



BANQUE. ASSURANCE. FINANCE

IRP – MUTUELLES – COMPAGNIES – COURTIERS – BANCASSUREURS – ASSISTEURS – GESTIONNAIRES

→ **Les Tendances du marché**

Ce secteur connaît depuis 20 ans de lourdes restructurations et continue à se transformer au rythme des opérations successives de concentration. Avec la libéralisation des marchés, les directives européennes anti-monopoles, la “simplification administrative”, la pression concurrentielle s'accroît sur un marché majoritairement B2B2C : elle contraint les acteurs à exceller dans la relation avec leurs clients, à faire certifier leur processus de relation client.

→ **Les Enjeux de la relation client**

Dans cette conjoncture, la relation client est un facteur clef de succès majeur :

- pour augmenter le taux d'équipement des clients “captifs”, en collectives comme en individuelle, tant sur les risques santé, prévoyance que sur l'épargne, le IARD...
- pour attirer et conquérir des prospects sensibles aux comparateurs internet, volatils, que seule la réassurance d'un contact voix convainc d'adhérer (très peu de pure player)

→ **Les Atouts de COMEARTH**

- > Adaptabilité, proactivité
- > Expertises, expérience
- > Dynamisme de challenger
- > Indépendance
- > Innovation



LA SOMME DE NOS EXPÉRIENCES

- AIG Vie • American Express • Assur Plaisance • BMS Monéo • BNP Paribas • CCF • Crédit Agricole • Crédit Lyonnais • Crédit Mutuel • Groupe D&O • Groupe Mornay • Groupe Prévoir • HSBC • La Banque Postale • La Hénin Direct • Malakoff Médéric • Mercer • Mutualia • Société Générale BSGV • Sofinco • UNEO



BANQUE. ASSURANCE. FINANCE

➔ Les Solutions de COMEARTH

COMEARTH a su écouter les préoccupations de ses clients **pour proposer des solutions** :

- **inshore**, insourcées ou outsourcées, **dédiées ou mutualisées**
- **multilingues** (téléconseillers natifs) et **multicanal** (voix, mail, courrier, SMS, chat, visio)
- en **soutien permanent**, débordement, **renfort** temporaire, gestion de crise
- de **l'avant-vente** à **l'après-vente**, du **front office** au **back office**
- reposant sur **des talents en relation client et des technologies de pointe**
- prenant en compte la **saisonnalité** des activités, les **plages horaires décalées ou étendues**
- **épousant l'image et les spécificités** de chaque distributeur, enseigne, marque...
- garantissant la **sécurité** et la **confidentialité** des bases de données et des flux d'informations
- intégrant les contraintes réglementaires

- **Conseil en stratégie et organisation de la relation client**
- **Recrutement et formation à la relation client des front et back offices**

- **Centre de contacts multicanal dédié ou mutualisé**
 - Front office : accueil téléphonique, renseignement, réponse aux mails et courriers simples
 - Back office : mise à jour de signalétique, étude de recevabilité des dossiers (adhésion, liquidation), recouvrement, traitement des réclamations
- **Télévente, télémarketing B2B B2C**
 - Télémarketing sur les fichiers clients : PME, adhérents, assurés, retraités
 - Transformation des prospects "devis en ligne"
 - Prise de rendez-vous pour les réseaux commerciaux
- **Mesure de la satisfaction client** : études de notoriété, enquêtes de satisfaction
- **Deafline** : accessibilité et employabilité des malentendants



COMEARTH
la relation client
à valeur ajoutée

www.comearth-france.com

Immeuble Odyssée • 2-12 Chemin des Femmes • 91300 Massy
Tél. : +33 (0)1 69 930 940 • commercial@comearth-france.com