



“100 % des carrossiers et des constructeurs vont investir dans l’IA” : L’IA EST-ELLE L’AVENIR DE LA GESTION DES SINISTRES AUTOMOBILES ?

Solera dévoile les facteurs qui poussent les assureurs, les réparateurs, les carrossiers, les experts et les constructeurs du monde entier à adopter l’Intelligence Artificielle (IA).

Sommaire

Introduction	3
Atteindre des objectifs digitaux	4
Surmonter les principaux obstacles à l'adoption de l'IA	5
Un avenir automatisé	6
Un engouement pour une IA qui soutient les préoccupations écologiques	7
Conclusion	8
À propos de Solera	9

Introduction

Les processus digitaux automatisés sont devenus la nouvelle référence en matière d'optimisation du parcours de gestion des sinistres pour les conducteurs. Pour répondre à la demande de confort des consommateurs, rendu possible grâce au digital et résoudre les défis opérationnels actuels, les fournisseurs investissent de plus en plus dans des solutions d'Intelligence Artificielle (IA) et à grande échelle. L'IA a maintenant dépassé son statut de simple tendance et est désormais devenue le moteur de l'innovation dans les processus de gestion des sinistres des assureurs. En effet, McKinsey & Company¹ prévoit que d'ici 2030, plus de la moitié des activités actuelles liées à la gestion de sinistres seront remplacées par une automatisation basée sur l'IA.

L'édition annuelle de l'indice d'innovation de Solera vous guide dans la transformation digitale de la gestion des sinistres automobiles au niveau mondial. Solera, en partenariat avec Coleman Parkes, a interrogé des consommateurs (1 500), des concessionnaires / réparateurs, OEM (225) et des assureurs (225) pour connaître le point de vue du marché sur la technologie de l'IA, son impact sur le parcours de gestion et de réparation des sinistres et la volonté d'améliorer son adoption aujourd'hui.

Alors que nous nous dirigeons vers des processus de gestion tournés vers le digital, il est certain que ceux qui mettent en œuvre des technologies de pointe comme l'IA gagneront la fidélisation de leurs clients et une efficacité commerciale. Finserv Experts² déclare : " Les entreprises peuvent se préparer et rester compétitives en commençant à évaluer l'impact de l'apprentissage automatique sur leur activité. "

Celles qui ne parviennent pas à suivre le chemin vers la digitalisation prendront du retard sur les attentes de leurs clients et sur le marché dans son ensemble. McKinsey & Company³ soulignent en outre que l'IA peut répondre aux demandes du secteur de l'assurance grâce à l'apprentissage automatique. "Avec la nouvelle vague des technologies de Deep Learning [...], l'IA a le potentiel de tenir sa promesse d'imiter la perception, le raisonnement, l'apprentissage et la résolution de problèmes de l'esprit humain. Dans ce contexte de transformation, les solutions assurantielles passeront de leurs capacités actuelles de "détecter et réparer" à "prévoir et prévenir", transformant ainsi tous les aspects du secteur", selon le rapport.

Dans le cadre de sa dernière étude mondiale, Solera a entrepris d'étudier ces évolutions en interrogeant plus de 500 décideurs issus de compagnies d'assurance automobile, d'ateliers de carrosserie, de réseaux de concessionnaires et OEM. L'étude vise à comprendre comment l'IA peut offrir le meilleur rendement dans le cadre du processus de réparations et de gestion des sinistres automobiles, tout en contribuant à rendre le parcours client moderne et optimal pour le consommateur.

(1) <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/insurance-2030-the-impact-of-ai-on-the-future-of-insurance>

(2) <https://www.businessnewsdaily.com/10203-artificial-intelligence-insurance-industry.html>

(3) <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/insurance-2030-the-impact-of-ai-on-the-future-of-insurance>

Atteindre des objectifs digitaux

Les deux dernières années ont vu l'accélération de la transformation digitale pour optimiser les processus de gestion des sinistres et résoudre les défis issus de la pandémie mondiale.

Avant la pandémie COVID-19, l'utilisation de technologies innovantes dans l'écosystème des sinistres et des réparations automobiles - en particulier celles qui éliminent les contacts avec des personnes physiques - était envisagée et testée par certains groupes innovants, mais n'était pas déployée à grande échelle.

Cependant, au cours des deux dernières années, la mise en œuvre rapide de technologies telles que l'IA, a permis d'atteindre les objectifs du secteur de manière spectaculaire. En effet, les ateliers de carrosserie et les constructeurs ont constaté un meilleur rendement de la transformation digitale au cours des 12 derniers mois grâce à l'amélioration de la rentabilité (52 %), de la productivité du personnel (50 %) et de l'efficacité des employés (49 %).

Les résultats de la dernière étude de Solera prouvent que les assureurs automobiles mondiaux reconnaissent également l'impact des technologies de nouvelle génération au sein de leur organisation et encouragent la digitalisation dans des domaines majeurs afin d'accélérer la prise de décision (55 %), d'accroître l'efficacité des employés (49 %) et d'améliorer la résilience de l'entreprise aux défis économiques globaux (58 %).

Ces résultats soulignent l'impact de la pandémie sur le secteur et la façon dont l'accent a été mis sur l'amélioration du parcours du client et la résilience de l'entreprise. Ils montrent également la pression croissante que subissent les prestataires de services de la part des consommateurs qui préfèrent désormais s'adresser à un fournisseur qui privilégie des solutions digitales.



Surmonter les principaux obstacles à l'adoption de l'IA

L'intégration à grande échelle de n'importe quelle technologie innovante se heurte à des obstacles inévitables dans les entreprises, quelle que soit leur taille. L'IA a le potentiel de favoriser la vitesse, la précision et la productivité à grande échelle. Cependant, son intégration à des procédures et des systèmes existants présente de multiples facettes pour les sociétés de gestion et de réparation de sinistres automobiles, en particulier pour celles qui ont une présence mondiale.

Le coût de déploiement de l'IA reste le principal obstacle au cours de l'année passée pour les assureurs automobiles (73 %) et les carrossiers/constructeurs (75 %). Les défis liés aux coûts et à l'inflation ont connu une augmentation de 21 % par rapport à 2021 chez les assureurs automobiles et de 34 % chez les carrossiers et les constructeurs.

Un examen plus approfondi des données a révélé que les grands groupes d'assureurs étaient souvent confrontés à davantage de "paperasserie" en raison de systèmes et de processus bien ancrés. Ainsi beaucoup d'entre eux considèrent le délai de mise sur le marché (53 %) et l'amélioration des compétences de la main-d'œuvre existante (65 %) comme leurs deux plus grands défis, après les coûts.

Il en est de même pour les compagnies d'assurance internationales, de nombreux ateliers de carrosserie et les concessionnaires OEM qui se heurtent à des obstacles inévitables lorsqu'ils intègrent l'IA dans leur activité. Alors que les préoccupations en matière de coûts augmentent, les carrossiers et les constructeurs sont maintenant confrontés à de nouveaux défis internes lors de la mise en œuvre de l'IA par rapport à l'année dernière. Les défis d'évolutivité (64 %) et l'adoption par les parties prenantes internes (51 %) (les cadres moyens et le back-office ne sont pas convaincus) qui pointent du doigt les contraintes qu'imposent les systèmes informatiques existants, l'absence de justification commerciale et le retour sur investissement indéterminé sont cités en tant que principaux obstacles à l'adoption de l'IA par les ateliers de carrosserie et les constructeurs.

Il est évident que les carrossiers et les réparateurs reconnaissent la valeur commerciale de l'IA et ont pris des mesures pour mettre à jour leurs systèmes existants. La prochaine étape est de passer au déploiement et d'obtenir une plus grande adhésion des parties concernées. Les résultats ci-dessus soulignent la nécessité pour les entreprises d'investir dans les nouvelles technologies et la digitalisation qui permet de soutenir l'intégration de solutions de pointe à chaque étape du parcours client.



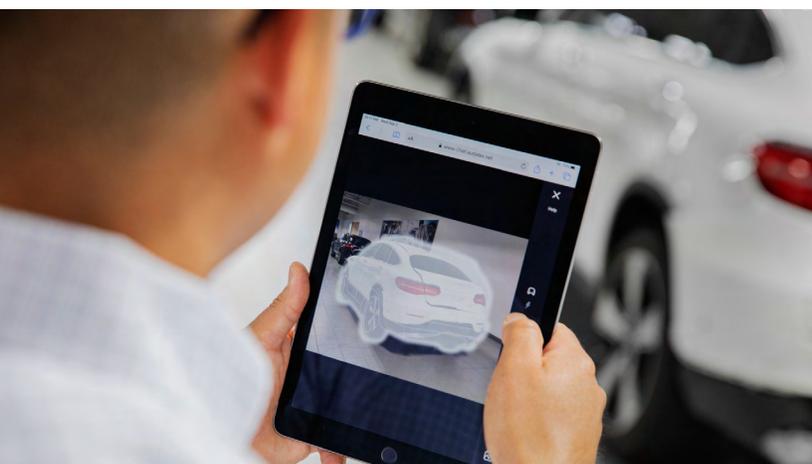
Un avenir automatisé

Malgré les défis liés à la mise en œuvre de l'IA, les assureurs automobiles mondiaux constatent la véritable valeur de l'accélération de son adoption. Parmi les personnes interrogées, 79 % ont déjà investi dans des logiciels InsurTech d'IA au cours de l'année écoulée et parmi celles qui ne l'ont pas encore fait, 100 % prévoient d'investir dans ces technologies au cours de l'année à venir.

Notre recherche a montré que 64 % des assureurs sont très confiants (8 sur une échelle possible de 10, 10 étant " extrêmement confiant ") que leurs objectifs en matière d'IA seront atteints au cours de l'année prochaine. Les répondants nord-américains sont les plus confiants, suivis par les répondants d'Asie-Pacifique et d'Europe.

Conformément à la tendance, 100 % des carrossiers et des constructeurs interrogés ont investi ou sont prêts à investir dans des logiciels InsurTech d'IA dans les 6 à 12 prochains mois. Cependant, la confiance pour atteindre les objectifs de l'IA dans l'année à venir est plus faible chez les carrossiers et les constructeurs que chez leurs homologues assureurs. Moins de la moitié (43 %) des répondants sont très confiants et plus d'un tiers (37 %) sont confiants dans leur capacité à réaliser des projets d'IA au cours de l'année à venir.

La comparaison de ces résultats avec les obstacles liés au coût de l'adoption de l'IA constitue une dynamique intéressante pour les assureurs et les constructeurs qui doivent maintenant travailler dur pour justifier les investissements dans les dernières technologies conçues pour aider à réduire les coûts dans d'autres secteurs de l'entreprise.



Un engouement pour une IA qui soutient les préoccupations écologiques

Bien que divers obstacles subsistent, la valeur de l'IA l'emporte sur les défis. En effet, les ateliers de carrosserie et les constructeurs considèrent l'automatisation comme l'opportunité principale pour accélérer l'efficacité mais également pour générer des gains en termes d'écologie et de sécurité.

Les plus grands moteurs de l'adoption de l'IA pour les ateliers de carrosserie et les concessionnaires OEM dans l'année à venir sont :

- L'automatisation des interactions avec les clients (52 %).
- L'amélioration des actions environnementales (50 %).
- La sécurité des employés (49 %)
- Le service et la maintenance prévisionnels (48 %).
- La déclaration de sinistre (FNOL) en toute autonomie grâce à la prise de photos (41 %).

Les objectifs des compagnies d'assurance correspondent aussi parfaitement aux attentes des consommateurs en matière de services plus écologiques. Ils sont alignés avec la demande des consommateurs d'adopter des technologies qui favorisent les actions écologiques ainsi qu'avec le besoin d'un plus grand confort grâce aux solutions digitales. Les facteurs qui favorisent le déploiement de l'IA les mieux classés pour l'année prochaine sont : l'offre de services plus écologiques (48 %), la prévention des fraudes (48 %), l'expérience client (46 %), des solutions gré-à-gré (43 %) et des processus de gestion virtuels/hybrides (41 %).

Les réparateurs et les assureurs doivent maintenant relever le défi de la préoccupation écologique et trouver les opportunités pour intégrer les nouvelles technologies, telles que l'IA, de manière à non seulement améliorer les flux de travail, mais aussi à construire un écosystème plus respectueux de l'environnement dans son ensemble.



Conclusion

L'optimisme général des dirigeants du secteur de la gestion de sinistres automobiles visant à atteindre les objectifs concernant l'IA est un immense élan de confiance, mais il faut en faire davantage pour répondre aux préoccupations plus globales des parties prenantes et mieux faire comprendre les avantages de l'IA pour les consommateurs comme pour les employés.

Il existe des obstacles inévitables dans cette transformation digitale vers une automatisation totale et avec un contexte de plus en plus "digital first". C'est pourquoi les entreprises doivent s'appuyer sur des partenariats technologiques stratégiques afin de rationaliser cette transition et maximiser le retour sur investissement de l'IA. Ce n'est qu'alors qu'elles pourront atteindre le plein potentiel de la technologie de l'IA intégrée dans les flux de travail de gestion des sinistres et des réparations automobiles. La clé sera d'optimiser les méthodes d'intégration de l'IA aux bons endroits afin de répondre à la demande d'un parcours client sans faille.

Quels que soient les choix entrepris par les sociétés pour aborder cette transformation digitale, le développement d'un écosystème de gestion de sinistre entièrement automatisé nécessitera une collaboration entre les assureurs automobiles, les experts, les sociétés de réparation et le bon partenaire technologique pour naviguer dans un marché en constante évolution. Ce n'est qu'à cette condition que notre secteur pourra tirer le meilleur parti de la digitalisation afin de répondre à la demande client de réparations plus rapides et plus précises. Les consommateurs n'en seront alors que plus satisfaits.



Pour en savoir plus sur le futur des technologies en termes de gestion de sinistre de Solera avec Qapter®, rendez-vous sur www.qapter.com/fr

À propos de Solera

Solera est le principal fournisseur mondial de logiciels, de données et de services intégrés pour la gestion du cycle de vie des véhicules et des parcs automobiles.

Grâce à ses quatre piliers – Vehicle Claims (Gestion des sinistres), Vehicle Repair (Réparation des véhicules), Vehicle Solutions (Solutions pour les véhicules), et Fleet Solutions (Solutions pour les flottes) – Solera rassemble de nombreuses marques reconnues dans l'écosystème du cycle de vie des véhicules, notamment Identifix, Audatex, DealerSocket, Omnitracs, LoJack, Spireon, eDriving/ Mentor, Explore, CAP HPI, Autodata et d'autres.

A l'ère du digital, Solera se concentre sur le succès de ses clients en leur fournissant une solution unique pour optimiser leur activité en leur offrant des analyses basées sur des données et en améliorant l'engagement des clients, ce qui permet, d'après Solera, d'aider ses clients à stimuler les ventes, de fidéliser les clients et d'améliorer les marges.

Solera compte ainsi plus de 300,000 clients et partenaires dans plus de 100 pays.

Pour plus d'informations, consultez www.solera.com



Pour plus d'informations, rendez-vous sur qapter.com/fr

© Solera Holdings, LLC