

Canevas de modèle économique

Ariski

PARTENAIRES CLÉS

- CEMI.ai, comme éditeur et comme source de la plateforme partagée. C'est la seule relation dont le modèle dépend aujourd'hui.
- Les fournisseurs d'infrastructure et de modèles — Firebase pour l'hébergement, l'authentification et les données, et un fournisseur commercial de modèles pour l'assistant. Tous deux sont substituables et aucun n'est exclusif.
- Aucun assureur, courtier, association professionnelle, revendeur, éditeur ou partenaire de distribution n'est signé. Aucun n'est nommé ici car il n'en existe aucun — une liste de partenaires est précisément ce qu'un dossier à ce stade est tenté d'inventer.

ACTIVITÉS CLÉS

- Écrire et maintenir à jour le catalogue éditorial au rythme de la réglementation et des outils. C'est l'activité dont le modèle vit ou meurt : un catalogue périmé ne vaut rien, et c'est pourquoi un quart du tour est consacré au contenu.
- Vérifier chaque règle de juridiction contre la loi ou le texte du régulateur lui-même avant la mise en ligne de sa page, et étiqueter le reste « en vérification » plutôt que de deviner.
- Concevoir les formats publiés du programme d'apprentissage en unités livrables — conception pédagogique, évaluation et matériel de cas par branche — puis les animer.
- Exploiter la plateforme : l'assistant et ses garde-fous, les comptes et paliers d'usage, la modération des commentaires, la recherche plein texte et la troisième langue.
- Le développement commercial auprès des assureurs, courtiers, associations professionnelles et superviseurs — les acheteurs que la plateforme touche déjà comme lecteurs. Prévu ; le tour finance le premier effort dédié.

RESSOURCES CLÉS

- Le curateur — le jugement en assurance et en IA d'une seule personne, et le risque de personne clé.
- La machinerie partagée de CEMI.ai — le moteur Personai, le système de design et de contenu, le registre.
- Le catalogue publié comme actif indexé et cumulatif, juridictions vérifiées comprises.
- La base de lecteurs inscrits et ses données d'usage — sous NDA, jamais publiées.
- Le catalogue éditorial et les outils interactifs, en anglais et en espagnol, ainsi que la marque et le jeu de logos Ariski.
- Un cadrage propre au domaine assurantiel appliqué à la pratique de l'IA.

PROPOSITIONS DE VALEUR

- Un guide indépendant de l'IA dans l'assurance — écrit pour les professionnels en exercice et non pour l'entonnoir commercial d'un fournisseur. Ariski explique ce que l'IA peut et ne peut pas faire en souscription, sinistres, tarification, conformité et service, met à disposition des outils utilisables le jour même, et convertit cette compétence en programmes d'apprentissage structurés pour les organisations qui les emploient. Comme Ariski ne vend aucun système d'IA, son jugement n'est pas à vendre non plus, et cette indépendance est l'offre.

RELATIONS CLIENTS

- Le libre-service pour chaque lecteur, délibérément : rien n'est réservé, rien n'est compté sauf l'assistant, et aucun courriel n'est demandé pour lire quoi que ce soit.
- Le libre-service assisté par Ask Ariski, avec des plafonds d'usage publiés plutôt qu'un mur payant — cinq messages par jour en anonyme, vingt-cinq avec un compte gratuit et les quatre voix.
- Une communauté modérée : commentaires et mentions « j'aime » sur les contenus, examinés avant leur parution.
- Une relation dédiée et conçue par organisation pour un programme ou une mission de conseil — la relation pour laquelle l'activité entend être payée. Prévue ; aucune en cours.

CANAUX

- ariski.com, gratuit et sans barrière. La recherche organique et la lecture directe forment aujourd'hui tout le haut de l'entonnoir.
- La série sur les sinistres automobiles — trois pistes de lecture et une page par juridiction, chaque règle citée. La voie la plus large, en production.
- Ask Ariski — l'assistant à quatre voix, où un lecteur anonyme devient inscrit.
- Les comptes inscrits et l'infolettre — le seul canal propre et adressable.
- La demande directe par les trois types de requête de la page de contact. Il n'y a pas d'équipe commerciale ; le tour finance la première.
- Les associations professionnelles comme voie vers leurs membres — prévu. Aucune signée, aucune nommée.

SEGMENTS DE CLIENTÈLE

- Consommateurs (grand public)
- Assureurs
- Courtiers et agents d'assurance
- Fintechs, insurtechs et regtechs
- Banques et institutions financières
- Grandes entreprises
- PME
- Indépendants et professions libérales
- Gouvernement et secteur public

STRUCTURE DE COÛTS

- Les personnes : aujourd'hui le temps du curateur, puis la capacité de livraison du programme et la capacité commerciale que finance le tour — ensemble, de loin le premier coût.
- Le contenu : maintenir à jour le catalogue et le jeu de données des juridictions. Le premier coût récurrent hors personnel, et celui qu'on ne peut différer sans que l'actif se dégrade.
- L'infrastructure : hébergement statique et Firebase — faible et quasi fixe, ce qui est tout l'intérêt de l'architecture.
- L'inférence des modèles pour Ask Ariski — le seul coût qui croît avec l'audience, contenu aujourd'hui par les plafonds d'usage publiés et non par chance.
- Le coût de livraison d'une prestation — inconnu, car aucune n'a été livrée. Le plan d'affaires fait de sa mesure un jalon de la première année.
- Le juridique, l'entité et l'administration, y compris le reporting aux investisseurs qu'engagent les droits attachés au ticket.

SOURCES DE REVENUS

- Formation et événements
- Conseil
- Vente de produits
- Gratuit — sans revenu direct

Lean Canvas

Ariski

PROBLÈME

- Selon le cadrage du site lui-même : la plupart des ressources offertes aux professionnels de l'assurance tombent dans deux camps — l'enthousiasme non critique de fournisseurs qui cherchent à vendre, ou la peur réflexe de commentateurs qui ne comprennent pas la technologie. Ni l'un ni l'autre ne sert le secteur. Or l'IA touche déjà la souscription, les sinistres, la tarification et le service, et les professionnels responsables de ces décisions n'ont aucun lieu neutre où apprendre ce qu'elle fait, où elle échoue et ce que leur régulateur leur demandera.

SOLUTION

- Ariski platform
- The Learning Program
- AI strategy consulting
- AI products for the insurance industry

INDICATEURS CLÉS

- Les comptes inscrits, et la part des lecteurs qui en créent un — aujourd'hui la seule conversion que la plateforme maîtrise de bout en bout.
- Les sessions assistées avec Ask Ariski, et combien atteignent une question à laquelle le catalogue ne répond pas. Ce second chiffre est l'arriéré de contenu, exprimé comme une demande et non comme une opinion.
- Les juridictions publiées comme vérifiées contre la source primaire, face à celles encore « en vérification ».
- Les demandes qualifiées issues de la page de contact, ventilées par ses trois types — le signal le plus précoce de la source qui est réelle.
- Les premières prestations payées signées, et le fait qu'une seule se renouvelle. C'est la métrique qui tranche le plan ; aucune de celles qui précèdent ne le fait.
- Le coût de livraison par prestation, dès qu'il y en aura une à mesurer.

PROPOSITION DE VALEUR UNIQUE

- Un guide indépendant de l'IA dans l'assurance — écrit pour les professionnels en exercice et non pour l'entonnoir commercial d'un fournisseur. Ariski explique ce que l'IA peut et ne peut pas faire en souscription, sinistres, tarification, conformité et service, met à disposition des outils utilisables le jour même, et convertit cette compétence en programmes d'apprentissage structurés pour les organisations qui les emploient. Comme Ariski ne vend aucun système d'IA, son jugement n'est pas à vendre non plus, et cette indépendance est l'offre.

AVANTAGE DÉLOYAL

- Une indépendance structurelle : Ariski ne vend aucun système d'IA et peut donc publier ce qui ne fonctionne pas, et un assureur ne peut pas acheter ce jugement à un fournisseur dont le revenu dépend de la réponse. En dessous se trouve une base de coûts qu'aucun concurrent autonome ne possède — le moteur de personas, le système de design et le registre de CEMI.ai — de sorte que cette profondeur de plateforme sectorielle est abordable ici et coûteuse ailleurs. Dit honnêtement : c'est une véritable asymétrie structurelle, non une douve. Un entrant bien financé pourrait reproduire la position ; ce qu'il ne peut pas reproduire à bas coût, c'est un catalogue et un jeu de données de juridictions vérifiées déjà publiés et indexés.

CANAUX

- ariski.com, gratuit et sans barrière. La recherche organique et la lecture directe forment aujourd'hui tout le haut de l'entonnoir.
- La série sur les sinistres automobiles — trois pistes de lecture et une page par juridiction, chaque règle citée. La voie la plus large, en production.
- Ask Ariski — l'assistant à quatre voix, où un lecteur anonyme devient inscrit.
- Les comptes inscrits et l'infolettre — le seul canal propre et adressable.
- La demande directe par les trois types de requête de la page de contact. Il n'y a pas d'équipe commerciale ; le tour finance la première.
- Les associations professionnelles comme voie vers leurs membres — prévu. Aucune signée, aucune nommée.

SEGMENTS DE CLIENTÈLE

- Consommateurs (grand public)
- Assureurs
- Courtiers et agents d'assurance
- Fintechs, insurtechs et regtechs
- Banques et institutions financières
- Grandes entreprises
- PME
- Indépendants et professions libérales
- Gouvernement et secteur public

STRUCTURE DE COÛTS

- Les personnes : aujourd'hui le temps du curateur, puis la capacité de livraison du programme et la capacité commerciale que finance le tour — ensemble, de loin le premier coût.
- Le contenu : maintenir à jour le catalogue et le jeu de données des juridictions. Le premier coût récurrent hors personnel, et celui qu'on ne peut différer sans que l'actif se dégrade.
- L'infrastructure : hébergement statique et Firebase — faible et quasi fixe, ce qui est tout l'intérêt de l'architecture.
- L'inférence des modèles pour Ask Ariski — le seul coût qui croît avec l'audience, contenu aujourd'hui par les plafonds d'usage publiés et non par chance.
- Le coût de livraison d'une prestation — inconnu, car aucune n'a été livrée. Le plan d'affaires fait de sa mesure un jalon de la première année.
- Le juridique, l'entité et l'administration, y compris le reporting aux investisseurs qu'engagent les droits attachés au ticket.

SOURCES DE REVENUS

- Formation et événements
- Conseil
- Vente de produits
- Gratuit — sans revenu direct

Canevas de proposition de valeur — Consommateurs (grand public)

Ariski · Segment: Consommateurs (grand public)

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES · Ariski platform — Une plateforme gratuite et bilingue sur l'IA dans l'assurance: plus de 30 pages dans chacune de deux langues, des dizaines d'éléments de pratique, une série d'outils interactifs et Ask Ariski, un assistant d'IA à quatre voix.	CRÉATEURS DE GAINS · Une section « comment l'IA change cela » dans les guides, afin que le lecteur sache où se trouve un modèle dans son propre sinistre et quoi demander lorsqu'il y en a un. · Trois pistes de lecture sur le même sujet — conducteurs, entreprises et flottes, professionnels des sinistres — afin qu'un lecteur voie comment l'autre partie le lit. · Publié en anglais et en espagnol à parité, le français à suivre, afin qu'un réclamant ne soit pas désavantagé par la langue du texte de loi.
	SOLUTIONS À LA DOULEUR · Une page par juridiction: système de responsabilité, règle de responsabilité partagée, délai pour réclamer et pour agir en justice, délais de réponse de l'assureur, couverture minimale obligatoire et le régulateur auprès duquel se plaindre — chaque règle citée à son texte, et tout élément non vérifié publié comme « en vérification » plutôt que deviné. · Des outils gratuits sans inscription qui fonctionnent dans le navigateur: un calculateur de délais, une liste de préparation du dossier, un estimateur de perte totale, un outil « me faut-il un avocat ? » et une reconstitution 3D de l'accident qui produit le schéma, les chiffres et le récit qu'un dossier exige. · Des guides écrits sur la piste du conducteur lui-même — « vous avez eu un accident, voici quoi faire, dans l'ordre » — et non sur celle de l'assureur. · Un avertissement permanent sur chaque guide indiquant qu'il ne s'agit pas d'un conseil juridique, qu'il ne crée aucune relation avocat-client et qu'il n'énonce la position d'aucun assureur ni régulateur — afin que le lecteur sache exactement ce qu'il a entre les mains.

Profil du client



Canevas de proposition de valeur — Assureurs

Ariski · Segment: Assureurs

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES · Ariski platform — Une plateforme gratuite et bilingue sur l'IA dans l'assurance: plus de 30 pages dans chacune de deux langues, des dizaines d'éléments de pratique, une série d'outils interactifs et Ask Ariski, un assistant d'IA à quatre voix. · The Learning Program — Un programme d'apprentissage de l'IA pratique et personnalisé pour les professionnels et les équipes de l'assurance — selon les mots du site, « 18 formats en 5 catégories » et trois modalités (autoformation, accompagnement, tutorat en présentiel), fondé sur la méthodologie Smoother. Sur demande; aucun prix publié. · AI strategy consulting — Conseil en stratégie d'IA pour les organisations d'assurance, proposé comme type de demande sur la page de contact. Sur demande; aucun prix publié. · AI products for the insurance industry — Outils et produits d'IA pour le secteur de l'assurance, nommés sur la page de contact. L'offre la moins définie: les outils interactifs publics démontrent l'idée, rien n'est vendu et aucun prix n'est publié.	CRÉATEURS DE GAINS · Dix-huit formats publiés en cinq catégories et trois modalités, afin que la même compétence atteigne un conseil, un plateau sinistres et une équipe actuarielle sous la forme que chacun requiert. · Du matériel de cas tiré des branches que le catalogue couvre déjà, afin que les exemples soient reconnaissables plutôt que génériques. · La plateforme gratuite permet à quiconque dans l'organisation de lire le même matériel que ceux qui ont acheté le programme — sans licence par poste, sans barrière. · Du conseil disponible dans la même relation lorsqu'une question s'avère exiger une décision plutôt qu'un cours. SOLUTIONS À LA DOULEUR · Ariski ne vend aucun système d'IA: elle peut donc publier, et publie, ce qui ne fonctionne pas. C'est toute l'offre, et un fournisseur ne peut structurellement pas la formuler. · Des contenus organisés selon le travail réel des professionnels — souscription, sinistres, tarification, conformité, service — et non par technique d'IA. · Un guide des juridictions et un jeu de règles de sinistres automobiles cités à la loi ou au texte du régulateur lui-même, tout élément non vérifié étant étiqueté comme tel. · L'évaluation de maturité, la feuille de route d'adoption et le simulateur d'éthique rendent visible l'écart interne de compétence avant qu'un incident ne le fasse. · Le programme d'apprentissage est conçu par organisation plutôt que vendu sur étagère — et c'est aussi pourquoi aucun prix n'est publié.
--	--

Profil du client

GAINS · Une équipe capable de démontrer la promesse d'un fournisseur et de dire non avec un motif. · Une réponse défendable devant le superviseur, fondée sur la règle telle qu'écrite. · Une formation conforme aux métiers et branches réels. · Une adoption guidée par le jugement, non par l'enthousiasme ou la peur.	TÂCHES DU CLIENT · Introduire l'IA en souscription, sinistres, tarification et service sans casser un processus dont l'activité dépend déjà. · Répondre au superviseur: montrer comment une décision automatisée a été prise, sur quelles données, avec quel recours pour l'assuré. · Trancher entre construire et acheter face à des promesses de fournisseurs qui arrivent plus vite qu'on ne peut les évaluer. · Amener une équipe entière — souscripteurs, régulateurs, actuaire, conformité, dirigeants — à un niveau de compétence et à un vocabulaire partagés.
DOULEURS · Le matériel disponible est surtout commercial, écrit par des gens payés pour un oui. · La formation générique à l'IA ne correspond pas aux métiers, et réglementation et outils évoluent plus vite que la formation interne — différemment selon la juridiction. · Une décision de modèle erronée est un problème de conduite, pas seulement technique. · La compétence est inégale dans l'organisation, invisible jusqu'à l'incident.	

Canevas de proposition de valeur — Courtiers et agents d'assurance

Ariski · Segment: Courtiers et agents d'assurance

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES · Ariski platform — Une plateforme gratuite et bilingue sur l'IA dans l'assurance: plus de 30 pages dans chacune de deux langues, des dizaines d'éléments de pratique, une série d'outils interactifs et Ask Ariski, un assistant d'IA à quatre voix. · The Learning Program — Un programme d'apprentissage de l'IA pratique et personnalisé pour les professionnels et les équipes de l'assurance — selon les mots du site, « 18 formats en 5 catégories » et trois modalités (autoformation, accompagnement, tutorat en présentiel), fondé sur la méthodologie Smoother. Sur demande; aucun prix publié. · AI strategy consulting — Conseil en stratégie d'IA pour les organisations d'assurance, proposé comme type de demande sur la page de contact. Sur demande; aucun prix publié.	CRÉATEURS DE GAINS · Le générateur de feuille de route d'adoption accepte « courtier / agent » comme métier et « agent indépendant » comme taille d'organisation: son résultat est donc calibré pour une agence et non pour un assureur. · Une bibliothèque de prompts qui contient déjà du travail d'agence: lettres de recommandation de couverture, confirmations d'avenant, accueil de nouveaux clients, campagnes de reconquête, impact d'une nouvelle réglementation sur les agents et les courtiers — et un générateur pour le reste. · La piste de première ligne du programme nomme les courtiers parmi son public, dans des formats courts pour lesquels une agence peut libérer quelqu'un. · Ask Ariski répond à une question précise au moment où elle se pose, ce qui est la manière dont une agence apprend réellement. · Publié en anglais et en espagnol à parité, le français à suivre, afin qu'une agence ne soit pas désavantagée par la langue du matériel. SOLUTIONS À LA DOULEUR · Gratuit et ouvert, sans compte pour lire et sans postes à acheter: c'est ce qu'une agence d'une ou deux personnes peut réellement adopter. · Une piste professionnelle dans la série sur les sinistres automobiles écrite, selon les mots du site lui-même, pour les régulateurs, courtiers et avocats: estimation par photo, traitement direct, score de fraude et ce qu'attendent les régulateurs. · Une page de règles par juridiction: système de responsabilité, règle de responsabilité partagée, délai pour réclamer et pour agir en justice, délais de réponse de l'assureur, couverture minimale obligatoire et le régulateur auprès duquel se plaindre — chaque règle citée à son texte, et tout élément non vérifié publié comme « en vérification » plutôt que deviné. · Une réponse publiée à « dois-je dire à mes clients que j'utilise l'IA? », et un « ce qu'il ne faut pas faire » permanent portant sur les données du client et les décisions que personne ne peut expliquer. · Un répertoire d'outils qui attribue aux systèmes de gestion d'agence et aux produits d'IA leurs faiblesses autant que leurs forces, parce qu'Ariski n'en vend aucun.
---	--

Profil du client

GAINS · Utilisable dans une conversation client le jour même, sans coût. · Un exposé clair de ce que l'assureur automatise. · Une position défendable sur ce qu'il faut dire au client de l'IA, et pourquoi. · Délais et règles tels qu'écrits, citables devant un client.	TÂCHES DU CLIENT · Placer des couvertures et faire renouveler un portefeuille avec le personnel déjà en place: une ou deux personnes, dans la plupart des agences. · Expliquer à un client ce que la voie automatisée de l'assureur vient de faire à son sinistre, à son devis de réparation ou à sa prime. · Décider quoi dire aux clients au sujet de l'IA dans le processus, et quand: la question à laquelle le site répond dans une FAQ publiée. · Choisir parmi les systèmes de gestion d'agence et les outils d'IA vendus aux intermédiaires, sans fonction technologique pour les évaluer. · Satisfaire les attentes de conduite, d'information et de données sans service conformité pour les interpréter.
DOULEURS · Le matériel sur l'IA en assurance est écrit par les vendeurs du système, ou pour les assureurs. · L'automatisation est chez l'assureur, invisible du dehors — mais le client appelle le courtier. · Les outils vendus aux agences sont calibrés et tarifés pour de plus grandes structures. · Délais et règles de responsabilité différent selon la juridiction: le conseil repose sur la mémoire.	

Canevas de proposition de valeur — Fintechs, insurtechs et regtechs

Ariski · Segment: Fintechs, insurtechs et regtechs

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES · Ariski platform — Une plateforme gratuite et bilingue sur l'IA dans l'assurance: plus de 30 pages dans chacune de deux langues, des dizaines d'éléments de pratique, une série d'outils interactifs et Ask Ariski, un assistant d'IA à quatre voix. · AI products for the insurance industry — Outils et produits d'IA pour le secteur de l'assurance, nommés sur la page de contact. L'offre la moins définie: les outils interactifs publics démontrent l'idée, rien n'est vendu et aucun prix n'est publié. · AI strategy consulting — Conseil en stratégie d'IA pour les organisations d'assurance, proposé comme type de demande sur la page de contact. Sur demande; aucun prix publié.	CRÉATEURS DE GAINS · Les formats du programme d'apprentissage peuvent amener une équipe produit et une équipe commerciale au même vocabulaire que les assureurs auxquels elles vendent. · Le simulateur d'éthique et l'évaluation de maturité placent devant l'équipe les questions de gouvernance qu'un assureur acheteur posera, avant qu'il ne les pose.
	SOLUTIONS À LA DOULEUR · Des contenus organisés selon le travail assurantiel et non par technique d'IA, et un répertoire d'outils qui décrit la catégorie honnêtement — les faiblesses à côté des forces, puisque Ariski ne vend aucun des produits qui y figurent. · Un guide des juridictions et des pages de règles par juridiction citées à la loi ou au texte du régulateur lui-même, tout élément non vérifié étant étiqueté comme tel. · La piste entreprise de la série sur les sinistres automobiles traite l'exposition automobile propre de l'employeur comme un sujet à part entière: c'est ce qu'est cette entreprise lorsqu'elle est l'assurée et non le fournisseur.

Profil du client



Canevas de proposition de valeur — Banques et institutions financières

Ariski · Segment: Banques et institutions financières

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES · Ariski platform — Une plateforme gratuite et bilingue sur l'IA dans l'assurance: plus de 30 pages dans chacune de deux langues, des dizaines d'éléments de pratique, une série d'outils interactifs et Ask Ariski, un assistant d'IA à quatre voix. · AI strategy consulting — Conseil en stratégie d'IA pour les organisations d'assurance, proposé comme type de demande sur la page de contact. Sur demande; aucun prix publié.	CRÉATEURS DE GAINS · L'évaluation de maturité et le simulateur d'éthique font apparaître l'écart de gouvernance dans les termes propres de l'institution avant qu'un incident ne le fasse. · Le conseil est cadré au cas par cas: l'institution peut donc acheter une lecture de son propre portefeuille d'assurance plutôt qu'un cours — c'est la source que la page des revenus nomme pour ce segment.
	SOLUTIONS À LA DOULEUR · Le guide des juridictions et le matériel de conformité sont écrits d'après le texte assurantiel, non d'après un résumé général des services financiers. · La piste professionnelle est écrite pour ceux qui rencontrent l'automatisation — régulateurs, courtiers et avocats — c'est-à-dire la fonction qu'exerce un guichet bancassurance. · La piste entreprise traite l'exposition automobile propre de l'organisation comme un sujet à part entière, avec une liste de préparation du dossier et un calculateur de délais pour la mener. · Ariski ne vend aucun système d'IA: la lecture qu'elle propose n'est donc pas celle d'un fournisseur.

Profil du client

GAINS · Une lecture propre à l'assurance du risque lié à l'IA, réellement utilisable par une fonction de gouvernance bancaire. · Une réponse défendable devant le superviseur, fondée sur la règle assurantielle telle qu'elle est écrite. · Un personnel d'agence et de guichet capable d'expliquer à un client ce que le système de l'assureur a fait.	TÂCHES DU CLIENT · Appliquer à un portefeuille d'assurance la même gouvernance de l'IA que l'institution exerce déjà sur les décisions de crédit. · Répondre à un superviseur au sujet d'une décision automatisée prise sur un produit d'assurance distribué sous le nom de l'institution elle-même. · Amener le guichet bancassurance à un vocabulaire partagé avec l'assureur partenaire dont l'automatisation décide des sinistres de ses clients. · Assurer l'institution elle-même — ses véhicules et le personnel qui conduit pour le travail — et mener ces dossiers comme un processus plutôt qu'au cas par cas.
DOULEURS · Les règles d'assurance ne sont pas les règles bancaires pour lesquelles la gouvernance a été conçue. · L'automatisation est chez l'assureur; le client se plaint à l'agence. · Le matériel générique de gouvernance n'atteint pas le texte assurantiel. · L'exposition des véhicules de l'institution est traitée par le plus proche.	

Canevas de proposition de valeur — Grandes entreprises

Ariski · Segment: Grandes entreprises

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES · Ariski platform — Une plateforme gratuite et bilingue sur l'IA dans l'assurance: plus de 30 pages dans chacune de deux langues, des dizaines d'éléments de pratique, une série d'outils interactifs et Ask Ariski, un assistant d'IA à quatre voix. · The Learning Program — Un programme d'apprentissage de l'IA pratique et personnalisé pour les professionnels et les équipes de l'assurance — selon les mots du site, « 18 formats en 5 catégories » et trois modalités (autoformation, accompagnement, tutorat en présentiel), fondé sur la méthodologie Smoother. Sur demande; aucun prix publié. · AI strategy consulting — Conseil en stratégie d'IA pour les organisations d'assurance, proposé comme type de demande sur la page de contact. Sur demande; aucun prix publié.	CRÉATEURS DE GAINS · Le même sujet lisible sur les trois pistes, afin qu'un gestionnaire de flotte voie ce que l'on dit au conducteur et ce que l'on dit au régleur. · Des formats de programme qui peuvent être animés devant un public interne mixte — risques, flotte, juridique et ressources humaines dans une même salle. · Une reconstitution 3D de l'accident qui produit le schéma, les chiffres et le récit qu'exige un dossier, piétons et cyclistes compris. SOLUTIONS À LA DOULEUR · Une piste entreprise dédiée dans la série sur les sinistres automobiles — véhicules de société, flottes et salariés qui conduisent pour le travail: qui est responsable, quelle police intervient, et comment mener le dossier. · Une page de règles par juridiction, chaque règle citée à la loi ou au texte du régulateur lui-même, afin qu'une flotte multi-juridictionnelle lise partout les mêmes champs. · Une liste de préparation du dossier et un calculateur de délais, gratuits et dans le navigateur, afin que la première semaine soit un processus et non une course. · L'évaluation de maturité est écrite à l'échelle de l'organisation sur les plans technique, culturel, des politiques et des compétences, afin que les risques et la conformité voient l'écart dans les termes propres de l'entreprise.
---	---

Profil du client

GAINS · Une procédure écrite que suivent conducteur et gestionnaire de flotte, de la scène au garage. · Délais et règles de responsabilité par juridiction, en dates. · Des équipes qui comprennent l'automatisation assez pour lui fournir ce qu'elle demande. · Une lecture de sa propre maturité en IA à l'échelle de l'organisation.	TÂCHES DU CLIENT · Gérer un sinistre lorsque l'entreprise répond de l'accident d'un salarié — établir quelle police intervient et remettre le véhicule en service. · Gérer les sinistres d'une flotte comme un processus reproductible et non comme une série d'urgences. · Savoir ce que l'assureur de l'entreprise automatise, car cela change les preuves qu'un sinistre exige. · Amener les risques, la flotte, le juridique et les ressources humaines à une compréhension commune de l'exposition liée à la conduite des salariés. · Savoir ce que les assureurs de l'entreprise automatisent en souscription et en tarification de renouvellement autant qu'en sinistres, car cela change ce que l'organisation doit pouvoir démontrer.
DOULEURS · La responsabilité liée à la conduite d'un salarié se répartit entre polices; laquelle intervient est rarement évidente. · Les sinistres de flotte traversent les juridictions, et délais et règles de responsabilité changent avec chacune. · Une première semaine à rassembler des documents est là où fuit la valeur du dossier. · Le tri automatisé et le score de fraude de l'assureur sont invisibles pour l'entreprise.	

Canevas de proposition de valeur — PME

Ariski · Segment: PME

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES · Ariski platform — Une plateforme gratuite et bilingue sur l'IA dans l'assurance: plus de 30 pages dans chacune de deux langues, des dizaines d'éléments de pratique, une série d'outils interactifs et Ask Ariski, un assistant d'IA à quatre voix. · The Learning Program — Un programme d'apprentissage de l'IA pratique et personnalisé pour les professionnels et les équipes de l'assurance — selon les mots du site, « 18 formats en 5 catégories » et trois modalités (autoformation, accompagnement, tutorat en présentiel), fondé sur la méthodologie Smoother. Sur demande; aucun prix publié. · AI strategy consulting — Conseil en stratégie d'IA pour les organisations d'assurance, proposé comme type de demande sur la page de contact. Sur demande; aucun prix publié.	CRÉATEURS DE GAINS · Le même sujet lisible sur les pistes grand public et entreprise, afin qu'un dirigeant voie ce que l'on dit au conducteur et ce que l'entreprise elle-même doit faire. · Une reconstitution 3D de l'accident qui produit le schéma, les chiffres et le récit qu'exige un dossier, piétons et cyclistes compris. · Des formats courts dans le programme publié — conférences, ateliers, cours courts — calibrés pour une structure qui ne peut libérer du personnel pour un diplôme. · Publié en anglais et en espagnol à parité, le français à suivre, afin que l'entreprise lise ses propres règles dans sa langue. SOLUTIONS À LA DOULEUR · Une piste entreprise dans la série sur les sinistres automobiles écrite pour exactement ce lecteur: selon les mots du site, responsables de flotte, des ressources humaines et des risques, et dirigeants de petites entreprises avec un ou deux véhicules à l'actif. · Une page de règles par juridiction, chaque règle citée à la loi ou au texte du régulateur lui-même, afin qu'une entreprise qui traverse les frontières lise partout les mêmes champs. · Une liste de préparation du dossier et un calculateur de délais, gratuits et dans le navigateur, afin que la première semaine de l'entreprise soit un processus et non une course. · Tout sur la plateforme est gratuit et n'exige ni achat, ni décompte de postes, ni signature. · L'évaluation de maturité est écrite à l'échelle de l'organisation — technique, culturelle, politiques et compétences — afin qu'une petite structure voie où elle en est sans engager quiconque pour le lui dire.
---	--

Profil du client

GAINS · Une procédure écrite que suivent le conducteur et le dirigeant. · Savoir quelle police de l'entreprise intervient avant le sinistre. · Délais et règles de responsabilité en dates, par juridiction parcourue. · Utilisable le jour même, sans coût, et une position crédible sur l'IA.	TÂCHES DU CLIENT · Mener le dossier lorsqu'un salarié accidenté un véhicule de la société, ou le sien pendant le travail: établir laquelle des polices de l'entreprise intervient et remettre le véhicule en service. · Décider de quelle couverture l'entreprise a réellement besoin, sans responsable des risques et sans courtier sous contrat. · Assumer la première heure après un incident — qui l'on appelle, ce qui est consigné avant que le véhicule ne bouge — quand le dirigeant est aussi le gestionnaire de flotte et celui qui déclare. · Savoir ce que l'assureur de l'entreprise lui-même automatise, car cela change ce qu'un dossier doit contenir. · Décider s'il vaut la peine d'adopter l'IA au sein de l'entreprise, sans budget et sans fonction technologique.
DOULEURS · Dans une petite entreprise, le dirigeant cumule risques, flotte et déclaration. · La responsabilité se partage entre les polices de l'entreprise et celles du salarié. · La première semaine, à rassembler des documents, est là où le dossier perd de la valeur. · Ni budget, ni temps — et les outils vendus ici sont conçus pour les assureurs.	

Canevas de proposition de valeur — Indépendants et professions libérales

Ariski · Segment: Indépendants et professions libérales

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES · Ariski platform — Une plateforme gratuite et bilingue sur l'IA dans l'assurance: plus de 30 pages dans chacune de deux langues, des dizaines d'éléments de pratique, une série d'outils interactifs et Ask Ariski, un assistant d'IA à quatre voix. · The Learning Program — Un programme d'apprentissage de l'IA pratique et personnalisé pour les professionnels et les équipes de l'assurance — selon les mots du site, « 18 formats en 5 catégories » et trois modalités (autoformation, accompagnement, tutorat en présentiel), fondé sur la méthodologie Smoother. Sur demande; aucun prix publié.	CRÉATEURS DE GAINS · Un parcours structuré qui existe déjà sur le site: une IA 101 pour l'assurance, puis ce qu'il faut faire et ne pas faire, puis l'ingénierie des prompts, puis la pratique, puis le programme. · Une évaluation de maturité et une feuille de route d'adoption qui disent à un professionnel où il se situe réellement, et non où un syllabus suppose qu'il se situe. · Un glossaire et un répertoire d'outils pour régler un terme ou une question de produit en une minute. · Une évaluation au sein du programme, afin que la compétence puisse être montrée à un employeur plutôt qu'affirmée. SOLUTIONS À LA DOULEUR · Gratuit, ouvert et bilingue, sans compte pour lire et sans courriel demandé — la barrière est retirée, non abaissée. · Des éléments de pratique, une bibliothèque de prompts et un générateur de prompts — le matériel est quelque chose à faire, non seulement à lire. · Un « ce qu'il ne faut pas faire » explicite à côté de chaque « ce qu'il faut faire », y compris les données du client et les décisions inexplicables. · La modalité d'autoformation du programme existe précisément pour le professionnel dont l'employeur ne paie pas. · Quatre voix propres dans Ask Ariski, afin qu'une question gênante soit posée à une machine avant de l'être à un supérieur. · La piste entreprise de la série sur les sinistres automobiles traite la voiture personnelle d'un salarié conduite pour le travail, et les pages de règles par juridiction donnent le délai et la règle de responsabilité tels qu'ils sont écrits — le même matériel qu'utilise une entreprise, à la disposition d'une pratique d'une seule personne.
--	---

Profil du client

GAINS · Une compétence qui se transpose au dossier de demain, apprise à son rythme. · La thèse du site: qui comprend l'IA remplacera qui ne la comprend pas. · Un vocabulaire qui tient devant fournisseur, régulateur et ingénieur. · Savoir quelle couverture propre intervient avant un incident.	TÂCHES DU CLIENT · Rester employable dans un métier qui se transforme pendant qu'on l'exerce — souscripteur, régulateur, actuaire, responsable conformité, agent indépendant. · Comprendre ce que fait réellement l'outil apparus sur leur bureau, et où il échoue. · Apprendre sans budget, sans parrainage de l'employeur et sans quitter son poste. · Savoir ce qu'il ne faut pas faire — avec les données du client, avec la sortie d'un modèle, avec une décision qu'ils ne peuvent pas expliquer. · Entrer dans la profession en étant déjà formé, pour ceux qui sont encore en apprentissage. · Porter sa propre couverture et mener son propre dossier lorsque le véhicule avec lequel on travaille est endommagé — sans police d'employeur derrière soi et sans personne à qui déléguer le dossier.
DOULEURS · La question honnête — « cela va-t-il me prendre mon emploi? » — n'a aucun lieu neutre où être posée. · Les cours génériques n'ont que des exemples génériques. · Le matériel sérieux n'existe qu'en anglais, excluant l'essentiel d'un marché hispanophone. · Pas de temps: apprendre perd contre la charge de dossiers. · Un véhicule de travail se situe entre couverture personnelle et commerciale.	

Canevas de proposition de valeur — Gouvernement et secteur public

Ariski · Segment: Gouvernement et secteur public

Carte de la valeur

PRODUITS ET SERVICES · Ariski platform — Une plateforme gratuite et bilingue sur l'IA dans l'assurance: plus de 30 pages dans chacune de deux langues, des dizaines d'éléments de pratique, une série d'outils interactifs et Ask Ariski, un assistant d'IA à quatre voix. · The Learning Program — Un programme d'apprentissage de l'IA pratique et personnalisé pour les professionnels et les équipes de l'assurance — selon les mots du site, « 18 formats en 5 catégories » et trois modalités (autoformation, accompagnement, tutorat en présentiel), fondé sur la méthodologie Smoother. Sur demande; aucun prix publié. · AI strategy consulting — Conseil en stratégie d'IA pour les organisations d'assurance, proposé comme type de demande sur la page de contact. Sur demande; aucun prix publié.	CRÉATEURS DE GAINS · Des contenus qui disent où l'IA échoue, soit la moitié du sujet dont un superviseur a besoin et qu'un fournisseur ne publiera pas. · Des formats de programme animables devant une équipe de supervision en cohorte fermée, dans les modalités que le site publie déjà. SOLUTIONS À LA DOULEUR · Ariski n'est ni un fournisseur ni une entité supervisée, ce qui est la seule position depuis laquelle ce matériel peut se lire comme désintéressé. · Un guide des juridictions et un jeu de règles de sinistres automobiles bâtis par la lecture du texte primaire, tout élément non lu étant publié comme « en vérification » plutôt qu'affirmé. · Un simulateur d'éthique bâti sur un scénario fictif où le modèle de souscription par IA d'un assureur échoue et où des données d'assurés sont exposées — un cas de formation qui n'exige de nommer aucune entité réelle. · La plateforme gratuite n'exige aucun achat, ce qui permet à une équipe de supervision de commencer avant qu'un cycle budgétaire n'autorise autre chose.
---	--

Profil du client

GAINS · Une référence technique indépendante qui ne doit rien à aucune entité supervisée. · Des cas concrets de préjudice pour raisonner — biais algorithmique de tarification, décisions opaques, recours de l'assuré. · Du matériel en espagnol aussi complet qu'en anglais, pour les juridictions où c'est la langue de travail.	TÂCHES DU CLIENT · Superviser des assureurs qui automatisent des décisions plus vite que la doctrine de supervision ne s'écrit. · Juger si une décision automatisée de souscription ou de sinistre est explicable, non discriminatoire et susceptible de recours. · Amener le personnel de supervision à un niveau de compétence en IA qui ne dépende pas de l'explication de l'entité supervisée elle-même.
DOULEURS · L'explication technique qu'un superviseur reçoit provient généralement de l'entité supervisée, ou de son fournisseur. · Les budgets de formation et les cycles d'achat évoluent plus lentement que la technologie supervisée. · Le matériel écrit pour les règles d'un marché ne se transpose pas aux textes d'une autre juridiction.	