

STRATEGIES CROSS CANAL EN ASSURANCE

Maitriser les dernières tendances, anticiper les nouveaux enjeux

MARKETING / COMMERCIAL

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

Animée par

- **MOYSAN Yvon**
Président,
SAINT GERMAIN CONSULTING

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 d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car

Accueil des participants

Comprendre et maîtriser un processus d'achat de moins en moins linéaire

- Comprendre les nouvelles attentes et comportements clients : connectivité, autonomie, influence...
- • Maîtriser les dernières évolutions réglementaires, technologiques et l'explosion des possibilités de contact
- • Appréhender les différents canaux : SEM, display, emailing, réseaux sociaux, mobiles, tablette, objets connectés...

Approches cross canal : quelles tendances clés sur le marché de l'assurance

- Enjeux et perspectives pour l'assurance
- Décrypter et benchmarker les réactions et positionnements des acteurs du secteur
- Comment les acteurs optimisent-ils chaque étape de l'expérience client sur les canaux physiques et digitaux
- Quelle présence, sur quels canaux

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

- Avant-vente
- Vente
- Après-vente

Déjeuner

Formaliser et mettre en œuvre votre stratégie cross canal

- Intégrer les méthodes et outils
- Etape d'identification des pré-requis : enjeux, contraintes majeures, risques et facteurs clés de succès
- Etape de formalisation des principes structurant et des éléments fondateurs de la stratégie cross canal
- Etape de cartographie actuelle/cible du parcours client
- Etape de formalisation des orientations de déploiement
- Choix des KPI et tableaux de bord de suivi
- Atelier de mise en œuvre pratique de la méthode et étude de cas
- Mise en œuvre opérationnelle des outils de formalisation d'une stratégie cross canal

Fin de journée
