

# STRATEGIES MOBILE EN ASSURANCE

Comment innover pour renforcer l'expérience client

## MARKETING / COMMERCIAL

### Objectifs de la formation

- Saisir les derniers enjeux de la mobilité et de l'écosystème digital
- Optimiser le potentiel du mobile pour communiquer, vendre ou fidéliser en assurance
- Concevoir et mettre en place une stratégie mobile intégrée à votre démarche cross canal
- Benchmarker les meilleures pratiques au travers de uses cases variés

### Animée par

- **ROCHDI Abder**  
CEO et co-fondateur / Vice-président,  
TENSO DIGITAL MARKETING /  
L'AGENCE DE CONSEIL ACL  
MIDDLE EAST

### Public concernés

- • Présidents, Directions générales, Directions marketing, Directions Internet et technologies, Directions stratégies multicanale, Directions du développement, Directions stratégie, Directions des risques, Directions innovation, Directions commerciales, Directions des sinistres, Directions techniques, DSI

### Dates

### Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ

## Accueil des participants

### Décrypter les enjeux de l'écosystème digital et la place de la mobilité

- Qu'est-ce que le marketing digital : atelier quizz
- La réalité aujourd'hui (OS, Store, NFC,..)
- Nouveau modèle AIDA
- 10 règles de la communication digitale
- Benchmarks avec les secteurs bancaire et du luxe

### Maîtriser les applications et outils mobiles adaptés pour l'assurance et la bancassurance

- Qu'est-ce que l'assurance digitale ? Chiffres clés et dernières tendances
- Définir les attentes de la cible et y répondre : litiges, souscription, résiliations, déclarations et gestion de sinistres, vols, épargne, discount
- Optimiser les outils : apps, webservice, SMS, notifications, réseaux sociaux, simulateurs et comparateurs

d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

## Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

## Modalités pédagogiques

- Un questionnaire préalable sera envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques, et sera transmis au(x) formateur(s) avant la formation
- Tous nos stages de formations sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants
- Les formations sont déroulées en présentiel ou en classe virtuelle et étayées, chaque fois que cela est pertinent, d'études de cas et de mise en pratique ou en situation
- Un formulaire d'évaluation du formateur et du déroulé du programme suivi sera proposé aux participants à la fin du stage

■ Comment générer du trafic sur votre site mobile ou votre application

■ Anticiper les impacts de votre stratégie mobile pour votre entreprise en coordonnant 3 axes : SI, clients et agences

---

## Comment gérer la problématique de la preuve digitale en M-assurance

- Freins à la croissance des transactions
- Authentification et preuve : l'impact de la signature électronique
- Avec l'intervention d'un expert

## Déjeuner

## Quelle mise en place opérationnelle de la stratégie définie : quelques use case

- Avec l'intervention de la Société Générale : présentation de la stratégie Mobile d'un bancassureur
- L'exemple de solutions déployées en remboursement frais de santé
- Analyses de cas d'assureurs américains (GEICO, Progressive)
- Le cas de La Poste en France
- Jeu : imaginons l'assurance mobile dans 20 ans

---

## Evaluer et renforcer les bénéfices pour l'expérience client

- Votre stratégie mobile : la clé pour dépasser la frontière client-assureur-agent ?

- L'expérience client sur mobile au service de la fidélisation client
- Le mobile comme canal de vente intégré à votre stratégie cross canal
- Quels usages de la géolocalisation
- Atelier et jeux

---

## Veille et perspectives d'évolution

- Les dernières innovations pour les moyens de paiement : cartes de crédit, paypal...
- Quelles solutions anticiper pour les remboursements / avances de frais

---

## Questions/answers : problématiques des participants et recommandations

## Fin de journée

---