



Groupama

LES
SINCH
AWARDS

Depuis plus de 100 ans, le Groupe Groupama fonde son action sur des valeurs humanistes intemporelles, pour permettre au plus grand nombre de construire leur vie en confiance. Il s'appuie sur des communautés d'entraide, humaines, proches, optimistes et responsables.

Fort de ses deux principales marques Groupama et Gan, le Groupe Groupama, l'un des premiers groupes d'assurance mutualistes en France, développe ses activités d'assurance et de services dans 10 pays. Le groupe compte 12 millions de sociétaires et clients et 31 000 collaborateurs à travers le monde.

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Assurance

CHARGÉ DE PROJET

Florian FERCOQ – Marketing client relationnel

Olivier PELTIER – Campagnes clients





Groupama

Comment personnaliser l'expérience client lors d'un temps fort commercial pour booster le taux de transformation des contrats clients/prospects ?

LES
SINCH
AWARDS



Rich SMS
Widget Expert

+ 91,1%
de taux
d'engagement

36%
de leads
cross-sell

CONTEXTE

Dans le cadre de son 1er temps fort 2022, Groupama a souhaité lancer l'année avec une action de conquête personnalisée à 360° sur ses produits d'assurances généralistes (auto, habitation, santé, accidents de la vie). Un des enjeux majeurs était de saturer au plus tôt les nouveaux clients afin de les fidéliser dans le temps et éviter l'effet "passoire" au bout d'1 ou 2 ans d'ancienneté.

SOLUTION

Mise en place d'un **plan de contact complet** avec 2 rich sms pour améliorer le taux de transformation des contrats et inciter à souscrire plusieurs contrats en même temps. Pour cela, une matrice de cross-sell a été créée pour faire des suggestions d'offres personnalisées selon le profil du client/prospect et son éligibilité aux produits.

- Le 1er rich SMS "Bonne nouvelle" avait une mécanique de **swipe-up** pour découvrir une offre promotionnelle personnalisée : de 50€ offerts à 260€ offerts. Cela a permis d'engager et faire connaître les offres avec un **taux d'engagement de + 91%**.
- Le 2nd rich sms avait pour objectif de relancer tous les leads chauds (devis) non transformés pour inciter à **finaliser la souscription rapidement et surenchérir** avec la promotion d'un 2ème contrat personnalisé au client (50€ pour le 1er contrat souscrit, 70€ si souscription d'un 2ème contrat). Cela a permis de générer **jusqu'à 36% de devis en cross-sell** et un **taux d'affaires conclues multiplié par X2,5** sur la cible des prospects.



Groupama

LES
SINCH
AWARDS

Vision

« Le scénario mis en place a très largement boosté les performances du temps fort. Grâce à la création d'une matrice incluant des poids d'appétence sur nos produits, nous avons pu personnaliser l'affichage des bonnes offres aux bonnes personnes. Ainsi, on répondait à leur besoin de messages hyper personnalisés tout en modernisant notre image de marque.

Après une période de test de 3 mois, le rich sms de relance des devis a été industrialisé et pérennisé en septembre 2022 pour relancer l'ensemble des devis générés aussi bien en ligne que via le réseau commercial. Le scénario est désormais complètement automatisé avec des envois chaque jour. »

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Assurance

CHARGÉ DE PROJET

Florian FERCOQ – Marketing client relationnel

Olivier PELTIER – Campagnes clients

