

Éducation financière et assurance mobile



Miguel Solana

24 février 2017

L'éducation à l'assurance, un processus double



Sensibiliser aux risques et susciter des attentes raisonnables quant à la façon dont l'assurance peut contribuer à couvrir ces risques

Développer les connaissances, les compétences et la confiance dont les individus ont besoin pour adopter un comportement proactif et responsable concernant leur exposition au risque

Les objectifs d'une campagne d'éducation

Demande et marketing

Accroître la
sensibilisation à
l'assurance

Accroître la protection
des consommateurs

Accroître la demande
d'assurance et les
ventes

Aptitude financière

Renforcer les
connaissances sur
l'objectif et l'utilisation de
l'assurance

Améliorer la capacité
des clients à utiliser
l'assurance efficacement

Accroître le niveau
d'éducation financière

Qu'est-ce qui peut être fait par le biais d'un téléphone mobile ou pour l'assurance mobile ?

Plusieurs programmes envoient des SMS à leurs utilisateurs pour fournir des informations sur la couverture, et envoyer des rappels de paiement et de renouvellement

- Message de bienvenue aux clients accompagné d'informations complémentaires sur la couverture à laquelle ils ont accès – Mécanisme pour sensibiliser au produit et fournir des informations utiles
- Les rappels de renouvellement sont une occasion précieuse de fournir des informations sur l'importance de la prime pour le maintien de la couverture et de renforcer les connaissances sur le fonctionnement du produit.



Arifu au Kenya – Apprentissage mobile sur les services financiers dans la chaîne de valeur

- Système d'apprentissage adaptatif qui mesure les besoins et capacités individuels des utilisateurs
- Plate-forme qui traduit les contenus en messages texte selon une approche comportementale
- Échanges de messages texte avec les utilisateurs pour le transfert de compétences
- Résultats d'une expérimentation de 2 mois en collaboration avec le BIT :

Taux d'achèvement de la formation et des tests **56%** plus élevé chez les apprenants numériques.

Performance des apprenants numériques de **26%** supérieure à celle des apprenants en présentiel.

5% d'augmentation de la mémorisation des connaissances avec les rappels quotidiens, contre 7% de diminution sans.

11% de taux d'achat pour les certificats numériques au prix de 400 ksh par ½ journée de cours.



ILRI au Kenya et en Ethiopie – Apprentissage mobile pour les agents de vente d'une assurance bétail indicielle

- *Gamification* : l'intégration d'éléments de jeux informatiques dans les supports d'apprentissage maintient l'intérêt des apprenants.
- Combinaison d'apprentissage par mobile et d'incitations financières pour les agents
- Micro-leçons de 3-10 minutes



Mayfair et Focus en Zambie – Intégrer l'éducation dans la chaîne de valeur

- Renforcer les capacités des agriculteurs “leaders” (agents des agrégateurs) afin qu'ils améliorent la compréhension de l'assurance indicielle parmi leurs pairs
- Intégrer l'éducation dans le processus de distribution existant pour la rendre plus économique et efficiente
- Supports pédagogiques visuels, check-lists, messages préenregistrés



Conclusion sur l'intégration de l'éducation financière dans l'assurance mobile



Réfléchissez aux objectifs spécifiques que vous souhaitez atteindre et choisissez votre intervention.

Évaluez ! Les évaluations vous montreront comment redéfinir votre stratégie.



L'éducation n'est pas une activité ponctuelle, mais un effort à long terme pour faciliter la communication de messages éducatifs par une diversité de canaux.



International
Labour
Office

Merci !



IMPACT INSURANCE

www.ilo.org/impactinsurance

Contactez-nous : solana@ilo.org

Avec le généreux soutien de :

BILL & MELINDA
GATES foundation



Government of
the Netherlands

