DOSSIER 1 – Organiser une opération commerciale digitale

Partie 1 : Dynamiser l'agence grâce à un événement

Groupama fait le constat d'un déficit de part de marché sur leur offre « Garanties des Accidents de la Vie ». Pour développer cette offre, Groupama participe à l'organisation du «Trail de la Tour Matagrin » qui aura lieu le 22 juin prochain sur la commune de Violay (1 500 habitants) dans le département de la Loire. Il s'agit d'une course à pied dans la nature autour du site touristique de la Tour Matagrin à 1 004 mètres d'altitude.

À l'arrivée de la course, Groupama installera un stand afin d'y mener des animations et de proposer une offre promotionnelle pour toute souscription à une assurance pour les activités sportives pratiquées hors club ou fédération (Garantie des Accidents de la Vie : GAV).

Groupama fournit les dossards sur lesquels figurent un numéro de participant et le logo porté sur la poitrine du coureur. Chaque participant qui le souhaite, pourra recevoir la vidéo de son arrivée gratuitement s'il fournit ses coordonnées et en accepte l'utilisation par Groupama.
Le CRC va envoyer un e-mail aux participants ayant demandé la vidéo en leur proposant une offre promotionnelle de deux mois gratuits pour toute nouvelle souscription de l'assurance GAV.

Annexe 1 : Pratiquer seul un sport, deux assurances possibles
Annexe 2 : Présentation de la GAV

Travail à faire

1.1.1 Rédiger l'e-mail envoyé aux participants à la suite du trail proposant l'offre promotionnelle de deux mois gratuits.

1.1.2 Préciser les contraintes juridiques relatives à l'élaboration et l'envoi de l'e-mailing.

1.1.3 Proposer des actions de suivi de cette campagne d'e-mailing que Groupama devrait mettre en œuvre afin d'augmenter les chances de concrétisation.

Partie 2 : Développer l'application digitale « Groupama et moi »

Groupama a développé, il y a maintenant plusieurs années, une application mobile « Groupama et moi » permettant aux clients de réaliser, en autonomie, des actions simples du type : télécharger les attestations d'assurance scolaire, réaliser un devis auto, suivre ses remboursements ou ses sinistres, etc.
Cette solution permet d'optimiser les contacts qualitatifs avec les clients, de mieux gérer les flux physiques en agence et les flux entrants sur le CRC.

Groupama encourage donc l'autonomie des clients qui, par ailleurs, exigent des réponses toujours de plus en plus rapides et précises à leurs questions. Groupama exploite pour cela les outils bien connus du grand public comme Youtube sur lequel elle poste des vidéos comme des tutoriels « Comment naviguer dans mon espace client ? ». De plus, dans les campagnes commerciales d'e-mailing et de SMS, ces mêmes vidéos sont suggérées aux clients via des liens internet. L'objectif est au final de rendre autonomes les clients en les incitant à télécharger l'application « Groupama et moi ».

Pour les inciter à télécharger l'application « Groupama et moi » :
- les participants du trail ayant répondu favorablement à l'offre GAV ont reçu un appel de leur conseiller ;
- un mail a été envoyé à tous les clients.

Il semble important de réaliser un bilan de ces actions commerciales.

Annexe 3 : Application digitale « Groupama et moi »

Travail à faire

1.2.1 Présenter les avantages pour Groupama de l'application « Groupama et moi ».

1.2.2 Proposer et justifier les indicateurs de performance permettant de mesurer l'efficacité de la relance téléphonique et de la campagne d'e-mailing « Groupama et moi ».

DOSSIER 2- Animer une équipe commerciale chez GROUPAMA

Groupama Rhône-Alpes Auvergne a inauguré récemment son nouveau Centre de Relation Client situé à Lyon. Il aura fallu plusieurs mois de travaux pour transformer les bureaux en un véritable lieu de travail collaboratif en open space où les salariés travaillent en équipe, en lien étroit avec les agences locales. Le CRC Groupama s'ouvre ainsi à de nouvelles orientations managériales.
Pour s'inscrire dans cette dynamique, David POULY est amené à gérer l'organisation de nouvelles équipes de collaborateurs en recrutant régulièrement sur le bassin lyonnais. Il vous demande ainsi de l'aider au management des conseillers au sein du CRC.

Annexe 4 : Fiche de poste simplifiée du conseiller commercial CRC Groupama
Annexe 5 : Tableaux de bord des trois nouvelles recrues du CRC Groupama

Travail à faire

2.1 Concevoir une grille présentant les critères d'évaluation des conseillers afin de mesurer et d'analyser leur progression au sein du CRC.

2.2 Analyser les performances individuelles des 3 nouvelles recrues et préconiser des solutions pour améliorer leurs résultats.

RÉFLEXION COMMERCIALE STRUCTURÉE

En s'inspirant du cas traité et en mobilisant des connaissances, proposer, en une trentaine de lignes maximum, une réflexion commerciale structurée qui répondra à la question suivante :

De nombreuses entreprises ont fait le choix de rendre leurs clients autonomes grâce à la digitalisation. Quels sont les enjeux de cette stratégie en termes de relation client ?