

Communiqué de presse

Médicis, élue service client de l'année 2018 : la récompense d'un travail sur les fondamentaux de la relation client.

Paris, le 20 octobre 2017 - Pour la première fois, Médicis, mutuelle retraite des indépendants, entrepreneurs, commerçants et artisans, s'est distinguée par l'excellence de son service client et s'est hissée en tête du classement dans la catégorie « Assurance ». Organisée chaque année depuis 10 ans par Viséo Customer, l'Élection du Service Client de l'Année teste la qualité des services clients des entreprises françaises dans différents secteurs d'activités ; Cette année, Médicis est récompensée pour son travail de fond sur la relation client, et la construction d'un socle vertueux : réactivité, disponibilité, amabilité, et pertinence des réponses apportées.

Michel Clerc, Directeur Général de Médicis : « Sur le sujet aussi complexe de la retraite, la qualité de l'accompagnement et du service client est un enjeu clé pour remporter l'adhésion et satisfaire les clients. Nos fondamentaux sont solides, mais pour autant ils ne sont pas figés car l'exigence de qualité implique d'être constamment dans une démarche de progrès, à tous les niveaux de l'entreprise. Nous sommes très attentifs à l'évolution, à la fois des besoins de nos adhérents mais aussi de ceux de nos conseillers clients car nous croyons fortement au principe de symétrie des attentions, le respect et l'empathie sont contagieux ! »

Une démarche qualité, une priorité stratégique depuis 2009

La première étape de cette démarche a consisté à bien s'équiper en outil CRM (solution Pivotal) : Médicis a apporté un soin tout particulier à la rédaction des formulaires et des scripts de réponses, à la formation des équipes sur les outils et les éléments de langage.

Solidement outillées et préparées, les équipes sont alors en mesure d'accompagner individuellement les adhérents, parce que chaque situation professionnelle est particulière, et chaque projet de retraite unique : tout nouvel adhérent est accueilli personnellement avec l'envoi d'un dossier d'accueil, et un appel de bienvenue apportant des explications complémentaires. A l'approche du passage à la retraite, les équipes Médicis sont aussi aux côtés des adhérents pour envisager précisément avec eux le projet de rente et les aider dans leurs choix de sortie.

La pédagogie et l'information sont au cœur de la relation client pour décomplexifier le projet retraite. Le financement de la retraite et ses mécanismes d'assurance restent un sujet difficile à comprendre. Pour autant, Médicis sait en simplifier l'appréhension et la préparation, par ses produits d'une part, mais aussi par la dématérialisation des démarches sur un espace dédié en ligne. Des notices explicatives ont été conçues pour tous les actes de gestion majeurs et un parcours d'information a été étudié pendant toute la durée de l'adhésion (newsletter, lisibilité des courriers administratifs, ...).

Pour challenger l'ensemble du dispositif, un baromètre de satisfaction auprès des adhérents est conduit tous les 2 ans avec, pour action immédiate, la prise de décisions et la mise en œuvre des ajustements nécessaires. Entre chaque baromètre biannuel, des enquêtes de satisfaction à chaud sont réalisées après une prise de contact avec un adhérent (post appel téléphonique ou post RDV), elles permettent d'ajuster très rapidement les dispositifs et le service à délivrer. Des formations régulières

des conseillers relation clients et relations prospects, et le développement de scripts téléphoniques accompagnent notamment ces ajustements.

Avec une note globale de 16,79/20, les points forts relevés sur les quatre principaux canaux de contact à distance :

- La réactivité au téléphone (qui reste le premier canal de communication entre les adhérents et les conseillers), la rapidité de prise en charge de la demande, la disponibilité et l'écoute active des conseillers ont permis à Médicis d'obtenir la note de 17,71/20.
- Le respect des délais de réponse aux emails, la personnalisation des réponses et le bon relationnel ont permis à Médicis d'obtenir la note de 16,47/20.
- L'accessibilité du site Internet, le côté intuitif de la navigation et la qualité rédactionnelle des réponses par mail, ont permis à Médicis d'obtenir la note de 16,38/20.
- La rapidité de réponse sur les réseaux sociaux, l'identification du conseiller et la qualité des échanges ont permis à Médicis d'obtenir la note de 17/20.

*« Nous sommes très heureux de cette distinction qui est une reconnaissance importante de l'approche client menée par l'ensemble des collaborateurs de Médicis ; c'est un signal fort que nous envoyons à tous les chefs d'entreprises, commerçants, artisans qui recherchent un véritable « partenaire retraite ». Cette distinction compte aussi pour nos partenaires de distribution assureurs et courtiers, auprès de qui nous nous sommes engagés particulièrement sur la qualité de notre service client. », conclut **Christian Martin, Président de Médicis, boulanger en Ardèche, lui-même adhérent de Médicis.***

À propos de Médicis

Avec 167 000 adhérents commerçants, artisans et chefs d'entreprise indépendants, Médicis est la première structure représentative du commerce indépendant dans le domaine de la retraite. Gouvernée par un Conseil d'administration composé exclusivement d'indépendants et entrepreneurs, elle est le reflet de leurs aspirations et problématiques et souhaite à ce titre faire entendre leur voix. Médicis a placé très tôt le service client comme une priorité d'entreprise.

Mutuelle de retraite, Médicis (ex Organic complémentaire) se consacre depuis près de 40 ans à proposer une retraite complémentaire aux indépendants afin de compléter leur régime obligatoire de retraite.

www.mutuelle-medicis.com

À propos de l'Élection du Service Client de l'Année

Depuis 10 ans, l'Élection du Service Client de l'Année récompense la qualité des services clients par secteur d'activité. Organisée par Viséo Customer Insights, cette élection se fonde sur une méthodologie reposant sur le principe du test client mystère. Durant 10 semaines, la qualité de la relation client est mesurée à travers 225 contacts clients mystère.

Les tests sont réalisés par Inférence Operations, filiale terrain du Groupe BVA. Elle teste la relation client sur les cinq principaux canaux de contact à distance (téléphone, e-mail ou formulaire, sites Internet, réseaux sociaux, chat). La qualité de la relation client est évaluée via 10 à 15 critères appliqués à l'ensemble de la chaîne : avant-vente, vente et après-vente. 43 catégories sont récompensées, dont l'Assurance.

Plus d'informations : www.esdda.fr

* Etude BVA Group - Viséo CI - Mai à Juillet 2017 - Plus d'infos sur esdda.fr.

Contact presse :

Agence Rumeur Publique

Pauline Fromentin : 01 55 74 52 10 – pauline@rumeurpublique.fr

Souad Djouahra : 01 82 28 37 30 – souad@rumeurpublique.fr