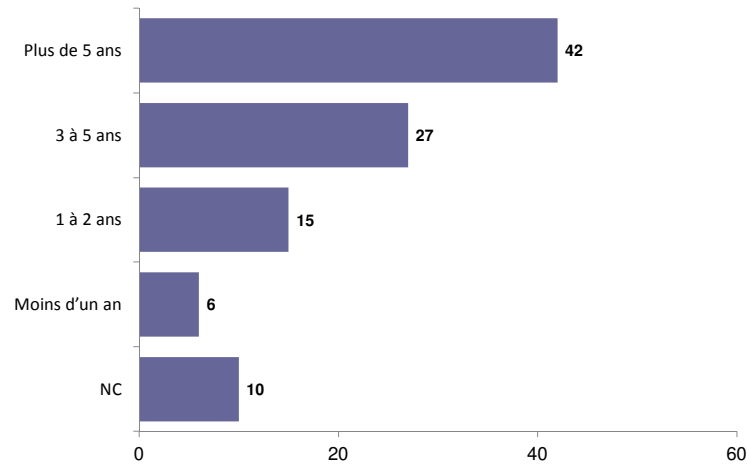
Les très petites entreprises et les entrepreneurs individuels sont les plus susceptibles d'avoir au moins deux fournisseurs. Cependant, les petites entreprises (10 à 99 employés) sont beaucoup moins susceptibles d'avoir plusieurs fournisseurs.



Nombre d'années passées avec le fournisseur actuel

La grande majorité du marché fait appel au même fournisseur depuis au moins trois ans.

Depuis combien d'années environ faites-vous affaire avec votre fournisseur d'assurance actuel?

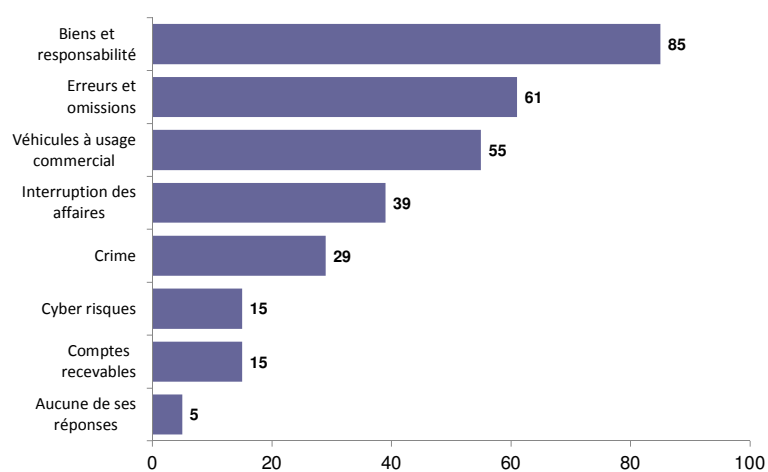


Base : décideurs pouvant nommer l'assureur (n=458);
pourcentages

La majorité des entreprises disposent d'au moins trois types de couvertures.

Si l'assurance des biens et de la responsabilité civile domine le marché, la majorité détient une assurance erreurs et omissions ainsi qu'une garantie dommages aux véhicules d'entreprise. Tous les types de couvertures sont généralement proportionnels à la taille de l'entreprise.

Au meilleur de votre connaissance, quelles polices d'assurance votre organisation possède-t-elle?



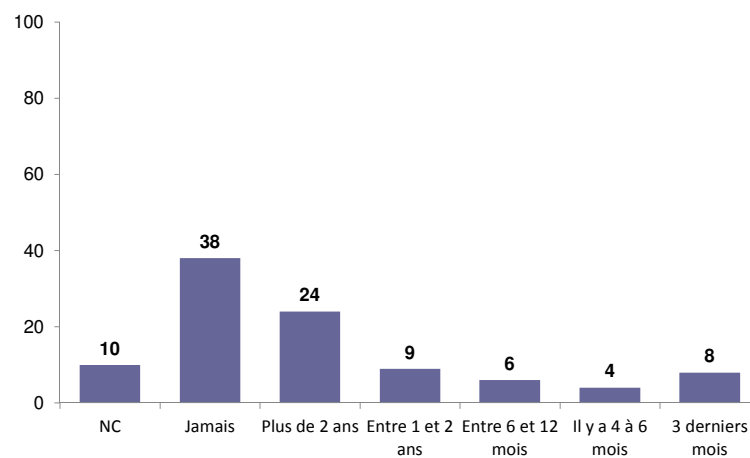
Base: décideurs (n=482); pourcentages

Expérience de réclamations

Un peu plus de la moitié des entreprises affirme avoir déposé une réclamation.

Un quart des clients ont déposé une réclamation au cours des deux dernières années (27 %).

Au meilleur de votre connaissance, à quand remonte votre dernière demande de réclamations auprès de votre assureur actuel?

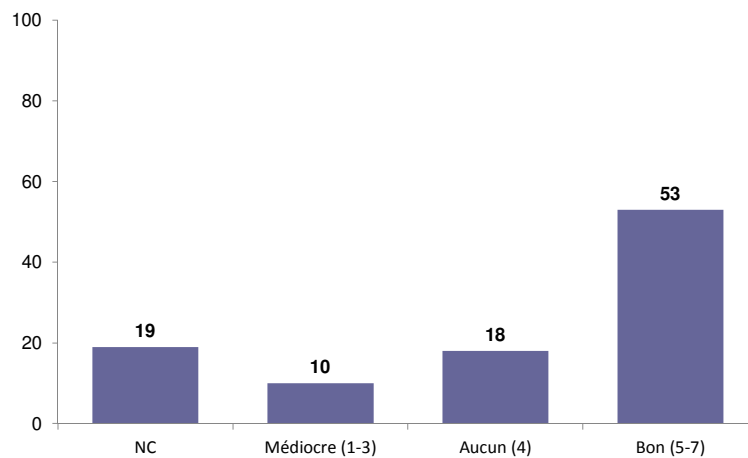


Base: décideurs pouvant nommer l'assureur (n=417); pourcentages

La majorité affirme avoir eu une expérience positive avec sa dernière réclamation.

Parmi les entreprises qui ont déposé une réclamation, seulement une sur dix affirme avoir eu une expérience négative. L'important taux de non-réponse révèle que de nombreuses entreprises n'ont pas effectué de réclamations depuis plus de deux ans. Le manque de confiance (8), le manque de rapidité (7), les procédures difficiles (4) et l'incapacité à fournir le service (3) sont les raisons citées par les entreprises pour justifier leur mauvaise expérience.

Comment qualifieriez-vous votre expérience générale en ce qui concerne votre réclamation d'assurance?



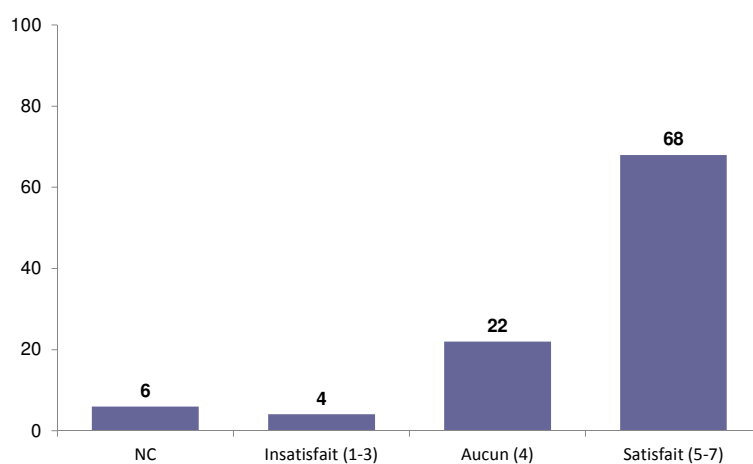
Base: décideurs ayant fait une réclamation (n=282);

Satisfaction

Très peu d'entreprises expriment une insatisfaction à l'égard de leur assurance commerciale.

Bien qu'à peine deux tiers du marché se dit satisfait, seule une très petite minorité exprime une insatisfaction à l'égard de son assurance commerciale.

De façon globale, quel est votre niveau de satisfaction générale en tant que client d'assurance?



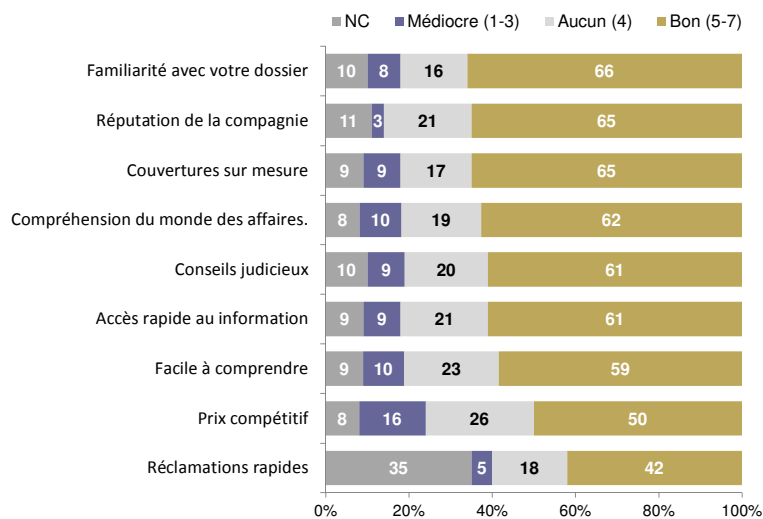
Base : décideurs pouvant nommer l'assureur (n=458); pourcentages

Rendement relatif aux caractéristiques du service

Les assureurs affichent un assez bon rendement pour la majorité des caractéristiques.

Leur rendement est raisonnablement bon pour toutes les caractéristiques, à l'exception du prix. Ces résultats varient peu en fonction de la taille de l'entreprise ou de la région. En outre, les notes sur les connaissances augmentent progressivement à mesure que la taille des entreprises diminue, et les entreprises québécoises perçoivent plus positivement la clarté du langage des assureurs que les autres entreprises.

Quel est votre niveau de satisfaction sur chacun des éléments suivants?



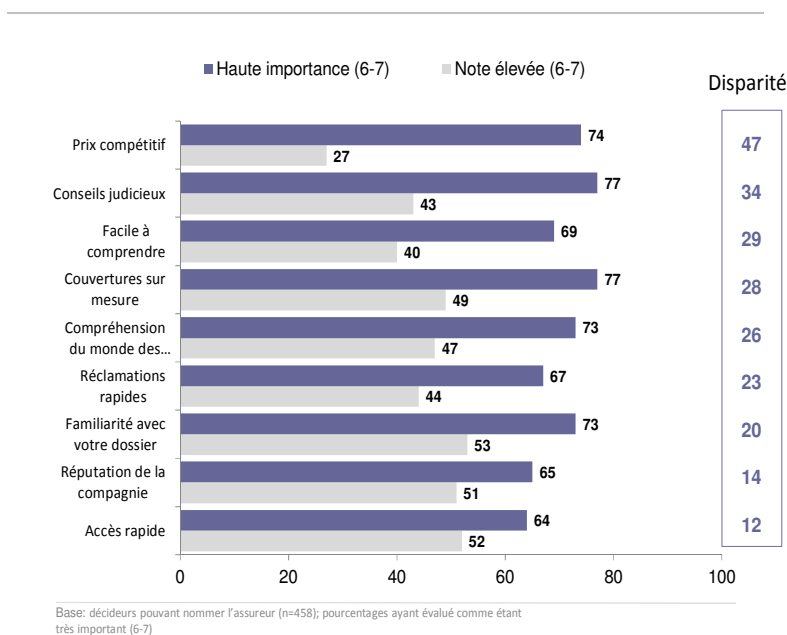
Base: décideurs pouvant nommer l'assureur (n=458); pourcentages

Écarts entre les attentes et le rendement

Certaines caractéristiques sont marquées par des écarts importants entre les attentes et le rendement.

En excluant les non-réponses, les deux caractéristiques au sommet du classement révèlent à elles seules d'importants écarts entre l'importance et l'évaluation pour ce qui est des caractéristiques du service.

Bien que le plus grand écart concerne les prix, la prestation de conseils avisés s'avère être un besoin primordial. Des écarts considérables se retrouvent également dans l'utilisation d'un langage clair, la personnalisation, la compréhension des entreprises, la rapidité du traitement des réclamations et l'accès à une personne-ressource qui connaît bien le compte en question.



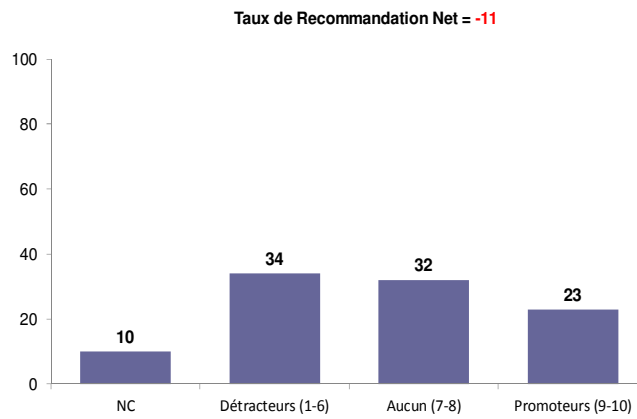
L'étendue et la portée de ces écarts peuvent aider à expliquer la réputation peu enviable de l'industrie des assurances. Plus important encore, ces écarts indiquent aux assureurs les points à améliorer pour accroître leur part de marché.

Taux de recommandation net

Sur le marché, le taux de recommandation net des compagnies d'assurances est négatif.

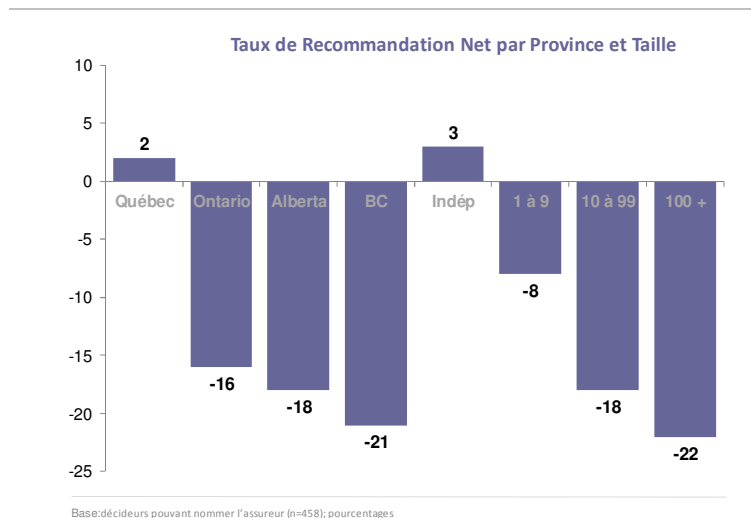
Compte tenu des écarts du service et des niveaux de satisfaction modérés, les clients sont plus susceptibles de dénigrer que de promouvoir les compagnies d'assurance.

En se basant de votre expérience, quelle est la probabilité que vous recommandiez votre assureur commercial à un ami, collègue ou autre gens d'affaires pour l'assurance biens et responsabilité civile?



Base: décideurs pouvant nommer l'assureur (n=458); pourcentages

Seuls les entrepreneurs individuels et les entreprises québécoises attribuent aux assureurs un taux de recommandation net positif (quoique très modeste).

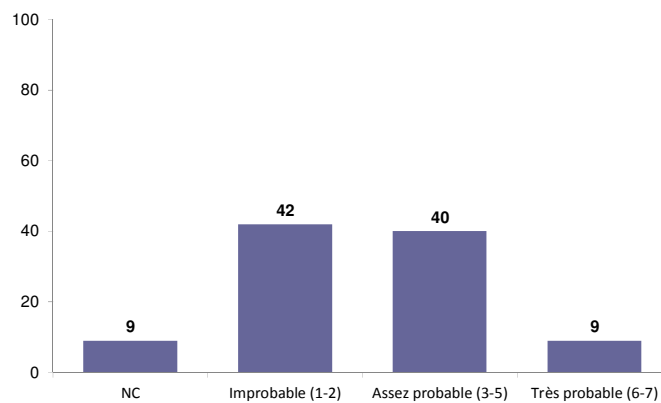


Propension à changer de fournisseur

Moins de la moitié des entreprises affirment qu'elles n'envisagent pas de changer d'assureur.

La propension à changer de fournisseur est un indicateur classique de la fidélité des clients et donne une idée de la probabilité de perdre des parts de marché. Bien que seulement une entreprise sur dix se dit très susceptible de changer de fournisseur, seule une minorité affirme ne pas y songer.

Quelle est la probabilité que votre organisation changera de compagnie d'assurance au cours des prochains 12 mois??



Base: décideurs pouvant nommer l'assureur (n=458); pourcentages

Les entreprises québécoises et les petites entreprises sont plus susceptibles de changer d'assureur.

Malgré leur perspective généralement plus positive, les petites entreprises et celles du Québec affirment être plus susceptibles de changer de fournisseur.

