

RENDEZ-VOUS DE LA RELATION CLIENTS

De la conquête à la fidélisation, quelle nouvelle stratégie relationnelle

- Activités digitales, optimisation du parcours client : comment réussir la transition vers l'omni canal
- Après l'ANI et la loi Hamon, pourquoi fidéliser autrement
- Médias sociaux, sponsoring, publicité, brand content... comment parler d'assurance
- Connaissance clients, big data, marketing direct : comment développer votre intelligence relationnelle

AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE



Laurent BUANEC
Directeur de la stratégie
TWITTER FRANCE



Stéphane DAESCHNER
Directeur marque
et communication externe
MMA



**Pierre-Alain
DE MALLERAY**
Directeur général
SANTIANE



**Dominique
LEVY-SARAGOSSI**
Directeur général
IPSOS FRANCE

ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE

- Gwendoline CAZENAVE, *Directrice Finance Stratégie & Juridique, SNCF-VOYAGES*
- Benoit DOUXAMI, *Directeur du développement, du marketing et de la communication, LA MUTUELLE GÉNÉRALE*
- Françoise LAMOTTE, *Directrice marketing et communication, membre du comité exécutif, AVIVA FRANCE*
- Gines ORTEGA, *Responsable e-marketing, Connaissance clients & programmes relationnels, MALAKOFF MÉDÉRIC*

En partenariat avec :



Formations complémentaires

Mercredi 21 mai 2014

STRATÉGIE DE FIDÉLISATION DANS L'ASSURANCE

Développer et défendre votre portefeuille clients

Mercredi 21 mai 2014

STRATÉGIE CROSS-CANAL EN ASSURANCE

Maîtriser les dernières tendances, anticiper les nouveaux enjeux

Mardi 24 et mercredi 25 juin 2014

DE LA DÉMATÉRIALISATION À LA NON-MATÉRIALISATION

Réussir la mise en œuvre de votre projet

Depuis l'ANI jusqu'à la loi Hamon, toutes les stratégies de relation client sont mises à l'épreuve. Face à l'omniprésence du digital, sur un marché de plus en plus concurrentiel, les objectifs de fidélisation n'ont jamais été aussi importants dans l'assurance. Conquête, rétention, fidélisation : tous les leviers doivent être activés pour mener à bien une nouvelle politique en 2014.

- Activités digitales, optimisation du parcours client : comment réussir la transition vers l'omni canal
- Le nouveau rôle des réseaux physiques, pivot de la relation client
- Médias sociaux, sponsoring, publicité, brand content... comment parler d'assurance
- Connaissance clients, big data, marketing direct : comment développer votre intelligence relationnelle

Pour en débattre et relever ces défis, **L'Argus de l'assurance vous invite le 22 mai 2014 à participer au Rendez-vous de la Relation clients dans l'assurance.** Un événement stratégique conçu autour de la connaissance client, avec le témoignage exclusif de Twitter, d'experts de la relation client et de leaders du marché.

Nous vous invitons également à participer à l'une de ces trois formations :

- le 21 mai 2014 : « Stratégie de fidélisation dans l'assurance » ;
- le 21 mai 2014 : « Stratégies cross-canal en assurance » ;
- les 24 et 25 juin 2014 : « De la dématérialisation à la non-matérialisation ».

En me réjouissant de vous y accueillir,

Jean-Christophe PUJOS

Chef de projets conférences | L'Argus de l'assurance

LES RENCONTRES L'ARGUS de l'assurance

Depuis 1877, L'Argus de l'assurance anime le marché de l'assurance et de la finance avec un hebdomadaire diffusé à plus de 20 000 exemplaires autour duquel se sont développés de nombreux services d'information et de mise en relation. Il accompagne les acteurs de l'assurance et les aide à décrypter l'actualité, pour améliorer leurs performances, adapter leurs pratiques et produits aux évolutions du marché.

Marque médias de référence pour tous les cadres et décideurs de l'assurance en France, L'Argus de l'assurance a développé une expertise pointue et se distingue par son approche innovante et proactive.

Les rencontres de L'Argus de l'Assurance se déclinent sous plusieurs formats :

- Des événements annuels sous forme de conférences, congrès et trophées
- Des formations pratiques et méthodologiques, clubs et matinées débats

UNE PUBLICATION DU GROUPE

INFOPRO
digital

RENDEZ-VOUS DE LA RELATION CLIENTS

De la conquête à la fidélisation, quelle nouvelle stratégie relationnelle

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

Daniel BO	Président-directeur général QUALIQUANTI
Alexandre BRIGNIER	Directeur commercial SITEL
Laurent BUANEC	Directeur de la stratégie TWITTER FRANCE
Gwendoline CAZENAVE	Directrice Finance Stratégie & Juridique SNCF-VOYAGES
Stéphane DAESCHNER	Directeur marque et communication externe MMA
Cédric DEMEULENAERE	Responsable marché assurance PEGASYSTEMS
Pierre-Alain DE MALLERAY	Directeur général SANTIANE
Benoit DOUXAMI	Directeur du développement du marketing et de la communication LA MUTUELLE GÉNÉRALE
Pascale FURBEYRE	Directrice Marketing et Communication LESFURETS.COM
Françoise LAMOTTE	Directrice marketing et communication Membre du comité exécutif AVIVA FRANCE
Anne-Dominique LEGRAND	Directrice marque et communication ALLIANZ FRANCE
Dominique LEVY-SARAGOSSI	Directeur général IPSOS FRANCE
Gines ORTEGA	Responsable e-marketing, connaissance clients & programmes relationnels MALAKOFF MÉDÉRIC
Olivier SILBERSTEIN	Directeur France INTERACTIVE INTELLIGENCE Intervention de CAPGEMINI FINANCIAL SERVICES

VOUS ÊTES CONCERNÉS :

Secteurs

- Compagnies d'assurance
- Mutuelles
- Institutions de prévoyance
- Sociétés de bancassurance
- Sociétés de courtage
- Sociétés d'assistance
- Cabinets de conseil
- Organisations professionnelles

Fonctions

- Présidents
- Directions générales
- Directions relation client
- Directions marketing
- Directions commerciales
- Directions des réseaux
- Directions développement
- Directions communication
- Directions activités digitales
- Directions multicanal
- Directions stratégie
- Directions innovation
- DSI
- Agents généraux
- Commerciaux
- Courtiers
- CGPI

Journée animée par Anne LAVAUD, Rédactrice en chef, L'Argus de l'assurance

8h30 Accueil des participants

9h00 **ALLOCUTION D'OUVERTURE - La relation client à l'épreuve des mutations économiques, sociales et technologiques : le point sur les comportements et les attentes des assurés**

- Comment la crise actuelle a modifié les comportements de consommation des Français
- Considération, personnalisation, qualité de service... les nouvelles attentes des consommateurs
- En quoi le digital, la mobilité et les réseaux sociaux viennent bouleverser les relations assureurs - assurés
- Recueil et exploitation de données personnelles : de la méfiance à la demande d'individualisation, quelle appétence des Français pour les programmes de fidélisation personnalisés

Dominique LEVY-SARAGOSSI I Directeur général I
IPSOS FRANCE

VERS UNE RELATION CLIENT OMNISCANAL

9h30 **La transformation digitale dans l'assurance : où en est-on ?**

- Benchmark des secteurs les plus avancés. Où se situe le secteur assurance ?
- Satisfaction client, fidélisation, amélioration de la rentabilité... pourquoi accélérer (encore) votre digitalisation
- Applis mobiles, gestion de sinistres, acquisition en ligne... quels services développer en priorité

Intervention de **CAPGEMINI FINANCIAL SERVICES**

10h00 **BENCHMARK - Réussir la transition vers l'omni canal : le témoignage du leader européen des agences de voyage**

- Web / mobile / agence / guichet : analyse des différents canaux, de leur degré d'utilisation et de maturité
- Service, fidélisation, après-vente... les nouveaux rôles des réseaux physiques
- De la redéfinition des missions à l'accompagnement managérial, comment conduire le changement

Gwendoline CAZENAVE I Directrice Finance Stratégie & Juridique I
SNCF-VOYAGES

10h30 Pause

11h00 **TABLE RONDE - Comment améliorer votre modèle multicanal pour un parcours client optimisé**

- Comment rendre l'expérience client homogène et cohérente quel que soit le canal emprunté
- Intégration des nouvelles technologies dans la relation client : comment s'adapter aux attentes des assurés et accompagner les réseaux commerciaux dans l'adoption des outils
- Face à la révolution digitale, quel nouveau rôle pour les réseaux physiques, pivot de la relation client
- Comment continuer à investir tout en maîtrisant les coûts de gestion, d'acquisition et de fidélisation

Alexandre BRIGNIER I Directeur commercial I **SITEL**

Benoit DOUXAMI I Directeur du développement, du marketing et de la communication I **LA MUTUELLE GÉNÉRALE**

Françoise LAMOTTE I Directrice marketing et communication I Membre du comité exécutif I **AVIVA FRANCE**

Olivier SILBERSTEIN I Directeur France I **INTERACTIVE INTELLIGENCE**

DE L'INDIVIDU À LA COMMUNAUTÉ, COMMENT PARLER D'ASSURANCE

12h00 **TÉMOIGNAGE - Intégrer les réseaux sociaux dans votre stratégie relationnelle : le témoignage de TWITTER**

Laurent BUANEC I Directeur de la stratégie I
TWITTER FRANCE

12h30 **TABLE RONDE - Les médias sociaux, outils de fidélisation par excellence ?**

- Comment améliorer votre visibilité et votre notoriété sur les réseaux sociaux
- Interagir avec votre communauté pour mieux fidéliser et conquérir de nouveaux clients : avec quels outils innovants ?
- Comment calculer son retour sur investissement

Stéphane DAESCHNER I Directeur marque et communication externe I **MMA**

Gines ORTEGA I Responsable e-marketing, connaissance clients & programmes relationnels I **MALAKOFF MÉDÉRIC**

13h00 Déjeuner

14h30 **TABLE RONDE - Publicité, sponsoring, brand content : comment renforcer l'attachement à votre marque**

- Publicité radio et TV, communication virale : quelles tendances récentes
- Naming / sponsoring sportif : les stratégies gagnantes
- Comment évaluer le ROI pour optimiser vos investissements

Avec la présentation de la première étude «Le brand content dans l'assurance» réalisée par QualiQuanti, avril 2014.

Daniel BO I Président-directeur général I **QUALIQUANTI**

Pascale FURBEYRE I Directrice marketing et communication I **LESFURETS.COM**

Anne-Dominique LEGRAND I Directrice marque et communication I **ALLIANZ FRANCE**

LA CONNAISSANCE CLIENT, CLÉ DE VOÛTE DE LA CONQUÊTE ET DE LA FIDÉLISATION

15h15 **CRM / marketing digital : comment concilier efficacité et qualité de service**

- Qu'est-ce que le marketing digital ? Comment le mettre en œuvre
- La connaissance client, préalable à une communication ciblée et personnalisée ?
- Comment optimiser l'efficacité de vos campagnes marketing et de vos centres d'appel
- Analyse prédictive : comment anticiper les attentes des assurés pour leur proposer la meilleure offre ? Avec l'exemple du secteur des télécoms

Cédric DEMEULENAERE I Responsable marché assurance I
PEGASYSTEMS

15h45 **De l'utilisation des données clients au big data, comment développer votre intelligence relationnelle**

- Données clients internes / données publiques externes : comment transformer la masse de données disponibles en indicateurs marketing utiles
- Fidélisation / conquête : quels objectifs poursuivre ? Avec quels moyens

Pierre-Alain DE MALLERAY I Directeur général I **SANTIANE**

16h15 Fin de la manifestation

Retrouvez le programme détaillé de cet événement sur : <http://evenements.infopro-digital.com/argus/>

Mercredi 21 mai 2014

STRATÉGIE DE FIDÉLISATION DANS L'ASSURANCE

Développer et défendre votre portefeuille clients

Objectifs de la formation :

- ✓ Comprendre les nouveaux enjeux de la fidélisation dans l'assurance
- ✓ Appréhender les différents leviers de fidélisation
- ✓ Maîtriser les grandes étapes de la conception d'un programme de fidélisation

Formation animée par :



Fabienne GOARZIN, Directeur, VERTONE

Fabienne GOARZIN est associée au sein du cabinet VERTONE. Elle bénéficie de plus de 15 ans d'expérience dans le conseil en Marketing et Relation Client. Elle accompagne ses clients dans la mise en œuvre de politique client, la conception et la refonte de programmes de fidélisation. Elle a notamment conduit la refonte du programme de fidélité de SNCF.

LES NOUVEAUX ENJEUX DE LA FIDÉLISATION DANS L'ASSURANCE

• Introduction : pourquoi le contexte actuel oblige les assureurs à adapter leur approche clients

ANI / loi Hamon : rappel sur les conséquences en termes de concurrence sur le marché et de risque d'attrition sur les portefeuilles clients
Nouvelles tendances comportementales : les assurés, de plus en plus informés / outillés, des chasseurs de prime pour certains ?

• Pourquoi fidéliser

Nouveau client / client ambassadeur / client fragilisé... : le cycle de vie de l'assuré
Développer la valeur du client, retenir un assuré sur le départ, cultiver l'attachement à la marque... : comprendre les objectifs de fidélisation en fonction des différentes phases du cycle de vie client

• Quels dispositifs de fidélisation, pour quels objectifs

Du plan d'actions client segmenté au programme de fidélisation structuré, appréhender les différents dispositifs de fidélisation existants

• Benchmark : les programmes de fidélisation en France

Partage des enseignements clés du benchmark multisectoriel VERTONE
Focus sur les autres secteurs – télécoms, médias, distribution, banque – et sur les marchés de l'assurance en France et à l'étranger
Analyse des tendances de fond et des signaux faibles
Quelles conclusions en tirer pour le secteur de l'assurance en France

MAÎTRISER LES GRANDES ÉTAPES DE LA CONCEPTION D'UN PROGRAMME DE FIDÉLISATION

• Élaborer sa stratégie, concevoir son offre

Définir les cibles prioritaires et identifier les objectifs
Qualifier les leviers activables, la mécanique de fidélisation et les offres associées
Élaborer la promesse client, définir les bénéfices clients et mettre en avant les éléments de preuve
Définir le dispositif relationnel et le plan d'animation du programme

• Mesurer la performance du programme

• Comment gérer le projet, la conception d'un programme et anticiper les risques associés

• Illustrations : présentations ponctuelles de cas réels et mises en situation sous forme d'exercices d'application

Mercredi 21 mai 2014

STRATÉGIE CROSS-CANAL EN ASSURANCE

Maîtriser les dernières tendances, anticiper les nouveaux enjeux

Objectifs de la formation :

- ✓ Décrypter un panorama international des initiatives et tendances cross canal du secteur
- ✓ Appréhender les pratiques novatrices avec des retours d'expériences du marché
- ✓ Maîtriser les outils pour définir votre approche cross canal
- ✓ Savoir formaliser et mettre en œuvre une stratégie adaptée

Formation animée par :



Bénédicte DAULL-MASSART

Consultante en stratégies Internet

Bénédicte Daull-Massart a passé 12 ans dans le secteur de l'assurance (GAN, GMF puis AXA) avec des responsabilités en marketing. Elle a créé en mars 2013 sa structure de conseil dédiée au Digital.

Mardi 24 et mercredi 25 juin 2014

DE LA DÉMATÉRIALISATION À LA NON-MATÉRIALISATION

Réussir la mise en œuvre de votre projet

Objectifs de la formation :

- ✓ Comprendre les éléments juridiques, techniques et organisationnels
- ✓ Maîtriser les éléments clés d'un projet de dématérialisation et les impacts sur les processus métier
- ✓ Définir les axes d'évolution vers des processus zéro papier
- ✓ Identifier les opportunités de création de valeur

Formation animée par :



Bertrand HELME-GUIZON

Associé, ALFITHÉNOR, SOCIÉTÉ DE PÉRICLÈS GROUP

Bertrand HELME-GUIZON est responsable du pôle d'expertise sur la signature électronique au sein du groupe Périclès. Il accompagne les établissements bancaires et assurantiels français et européens dans la définition d'offres et de solutions de signature électronique.

■ Conférence

Jeudi 22 mai 2014

PAVILLON KLEBER

7, rue Cimarosa

75116 Paris

Métro : Boissière (Ligne 6)

Parking public : Kléber Longchamp

(65 av. Kléber 75016 Paris)

■ Formations complémentaires

Mercredi 21 mai 2014

STRATÉGIE DE FIDÉLISATION DANS L'ASSURANCE

Mercredi 21 mai 2014

STRATÉGIE CROSS-CANAL EN ASSURANCE

Mardi 24 et mercredi 25 juin 2014

**DE LA DÉMATÉRIALISATION
À LA NON-MATÉRIALISATION**

Les formations se tiendront à Paris,
le lieu exact vous sera précisé sur votre convention
envoyée avant le stage.

**Consultez les informations relatives à l'hébergement
et à l'accès sur notre site internet :**

<http://evenements.infopro-digital.com/argus/conference-rdv-de-la-relation-client-2013-371,tarifs>

Onglet Informations et tarifs

Conditions générales de vente

Les conférences et formations des Rencontres de L'Argus de l'assurance sont organisées par la société GISI.

GISI est un organisme de formation déclarée sous le numéro d'activité 11 92 17343 92 auprès du préfet de région d'Ile de France. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat et ce en vertu de l'article L.6352-12 du code du travail.

Tarifs valables jusqu'à la date des événements. TVA :20 %. Les informations à caractère personnel recueillies ci-dessus par la société Groupe Industrie Services Info (GISI) Société par actions simplifiée au capital de 38 628 352 euros. Siège social : 10, place du Général de Gaulle - 92160 ANTONY immatriculée au R.C.S.NANTERRE sous le n°442 233 417 font l'objet d'un traitement informatique.

Elles sont nécessaires à notre société pour traiter votre commande, et sont enregistrées dans notre fichier de clients. GISI pourra vous envoyer des communications relatives à nos activités. Conformément à la loi Informatique et Libertés du 6 août 2004 (art. 34 et s.) vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de modification et de suppression sur l'ensemble des données qui vous concernent. Pour exercer ces droits, vous pouvez écrire à : cnil@gisi.fr

Retrouvez l'intégralité des modalités d'inscription et conditions générales de vente sur <http://evenements.infopro-digital.com/argus/cgv>

En partenariat avec :



Fort de plus de 130 000 collaborateurs et présent dans plus de 40 pays, Capgemini est l'un des leaders mondiaux du conseil, des services informatiques et de l'infogérance. Le Groupe a réalisé en 2013 un chiffre d'affaires de 10,1 milliards d'euros. Avec ses clients, Capgemini conçoit et met en œuvre les solutions business et technologiques qui correspondent à leurs besoins et leur apporte les résultats auxquels ils aspirent. Profondément multiculturel, Capgemini revendique un style de travail qui lui est propre, la « Collaborative Business Experience™ », et s'appuie sur un mode de production mondialisé, le « Rightshore® ». Rightshore® est une marque du groupe Capgemini.

www.fr.capgemini.com



INTERACTIVE INTELLIGENCE

Deliberately Innovative

Fondé en 1994, Interactive Intelligence est un fournisseur international de logiciels et de services dédiés aux Centres de Relation Client multicanal. Le groupe propose également aux entreprises des solutions de communications unifiées et d'automatisation des processus métiers. Ses solutions peuvent être déployées sur site ou dans le cloud.

Avec plus de 5000 clients dans le monde, Interactive Intelligence a été classé parmi les fournisseurs leaders dans le Magic Quadrant de Gartner sur les infrastructures de centres de contacts. La société a également été nommée en 2013 « Entreprise de l'année pour sa plateforme de centres de contacts multicanal » par Frost & Sullivan.

www.inin.com/fr



En s'appuyant sur une gestion avancée des actes de gestion, tirant parti des systèmes et organisations existantes, Pega supporte une approche omni canal inédite, tout en offrant une vue à 360° du client, et un système évolué pour l'anticipation des besoins du client. Pegasystems apporte ainsi des solutions innovantes pour aider les entreprises à optimiser et transformer l'expérience client. Les 30 plus grandes organisations financières et 7 premières compagnies d'Assurance font appel à Pega pour atteindre de nouveaux niveaux d'agilité, renforcer la fidélité de leurs clients, développer leurs activités, et améliorer leur productivité.

www.pega.com/fr

ReMark

Depuis 30 ans, ReMark, leader mondial de la vente directe d'assurance avec plus de 17 millions de contrats vendus, développe des partenariats sur mesure pour créer, développer, renforcer, réorienter votre relation client par la distribution multicanale. Notre réussite s'est construite grâce à l'utilisation, l'analyse précise et rigoureuse de données permettant d'avoir une véritable connaissance de vos clients pour leur offrir le bon produit, au bon moment, avec le bon message et le bon canal. Qu'il s'agisse d'acquisition, de fidélisation ou de rétention, nous vous aidons à optimiser vos investissements en renforçant votre relation client.

www.remarkgroup.com/fr



Partenaire mondial de votre relation client, leader sur son marché, Sitel propose un panel complet de prestations aux acteurs de l'assurance depuis ses 110 sites dans le monde. En France et au Maroc depuis 1985, ce sont aujourd'hui plus de 3200 collaborateurs qui partagent au quotidien les savoir-faire de pointe du groupe, pour répondre aux exigences de nos clients. La compréhension de votre stratégie, de vos besoins et de vos objectifs métiers sont pour Sitel les points clés pour vous accompagner durablement et vous assurer une relation client qui soit synonyme de création de valeur pour votre société.

www.sitel.fr / www.sitel.com

Bulletin d'Inscription

À retourner à Pénélope Vincent / L'Argus de l'assurance
Fax : +33 (0)1 77 92 98 17
Antony Parc II - 10, place du Général de Gaulle
BP 20156 - 92186 Antony Cedex

RDV01

☐ Mme ☐ M.

Nom :

Prénom :

Fonction :

Tél. : Port. :

E-mail :@.....

Société :

Adresse :

.....

Code postal : Ville :

Cedex : Pays :

N° TVA intracommunautaire :

N° Commande interne :

N° de Siren :

Organisme payeur et adresse de facturation (si différents) :

.....

.....

Je m'inscris et je choisis :



- ☐ La formation STRATÉGIE DE FIDELISATION du 21 mai
- ☐ La formation STRATÉGIE CROSS-CANAL du 21 mai
- ☐ Les RENDEZ-VOUS DE LA RELATION CLIENTS du 22 mai 2014
- ☐ La formation DÉMATÉRIALISATION des 24 et 25 juin 2014

Tarif Normal		
<input type="checkbox"/> 1 Jour 995 € HT / 1194 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1 595 € HT / 1 914 € TTC	<input type="checkbox"/> 3 Jours 2 195 € HT / 2 634 € TTC

Inscrivez-vous à plusieurs et bénéficiez de nos tarifs dégressifs :
<http://evenements.infopro-digital.com/argus/>

- ☐ Je joins un chèque de € TTC à l'ordre du GISI
- ☐ J'envoierai mon paiement à réception de la facture
- ☐ J'accepte de recevoir des offres adressées par L'Argus de l'assurance ou ses partenaires
- ☐ Je reconnais avoir pris connaissance des Conditions Générales de Vente qui sont accessibles à l'adresse : <http://evenements.infopro-digital.com/argus/cgv> et les accepte sans réserve.

Fait à :

Le :

Signature

Cachet de l'entreprise