



**LA PROTECTION FINANCIÈRE ET L'ACCÈS AMÉLIORÉ AUX SOINS DE SANTÉ :
APPRENTISSAGE PAR LES PAIRS
TROUVER DES SOLUTIONS AUX DÉFIS COMMUNS**

**DU 15 AU 19 FEVRIER 2016
ACCRA, GHANA**

Jour IV, Session V





TAKE CARE OF FAMILY WITH AIRTEL INSURANCE

Now you can protect what's most important to you;
Just pay GHC1 to double your insurance or GHC 3 to
Provide cover for you and a family member

Dial *580# to register



L'assurance mobile : Implications pour l'assurance maladie

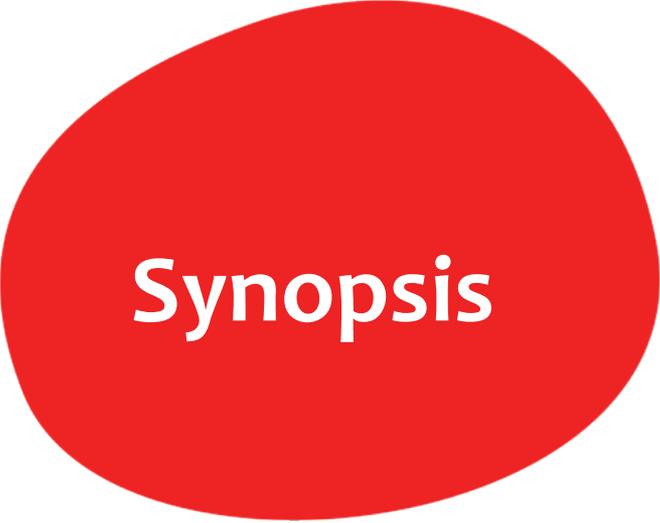
Adjoa Boateng

Directeur régional – Afrique de l'Ouest

18 février 2016

insurance for everyone!!!!
only from Airtel



A large, solid red oval shape. Inside the oval, the word "Synopsis" is written in a white, bold, sans-serif font, centered horizontally and vertically.

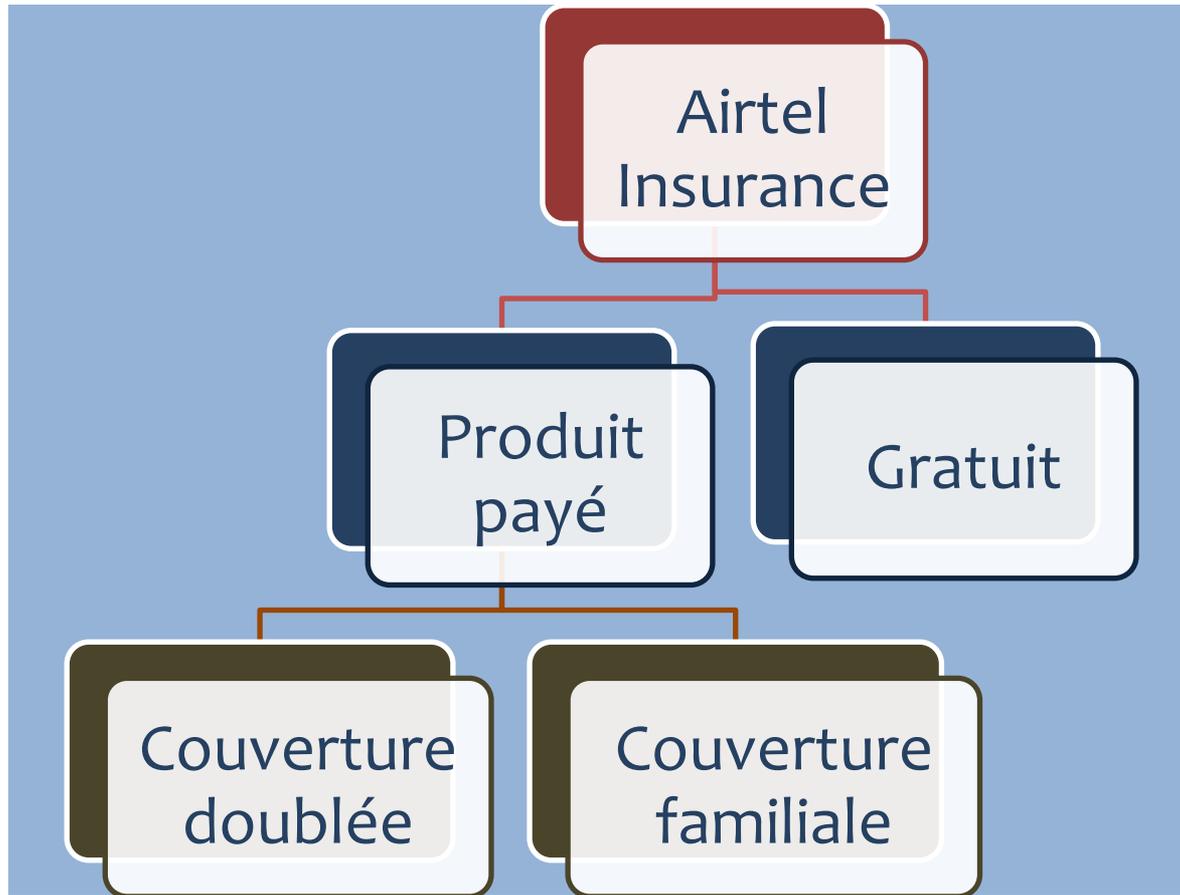
Synopsis

- ❑ MicroEnsure
 - Qui nous sommes & où nous sommes – dans le monde entier
- ❑ Airtel Insurance
 - Description du produit
- ❑ La demande pour Hospicash
- ❑ Impact I & II - Hospicash
- ❑ Les meilleures pratiques

MicroEnsure – Qui nous sommes & où nous sommes – dans le monde entier



- ❑ Création en 2002, siège social au R.-U.
- ❑ Investisseurs : AXA, IFC, Omidyar Network, Sanlam, Opportunity, Telenor
- ❑ 90 partenaires dans le secteur de la banque/microfinance dans 12 pays
- ❑ 70 partenaires dans le secteur de l'assurance et 12 dans celui des télécommunications
- ❑ Lauréat à 3 reprises du Prix Financial Times/IFC
- ❑ « Meilleur fournisseur de services de micro-assurance en Afrique » – Prix Mobile Money Africa 2014
- ❑ « Meilleur produit pour les groupes à faibles revenus en Afrique » – Prix Mobile Money Africa 2015



Processus

- Enregistrement avec un menu USSD simple
- Engagement du client
- Traitement rapide et facile des sinistres

Multiples polices d'assurance (tout en un) :

- Vie
- Accident
- Hospicash

Couverture gratuite vie, accident et hôpital/indemnisation monétaire

Utilisez **1,3 \$** ou plus de valeur de temps de connexion par mois & gagnez une couverture gratuite. Utilisez plus Airtel, gagnez plus d'assurance !

Doublement

0,013 \$ /jour =

Doublez la couverture gratuite que vous gagnez pour juste **0,013 \$** par jour ; recevez jusqu'à **1 316 \$** en couverture vie et accident et jusqu'à **79 \$** en couverture hospitalière !

Couverture familiale

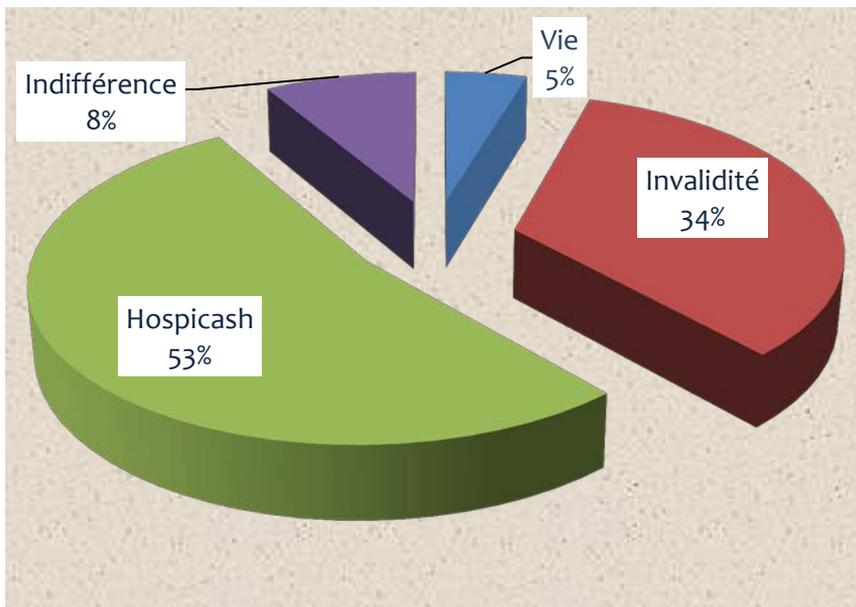
0,03 \$/jour = Donnez votre couverture « Doublement » à un proche

0,05 \$/jour = Couvrez 2 membres de votre famille et recevez le maximum de prestations pour hospitalisation/indemnisation monétaire

La demande pour Hospicash

Pays A :

Préférence pour les prestations primaires d'assurance

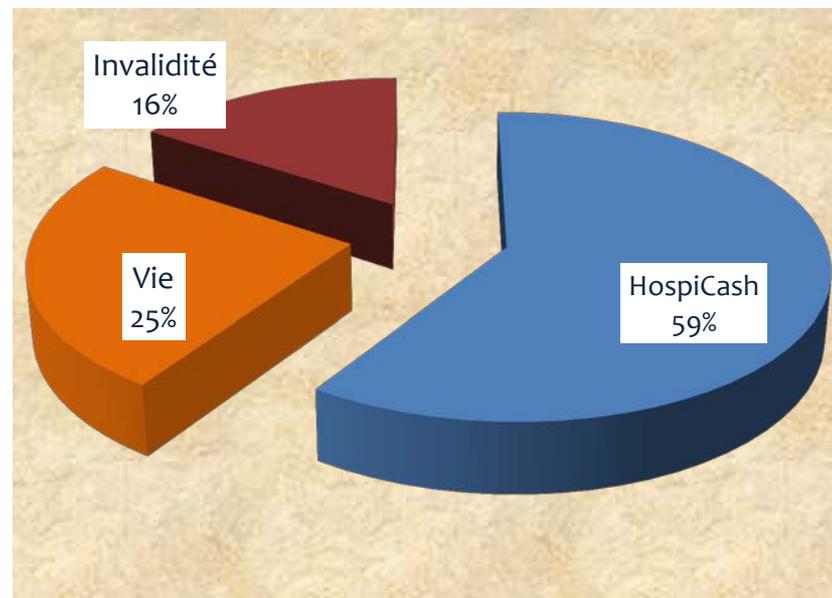


Taille de l'échantillon = 2,479

L'indemnité monétaire en cas d'hospitalisation est la prestation préférée

Pays B :

Préférence pour les prestations primaires d'assurance



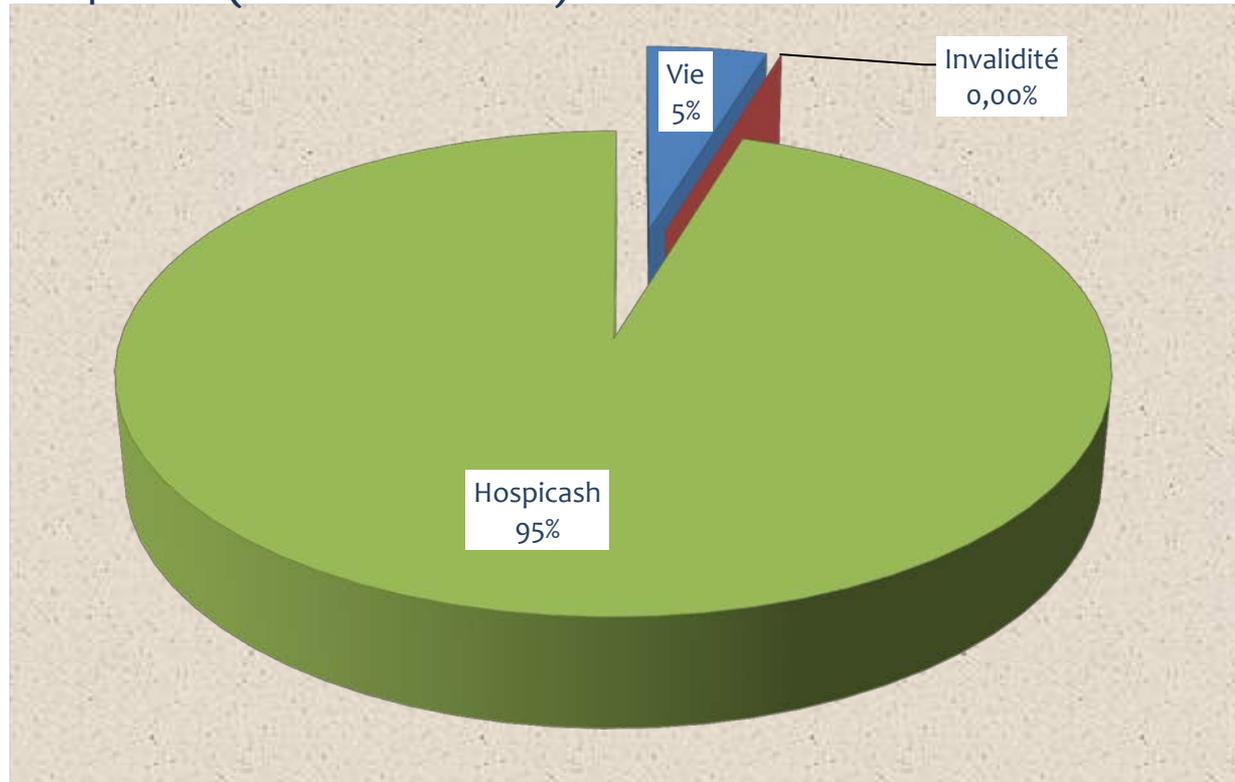
Taille de l'échantillon = 2,260

L'indemnité monétaire en cas d'hospitalisation est la prestation préférée

Impact I - Hospicash

Ventilation des sinistres

2014 -2016 (année en cours)



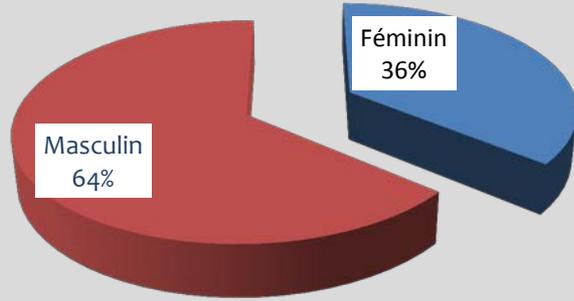
- ❑ Total des demandes de règlement de sinistres depuis le lancement du produit = 3 543

- 95 % sinistres Hospicash
 - 5% sinistres Vie

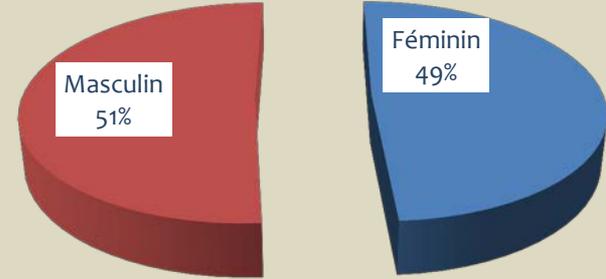
- ❑ La vie est le type de produit le plus courant, mais la maladie est le plus demandé (OIT - *MicroEnsure ,Impact Insurance, 2014*)

Ventilation démographique (sinistres)

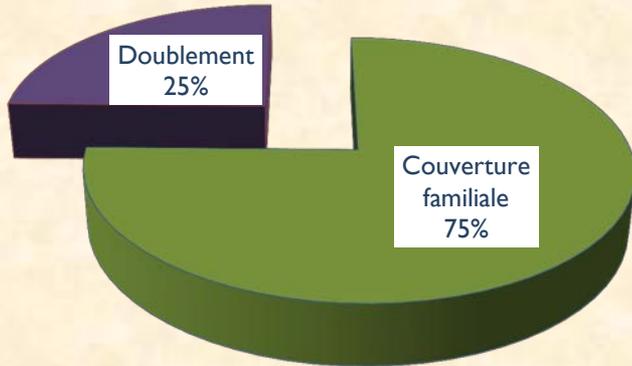
Couverture de type doublement
Ventilation démographique - Genre



Couverture familiale
Ventilation démographique - Genre



Sinistres par type de couverture



Couverture de type doublement (profil du souscripteur)

Âge moyen : Femmes = 30 ans ; Hommes = 42 ans

Couverture familiale (profil du souscripteur)

Âge moyen : Femmes = 32 ans ; Hommes = 33 ans

Profil des membres de la famille

Rapport homme/femmes : Femmes = 36 %, Hommes = 64 %

Âge moyen : Femmes = 33 ans, Hommes = 27 ans

TERMES DE PAIEMENT

Termes de paiement flexibles, p. ex., mois/semaine/jour

SINISTRES ET PRIX

La rapidité du paiement des sinistres attire plus de demande que les prix

PRESTATIONS

Les clients veulent des produits qu'ils pensent utiliser souvent

INFORMER

Il est important d'informer le client

MARKETING

Emploi d'une combinaison de méthodes de marketing ordinaires et extraordinaires

CONNAISSANCES DU PERSONNEL

Il est essentiel que le personnel connaisse bien les produits offerts et leurs composantes

Merci

Adjoa Boateng
adjoa.boateng@microensure.com