

# Directive pour l'examen de module

Industrie de l'assurance



Auteur    Siège de l'AFA  
Version    1.1  
Date    10.07.2013

# Sommaire

---

<b>1.</b>	<b>Objectifs</b>	<b>3</b>
<hr/>		
<b>2.</b>	<b>Matière d'examen</b>	<b>3</b>
<hr/>		
<b>3.</b>	<b>Organisation des examens</b>	<b>6</b>
<hr/>		
<b>4.</b>	<b>Durée de l'examen</b>	<b>6</b>
<hr/>		
<b>5.</b>	<b>Moyens auxiliaires</b>	<b>6</b>

# 1 Objectifs

- Le candidat / la candidate est conscient(e) que les évolutions sociales, politiques, juridiques, économiques, technologiques et écologiques exercent (ou peuvent exercer) une influence considérable sur la structure, la culture et la stratégie d'une assurance. En fait également partie, dans l'optique du contexte économique et financier, la stratégie de placement de l'entreprise.
- Le candidat / la candidate est attaché(e) à suivre les évolutions et les tendances dans les différentes branches de l'assurance.
- Le candidat / la candidate est conscient(e) de la prédominance de différents groupes d'intérêts (le client d'assurance proprement dit, tout comme le partenaire de distribution, d'autres collaborateurs et le bailleur de fonds), des clients aux intérêts variés devant être pris en compte.
- Le candidat / la candidate est conscient(e) que son attitude est influencée par l'interaction entre la stratégie de l'entreprise, les structures organisationnelles, la culture institutionnelle et les objectifs qui en découlent.
- Le candidat / la candidate veille dans une large mesure à ce que la prestation à fournir au client réponde aux exigences de qualité et à ce que le client de l'assurance soit bien informé (transparence).
- Le candidat / la candidate est attaché(e) à identifier les besoins changeants du client et, sur cette base, à proposer des approches de solutions attrayantes et individuelles à partir de la palette de produits. Ce faisant, il / elle veille en permanence à ce que tous les produits soient disponibles en permanence pour le client d'assurance (Cross Selling).
- Le candidat / la candidate est conscient(e) du fait qu'une bonne fidélisation de la clientèle requiert une gestion et un suivi actifs du client et que les réclamations sont aussi une chance de satisfaire les clients et de donner une image positive.
- Le candidat / la candidate a conscience que l'élaboration des produits d'assurance doit tenir compte de caractéristiques essentielles d'ordre économique, réglementaire, technologique, social et écologique.
- Le candidat / la candidate veille à concevoir des offres sur mesure pour les couvertures souhaitées par le client en s'appuyant sur une analyse des objectifs et de la situation ainsi que sur l'appréciation individuelle des risques.
- Le candidat / la candidate a conscience qu'il / elle doit se conformer aux prescriptions actuarielles (directives et processus de souscription, réassurance, pools, etc.) dans le cadre de son activité.

## 2 Matière d'examen

### **Taxonomie**

(explications dans la partie générale des directives)

### **2.1 Caractéristiques requises pour la gestion d'une compagnie d'assurances**

- |  |   |
|--|---|
| 2.1.1 Structuration des problèmes de management        | 2 |
| 2.1.2 Fonctions et avantages des modèles de management | 2 |

## 2.2 Analyse environnementale

2.2.1 Analyse environnementale: fonction, méthodes et instruments	2
2.2.2 Impacts environnementaux de portée générale dans le secteur de l'assurance	2
2.2.3 Les compagnies d'assurances et leurs groupes d'intérêts	1
2.2.4 Influence et place de l'Etat dans l'industrie de l'assurance	2
2.2.5 Les relations entre l'Etat social et l'industrie de l'assurance	2
2.2.6 L'industrie de l'assurance, à la fois acteur économique et membre de la société	2
2.2.7 Évolutions, Tendances - actualités des médias/presses	3

## 2.3 Processus et gestion des processus

2.3.1 Évolution et importance de la gestion des processus	2
2.3.2 La cartographie des processus d'une compagnie d'assurances	2
2.3.3 Les processus d'actualité dans le secteur de l'assurance	3
2.3.4 La méthodologie de la gestion stratégique des processus	2

## 2.4 Processus de management

2.4.1 Fonction et contenus des processus de direction stratégique	2
2.4.2 Questions de formulation et de mise en oeuvre de la stratégie	2
2.4.3 Stratégies de positionnement dans l'industrie de l'assurance	3
2.4.4 Stratégies de création de valeur dans l'industrie de l'assurance	3
2.4.5 Introduction à la conduite des compagnies d'assurances orientée sur la valeur	4
2.4.6 Compte de résultat et bilan d'une compagnie d'assurances	3
2.4.7 Solvabilité	2
2.4.8 Calcul de la rentabilité et conduite par domaine d'activités	2
2.4.9 Bases de la gestion des actifs	2
2.4.10 Bases de la gestion des portefeuilles	2
2.4.11 Mesure de la performance	2
2.4.12 L'allocation d'actifs des compagnies suisses d'assurance directe	2
2.4.13 Les bases de la gestion des risques et du processus de gestion des risques	2
2.4.14 Les différents éléments du processus de gestion des risques	2
2.4.15 Intégration de la gestion des risques dans le pilotage de l'entreprise	2
2.4.16 Réassurance	2

## 2.5 Processus commerciaux

2.5.1 Évolutions du marché: récapitulatif et constats empiriques	2
2.5.2 Transformation des marchés de services: accent sur la customer value	3
2.5.3 Leviers stratégiques sur le segment de marché des compagnies d'assurances	2
2.5.4 Fonction et importance de la segmentation et de la tarification	2
2.5.5 Conditions de la segmentation et définition des caractéristiques requises	3
2.5.6 Exemples pratiques en matière de segmentation des risques	1
2.5.7 La gestion des sinistres, processus stratégique des compagnies d'assurances en matière de politique commerciale	1
2.5.8 Traitement et prestations de sinistres, éléments de la « Prestation de marché Assurance »	5

2.5.9 Génération de dépenses pour sinistres et manière d'influer sur leurs coûts	2
2.5.10 La gestion des sinistres, élément déterminant pour d'autres processus	5
2.5.11 Structure organisationnelle et gestion des processus au sein du service des sinistres	1
2.5.12 Évolutions, Tendances - actualités des médias/presses	3

## 2.6 Processus de soutien

2.6.1 L'être humain au coeur des préoccupations	3
2.6.2 Concepts de formation initiale et de formation continue dans l'industrie de l'assurance	1
2.6.3 Tendances technologiques dans le secteur de l'assurance	2
2.6.4 Stratégie IT: contenu et développement	2
2.6.5 Stratégie IT sous l'aspect de l'IT-Business-Alignment	2
2.6.6 Évolutions, Tendances - actualités des médias/presses	3

## 2.7 Organisation structurelles

2.7.1 Modèles d'organisations structurelles	2
2.7.2 Organisations structurelles dans le secteur de l'assurance	3
2.7.3 Les formes d'organisation du futur	2
2.7.4 Évolutions, Tendances - actualités des médias/presses	3

## 2.8 Perspectives de l'avenir

2.8.1 Catégories de tendances et leur signification pour le secteur de l'assurance au niveau international	1
2.8.2 1re catégorie de tendances: vivre mieux et plus longtemps	6
2.8.3 2e catégorie de tendances: les marchés du futur	6
2.8.4 3e catégorie de tendances: le climat de demain - la notion de durabilité	6
2.8.5 4e catégorie de tendances: le monde des petites particules	6
2.8.6 Évolutions, Tendances - actualités des médias/presses	3

### **3 Organisation des examens**

Examen écrit en ligne avec des questions ouvertes (saisie de texte libre) et fermées, p. ex. questions à choix multiple.

L'examen se déroule sur un ordinateur ou un ordinateur portable mis à disposition par l'AFA.

### **4 Durée de l'examen**

120 minutes

### **5 Moyens auxiliaires**

Les machines à calculer non programmables (sans fonction de sauvegarde ou accès internet) avec fonctions de base et du papier pour prendre des notes sont autorisés.

D'autres moyens auxiliaires sont interdits. Des feuilles de papier sont mises à disposition au lieu d'examen. Toutes les feuilles seront ramassées à la fin de l'examen. Les moyens auxiliaires ne peuvent être employés que par une personne.

