



MUTUALISTES

En pointe sur le digital

La satisfaction clients fait partie intégrante de l'ADN des mutuelles, qui trustent près de la moitié de notre palmarès. Une implication qui les pousse à intégrer un maximum d'outils et à prendre le tournant de l'IA.

Cette année encore, les mutualistes sont très bien placés dans notre palmarès des Meilleurs conseils épargne : pas moins de dix d'entre eux ont été primés. Sur 21 lauréats, c'est un beau score. Il faut dire que la satisfaction clients est dans leur ADN et qu'ils font de nombreux efforts en ce sens depuis longtemps. « Nous avons développé un modèle à distance performant et apprécié de nos sociétaires. Mais cela implique aussi de faire très attention car le lien peut s'interrompre facilement », indique Patrick Céleri, directeur du développement à la MIF.

Parcours complets

Mais aujourd'hui, il ne suffit pas de dire que l'on place le client au centre de toutes les préoccupations. Il faut le démontrer. Et pour cela, la digitalisation joue un rôle essentiel. Certains ont développé un parcours entièrement numérique pour souscrire une assurance-vie ou un PER. D'autres mettent aussi l'accent sur les liens avec leurs conseillers via le téléphone ou Internet. C'est notamment le cas de MACSF, qui met à disposition de nombreux simulateurs épargne, retraite, impôts, succession, avec la possibilité d'obtenir un rendez-vous avec un conseiller. « Notre maître mot est l'accessibilité grâce à la simplicité du parcours digital pour permettre à nos sociétaires de ne pas s'y perdre, lisibilité d'une gamme de produits d'épargne sélective, transparence des frais et des performances », énumère Ségolène de Dianous, directrice de l'engagement et de l'expérience sociétaires de MACSF.

Tous ces promoteurs d'une épargne au service du collectif ont autant à cœur d'améliorer cette expérience



“ Notre maître mot est l'accessibilité grâce à la simplicité du parcours digital pour permettre à nos sociétaires de ne pas s'y perdre. ”

Ségolène de Dianous, directrice de l'engagement et de l'expérience sociétaires de MACSF.

relationnelle de manière à attirer de nouveaux souscripteurs que de répondre aux attentes de leurs sociétaires. Ampli Mutuelle s'attelle ainsi à développer de nouveaux services digitaux pour fluidifier le parcours. « Notre ambition est de proposer des outils plus simples, efficaces et fluides, détaille Olivier Sanson, directeur général d'Ampli Mutuelle. Nos clients sont des professionnels indépendants, des chefs d'entreprise qui n'ont pas de temps à perdre. Nous devons aller rapidement à l'essentiel pour répondre à

leur demande. Même chose pour les prospects. » Parmi les éléments retenus par notre partenaire Financial Studies, par la voix de son fondateur, Ludovic Herschlikovitz, pour sélectionner cette mutuelle parmi les meilleurs : son simulateur retraite permettant aux internautes de préparer leur fin de carrière.

Autre chantier d'importance, pour compléter la possibilité de souscrire à distance ou en rendez-vous, celui lancé par MACSF pour proposer une offre de souscription à distance via des visioconférences. Ce service, réservé aux sociétaires, est en développement et devrait être prêt courant 2026. Celui destiné aux prospects sera disponible fin 2026. « Si aujourd'hui 75% des versements se font sur Internet, on constate que les très gros versements en ligne sont souvent précédés d'un échange avec un conseiller », précise Ségolène de Dianous.

Messages travaillés

Le « sentiment clients » est tout aussi important et fait l'objet de nombreux travaux exploratoires. « A l'heure de la réputation instantanée, les entreprises ne sont plus seulement jugées sur les performances de leurs produits d'épargne, mais sur l'émotion qu'elles suscitent, explique Alexandre Boyer, fondateur de Speak33 qui a réalisé les enquêtes mystères téléphoniques. Le sentiment clients mesure cette perception à travers tous les canaux – avis en ligne, réseaux sociaux, mails, appels ou chats. Les technologies d'analyse sémantique et d'intelligence artificielle remontent différents signaux. Ces informations permettent d'ajuster en temps réel le ton, les messages et les parcours. » ►►►

Lauréats	LE SITE INTERNET...			LE CONSEILLER...		COMMENTAIRES
	me propose des outils pédagogiques	affiche clairement frais et performances	me donne facilement accès à un rendez-vous	est à l'écoute de mes besoins	m'aiguille vers des produits adaptés	
Mutualistes						
CARAC	Simulateurs d'épargne et de retraite. Contenus vidéo. Souscription en ligne.					Site clair avec des frais et des performances des contrats mis en avant. L'échange aborde la fiscalité, les rendements et les conditions de versement, avec une orientation vers un placement adapté à la situation des prospects.
MAIF	Simulateurs d'épargne et de retraite. Contenus vidéo.					Souscription en ligne et accès facile à un conseiller, disponible 6 jours sur 7. Par téléphone, les conseillers imagent bien leurs propos, prennent le temps d'expliquer l'architecture des produits et utilisent un vocabulaire adapté aux prospects.
MACSF	Simulateurs d'épargne, de retraite et d'impôts. Contenus vidéo. Souscription en ligne.					De nombreux simulateurs sont accessibles avec la possibilité de prendre rendez-vous avec des conseillers. Par téléphone, ceux-ci sont très disponibles et ont pu répondre directement aux besoins, avec un gain de temps pour les prospects.
GARANCE	Simulateurs d'épargne et de retraite. Contenus vidéo. Souscription en ligne.					Les frais et les performances sont clairement affichés sur le site et l'accès facile pour une souscription en ligne. Les conseillers sont très agréables, posent des questions pour comprendre la raison de l'appel et présentent notamment les avantages du PER et de l'assurance-vie.
UMR	Simulateurs d'épargne et de retraite. Contenus vidéo.					Des simulateurs d'épargne et de retraite sont disponibles pour accompagner le client. Les conseillers sont passionnés et appuient la phase de découverte pour apporter un conseil complet à leurs prospects.
HARMONIE MUTUELLE	Simulateurs d'épargne et de retraite. Souscription en ligne.					Un accès simple et permanent pour simuler, contacter un conseiller ou trouver une information sur les produits. Les conseillers posent des questions qui permettent de déterminer les produits qui conviennent le mieux en fonction du profil du prospect.
AMPLI MUTUELLE	Simulateur de retraite. Contenus vidéo. Souscription en ligne.					Solutions présentées clairement sur le site et souscription en ligne. Les interlocuteurs présentent en détail les différences entre les produits/solutions, ainsi que le fonctionnement et les frais de chacun.
MIF	Simulateur d'épargne. Souscription en ligne.					Le site est transparent sur les frais et les performances des contrats, avec une souscription en ligne. Les conseillers sont très agréables et disponibles, ont parlé des différents produits qui pourraient convenir en présentant à chaque fois leurs avantages.
MACIF	Simulateurs d'épargne et de retraite. Contenus vidéo. Souscription en ligne.					Le site est clair et les produits bien expliqués. Des simulateurs d'épargne et de retraite permettent à l'internaute de trouver la solution d'épargne adaptée à ses besoins. Par téléphone, les modalités de versement et les frais appliqués sont expliqués en détail.
LA FRANCE MUTUALISTE	Simulateurs d'épargne, de retraite et d'économie d'impôts. Souscription en ligne.					Site complet sur les produits d'épargne, avec une souscription en ligne. Les conseillers prennent le temps d'expliquer les solutions d'assurance-vie et de retraite, en mettant l'accent sur la sécurité du placement et la souplesse des versements.

►►► Pour ce faire, les qualités d'écoute, d'empathie, mais aussi professionnelles et expertes des conseillers sont primordiales. Ce sont eux qui satisfont les demandes des sociétaires. Ce sont eux qui donnent envie aux prospects de souscrire un produit d'épargne. « C'est pourquoi nous attachons une très grande importance à leur formation », lance Patrick Céleri, qui comptabilise 90 000 appels de sociétaires par an. Depuis 2010, ils doivent tous repasser une certifica-

tion tous les trois ans. De même, après chaque appel, les sociétaires font l'objet d'une enquête à chaud pour évaluer la qualité de l'accueil et la pertinence des réponses. Alexandre Boyer souligne de son côté la qualité de l'accueil téléphonique de la Maif : « Ses conseillers imagent bien leurs propos, prennent le temps d'expliquer l'architecture des produits, utilisent un vocabulaire adapté aux interlocuteurs, qui ont chacun des niveaux de connaissances différents

en termes d'épargne. Les explications sont très claires et développées. Ils ont une belle capacité à créer du lien. » De quoi rassurer les clients à la recherche d'un conseil efficient, quel que soit le canal. A l'heure où tous les acteurs financiers cherchent à fléchir l'épargne des Français, la montée en gamme des outils d'accompagnement est un vrai plus. Raison pour laquelle certains, comme les mutualistes, n'hésitent pas à en faire l'une de leurs priorités stratégiques. P. B.-B. ►