



ÉTUDE DE CAS

# Comment MAPFRE a amélioré la conversion de 10 %



Amélioration du renouvellement des clients de plus de 3 points.

Augmentation du taux de conversion de 10 %.

Augmentation du NPS à tous les moments de l'interaction.

## RÉSUMÉ

---

MAPFRE est la plus grande compagnie d'assurance d'Espagne, et est actuellement présente sur 5 continents.

---

Consciente du fait qu'elle ne pouvait pas élaborer une stratégie axée sur le client sans l'écouter, elle a choisi un partenaire solide pour l'aider à déployer son programme CX.

---

MAPFRE a intégré la plateforme Medallia dans ses systèmes au point de devenir un canal de communication avec ses clients.

---

Résultat: Une amélioration des taux d'acquisition et de rétention des clients, ainsi que du NPS à tous les points d'interaction.

MAPFRE est une entreprise qui assure les risques depuis 1933, année de sa création. Elle est actuellement la plus grande compagnie d'assurance espagnole et est présente sur les 5 continents.

Pour une entreprise ayant autant d'années d'expérience, déployer un processus de transformation pour placer le client au centre n'était pas une tâche facile. MAPFRE savait qu'elle devait construire cette transformation sur deux piliers fondamentaux : les données et l'écoute du client.

Après une analyse de tous les outils existants sur le marché, MAPFRE a choisi Medallia pour sa capacité de modernisation de ses systèmes, la fiabilité nécessaire pour gérer la grande quantité de données qu'elle génère, et la capacité de s'adapter précisément à ses besoins. Certaines fonctionnalités uniques et, surtout, les possibilités d'internationalisation de toutes les solutions, ont été les éléments déterminants de ce choix.

MAPFRE a intégré la plateforme Medallia dans ses systèmes afin qu'elle devienne un canal de communication avec ses clients. Ainsi les responsables qualité, directeurs et médiateurs peuvent interagir en temps réel afin de "boucler la boucle" et s'améliorer de façon continue.



**“Écouter le client nous permet de mieux le connaître et d’anticiper ses attentes, et donc de générer des expériences individualisées et d’améliorer les relations avec eux et la qualité de leur expérience globale”.**

César Luengo,  
Directeur général adjoint  
Clients et CX chez MAPFRE

Grâce à l’intégration de la plateforme Medallia dans les systèmes clients de MAPFRE, l’entreprise a désormais accès aux feedbacks des clients et aux analyses de l’IA. Cela a eu un impact éminemment positif sur plusieurs indicateurs clés pour Mapfre :

- Augmentation simultanée du taux de conversion et de rétention
- Amélioration des process : des économies de coûts et une augmentation de la satisfaction des clients

Les impacts positifs ne s’arrêtent pas là:

Écouter les clients en permanence et en temps réel permet de les connaître, de les comprendre et d’anticiper leurs attentes et, par conséquent, de générer des expériences individualisées et d’améliorer les relations avec eux.

## À propos de nous

Medallia est précurseur et leader de la gestion de l’expérience. Medallia Experience Cloud, notre plateforme SaaS primée, est la solution leader du marché pour comprendre et gérer les expériences des clients, des employés et des citoyens. Avec Medallia Experience Cloud, nos clients peuvent réduire le taux d’attrition, transformer les détracteurs en promoteurs et acheteurs, créer des opportunités de ventes croisées et de ventes incitatives, et ainsi générer un retour sur investissement clair et immédiat.. [medallia.com/fr/](https://medallia.com/fr/)