

LEVIERS ET FREINS À LA RÉSILIATION INFRA-ANNUELLE EN COMPLÉMENTAIRE SANTÉ PAR LES RETRAITÉS

Étude qualitative auprès de retraités de 62 à 75 ans

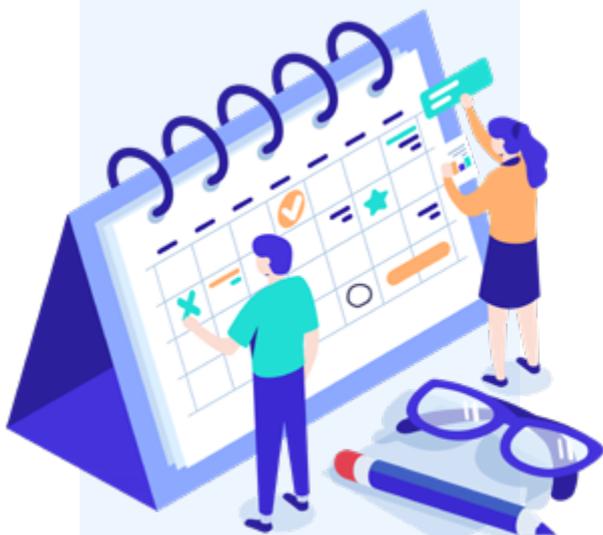


CETTE ÉTUDE PROFIDEO VOUS DONNE ACCÈS :

- À une analyse de la connaissance des retraités sur les nouvelles dispositions réglementaires
- À une compréhension de l'attachement des retraités à leur opérateur actuel.
- À la perception des différents leviers pouvant inciter à changer d'opérateur en complémentaire santé.
- À la perception des différents leviers pouvant dissuader de changer d'opérateur en complémentaire santé.
- Aux équipes d'experts Profideo pour répondre à vos questions, animer une présentation.

LES OBJECTIFS DU PROJET :

- Appréhender la connaissance des retraités sur les modalités de résiliation de leur contrat de complémentaire santé et leur connaissance des nouvelles dispositions réglementaires.
- Cerner les raisons qui font que des retraités déclarés non attachés à leur opérateur soient toujours chez le même opérateur et leur ouverture aux sollicitations de la concurrence.
- Tester l'efficacité des différents arguments utilisés par les opérateurs (parmi ceux ci-après) pour conquérir ou fidéliser les différents profils de retraités en complémentaire santé :
 - Les arguments liés à l'opérateur (son identité, son statut, sa taille, son ancienneté...)
 - Les arguments liés au contrat (label, dédié aux seniors, « sur mesure », prise en compte des médecines douces...)
 - Les arguments liés aux services (assistance, prévention, réseaux...)
 - Les arguments liés à la praticité de gestion et suivi/les canaux de communication (proximité, outils digitaux...)
 - Les arguments liés au coût (prix d'appel, remise, revalorisation des garanties en cas de fidélité, mise en avant du tiers payant...).
- Comprendre la meilleure combinaison (et hiérarchie) d'arguments pour la conquête et la meilleure combinaison (et hiérarchie) pour la rétention de clients.



MODE DE COLLECTE DES INFORMATIONS



24 ENTRETIENS

Entretiens individuels par téléphone
(tous enregistrés et retranscrits)



GUIDE D'ENTRETIEN

Envoyé aux responsables de marché
concernés de façon à intégrer les points
qui les préoccupent directement

PÉRIODE DE RÉALISATION DU TERRAIN



29 mars au 09 avril 2021

DURÉE PRÉVISIONNELLE



Entretien de 1 heure

RÉCOMPENSE



Dédommagement financier

PROFIL DES PARTICIPANTS

62 ANS

75 ANS



Femmes
retraitées (50 %)



Hommes
retraités (50 %)

CIBLE 1
GROS CONSOMMATEURS
DE SOINS

CIBLE 2
FAIBLES CONSOMMATEURS
DE SOINS MAIS SACRIFIANT
TOUT À LA COUVERTURE SANTÉ

CIBLE 3
FAIBLES CONSOMMATEURS
DE SOINS NE SACRIFIANT PAS
TOUT À LA COUVERTURE SANTÉ

- Tous décideurs dans le choix de l'opérateur de la complémentaire santé
- Tous ouverts au changement d'opérateur pour leur complémentaire santé
- Aucun hyper fidèle qui ne changerait pour rien au monde
- Aucun prêt à changer car déçu de son opérateur
- France entière

- Le recrutement des détenteurs d'assurance vie a été externalisé auprès d'une société spécialisée. Les participants n'ont pas participé à plus d'une étude (sondage, réunion consommateurs...) au cours des 12 derniers mois.
- Les 24 entretiens ont été réalisés en partie par deux qualitatistes PROFIDEO (10 entretiens) et en partie par un qualitatif externe (14 entretiens).
- L'analyse des résultats et la rédaction du rapport ont été réalisées par le qualitatif PROFIDEO ayant réalisé 6 entretiens. Le rapport a fait l'objet d'une relecture en interne.

LIVRABLE

Étude présentée sous format PowerPoint et livrée sous PDF intégrant des verbatim issus des entretiens auprès des retraités.

SYNTHÈSE DÉCISIONNELLE	5
OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE	18
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	22
PRÉAMBULE SUR LE CONTEXTE SANITAIRE ET ÉCONOMIQUE.....	23
1. CONNAISSANCE DES MODALITÉS DE RÉSILIATION ET DES NOUVELLES DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES	24
1. Point sur les possibilités de résiliation	25
1.1. Eventuelle expérience de résiliations passées de contrats d'assurance	25
1.2. Perception spontanée des modalités de résiliation des assurances Auto et MRH	26
1.3. Connaissance des nouvelles dispositions réglementaires pour la résiliation de la complémentaire santé.....	27
2. Positionnement a priori vis-à-vis de la résiliation infra-annuelle	29
2.1. Réactions spontanées aux nouvelles dispositions réglementaires	29
2.2. Intérêt suscité, importance perçue de ses nouvelles dispositions	30
2.3. Jugement sur leur caractère incitatif.....	31
2.4. Perception de la facilité ou de la difficulté de résilier un contrat santé	32
2.5. Nécessité de communication ressentie et légitimité du communiquant	33
2. MOTIFS DE CONSERVATION DE L'ASSUREUR ACTUEL ET PRÉDISPOSITIONS À LA FUITE OU À LA FIDÉLITÉ	35
1. Motifs de conservation de l'opérateur actuel	36
1.1. Choix de l'opérateur actuel	36
1.2. Choix du niveau de couverture.....	40
1.3. Recommandation de l'opérateur actuel	41
1.4. Une satisfaction pas vraiment totale	42
1.5. Attachement à l'opérateur actuel	43
1.6. Freins au changement.....	44
1.7. Réactions face à l'augmentation annuelle	47
1.8. Raisons ayant entravé un changement malgré des sollicitations de la concurrence.....	48
2. Prédiposition au changement	49
2.1. Raisons des fuites effectuées	49
2.2. Ouverture aux sollicitations de la concurrence.....	50
2.3. Critères qui déterminent cette ouverture	53
2.4. Raisons de changement évoquées	54
2.5. Faible efficacité d'une offre de package.....	56
2.6. Possible fuite sur sollicitation ou fuite proactive ?	57
3. Prédiposition à la fidélité.....	58
3.1. Expérience ou opinion sur la rétention des clients	58
3.2. Les arguments qui pourraient retenir et éviter la fuite.....	59

3. SENSIBILITÉS AUX DIFFÉRENTS TYPES D'ARGUMENTS POUVANT ÊTRE EMPLOYÉS POUR LA CONQUÊTE OU LA RÉTENTION DE CLIENTS 61

1. Arguments liés à l'opérateur	62
1.1. Arguments rassurants spontanément demandés	62
1.2. Notoriété et réputation.....	63
1.3. Expérience/ancienneté de l'opérateur	64
1.4. Taille de l'opérateur	65
1.5. Spécialisation de l'opérateur.....	66
1.6. Valeurs exprimées	67
1.7. Statut mutualiste	68
1.8. Hiérarchie des arguments liés à l'opérateur	69
2. Arguments liés au contrat	70
2.1. Arguments spontanément cités comme les premières raisons de choix d'un... autre opérateur	70
2.2. Labellisation du contrat	71
2.3. Contrat dédié aux seniors	72
2.4. Contrat « sur mesure ».....	73
2.5. Existence de prestations spécifiques.....	75
2.6. Prise en compte de dépassements d'honoraires	76
2.7. Niveau de couverture en optique/dentaire/audio	77
2.8. Possibilités de renforts en hospitalisation.....	78
2.9. Hiérarchie des arguments liés au contrat	79
3. Arguments liés aux services	80
3.1. Arguments très peu cités comme raisons de changement.....	80
3.2. Services d'assistance.....	81
3.3. Accès à des bilans personnalisés	82
3.4. Accès à des réseaux à tarifs négociés	83
3.5. Accompagnement administratif.....	84
3.6. Outils de diagnostic.....	85
3.7. Hiérarchie des arguments liés aux services	86
4. Arguments liés à la praticité/aux canaux de communication	87
4.1. Arguments souvent cités spontanément	87
4.2. Absence de questionnaire médical.....	88
4.3. Proximité/disponibilité	89
4.4. Facilité de souscription.....	90
4.5. Immédiateté de la couverture	91
4.6. Mise à disposition d'outils numériques	92
4.7. Hiérarchie des arguments liés à la praticité	93
5. Arguments liés à la maîtrise budgétaire	94
5.1. Arguments toujours cités parmi les premiers.....	94
5.2. Prix d'appel	95
5.3. Rabais/remises.....	96
5.4. Revalorisation des garanties par fidélité	97
5.5. Tiers payant.....	98
5.6. Rapidité des remboursements.....	99
5.7. Service d'analyse des devis	100
5.8. Aides financières	101
5.9. Avantages annexes	102
5.10. Hiérarchie des arguments liés à la maîtrise budgétaire.....	103

ANNEXES105

Profils des assurés interrogés	106
Guide d'animation et matériel injecté.....	109

CALENDRIER



Lancement : Mars 2021
Livraison du rapport : Mai 2021

TARIFS ET SERVICES



Prix* : 9 000 € HT
TVA : 5,5 %

Livraison d'un exemplaire papier. Support électronique (format PDF) disponible sur demande.

Exemplaire supplémentaire « support papier » : 100 € HT/P.U

** Tarif applicable par Société/Enseigne. Pour toute diffusion groupe et/ou filiales : nous consulter*

CONTACTS



Caroline GUILLOU
Chargée de Développement
01 58 61 63 29
cguillou@profideo.com



Didier NAUDIN
Directeur commercial
01 58 61 28 56
dnaudin@profideo.com



Emmanuel GORNY
Chargé de projets
egorny@profideo.com



Bertrand MINOT
Chargé de projets
bminot@profideo.com



Conformément au Code CCI Esomar, ce document est protégé par le copyright PROFIDEO, de même que tous les documents réalisés dans le cadre de l'étude le cas échéant (questionnaire, documents méthodologiques, bases de données, fichiers de traitements, etc.). Les études quantitatives et qualitatives se réfèrent également à la norme ISO 20252

