

APRIL SANTE PREVOYANCE

PROGRAMME CŒUR CLIENTS

—
CANDIDATURE PRIX MARKETING RELATION CLIENTS
—



L'assurance en plus facile.



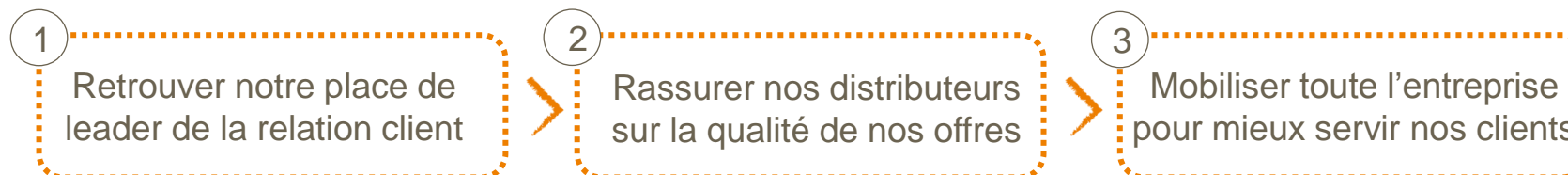
CŒUR CLIENTS

CONTEXTE & MISE EN ŒUVRE

PROBLÉMATIQUES

- **Indicateurs de satisfaction en baisse** auprès de nos clients (B2B et B2C)
- **Baisse du niveau d'engagement** de nos collaborateurs
- Dans un contexte concurrentiel fort, nous devons retrouver nos standards pour **continuer à nous différencier**

OBJECTIFS



CŒUR CLIENT : UN PROGRAMME D'ENTREPRISE...

- **Sponsorisé par le Directeur Général** : Roger MAINGUY
- Sous la responsabilité d'un Project Management Officer (PMO) : Stéphanie DORLEANS (responsable fidélisation et expérience clients)
- 6 grands chantiers et des équipes projets exclusivement **constituées de collaborateurs**

RÉALISATIONS



lucy

DE NOUVEAUX OUTILS D'INTERACTIONS VOCALES AVEC NOS ASSURÉS

- Répondeur téléphonique et prise de rendez-vous en cas de taux d'accessibilité faible
- Callbot « Lucy » pour le traitement des demandes simples

DES PARCOURS CLIENTS PLUS FLUIDES

- Elargissement des horaires du service collectif pour s'adapter aux disponibilités des professionnels
- **Contrôle qualité entre collaborateurs** en gestion et téléphonie
- **Campagnes personnalisées** en fonction des événements clients (suite à un premier devis ou une indemnisation, un appel...)
- Relation courtiers GOLD : traitement prioritaire pour les plus gros producteurs

LA CRÉATION D'UNE COMMUNAUTÉ D'ASSURÉS

Objectifs :

- 1 Tester des outils
- 2 Co-construire et valider des concepts
- 3 Evaluer les comportements

Depuis janvier 2019 :

30 membres

3 ateliers réalisés dans les locaux d'APRIL

CŒUR CLIENTS

RÉALISATIONS

DE NOUVEAUX DISPOSITIFS POUR DIFFUSER LA CULTURE CLIENTS

Service data & connaissance clients :

mise en place d'indicateurs
segmentation de la base clients

Madame Voix du Client :

collecte et analyse des irritants clients

Communauté de 50 collabor'acteurs :

traitement des irritants clients et organisation d'événements

Semaine de la satisfaction :

autour des 3C (clients, courtiers et collaborateurs)

DES MÉTIERS VALORISÉS

Plateforme de « kiffs » :

reconnaissance des « soft skills » par et pour les collaborateurs

Success story :

valoriser et célébrer les projets

Enveloppe « enchantement client » :

geste commercial directement à la main des collaborateurs



CŒUR
CLIENTS



CŒUR CLIENTS

FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS



UNE FAÇON INÉDITE DE TRAVAILLER

- Un programme « **humble** », une approche pragmatique de « petits pas » pour livrer régulièrement des projets
- Une méthode de travail « **agile** », basée sur le « test & learn » avec un rythme cadencé
- Une organisation **transversale** et des équipes « **mixtes** » où chaque collaborateur peut apporter son expertise

UNE COMMUNICATION ET UNE ANIMATION DÉDIÉES



Portes Ouvertes
trimestrielles pour
donner de la visibilité
sur les projets

**Le Petit Journal de
l'Expérience Clients**
avec KPI's mensuels
de satisfaction clients



Teasings
« **Caméra Café** »
pour annoncer les
événements Coeur
Clients

**Tournées de notre
Directeur Général**
sur tous les plateaux



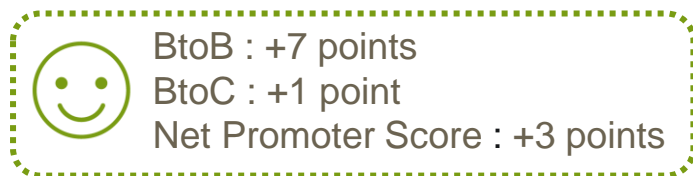
CŒUR CLIENTS

RÉSULTATS PROBANTS



AUPRÈS DE NOS CLIENTS

- Une **amélioration visible de l'expérience client** (+ rapide et + facile), quels que soient les canaux
- Un retour à des niveaux de satisfaction historiques :



AUPRÈS DE NOS COLLABORATEURS

- Un **taux d'engagement très largement supérieur aux projections** :



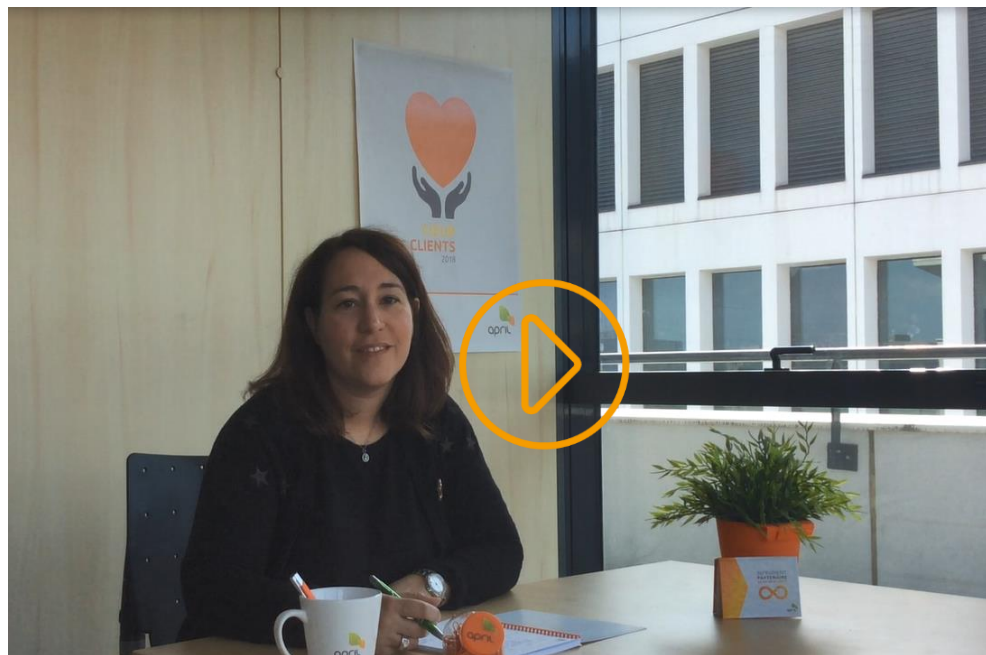
- **500 remontées à Mme Voix du Client** : 1/3 ont été traitées, la moitié est en cours

CŒUR CLIENTS

LE PROGRAMME CŒUR CLIENTS EN IMAGES



Découvrez l'interview de Stéphanie DORLEANS,
PMO de « Cœur Clients », Responsable Fidélisation et Expérience Clients APRIL :



-
7
-

Elle revient sur les grands principes de ce programme d'entreprise et sur deux réalisations concrètes :
la **Semaine de la satisfaction** et la création de la **Communauté d'assurés APRIL**.

