

**23**  
mars

DE 9H00 À 16H45

HUBLAB PARIS 8e

**HUB** TRENDS &  
NETWORKING

## BANQUE & ASSURANCE

***Gagnez la confiance** de vos clients face à **l'instabilité***

En partenariat avec :



Votre **HOST**  
pour cet évènement :



**Guilhem Cadoret**

Senior Content Manager  
*HUB Institute*

# LA PLATEFORME D'ACCÉLÉRATION DES TRANSFORMATIONS **BUSINESS, DIGITALES & DURABLES**



Une plateforme unique qui promeut des services et des solutions à valeur ajoutée auprès de communautés professionnelles regroupant **100 000 décideurs**.

## INDUSTRIES' COMMUNITIES



## KEY FUNCTIONS' & CROSS INDUSTRIES COMMUNITIES



**+ 90 K** décideurs nous suivent



**+ 10 K** cadres formés par an



**+ 600** articles, rapports de tendances, études sectorielles



**+ 150** événements online & offline **21** secteurs d'activité axés sur le numérique et le développement durable



**+ 120** entreprises membres

# UN ÉCOSYSTÈME DE MEMBRES

ENGAGÉ À L'ANNÉE AVEC LES CONTENUS, FORUMS & ACTIVITÉS DU HUB INSTITUTE



Biens de consommation

Mode, Luxe & Beauté

Retail

Agroalimentaire & Co.



Acteurs financiers

Banque & Financement

Assurance & Mutuelle



Media

Médias & Agences



Infrastructure

Aménagement urbain

Centres commerciaux

Energies & Environnement

Voyage & Hôtellerie



Autres acteurs



Opérateur OEM

Mobilité & Logistique

Télécom & hardware

Equipementiers



Solutions



Vous êtes intéressé.e.s par  
**LE MEMBERSHIP ?**



🔍 **Contactez-nous** ✕



**Adeline Jouanne**  
Membership Manager



adeline.jouanne@hubinstitute.com



+33 (0)6 65 58 85 34



POUR EN  
SAVOIR PLUS



# DÉCOUVREZ NOS

**HUB Review**

**HUB Reports**



**18 > 19**  
**AVRIL**

**9h00 à 18h30**



# **DATA & AI FOR BUSINESS**

**FORUM & MEETINGS**

**SAVE THE  
DATE!**

NOS ÉVÉNEMENTS 2023

**INSCRIVEZ-VOUS !**



**Trends & Networking  
Banque & Assurance**

*Aujourd'hui !*



**Trends & Networking  
Green IT**

*Jeudi 30 mars 2023*



**Trends & Networking  
Tourisme & Divertissement**

*Jeudi 6 avril 2023*



# INTÉGREZ LE PALMARÈS **HUB35 SUSTAINABLE** 2023

## Ouverture des candidatures spontanées :

→ **L'objectif ?** Mettre en avant des spécialistes de la **RSE**, de **l'innovation durable** et de la recherche de **l'impact positif**.

→ **L'intérêt ?** **Être connectés pendant 1 an à un écosystème innovant** et bénéficier d'une exposition de leurs parcours professionnels.

→ **Les critères ?** Avoir **35 ans ou moins**, travailler pour une entreprise de **+ de 250 collaborateurs** et **avoir porté un projet fort**.

**Annonce lors de l'IMPACT LEADERS FORUM,  
le 11 mai 2023.**



Découvrez nos  
**INTERVENANTS**



**Marc Haddad**

Senior Partner - Banking & Insurance  
Industry Leader IBM Consulting  
**IBM**



**Cyril Garbois**

Co-fondateur  
**Cashbee**



**Alexis Geoffroy**

Account Executive  
**Zendesk**



**Mathieu Godart**

Directeur Service Clients IARD  
**AXA France**



**Amine Bounjou**

Founder  
**Kard**



**Fabrice Lhonneur**

Directeur Services Financiers  
**Seismic**



**Philippe Breuils**

CTO & Co-Founder  
**wilov**



**Claire Plassart**

Senior Insight Analyst  
**HUB Institute**

Découvrez nos  
**INTERVENANTS**



**Raphaël Gusdorf**

Chief Digital Officer,  
Client & Customer Journey  
**AG2R La Mondiale**



**Bruno Rivet**

Directeur Associé  
**Seventure Partners**



**Anne Murgier**

Directrice de Compte,  
Services Financiers  
**DocuSign**



**Julien Leblanc**

Directeur Europe du Sud  
**Highspot**



**Jérémy Lacoste**

Head of Acquisition & Martech  
**Meilleurtaux**



**Grégoire Rastoul**

Chief Distribution Officer  
**Leocare**



**Julien Provost Langot**

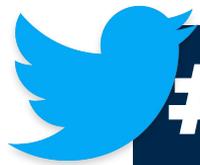
Digital Marketing Manager  
**Crédit Agricole Consumer Finance**



**Claire Plassart**

Senior Insight Analyst  
**HUB Institute**

Réagissez  
**EN TEMPS RÉEL !**



**#TrendsNetworkingBanque**



STAY CONNECTED !

# WIFI



ID : **HUB VISITEUR**

MDP : **0102030405**



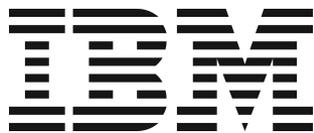
## **[OPENING KEYNOTE]**

Dans un contexte de  
permacrise, comment  
répondre aux attentes  
clients ?



**Claire Plassart**

Senior Insights Analyst  
**HUB Institute**



## **L'Assurance de Demain**



**Marc Haddad**

Senior Partner – IBM Consulting  
Banking & Insurance  
Industry Leader  
**IBM**



# L'assurance de demain

Gagnez la confiance de vos clients  
face à l'instabilité

Marc Haddad

IBM Consulting

Banking & Insurance Industry leader



The only certainty is  
uncertainty



# Create digital advantage for uncertain times

## Outlook



The only certainty is uncertainty

## Competition



Growth and performance hinge upon business model innovation

## Innovation



Rethinking solutions and efficiency to accelerate growth and innovation

## Regulatory



Evolving risk, compliance, and regulatory dynamics

## Tech



Turn the business architecture on its head

## People



Lead with experiences, and ambidextrous collaboration



Growth and  
performance hinge  
upon business  
model innovation



Rethinking solutions  
and efficiency to  
accelerate growth  
and innovation



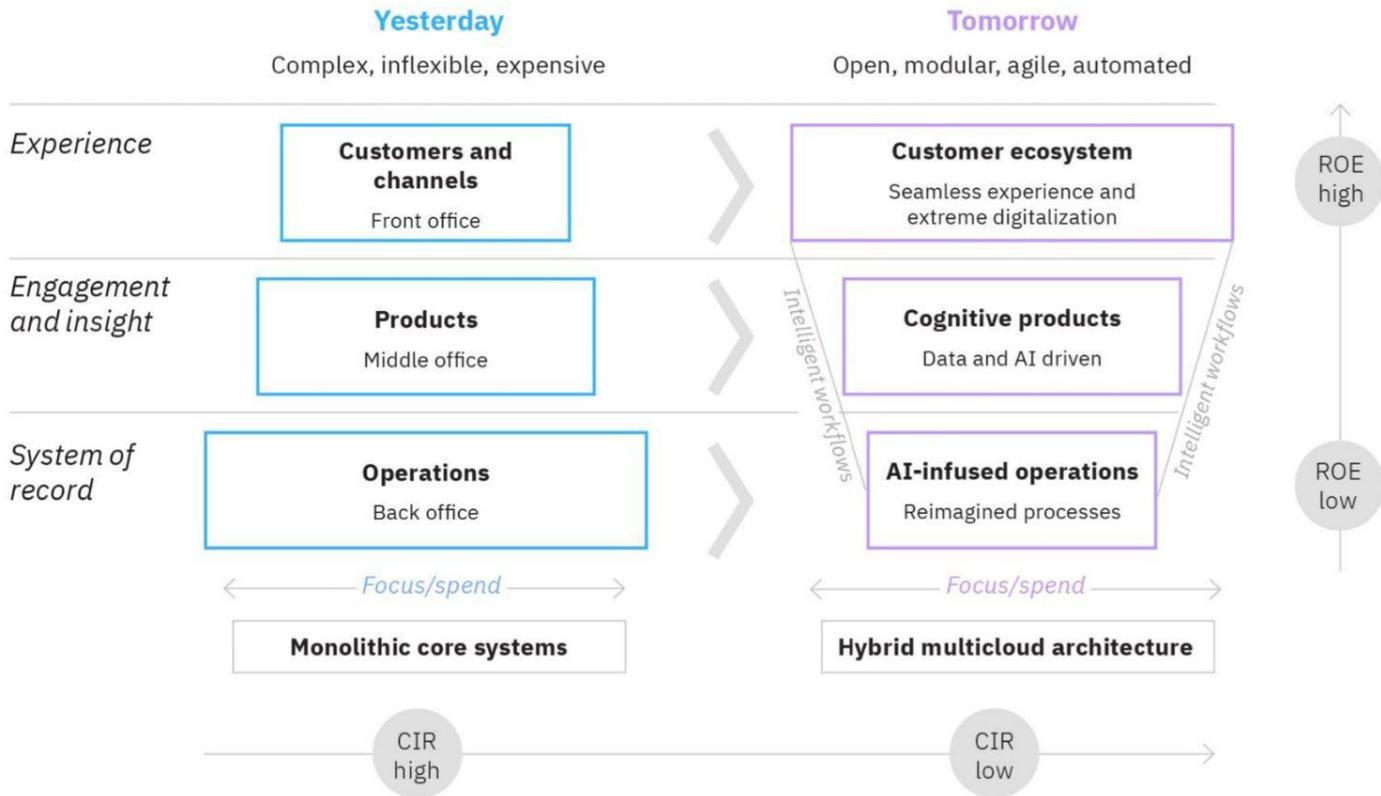
# Evolving risk, compliance, and regulatory dynamics



# Inverting the pyramid of traditional business architectures



# Turning the business architecture on its head





What sits at the heart of growth and performance, innovation and efficiency, risk and compliance?

It's people

It's experiences

It's new business architectures





# Key takeaways

An uncertain world demands financial services institutions that can flex as needed.

---

Traditional business models and monolithic legacy architectures constrain the use of data and AI.

Digital **business models and architectures** enable this flex on hybrid cloud.

Healthier financial performance depends, in part, on business and technology leaders who function as coequals.

---

Profitability faltered industry-wide in the last decade.

Shifting **ways of working** can help. When business strategy is set, tech leaders need to be active participants.

The next systemic crisis could be an operational one.

---

Organizations become more digitally interconnected with each other and their customers.

A **secure digital foundation** is more essential than ever.

# Action guide

**Ensure** “ambidextrous collaboration” between business and technology leaders when business strategy is created

**Build** flex into your institution with hybrid cloud mindset and ways of working

**Reimagine** workforce experiences with automation, data and AI



**Modernize** platforms and applications for resilience

**Focus** on what truly matters engaging the ecosystem of partners

**Engage** all stakeholders by aligning incentives to transform and innovate with a defined “value engine room”



Marc Haddad

Senior Partner – IBM Consulting  
Banking & Insurance Industry leader

[marc.haddad@ibm.com](mailto:marc.haddad@ibm.com)

# Merci



Profiter de la **hausse des  
taux pour remettre son  
argent au travail**



**Cyril Garbois**

Co-fondateur  
**Cashbee**



Wealth management for All

Profiter de la hausse des taux pour remettre son  
argent au travail

*Mars 2023*

Il y a moins de 6 mois

€1.1tn

dormaient sur des comptes peu ou pas rémunérés  
**et perdaient de la valeur chaque jour...**

... et soudain, les taux remontèrent !

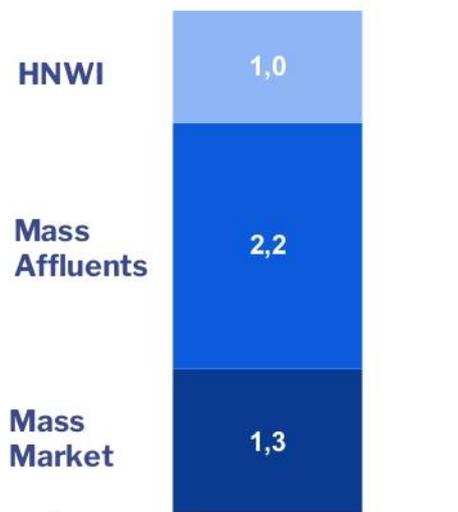


Et ces milliards deviennent **une priorité stratégique**  
pour les banques

# Les Mass Affluents : 50% du patrimoine financier des ménages

## Patrimoine financier des ménages

- France, Tn€ -



### Banques Privées

Focus on (U)HNWI

### Banques de détails

Generic mass market offering

### CGP

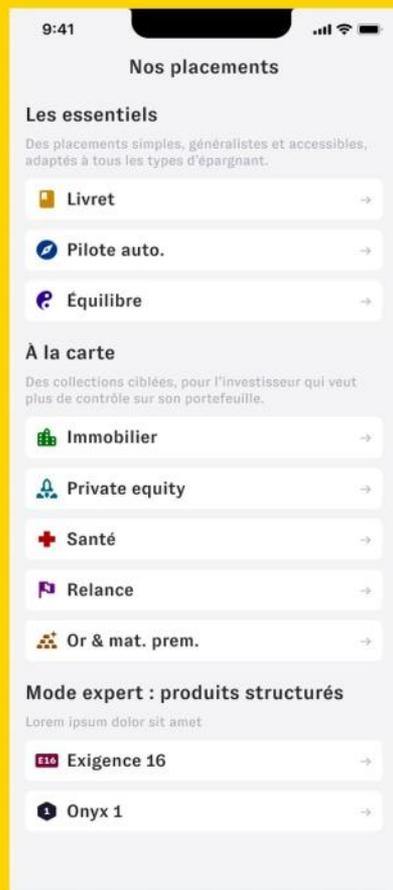
Struggle to digitize and scale

### Robo Advisors

Lack notoriety and trust

Et pourtant...

**Ils sont largement négligés**



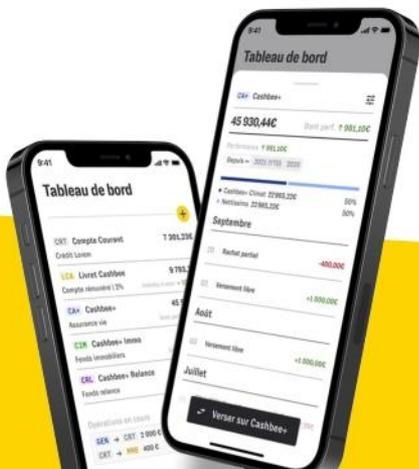
# Proposition de valeur simple et adaptée à l'environnement actuel

- 1 Produit d'appel : livret d'épargne au **meilleur taux du marché**
- 2 **Gamme complète de produits d'épargne**, de l'épargne de précaution aux produits structurés, avec une liquidité en 72H
- 3 Parcours clients **100% mobile et ultra simple** (onboarding en 5 min)
- 4 **Support humain** sur mesure et réactif (sales et customer support)
- 5 **Agréments réglementaires et partenaires Tier 1** générateurs de confiance



# cashbee

## Votre banque privée en poche



# 10k

clients



# €300m

AuM



# X2

AuM in 9 months



Profiter de la **hausse des  
taux pour remettre son  
argent au travail**



**Cyril Garbois**

Co-fondateur  
**Cashbee**



**L'expérience immersive :**  
comment fidéliser les  
clients en 2023 ?



**Alexis Geoffroy**

Account Executive  
**Zendesk**



**Laissez-moi vous  
partager une expérience !**

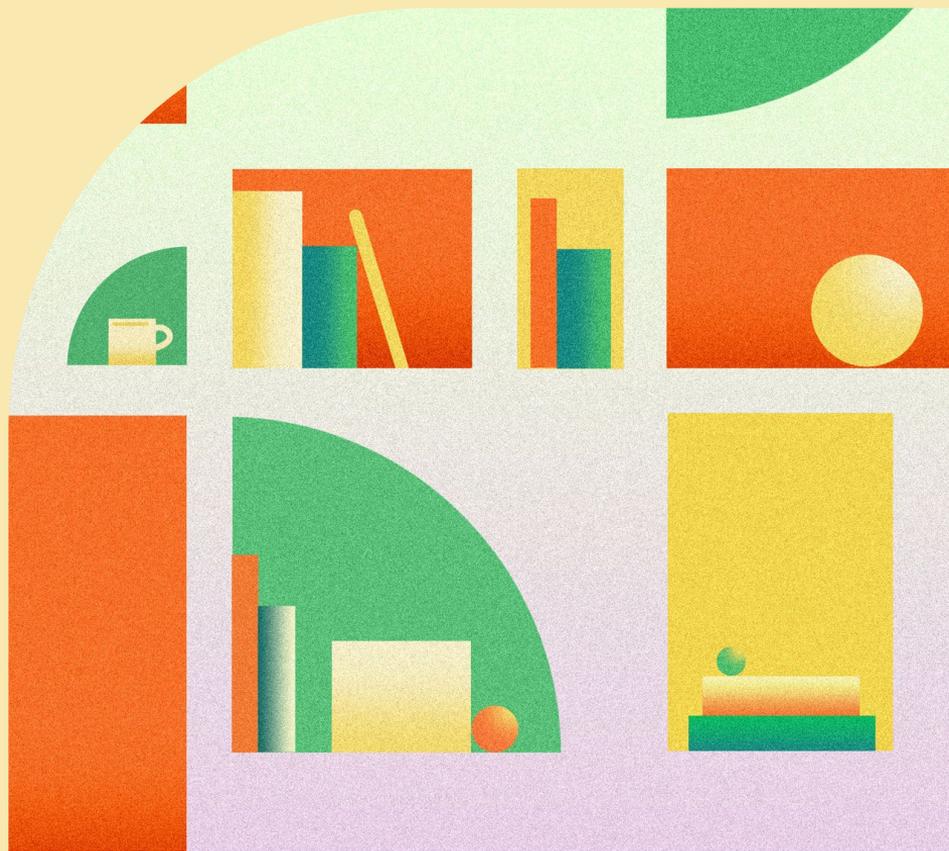


Le saviez-vous ?

**Une seule expérience  
négative suffit à ruiner  
une relation avec une  
marque**

# Expérience immersives

Interactions fluides et  
naturelles avec les marques  
sur tous les canaux de  
communication



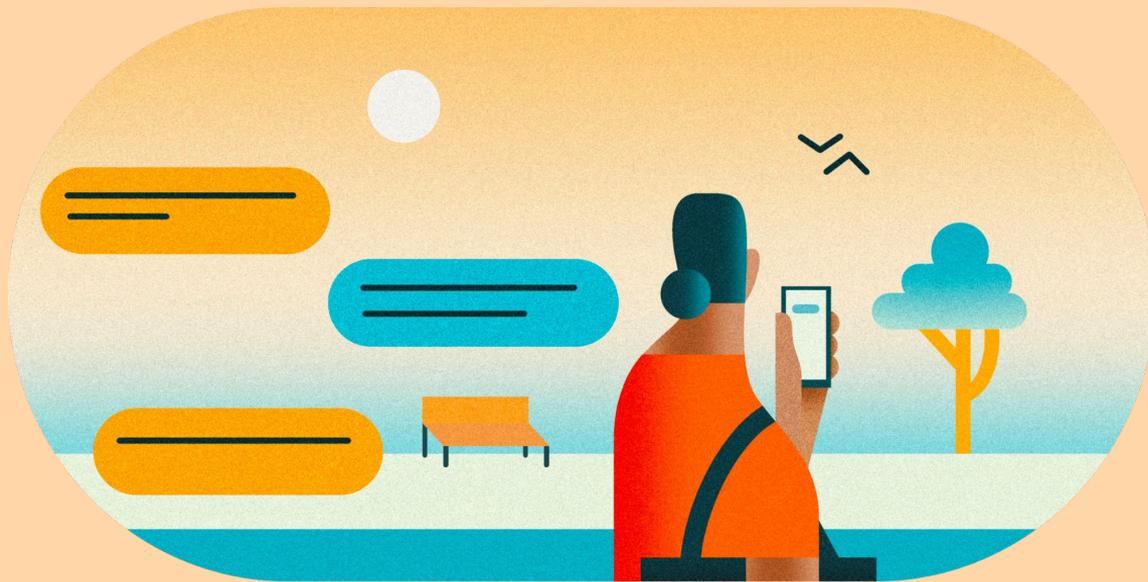
TENDANCE  
**01**

# Les clients ont soif de toujours plus de personnalisation



TENDANCE  
**02**

## Les clients cherchent une expérience conversationnelle



**Les consommateurs  
s'attendent à ce que les  
marques s'adaptent à leur  
canal de communication  
préféré**



TENDANCE  
**03**

## L'IA ne cesse de gagner en efficacité et en humanité





**“Téléphonie, mail, formulaires, chat, messages ... Nos téléconseillers disposent désormais d’une vue à 360° de l’intégralité des interactions avec le client. D’un simple coup d’œil, ils voient immédiatement sur leur écran toutes les informations utiles sur son contrat”**

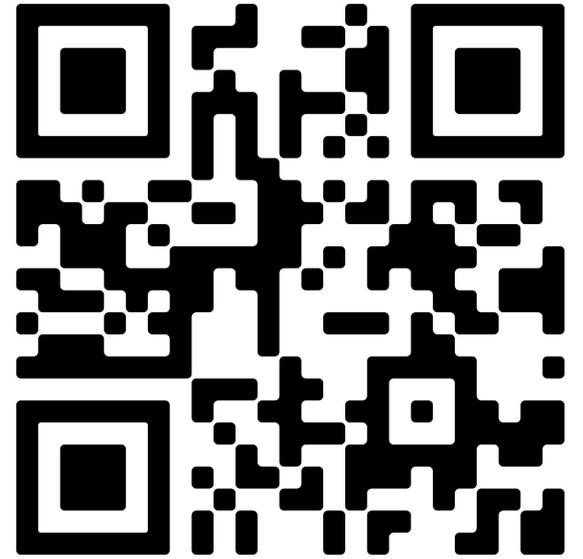
**François Lhermite**  
Directeur du département relations adhérents  
Unéo





CX TRENDS 2023

# Télécharger le rapport CX Trends 2023



**MERCI !**



**L'expérience immersive :**  
comment fidéliser les  
clients en 2023 ?



**Alexis Geoffroy**

Account Executive  
**Zendesk**



Comment passer de la  
**gestion de sinistre** au  
**service client** ?



**Mathieu Godart**

Directeur Service Clients IARD  
**AXA France**



# PAUSE NETWORKING



Kard : **L'éducation financière**, véritable allié face à l'**inflation**



**Amine Bounjou**

Founder  
**Kard**



# KARD : L'ÉDUCATION FINANCIÈRE, VÉRITABLE ALLIÉ FACE À L'INFLATION

23 MARS 2023

## Le niveau d'éducation financière en France demeure **très faible**

**25%**

des français sont à découvert une fois par mois

**50%**

des français sont à découvert une fois par an

**80%**

des français estiment avoir un niveau de connaissances financières insuffisant

**Importante en temps normal, l'éducation financière l'est encore plus en temps de crise, comme celle que nous traversons actuellement**



**L'argent,  
ça s'apprend.**

21 =  $(A + \eta)^2 + \kappa^2$  and

## Or, malgré leurs besoins, les adolescents ne sont **ni équipés ni éduqués financièrement**

**91%**

des adolescents utilisent  
quotidiennement leur  
**smartphone**

**80%**

reçoivent  
régulièrement de  
**l'argent de poche**

**15%**

ont une carte de paiement alors  
que la moitié de leurs achats en  
nécessitent une

**Les adolescents sont la seule catégorie de la population à être réduits à devoir payer en liquide**

# L'apprentissage par l'expérience du produit et par le contenu

## Fonctionnalités éducatives



## "L'argent, parlons-en."



## Webinars & événements



## La Kard Academy



## Influence fondateurs



## Quiz & concours





Kard : **L'éducation financière**, véritable allié face à l'**inflation**



**Amine Bounjou**

Founder  
**Kard**



Faites de vos  
commerciaux des  
**"Trusted Advisors"**



**Fabrice Lhonneur**

Directeur Services Financiers  
**Seismic France**



Faites de vos commerciaux  
des  
"Trusted Advisors"

**Never Stop  
Growing.**

Fabrice LHONNEUR  
Directeur Business Unit Finance  
SEISMIC SEMEA





# Sales Enablement : Que nous dit le marché ?

## Avant

63 % déclarent que le contenu qu'elles utilisent au travail **n'est pas suffisamment personnalisable.**

51 % disent **avoir été gênés lors d'un appel client** car elles avaient du mal à trouver un contenu ou une information.

54 % affirment que le contenu qu'elles utilisent **n'est pas facilement accessible.**

43 % déclarent que le contenu à leur disposition **n'est pas conforme à l'image de marque.**

42 % disent que le contenu qu'ils utilisent **n'est pas en phase avec les usages de leurs clients.**

41 % précisent que le contenu qu'ils utilisent **n'est pas adapté aux secteurs d'activité de leurs clients.**

Et ils précisent une variété de tâches importantes qui pâtissent du temps consacré à ces processus manuels.

## 77 %

déclarent que ce temps pourrait être consacré à des actions permettant de d'atteindre les objectifs de leur équipe.



74 % affirment que ce temps pourrait être consacré à la formation et au coaching.

## Après



Les sondés estiment que les technologies d'enablement leur permettent d'économiser **13 heures** par semaine en moyenne.

83 % déclarent que cela leur permet de libérer du temps pour se concentrer sur les activités génératrices de revenus.

51 % disent qu'ils gagnent du temps dans la recherche d'indicateurs pour la planification et les prévisions.

44 % affirment que cela leur fait gagner du temps pour répondre aux demandes ou combler les manques en matière de formation.

54 % assurent que cela leur fait gagner du temps pour trouver des informations pertinentes.



# Les facteurs qui influent le futur des services financiers



Les demandes des clients toujours plus fortes

*Plus de différenciation offre/ produits*



Des réglementations toujours plus fortes et nombreuses

*Difficile d'intégrer tous ces éléments + indic. ESG dynamiquement dans Tous ses supports*



La prolifération des plateformes Tech

*Réduite la complexité de l'héritage IT et la 'dette' technique*



Des collaborateurs plus distribués

*Les équipes GTM/ventes doivent en faire toujours PLUS avec MOINS*

# Meilleure expérience client : vers une hyper-personnalisation



INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE  
CLIENT



## Les grands enjeux pour les distributeurs / SGP's :

- Digitalisation et hyper-personnalisation de la relation client nourrie à l'IA
- Meilleure gestion et exploitation de la donnée pour pousser la bonne offre au bon moment
- Du E-Learning par la gamification ==> coaching, personnalisation des programmes aux individus
- Des outils d'aide type 'Sales Enablement' permettent aux gestionnaires de devenir des « gérants augmentés » :  
Next best action, next best content (pitchbooks, reports, ...)
- Prise en compte des dimensions réglementaires et ESG, avec intégration dynamique des indicateurs

[source :https://livre-blanc.afg.asso.fr/innovations-technologiques-service-experience-client/](https://livre-blanc.afg.asso.fr/innovations-technologiques-service-experience-client/)

# Une couverture mondiale



## Asset Management

## Wealth Management

## Banque - BFI

## Assurances

## Retraite

       	       	      	       	    
--	--	--	--	---

# Une expertise reconnue dans le secteur de la finance



**Reconnu  
leader du marché du  
sales enablement**

**#1** au classement de TOUS les principaux rapports d'analystes traitant de l'enablement

**2,5X** le chiffre d'affaires du concurrent le plus proche

**470+** ingénieurs produits R&D

**2200** clients de toutes tailles et de tous secteurs

**Seismic a une très forte expertise dans le secteur de la gestion d'actifs, avec plus de 200 clients au niveau mondial**

**4**

du Top 5

**8**

du Top 10

**22**

du Top 25

**... Et plus de 85 gestionnaires d'actifs avec près de 100M\$ d'AUM**



Faites de vos  
commerciaux des  
**"Trusted Advisors"**



**Fabrice Lhonneur**

Directeur Services Financiers  
**Seismic France**



**wilov humans** : comment  
la tech peut dé-robotiser  
la relation client



**Philippe Breuils**

CTO & Co-founder  
**wilov**

Retrouvez nos  
**INTERVENANTS**



**Raphaël Gusdorf**

Chief Digital Officer,  
Client & Customer Journey  
**AG2R La Mondiale**



**Bruno Rivet**

Directeur Associé  
**Seventure Partners**



**Anne Murgier**

Directrice de Compte,  
Services Financiers  
**DocuSign**



**Julien Leblanc**

Directeur Europe du Sud  
**Highspot**



**Jérémy Lacoste**

Head of Acquisition & Martech  
**Meilleurtaux**



**Grégoire Rastoul**

Chief Distribution Officer  
**Leocare**



**Julien Provost Langot**

Digital Marketing Manager  
**Crédit Agricole Consumer Finance**



**Claire Plassart**

Senior Insight Analyst  
**HUB Institute**



# COCKTAIL DÉJEUNATOIRE

Découvrez nos  
**INTERVENANTS**



**Raphaël Gusdorf**

Chief Digital Officer,  
Client & Customer Journey  
**AG2R La Mondiale**



**Bruno Rivet**

Directeur Associé  
**Seventure Partners**



**Anne Murgier**

Directrice de Compte,  
Services Financiers  
**DocuSign**



**Julien Leblanc**

Directeur Europe du Sud  
**Highspot**



**Jérémy Lacoste**

Head of Acquisition & Martech  
**Meilleurtaux**



**Grégoire Rastoul**

Chief Distribution Officer  
**Leocare**



**Julien Provost Langot**

Digital Marketing Manager  
**Crédit Agricole Consumer Finance**



**Claire Plassart**

Senior Insight Analyst  
**HUB Institute**



## **[OPENING KEYNOTE]**

6 piliers pour transformer  
l'expérience client



**Claire Plassart**

Senior Insights Analyst  
**HUB Institute**



AG2R LA MONDIALE



**[TABLE RONDE]**  
Gagnez la **confiance** de vos  
clients face à **l'instabilité**

**HUB** TRENDS &  
NETWORKING



**Raphaël Gusdorf**

Chief Digital Officer,  
Client & Customer Journey  
**AG2R La Mondiale**



**Bruno Rivet**

Directeur Associé  
**Seventure Partners**



**Guilhem Cadoret**

Senior Content Manager  
**HUB Institute**

DocuSign 

**"Faire plus avec moins"**  
face à l'incertitude  
économique ?



**Anne Murgier**

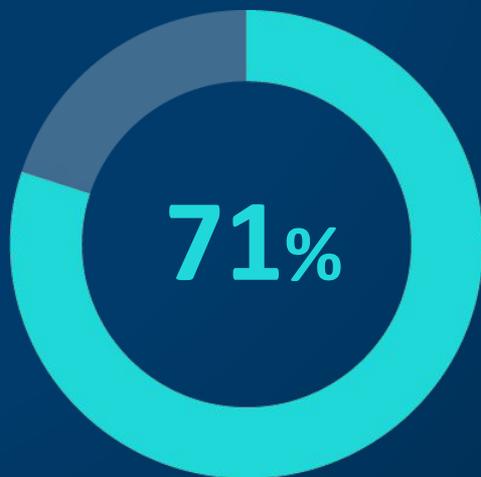
Directrice de Compte,  
Services Financiers  
*DocuSign*



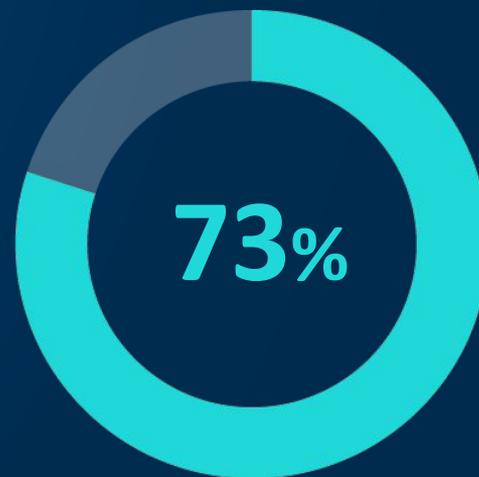
**Julien Leblanc**

Directeur  
Europe du Sud  
*Highspot*

# ALIGNEMENT DES ÉQUIPES COMMERCIALES ET MARKETING : ÉTAT DES LIEUX EN EUROPE

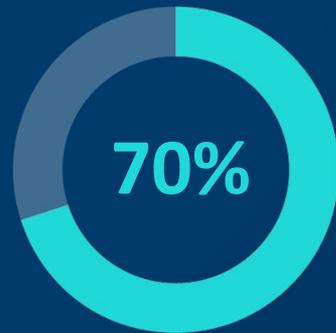


Les responsables commerciaux et marketing en Europe s'accordent à dire qu'un manque d'alignement entre leurs deux fonctions a un **impact négatif sur les revenus de leur entreprise.**

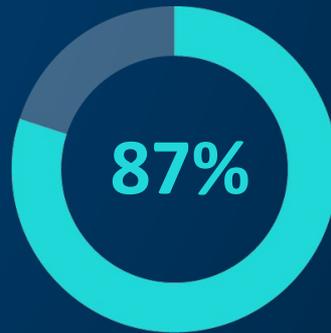


Les personnes interrogées dans le domaine de la vente et du marketing en France pensent que la mise en œuvre du **Sales Enablement** pour soutenir les deux fonctions est quelque chose que leur entreprise devrait envisager dans un avenir proche.





Des contenus  
non utilisés



Des trainings  
oubliés



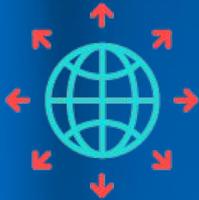
Des équipes  
successful



# Quelques chiffres sur la digitalisation des services financiers



1. Une enquête menée par **Deloitte** a révélé que **94 %** des cadres bancaires pensent que la transformation digitale va fondamentalement changer le secteur bancaire.



1. Selon un rapport de **McKinsey & Company**, l'adoption des canaux numériques pour les services bancaires s'est **accélérée de deux à cinq ans** en raison de la pandémie de COVID-19.



1. Une enquête menée par **PwC** a révélé que **75 %** des institutions financières ont investi dans l'intelligence artificielle et **54 %** d'entre elles ont déjà constaté un retour sur investissement positif.

# HSBC - retour d'expérience

Vidéo



**Comment Highspot aide à  
construire une stratégie  
"customer centric" ?**

**Quelles sont les tendances du  
secteur ?**

# Tes Best Practices ?

**THANK YOU!**

DocuSign 

**"Faire plus avec moins"**  
face à l'incertitude  
économique ?



**Anne Murgier**

Directrice de Compte,  
Services Financiers  
*DocuSign*



**Julien Leblanc**

Directeur  
Europe du Sud  
*Highspot*

**meilleurtaux.com**

Comment **déployer une  
approche militante**  
avec ses clients ?



**Jérémy Lacoste**

Head of Acquisition & Martech  
**Meilleurtaux**

23/03/2023

# COMMENT DEPLOYER UNE APPROCHE MILITANTE AVEC SES CLIENTS?

## 3 MISSIONS AU SERVICE DE NOS CLIENTS



### Informer

« Délivrer une information transparente à nos clients en mettant à leur disposition des contenus et des outils gratuits »



### Comparer

« Référencer un panel large de partenaires pour offrir les meilleures solutions à nos clients »



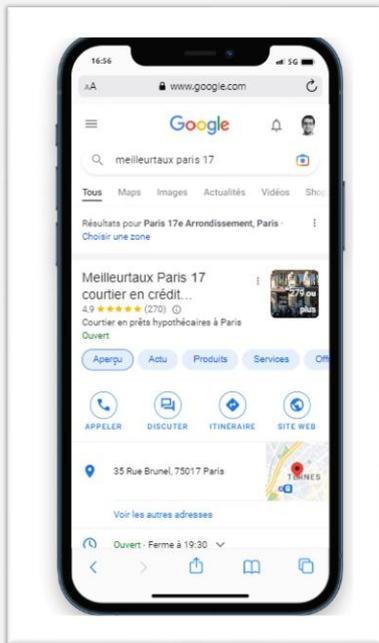
### Accompagner

« Délivrer un conseil objectif par nos 2 000 conseillers selon une logique omnicanale (agences, téléphone, tchat) »

# QU-A-T-ON APPRIS DE NOS CLIENTS

La mise en place de canaux de communication clients nous a permis de capter énormément de feedbacks sur le positionnement de la marque

## TCHAT – GOOGLE MESSAGES – NPS - ETUDES



## FEEDBACKS CLIENTS

- Volonté d'être accompagné/aguillé
- Désir de transparence
- Avoir accès aux meilleurs taux & offres
- Démocratiser les sujets de pouvoir d'achat

# NOUVEAU TERRITOIRE DE MARQUE

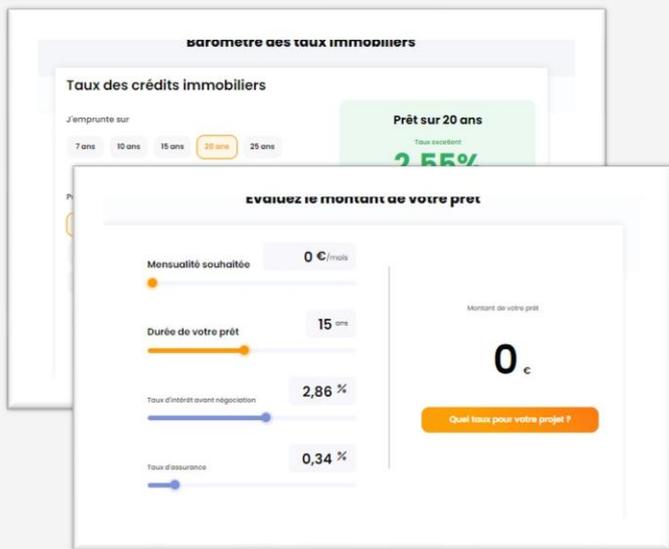
La nouvelle baseline du groupe « *Reprenez le pouvoir* » est une manière d'affirmer haut et fort, l'ADN militant de Meilleurtaux qui, depuis maintenant 20 ans, a un objectif : se battre pour le pouvoir d'achat des Français.



# L'ACCOMPAGNEMENT AU CŒUR DU CONTENU

Production massive de contenus consommables gratuitement par nos clients pour les accompagner dans leur acte d'achat/souscription

## LES CALCULETTES/BAROMETRES



## LES GUIDES

The guide is titled "Remboursement anticipé de l'assurance emprunteur" and features a photo of hands holding a pen. The text explains that while insurance is generally included with a mortgage, it can be a disadvantage if repaid early. It focuses on understanding the conditions for early repayment of the insurance. A button says "7 idées pour payer au meilleur prix".

**Une assurance exigée par le prêteur**

Exigée par le prêteur, l'assurance emprunteur intervient en cas d'échec de la vie empêchant le prêt ou l'honorar ses mensualités de remboursement. De fait, si la garantie de cette assurance expire avant le prêt de l'emprunteur, elle couvre le plus souvent les risques de décès, de perte totale et involontaire d'autonomie, d'incapacité totale ou partielle, d'incapacité de travail et de perte d'emploi.

Cette assurance est **contractée en même temps que le crédit immobilier qu'elle couvre**. Elle peut être prise auprès de l'organisme de crédit, ou par le biais de cas de contrat de groupe, ou auprès d'une société d'assurance choisie par l'emprunteur. Cette dernière option s'exerce dans le cadre d'une [libre option d'assurance](#).

L'emprunteur a, en effet, le libre choix de son assurance. Il peut donc **faire jouer la concurrence et souscrire son assurance emprunteur** auprès de l'assureur le plus compétitif dès lors que le contrat choisi répond à toutes les exigences de garanties énoncées par le prêteur. Ces choix sont détaillés dans la Fiche Standardisée d'Information (FSI) obligatoirement remise par la banque ou la société de crédit dans le cadre de son offre de prêt.

Ces informations sont indispensables pour obtenir de la part des compagnies d'assurance le devis d'une assurance emprunteur recommandée par le prêteur. Ce devis mentionne systématiquement le TAEA (Taux Annuel Effectif de l'Assurance) intégrant la part de l'assurance dans le coût total du prêt immobilier proposé. La comparaison des TAEA permet d'identifier très facilement le contrat d'assurance le plus compétitif.

## POUVOIR D'ACHAT

The advertisement for "meilleurtaux" features a smiling man and text promoting solutions for increasing purchasing power. It highlights a 25% discount on insurance premiums. A specific offer shows a 1000€ annual saving on a 2000€ annual premium. A button says "En savoir plus >".

**meilleurtaux**

Nos solutions sur mesure pour votre pouvoir d'achat. Découvrez-les !

**25%** de réduction sur le montant de vos dépenses sur les primes d'assurance pour vous faire gagner du pouvoir et du confort.

ASSURANCES  
ANNUELLE  
**1000€** d'économies/an en moy.

Je suis à la recherche d'une assurance habitation, auto/moto ou d'une mutuelle santé au juste prix pour mes besoins.

Nos clients ont déjà gagnés **1000€** sur leurs assurances en moy.

En savoir plus >

ASSURANCES  
ANNUELLE  
**2000€** d'économies/an en moy.

Je suis à la recherche d'un crédit immobilier au consommateur avec une mensualité intéressante.

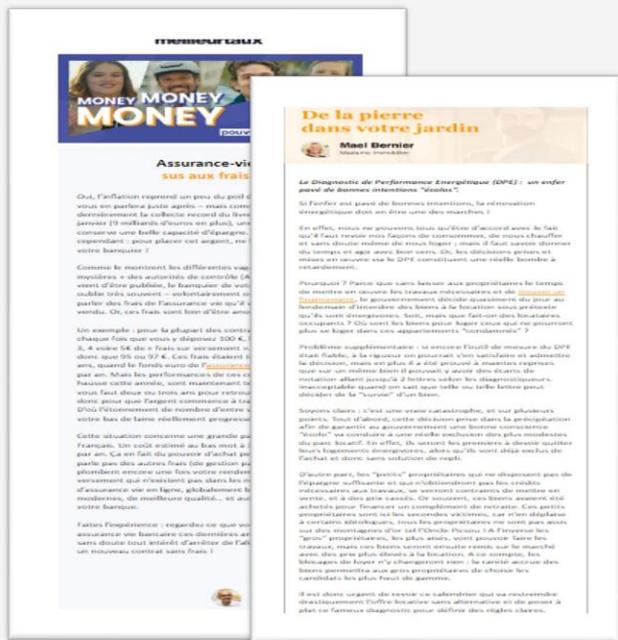
Nos clients ont déjà gagnés **1000€** sur leurs assurances en moy.

En savoir plus >

# UNE NEWSLETTER MILITANTE

Nous adressons quotidiennement à nos abonnés nos newsletters avec pour ambition d'être militants, communautaires et utiles

## NEWSLETTER MONEY



## MORNING ZAPPING



## NEWSLETTER MONEY

Audience: 2 millions

Cible: les Français

NPS: 92% d'avis positifs

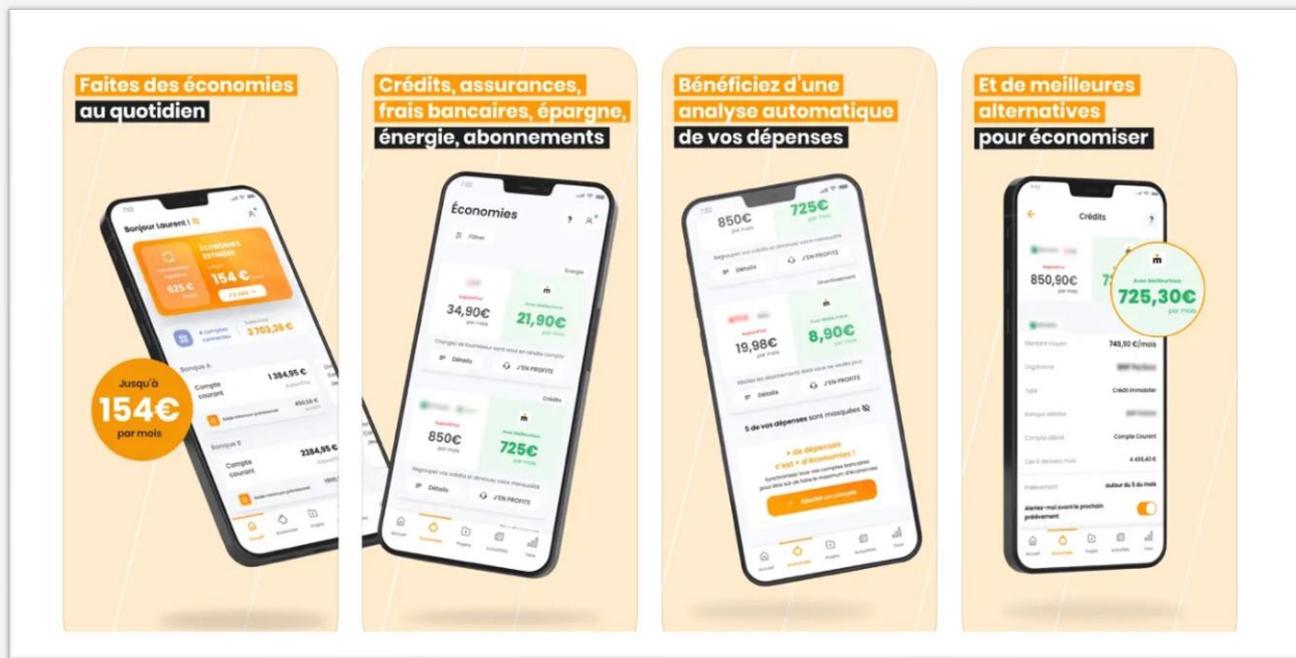
## NEWSLETTER MORNING

Audience 500 000

Cible: Profil plutôt mature en finance/investissement

# UNE APP CLIENT CENTRIC

L'app Meilleurtaux permet à nos clients d'améliorer leur pouvoir d'achat en optimisant leurs économies à travers des recommandations personnalisées



# LANCEMENT DU PROGRAMME PARRAINAGE

Le parrainage constitue un formidable canal d'échange avec nos clients afin d'en faire des ambassadeurs de la marque. Vision cible: l'indication d'affaire

## EXEMPLES DE PROGRAMME DE PARRAINAGE

### Parrainez vos proches

Offre valable du 16 janvier au 30 juin 2023

Recevez  
**100 €**

Client chez **meilleurtaux Placement**, parrainez vos enfants, votre conjoint(e), vos proches...

Si vous n'avez pas reçu votre **code parrainage**, contactez nos conseillers

Contactez un conseiller 

Offrez jusqu'à  
**200 €**

Pour une première souscription au contrat d'Assurance vie multisupports assuré par Spirica :

[meilleurtaux Liberté Vie / meilleurtaux Liberté PER](#)

- **100 €\* offerts** pour un versement initial minimum
- **200 €\* offerts** pour un versement initial minimum 10 000 €.

### DEVENEZ PARRAIN

JEREMY, partagez votre expérience et gagnez

**150€ !**



### COMMENT FAIRE ?

Copiez-collez simplement le lien pour le faire parvenir à votre filleul, ou partagez-le directement via votre réseau social préféré.

<https://www.meilleurtaux.com/narrainage/3V5NDP>

**Merci**

**Jérémy Lacoste**

*Head of acquisition & Martech*

[jlacoste@meilleurtaux.com](mailto:jlacoste@meilleurtaux.com)

21/03/2023

**meilleurtaux**

**meilleurtaux.com**

Comment **déployer** une  
**approche militante**  
avec ses clients ?



**Jérémy Lacoste**

Head of Acquisition & Martech  
**Meilleurtaux**



Comment se différencier  
par la **qualité des parcours**  
offerts et l'approche client ?



**Julien Provost Langot**

Digital Marketing Manager  
**Crédit Agricole Consumer Finance**



Expérience client :  
comment conjuguer  
**excellence opérationnelle**  
et **hypercroissance** ?



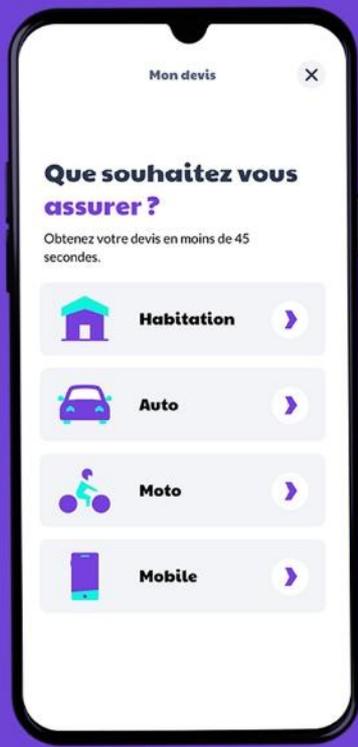
**Grégoire Rastoul**

Chief Distribution Officer  
**Leocare**

# What an insurtech scale up looks like ?

**x4**  
employees in  
2022

**MGA**  
Full stack



**150K+**  
customers

**4**  
insurance products

# Measure, **engage**, react

4,4



22 k

Online rates

**JJ CHERRY** · 2nd  
CEO - JIC CONSULTING - Expert Sport Business - Sports Marke...  
5d · 🌐

**LEOCARE**  
Tu sais pourquoi tu y vas ( le prix ) et tu sais pourquoi tu t en vas ( le service ) !!!

Quid d'un fiasco client et d'une incompétence hors du commun !!!!

Il y a quelques mois le 24 septembre 22 , on m'a fracturé mon véhicule et volé dans un parking sur Marseille mon sac à dos comprenant mon PC et de nombreux autres supports informatiques.

Au-delà de la gêne occasionnée par la perte de mon outil de travail , je contacte mon assurance LEOCARE pour connaître les modalités de réparation de mon véhicule et de l'indemnisation liée au vol de mes effets professionnels

DEBUT DE LA GALERE :

1. J'ai du attendre plus d'un mois pour obtenir un RDV et durant ce mois j'ai du rouler avec un véhicule et une vitre cassée, tout cela pour m'entendre dire lors de l'expertise que j'aurais pu faire réparer mon véhicule. Expertise a duré 5 minutes ...

Sans commentaires

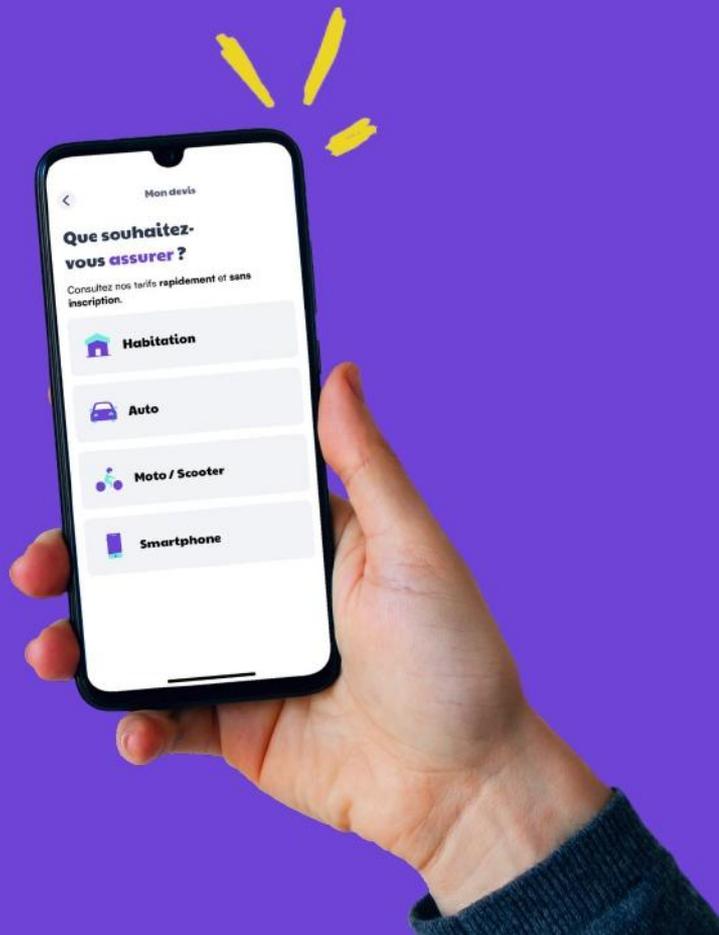


# **Make sure households are autonomous**

**when it comes to dealing with their insurances**

# Leocare is the new black!

- ⇒ Résiliation en 3 clics
- ⇒ Dématérialisation de la carte verte
- ⇒ Historique assurance centralisé



**Happy CS team**

**=**

**Happy customers**



**Mirror effect is the  
key!**



# LEOAVENGERS

## Build a transversal customer culture

- 20 000 actions in 3 days
- 60% CS and claim stocks

# DES QUESTIONS ?

leocare

Contact

Grégoire Rastoul  
gregoire.rastoul@leocare.fr



Expérience client :  
comment conjuguer  
**excellence opérationnelle**  
et **hypercroissance** ?



**Grégoire Rastoul**

Chief Distribution Officer  
**Leocare**

**18 > 19**  
**AVRIL**

**9h00 à 18h30**



# **DATA & AI FOR BUSINESS**

**FORUM & MEETINGS**

**SAVE THE  
DATE!**



# NETWORKING

# MERCI

En partenariat avec :

