



Les 5 impératifs de 2021

Priorités, défis et réussites des assureurs

Les 5 impératifs de 2021

Priorités, défis et réussites des assureurs

La COVID-19, l'environnement en pleine mutation et la conjoncture sociale ont laissé une empreinte indélébile sur l'année 2020 dans le monde entier, accélérant l'évolution du secteur IARD. S'il est difficile de savoir à quoi ressemblera l'année 2021, plusieurs objectifs primordiaux et stratégies se détachent pour les assureurs qui relèvent le défi.

Lors de l'événement Connections Reimagined, organisé en novembre 2020, Guidewire, la plateforme à laquelle les assureurs IARD font confiance pour communiquer, innover et se développer efficacement, a tenté d'identifier les principaux impératifs stratégiques des assureurs IARD à l'horizon 2021. Les professionnels de l'assurance du monde entier se sont vu proposer 10 impératifs et en ont identifié 5 comme étant leurs principales priorités pour 2021.

1. Permettre la transformation digitale

La COVID-19 a mis à l'essai la digitalisation du monde de l'assurance, les collaborateurs se voyant dans l'obligation de faire du télétravail et les clients n'ayant pas d'autre choix que de trouver des alternatives aux transactions en présentiel. Les assureurs qui entreprennent une transformation digitale seront mieux préparés pour l'année 2021, quoi qu'elle nous réserve.

2. Assurer l'excellence du service

"L'expérience client" reste une priorité pour le secteur depuis des années, et la transition vers une expérience digitale (accélérée par la pandémie) en fait un facteur plus important que jamais.

3. Concrétiser une croissance rentable

Une croissance stable et durable est cruciale pour toute entreprise, mais elle l'est encore plus pour les assureurs IARD de nos jours, alors que de nombreux secteurs ont été paralysés par la pandémie et que la concurrence parmi les entreprises restantes est féroce.

4. Accélérer le lancement des produits

La conjoncture économique et sociale semble évoluer jour après jour. Les assureurs performants doivent avoir la capacité d'exploiter les nouvelles technologies afin de déployer rapidement de nouveaux produits et

services qui puissent répondre aux besoins changeants de leurs assurés et de leurs prospects.

5. Piloter l'amélioration des processus

L'efficacité opérationnelle est au cœur de la réussite des compagnies d'assurance performantes. Le paysage concurrentiel actuel fait donc de l'identification des obstacles et de l'élimination des points de friction au sein des processus une priorité.

« Ces réponses montrent que les assureurs comprennent l'importance de la transformation digitale pour mieux servir leurs clients en cette période complexe » affirme Christina Colby, Directrice de l'Expérience Client chez Guidewire. « À l'image des maillons d'une chaîne, il existe un lien de causalité entre la digitalisation et les autres impératifs cités, que ce soit l'excellence du service ou l'exploitation des données pour améliorer la précision de la souscription. Tout commence avec la transformation digitale ».

Cet ebook se plonge en détail dans chaque

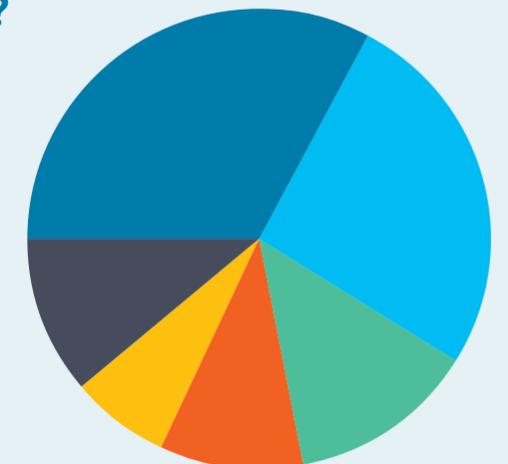
impératif, expose les principaux défis identifiés par les participants de l'enquête, identifie des assureurs qui sont parvenus à être performants dans ces domaines et fournit les perspectives d'analystes du secteur.

Guidewire a reçu entre 97 et 101 réponses d'assureurs parmi 10 impératifs stratégiques présélectionnés, classés par importance perçue : très prioritaire, plutôt prioritaire, pas prioritaire et je ne sais pas. En plus des 5 impératifs principaux identifiés ci-dessus, voici les cinq autres parmi lesquels les participants pouvaient choisir :

- Exploiter l'analytique
- Réduire la complexité IT
- Autonomiser les utilisateurs métier
- Rendre l'assurance accessible
- Tirer profit de l'écosystème ouvert

Parmi ces dix impératifs, lequel considérez-vous comme la priorité n°1 pour votre compagnie en 2021? (97 réponses d'assureurs):

- Permettre la transformation digitale – 33%
- Assurer l'excellence du service – 26%
- Concrétiser une croissance rentable – 13%
- Accélérer le lancement des produits – 10%
- Piloter l'amélioration des processus – 7%
- Autres – 11%





IMPÉRATIF N°1 Permettre la transformation digitale

Le secteur de l'assurance subit des transformations depuis des années, mais l'arrivée de la pandémie au printemps 2020 a accéléré le processus. Du jour au lendemain, les assureurs se sont vu dans l'obligation d'encadrer des collaborateurs à distance, d'assurer un service et de mobiliser les clients dans un environnement entièrement sans contact. Ceux qui avaient déjà bien avancé sur la voie de la digitalisation ont pu se retourner avec facilité ; mais ceux pour qui ce n'était pas le cas ont dû s'adapter en urgence.

Forts de près d'une année d'acclimatation à la pandémie, les assureurs ont désormais une idée plus précise de ce à quoi ressemble la "nouvelle normalité". Même ceux qui avaient déjà réussi leur transition vers un environnement digital doivent désormais revoir leurs processus internes et leurs capacités informatiques s'ils veulent pérenniser les changements apportés pendant la pandémie de COVID-19. Pour les assureurs IARD, permettre la transformation digitale est l'impératif dont découlent tous les autres. La majorité des participants de l'enquête (32 %) l'a défini comme sa priorité n°1 pour l'année 2021.

« La technologie est devenue aussi essentielle à la stratégie d'un assureur, au même titre que la souscription, la finance ou le marketing. Toutefois, passer de l'informatique comme centre de coût à l'informatique comme pilier stratégique nécessite une transformation de l'organisation IT » estime Karlyn Carnahan, Responsable IARD Amérique du Nord de Celent.

Et si les bénéfices de la transformation digitale parlent d'eux-mêmes, les obstacles pour y parvenir peuvent être décourageants. Les participants de l'enquête

ont mentionné le budget, les systèmes lents et/ou obsolètes, le manque de ressources IT, l'absence d'une stratégie appropriée et les répercussions de la COVID-19 comme obstacles à l'implémentation.

Des outils adaptés pour une expérience digitale

Les assureurs IARD ayant opéré une transition digitale mobilisent leurs clients et partenaires via des expériences digitales omnicanales pendant la totalité du cycle de vie des assurances, en encourageant les clients à contrôler leur parcours d'assurance depuis n'importe quel appareil. L'utilisation d'un système de conception digitale, tel qu'une génération automatique d'interfaces digitales permet aux assureurs de créer des parcours clients personnalisés en un temps record. En coulisses, la conception basée sur l'API propose ces expériences digitales instantanées.

Pour autant, les assureurs doivent être prêts à intégrer entièrement ces outils innovants dans leurs systèmes existants. Ceci nécessite un questionnement sérieux au sujet des processus et systèmes existants. Afin d'éviter de prendre du retard sur la génération Millénaire et de convertir les collaborateurs à la numérisation, les assureurs doivent d'abord établir une approche basée sur la création ou l'acquisition de nouvelles compétences technologiques ; la création ou l'acquisition de nouvelles compétences humaines ; et la réorganisation de l'entreprise et de ses processus de manière à associer, harmoniser et déployer ces compétences à grande échelle, déclare Karlyn Carnahan.



« Avant de pouvoir introduire des outils à grande échelle, il y a beaucoup de domaines moins passionnants mais non moins importants à aborder » note-t-elle. « Les compétences technologiques, telles que le passage au cloud, permettent d'utiliser de nouveaux processus, comme le DevOps, et d'instaurer des changements organisationnels. Ceux qui veulent réussir leur transformation digitale réfléchissent aux trois aspects de ce changement ».

Succès Client MACIF

La MACIF est le plus grand assureur mutuel automobile de France. Bien que déjà engagée sur la voie de la digitalisation, la compagnie avait besoin d'outils souples et configurables pour améliorer sa performance, garantir une fiabilité et une efficacité, et perfectionner son service client.

La MACIF a rapidement conclu que Guidewire serait le meilleur partenaire pour ce faire, grâce à sa réputation en matière d'outils ayant des

répercussions importantes et immédiates sur les produits et services de la MACIF. Aux côtés de GFT, partenaire intégrateur de la MACIF, Guidewire a permis à la compagnie de fournir à ses assurés des informations en temps réel, ce qui a changé la donne et a immédiatement renforcé la compétitivité de l'assureur sur le marché.

Une meilleure digitalisation a également permis à la MACIF de proposer ses produits et services à des partenaires tiers, et a ouvert de nouvelles opportunités pour la compagnie, qui a pu diversifier ses activités.

Pour en savoir plus sur la MACIF, cliquez [ici](#).

Obstacles

Les participants de l'enquête ont évoqué les éléments suivants comme étant les principaux obstacles à la transformation digitale.

- Budget
- Systèmes lents/obsolètes
- Manque de ressources IT
- Absence d'une stratégie appropriée
- Répercussions de la COVID-19



IMPÉRATIF N° 2 Assurer l'excellence du service

Les assureurs ont cherché des idées, ressources et données concernant l'expérience client (CX) au-delà des frontières de l'assurance traditionnelle. La question est devenue plus urgente lorsque la pandémie a frappé au printemps 2020. Subitement, pour les assurés en quarantaine, la gestion des sinistres en présentiel et les rendez-vous avec les agents d'assurance n'étaient plus une option. Au même moment, l'assurance santé et vie a connu une nouvelle urgence alors que la population était aux prises avec des enjeux de vie ou de mort. Le service client numérique n'était alors plus un avantage, mais une nécessité.

« Le service client a gagné en importance avec l'arrivée de la pandémie » explique Mark Breeding, associé chez Strategy Meets Action (SMA). « Une nouvelle étude de SMA concernant les principaux moteurs de l'investissement technologique montre qu'en 2021, le service client figure désormais parmi les 5 moteurs principaux dans les secteurs d'activité particuliers et professionnels » (alors qu'il n'en faisait pas partie en 2020, avant la COVID-19).

Quelle que soit l'évolution du monde après la COVID-19, les fortes attentes des consommateurs en matière d'assurance 100 % digitale ne disparaîtront pas.

« L'évolution des attentes, l'explosion des nouvelles sources de données et les compétences digitales croissantes des insurtechs placent les assureurs dans une position unique puisqu'ils doivent repenser l'expérience client/agent en établissant des relations plus fortes » estime Karlyn Carnahan, responsable IARD Amérique du Nord de Celent. « Se concentrer sur l'automatisation des décisions et des échanges,

et utiliser le workflow pour s'assurer que les tâches sont terminées peut avoir un effet spectaculaire sur la qualité constante de l'expérience client ».

Dépasser les attentes des clients

La clé pour assurer l'excellence du service est la capacité à développer des profils de clients diversifiés alimentés par des sources de données robustes et des intégrations tierces. Les parcours clients omnicanaux nécessitent un service de qualité supérieure grâce à des points de contact digitaux, vocaux et hors ligne. L'exploitation d'outils simples pour affiner et améliorer continuellement les processus peut permettre de conserver une expérience client satisfaisante.

Mais pour répondre aux attentes des clients, il faut aller au-delà des applications que l'on trouve dans les architectures d'applications cœur de métier traditionnelles. La nouvelle expérience client nécessite de nombreuses technologies : mobile, cloud, données et analytiques, chatbots, moteurs de conseil, signature électronique, intégration sociale, gamification, traitement du langage naturel et intégration à des systèmes cœur de métier et back-end non cœur de métier, etc. Les API ouvertes simplifient le processus d'intégration.

Bien que les participants de l'enquête reconnaissent la nécessité d'améliorer le service client, ils évoquent également un certain nombre d'obstacles à leur réussite, notamment le manque de ressources informatiques, le budget, des systèmes lents/obsolètes et des données insuffisantes ou désordonnées.

« Les assureurs ayant déjà terminé le remplacement de leur système cœur de métier ont une longueur d'avance » ajoute Karlyn Carnahan. « L'implémentation de ces évolutions nécessite de se concentrer sur l'harmonisation des processus et des données. Cela implique que la modification de l'organisation IT et la transition vers une nouvelle architecture permettant de répondre à ce besoin futur seront tout aussi importantes pour les entreprises que l'implémentation effective de ces compétences digitales. Les équipes IT doivent donc commencer à réfléchir à la forme que prendra leur future architecture et à élaborer des plans de transition ».

Succès Client Caixa Seguradora

Caixa Seguradora est le cinquième plus grand assureur du Brésil. Il s'agit d'une collaboration entre l'assureur français CNP Assurances et la principale banque gouvernementale brésilienne, Caixa Econômica Federal. Avec plus de 40 produits, Caixa Seguradora offre des solutions d'assurance et des plans de retraite à plus de 11 millions de clients dans le pays. Toutefois, l'ancien système de la compagnie l'empêchait de répondre rapidement et efficacement aux demandes des clients. Caixa Seguradora a donc implémenté Guidewire InsuranceSuite pour numériser la souscription, la tarification, l'administration des polices, les sinistres, la facturation et la gestion des données clients. Le nouveau système offre plus d'agilité dans la conception de nouveaux produits, d'offres de services différenciés et d'avantages.



Les API permettent à InsuranceSuite de s'intégrer au portail de services clients en ligne. Grâce à un contrôle opérationnel plus efficace et à un meilleur accès aux données, Caixa Seguradora réalise désormais des études actuarielles statistiques permettant de faire des projections et des offres de produits différenciées. Ces améliorations ont permis à Caixa Seguradora de devenir le premier assureur brésilien à proposer un parcours client 100% digital et d'atteindre plus de 90 millions de clients.

Pour en savoir plus sur Caixa Seguradora, cliquez [ici](#).

Obstacles

Les participants de l'enquête ont évoqué les éléments suivants comme étant les principaux obstacles à une excellence du service.

- Manque de ressources IT
- Budget
- Systèmes lents/obsolètes
- Données insuffisantes ou désordonnées



IMPÉRATIF N° 3 Concrétiser une croissance rentable

La croissance stable et soutenable est particulièrement importante pour les assureurs IARD de nos jours, alors que de nombreux secteurs ont été paralysés par la pandémie et que la concurrence parmi les entreprises restantes est féroce. Lors de l'étude des impératifs Guidewire, 12 % des participants l'ont défini comme leur priorité n°1 pour l'année 2021.

De nombreux assureurs se concentrent davantage sur la souscription et la tarification dans l'optique d'une croissance rentable, souligne Mark Breading, associé chez Strategy Meets Action (SMA). « L'efficacité opérationnelle et la gestion des dépenses font également partie de l'équation, avec une nouvelle urgence dans ce domaine en raison des incertitudes financières liées à la pandémie ».

Souscription optimisée et plus encore

Toutes ces stratégies renvoient à la nécessité pour les assureurs de s'investir numériquement afin de pouvoir saisir rapidement et intelligemment les opportunités du marché. La souscription optimisée (soit l'automatisation des tâches de souscription simples visant à libérer des ressources et à saisir des opportunités de marché) peut ouvrir la voie à de nouvelles activités. Une sélection et une tarification précises des risques aident ainsi les assureurs à découvrir de nouvelles opportunités de croissance rentable, en adoptant et en maîtrisant de nouveaux risques d'assurance variables. La capacité à concevoir, tester et lancer rapidement des produits leur permet de saisir de nouvelles opportunités et de répondre facilement aux évolutions du marché.



Toutefois, ces stratégies peuvent être entravées par de sérieux obstacles. Les participants de l'enquête ont mentionné des systèmes lents/obsolètes, des données insuffisantes ou désordonnées, les répercussions du COVID-19, le manque de ressources IT et l'absence d'une stratégie ou vision appropriée comme obstacles à la croissance.

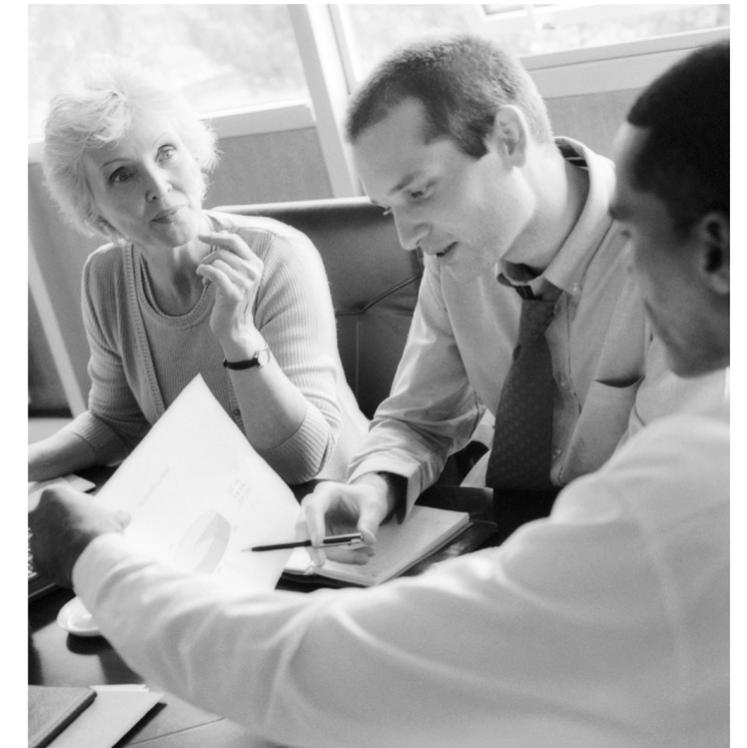
Succès Clients Pekin Insurance

Pekin Insurance, dont le siège se trouve dans l'Illinois aux USA, propose depuis 1921 des garanties dans 6 États. La compagnie dispose de 1 500 agences et 8 500 agents indépendants pour commercialiser ses activités et ses services à ses assurés. Pekin Insurance éprouvait des difficultés avec ses taux de sinistres auto, sa branche d'activité principale. En 2018, la compagnie a implémenté Guidewire InsurancePlatform afin de moderniser son infrastructure et de simplifier ses processus, permettant à ses agents de mener leur activité et favoriser la croissance. Depuis, elle a déployé l'outil au reste de ses activités commerciales et d'assurance des particuliers.

La plateforme a permis à Pekin Insurance d'instaurer des processus commerciaux cœurs de métier, tels que la facturation, mais aussi des modélisations prédictives plus complexes. Puisque la rentabilité dépend du contrôle des pertes et des dépenses,

Pekin Insurance a commencé par appliquer le modèle prédictif automatique de Guidewire. En l'espace d'un an, l'assureur a réduit son taux de sinistres auto de près de 20 %, et a pu le maintenir entre 10 et 15 % depuis.

Pour en savoir plus sur Caixa Seguradora, cliquez [ici](#).



Obstacles

Les participants de l'enquête ont évoqué les éléments suivants comme étant les principaux obstacles à une croissance rentable.

- Systèmes lents/obsolètes
- Données insuffisantes ou désordonnées
- Répercussions de la COVID-19
- Manque de ressources IT
- Absence de stratégie ou de vision appropriée



IMPÉRATIF N° 4 Accélérer le lancement des produits

Au vu de la conjoncture économique et sociale en pleine mutation, les assureurs performants doivent avoir la capacité d'exploiter les nouvelles technologies afin de déployer rapidement de nouveaux produits et services qui puissent répondre aux besoins changeants des clients actuels et futurs. Lors de l'étude des impératifs Guidewire, 10 % des participants l'ont défini comme leur priorité n°1 pour l'année 2021.

La disponibilité du big data ainsi que d'autres innovations ont permis aux assureurs de répondre plus facilement que jamais à l'évolution des besoins de leurs clients. « Aujourd'hui, le fait de mieux comprendre les besoins des acheteurs et de créer des algorithmes de tarification appropriés est favorisé par de nouvelles sources de données permettant aux développeurs de produits de prendre les bonnes décisions plus rapidement que par le passé », explique Karlyn Carnahan, responsable IARD Amérique du Nord de Celent.

L'inconvénient est que le processus de développement de produits peut être encore coûteux, à la fois en temps et en argent. En 12 ans de recherche, Karlyn Carnahan a constaté que la plus grande perte de temps se situait généralement au niveau de ces deux étapes : la conceptualisation et l'analyse, et la mise en place d'un nouveau produit dans un système cœur de métier. Par chance, le coût et le travail requis pour la deuxième étape ont considérablement diminué à mesure que les assureurs ont adopté des systèmes hautement configurables. « La possibilité de cloner des produits, de modifier des algorithmes, des grilles de tarification et des formulaires, et de créer des interfaces utilisateur à l'aide d'outils non gourmands en code a réduit le temps de lancement des nouveaux produits

de plus de 50 % ces dix dernières années », poursuit-elle.

Malgré tout, des obstacles considérables s'opposent encore au déploiement rapide de nouveaux produits et services d'assurance. Les participants de l'enquête ont mentionné des systèmes lents/obsolètes, des données insuffisantes ou désordonnées, le manque de ressources IT, le budget et les répercussions de la COVID-19 comme obstacles potentiels.



Lancements rapides, opportunités démultipliées

Les technologies actuelles permettent aux assureurs de saisir davantage d'opportunités commerciales grâce à des lancements de produits rapides. La création simple et rapide de produits est favorisée par la rationalisation de la définition des exigences, de la conceptualisation et de l'évaluation des besoins grâce aux capacités de cartographie. Les phases de test et de déploiement rapides des produits sont favorisées par la visualisation et le test de produits avec une vision complète du cycle de vie, qui garantit une production sans faille. En ayant recours à la connectivité des systèmes cœur de métier et à leurs fonctionnalités inhérentes, les assureurs peuvent fournir aux clients un cycle de vie complet du produit dès son lancement.

Succès Client Aviva Italie

Bien que cinquième sur le marché italien de l'assurance vie, Aviva Italie ne détient que 1 % des parts de marché national de l'assurance non-vie. Pour conquérir le marché italien de l'assurance, caractérisé par le manque de confiance des consommateurs vis-à-vis des sociétés spécialisées, Aviva Italie devait se concentrer sur le client, l'innovation et la simplicité.

Dans cette optique, Aviva Italie s'est donné six mois pour élaborer une offre d'assurance à destination des PME (de la conception au lancement), ainsi qu'une nouvelle plateforme digitale appelée AvivaPlus. Après avoir pris en compte les délais et les efforts d'intégration nécessaires, mais aussi l'hébergement cloud, une personnalisation minimale et une méthodologie agile, Aviva Italie a choisi Guidewire InsuranceSuite. Depuis son implémentation, Aviva Italie a amélioré son processus de développement de produit. Le groupe a également réduit ses délais de création et de mise sur le marché de plusieurs mois à quelques semaines. Par exemple, grâce à InsuranceSuite et Advanced Product Designer, l'assureur a pu développer AvivaPlus SalvaGuai (littéralement « Oubliez les problèmes »), un produit modulaire de responsabilité civile intégré à la plateforme digitale AvivaPlus, en seulement trois semaines.

Pour en savoir plus sur Aviva Italie, cliquez [ici](#).

Obstacles

Les participants de l'enquête ont évoqué les éléments suivants comme étant les principaux obstacles à l'accélération du lancement de produits.

- Systèmes lents/obsolètes
- Données insuffisantes ou désordonnées
- Manque de ressources IT
- Budget
- Répercussions de la COVID-19



IMPÉRATIF N° 5 Piloter l'amélioration des processus

Les opérations efficaces sont au cœur de la réussite des compagnies d'assurance performantes. Le paysage concurrentiel actuel fait donc de l'identification des obstacles et de l'élimination des points de friction au sein des processus une priorité. Lors de l'étude des impératifs Guidewire, 7 % des participants ont défini « l'amélioration des processus » comme leur priorité n°1 pour l'année 2021. Les assureurs améliorent leur efficacité de plusieurs manières, les plus courantes étant l'automatisation des workflows, le traitement direct (STP), l'ingestion intelligente de données et le pré-remplissage des données.

Si les assureurs s'accordent à dire que l'amélioration des processus est une priorité absolue, ils savent aussi qu'elle comporte des obstacles. Les participants de l'enquête ont mentionné le manque de ressources IT, des systèmes lents/obsolètes, les répercussions de la COVID-19 et des données insuffisantes ou désordonnées comme obstacles potentiels.



Rationaliser les processus grâce à l'automatisation intelligente

Les assureurs optimisent le processus d'assurance grâce à l'automatisation intelligente et au traitement direct (Straight-Through Processing). Les nouvelles technologies leur permettent de connecter l'ensemble du cycle de vie de l'assurance: traitement automatisé des factures, sinistres sans contact,



approbations simples des souscriptions, et bien plus encore. Ce workflow dynamique aide les assureurs à tirer parti d'un cadre de règles métier flexible pour ajuster les workflows en fonction des caractéristiques des sinistres et des devis. En utilisant de nouvelles sources de données, ils peuvent prendre des décisions avisées grâce à des informations exploitables intégrées dans les processus cœur de métier.

Succès Client Tryg

Tryg est une compagnie d'assurance multilignes basée à Copenhague. Il s'agit de la plus grande compagnie d'assurance IARD de Scandinavie, étant active à la fois au Danemark, en Norvège et en Suède. La compagnie actuelle a vu le jour en 2002 grâce à la fusion entre les activités d'assurance de Tryg Forsikring et Nordea. Tryg est aussi le deuxième plus grand assureur général de Scandinavie. La contribution de Tryg et d'autres clients a été déterminante pour le développement de Guidewire Claims Autopilot, un service d'automatisation des sinistres basé sur le cloud permettant aux assureurs d'adopter une approche de traitement des sinistres basée sur l'automatisation. Tryg avait déjà personnalisé ClaimCenter pour l'automatisation des sinistres, mais voulait aller encore plus loin pour réduire les frais de service des sinistres et répondre aux exigences élevées de ses clients.

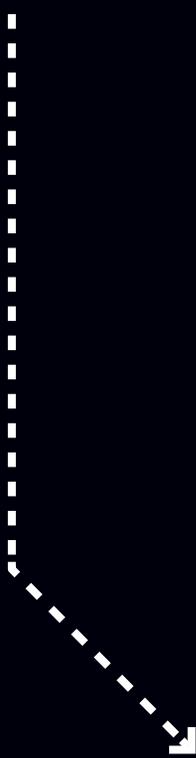
Il lui fallait donc un processus de traitement des sinistres qui soit rapide, efficace et économique (autrement dit, un système dans lequel l'automatisation serait de rigueur et le traitement manuel serait exceptionnel). Grâce à ces informations et à d'autres données, Guidewire a développé Claims Autopilot, afin d'automatiser l'ensemble du processus de traitement des sinistres et d'accorder des exceptions pour les cas plus complexes où une intervention humaine est nécessaire. Aujourd'hui, Tryg ambitionne de traiter la moitié de ses sinistres sans contact humain.

Pour en savoir plus sur Tryg, cliquez [ici](#).

Obstacles

Les participants de l'enquête ont évoqué les éléments suivants comme étant les principaux obstacles à l'amélioration des processus.

- Manque de ressources IT
- Budget
- Systèmes lents/obsolètes
- Répercussions de la COVID-19
- Données insuffisantes ou désordonnées



Navigate what's next.

Guidewire est la plateforme à laquelle les assureurs IARD font confiance pour communiquer, innover et se développer efficacement. Nous associons les applications cœur de métier, le digital, l'analytique et l'IA dans notre plateforme sous forme de service cloud. Grâce à la plus grande équipe de R&D, à notre équipe services, et à l'écosystème de partenaires le plus vaste du secteur, nous évoluons et innovons continuellement pour répondre à vos besoins. C'est pour cette raison que plus de 400 assureurs utilisent Guidewire. Pour plus de renseignements, contactez-nous à FRinfo@guidewire.com.