



● ASSURMIEUX DE COURTANET, UN NOUVEAU COMPARATEUR

Courtanet, l'éditeur de logiciels "B to B" à destination des courtiers d'assurances lance un site à destination du grand public, qui prend le nom de "Assurmieux". Issu du même principe que Benefit Web, il permettra la mise en relation des internautes avec les courtiers référencés sur le site, en auto, santé et MRH, tandis que d'autres services sont à l'étude. Cinquante courtiers sont déjà partenaires. *La Revue du Courtage* a rencontré Jehan de Castet le PDG de Courtanet.



**Jehan de Castet,
PDG de Courtanet**

Pourquoi avez-vous fait le choix d'être présent sur la toile ?

Aujourd'hui, plus de 30 millions de français utilisent Internet. Chaque mois, plus de 6 millions recherchent sur le Web à s'informer et à acheter une assurance. En effet, au cours de ces dernières années, Internet qui n'était qu'un canal d'information est aussi devenu un canal de distribution.

Quel est l'impact de ce nouveau canal ?

Ce changement dans le comportement des consommateurs a entraîné une modification profonde des canaux de distribution des assureurs. Toutes les sociétés d'assurances lancent une à une, des filiales spécialement dédiées à Internet : Direct Assurance, Amaguiz, Idmacif, Euro-Assurance, Netassur, Inéas, Assuravenue. Cependant Internet ne se substitue pas aux réseaux traditionnels, il leur est complémentaire : selon Google, 80 % des internautes souhaitent bénéficier de conseils de professionnels de proximité.

Comment ont réagi les courtiers dans ce nouveau contexte ?

Parmi les canaux de distribution traditionnels, le courtage a été une nouvelle fois à la pointe de l'innovation et ce grâce à quelques courtiers pionniers qui ont initié le monde de l'assurance à Internet. Paradoxalement, aujourd'hui, le courtage est totalement absent des sites les plus fréquentés. Au cours de sa recherche, l'internaute ne trouve que les sites des mutuelles, des grands assureurs et des banques. Le courtage est invisible sur le Web en tant que canal de distribution, alors que plus d'une affaire nouvelle sur deux se fait sur le Net, selon l'étude Alténor, Capa Conseil et Market Audit.

Pourquoi les courtiers sont restés si longtemps frileux devant le canal Internet ?

Cette situation est d'autant plus surprenante que le courtage est le canal de distribution traditionnel le mieux positionné pour profiter de l'essor d'Internet. L'internaute à la recherche d'information exige de la transparence dans le choix de son assureur : pour la recherche de son assureur plus de 55 % des internautes, selon Google, font de la comparaison. De tous les autres canaux traditionnels seul le courtage permet au prospect de prolonger son expérience de comparaison jusqu'à sa proposition finale.

Quelles sont les branches les plus présentes sur la Toile ?

Après l'auto et les 2 roues, l'assurance sur Internet connaît désormais un véritable succès avec l'assurance santé, vie, MRH, emprunteur et PME/Professionnel. Laisser sa place sur Internet aux canaux de distribution concurrents est une menace sérieuse pour le courtage.

Quels sont selon vous les freins qui ralentissent l'investissement des courtiers sur le Net ?

Les principaux freins de la présence des cabinets de courtage sur Internet sont : les coûts d'équipement informatiques, les coûts administratifs (multiples saisies), les coûts d'acquisition et le changement des habitudes.

Selon vous, qu'apportera ce nouveau site ?

Avec le lancement d'Assurmieux.com et le succès de Bénéfit, Courtanet est en mesure de faire d'Internet une opportunité pour chaque courtier et d'apporter une réponse personnalisée à chacun des freins identifiés. C'est-à-dire, l'élimination des saisies, le retour sur investissement dans l'année sans aucun changement dans les habitudes des collaborateurs des cabinets. Ces solutions fonctionnent déjà avec les extranets des assureurs et les progiciels de gestion existants (ITN, NetConsult, IGA, Bel Air, Ad Hoc, GT Informatique, CDA).

De plus, grâce à Assurmieux.com, le cabinet peut choisir les prospects sur des critères géographiques (taux de transformation et de rétention plus élevés), de produits (Santé, Auto, Professionnel). Les fiches contacts/prospects sont proposées en exclusivité. Courtanet propose une véritable politique d'optimisation de coût d'acquisition du cabinet avec Bénéfit Web, le référencement croisé du site du cabinet et celui d'Assurmieux.com et l'animation du site avec un blog à sa disposition.

Quels sont vos premiers retours et vos objectifs ?

Les premiers retours sont très positifs, les premiers courtiers partenaires ont en moyenne 10 prospects par semaine. Toujours à l'écoute de ses partenaires courtiers, Courtanet met en place un groupe de travail constitué de courtiers pour piloter les évolutions à venir d'Assurmieux.com. Les opportunités offertes par Internet sont immenses. Chaque cabinet de courtage peut maintenant s'équiper et partir à la conquête d'Internet !

Propos recueillis par Patrick Schindler