



Macif

LES
SINCH
AWARDS

Assureur mutualiste depuis plus de 60 ans, la Macif s'engage au quotidien auprès de ses 5,7 millions de sociétaires et adhérents (sur le marché des particuliers, professionnels et ESS). Elle propose des offres et services de protection simples, utiles et accessibles, en assurances dommages, santé-prévoyance et finance-épargne.

Un engagement qui se traduit dans la raison d'être de la Macif :

« Nous mobilisons nos valeurs mutualistes et nos savoir-faire pour protéger le présent et permettre l'avenir, pour nous tous et les générations futures ».

La Macif réalise de nombreuses actions qui viennent traduire l'engagement sociétal de la marque, avec par exemple la Fondation Macif, des services d'aides et d'accompagnement comme Macif Solidarité Coups Durs...

Pour la première fois en 2022, la Macif a été élue marque préférée des Français dans la catégorie Compagnies d'assurance, preuve de son engagement au service de ses sociétaires.

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Assurance

CHARGÉ DE PROJET

Aude Meunier

Responsable Marketing
Opérationnel

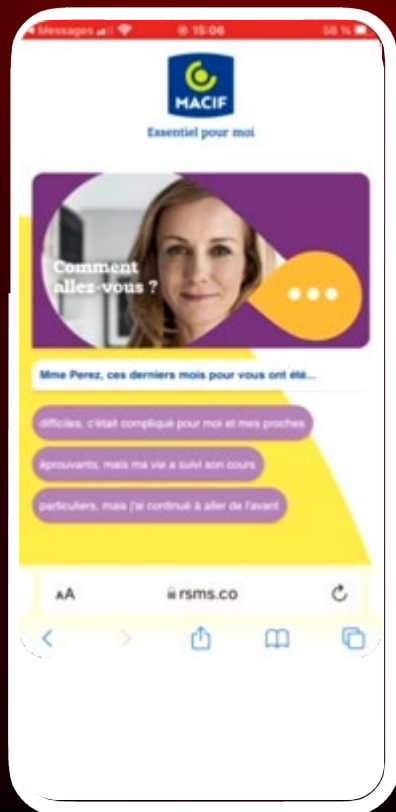




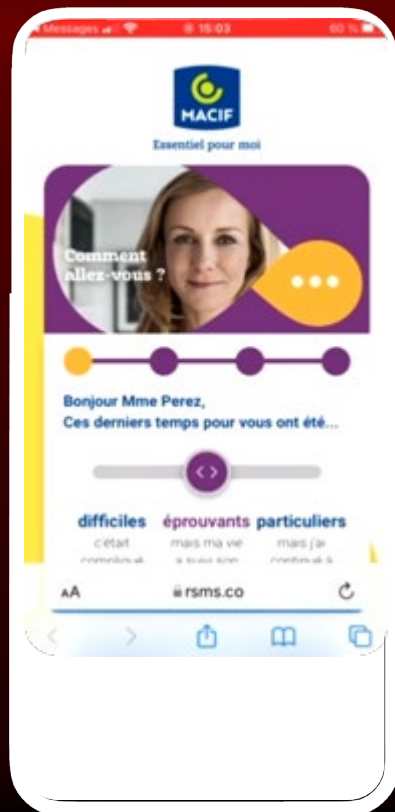
Macif

Comment recréer du lien, renforcer la relation de proximité avec notre sociétariat et ainsi mieux répondre à leurs besoins et attentes ?

LES
SINCH
AWARDS



Format conversationnel



Format quizz

+ 550 000

Répondants

Traduit une relation de confiance à l'égard de la Macif

+ 300 000

Sociétaires accompagnés

(accompagnements diagnostics...)

CONTEXTE

La Macif a réalisé la 1ère enquête "sociétale" en France liée au contexte pandémique, envoyée à ses 5,5 millions de sociétaires. C'est dans ce contexte pandémique historique, où les liens se sont distendus que la Macif a naturellement souhaité interroger ses sociétaires. Le but étant de prendre de leurs nouvelles avec une question simple mais essentielle : "Comment allez-vous?".

SOLUTION

Les sociétaires ont été invités à répondre à des questions personnalisées et évolutives en fonction des réponses sur leurs vécus, leurs priorités, leurs préoccupations et leurs visions de l'avenir. L'enquête a été envoyée sur le canal digital d'appétence du client (email et/ou rich sms). Une démarche d'A/B tests généralisée a permis de faciliter l'accessibilité des messages et proposer le format adapté.

En complément de cette enquête, un dispositif innovant de rebond a été mis en place pour proposer des solutions d'accompagnement personnalisées et quasi instantanées (J+2) : **Plus de 100 combinaisons ont été adressées** aux sociétaires en fonction de leurs besoins et de leurs situations

Grâce à l'ensemble des informations recueillies, La Macif a pu mener différentes études pour enrichir sa connaissance client et venir nourrir son plan d'actions.

Une démarche très appréciée des sociétaires, avec des retours par téléphone ou directement en agence: CAMILLE, Sociétaire : « J'ai eu le sentiment d'être soutenue par la Macif en cette période particulière »



Macif

LES
SINCH
AWARDS

Vision

« Pour répondre à son ambition d'amélioration continue et d'excellence relationnelle, la Macif innove sans cesse et propose à ses sociétaires des expériences interactives, personnalisées et en phase avec les nouveaux usages numériques.

La grande enquête "Comment allez-vous", est un des exemples concrets de dispositif mis en place au service de nos sociétaires.

Elle traduit également notre réactivité et adaptation en fonction du contexte ainsi que notre capacité à répondre aux attentes et préoccupations de nos sociétaires. »

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Assurance

CHARGÉ DE PROJET

Aude Meunier

Responsable Marketing
Opérationnel

