STRATÉGIE DE FIDÉLISATION DANS L'ASSURANCE

Développer et défendre votre portefeuille clients

1 JOUR, 7 HEURES

DISTRIBUTION

CODE : AMC02

Objectifs de la formation

Identifier les attitudes et motifs d'insatisfaction client

S'adapter aux différents profils et besoins client

Mettre en œuvre un programme de fidélisation

Parmi nos formateurs

- GOARZIN Fabienne
  Directeur,
  VERTONE

Public concernés

- Directions générales ; Directions marketing ; Directions du développement ; Directions distribution ; Directions stratégie ; Directions innovation ; Directions marchés ; Directions de la relation client

Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ 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

Tarifs

- Promotion d'été -10% : Sessions en virtuel : 895,50 €HT
- Promotion d'été -10% : Sessions en présentiel : 954,00 €HT
- Tarif Session en classe virtuelle : 995,00 €HT
- Tarif Session en présentiel : 1 060,00 €HT

Les nouveaux enjeux de la fidélisation dans l'assurance

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

ILLUSTRATION

Les programmes de fidélisation en France

- Partage des enseignements clés du benchmark multisectoriel VERTONE
- Aperçu sur les autres secteurs – télécoms, médias, distribution, banque – et focus 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
- Elaborer 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

CAS PRATIQUE

Mises en situation sous forme d'exercices d'application

- Pas à pas logique d'une démarche de fidélisation et d'actions à déployer dans le temps avec séquences exercices collectifs (meli melo, vrai / faux sur la performance de programmes de fidélisation, vidéo sur les parcours clients ,…)

Dates

Classe virtuelle	Paris
10/09/2025	10/09/2025

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

- **Modalités pédagogiques:**

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

- **Modalités d'évaluation:**

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

- **Modalités techniques FOAD:**

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.