



## 3 CASOS CONCRETOS DE CLIENTES CON EL WALLET

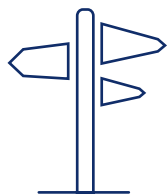
*Ejemplos, estrategias, cifras y visuales*

**SECTOR DE LAS ASEGURADORAS Y MÚTUAS**



**MACIE**  
AVANTAGES

# ÍNDICE



**INTRODUCCIÓN SOBRE EL WALLET  
Y SUS APLICACIONES  
P.1-2**



**SECTOR DE LAS ASEGURADORAS Y  
MÚTUAS DE SEGURO  
P.3-19**

APRIL  
P.3

MACIF  
P.9

M COMME MUTUELLE  
P.14

**INTRODUCCIÓN**

# CONOCES EL MOBILE WALLET ?

El wallet móvil es una **aplicación móvil nativa** en todos los iPhone (denominada «Cards») y que tiende a estar también presente en todos los Android (denominada «Google wallet», anteriormente «Google Pay»).

Gracias a estas aplicaciones wallet, **un usuario puede digitalizar cualquier soporte en su smartphone** : tarjetas de fidelización, cupones de descuento, boarding pass, tarjetas de asegurado, recibos click & collect i y mucho más !

En 2021, el **38,7% de los franceses conocía esta aplicación** y, de entre ellos, el **56% la había utilizado** para registrar sus tarjetas de fidelización. Números que no paran de aumentar de año en año.

Canal relacional por excelencia, el wallet móvil **permite enviar notificaciones push** a todos sus clientes «walletizados». Un soporte que apela a empresas de todos los sectores.

# ESTOS SON LOS ESCENARIOS QUE VERÁS EN ESTE LIBRO

TARJETAS DE  
ASEGURADO



TARJETAS DE  
FIDELIZACIÓN



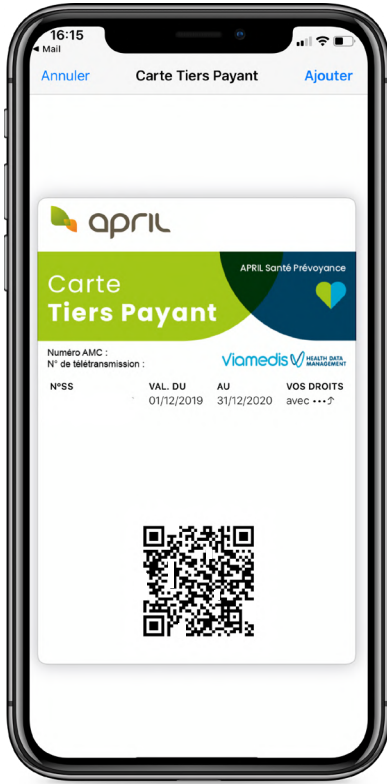


# **EL SECTOR DE** **LA ASEGURADORA Y MÚTUA**



¿Por qué April confía en el wallet para digitalizar su tarjeta de asegurados?

# LOS OBJETIVOS



Con aproximadamente el 15 % de sus clientes perdiendo su tarjeta de asegurado y la mayoría considerándola un documento irritante, April quería brindar una solución real a este problema.

- 1 Administrar en tiempo real los derechos de los miembros
- 2 Construir una relación cercana con los asegurados
- 3 Facilitar la vida a los asegurados informándoles por notificación push de sus reembolsos, cambios contractuales, etc.

# EL RESUMEN DE LA ESTRATEGIA

## 1 PUNTOS DE CONTACTO



### SMS DEDICADOS

Se envían SMS a los asegurados con un enlace para que descarguen su tarjeta en su wallet



### EMAILS

April envía emails dedicados a sus asegurados para descargar su tarjeta en dos clics

## 2 LA TARJETA DE ASEGURADO ESTÁ EN EL MÓVIL DEL CLIENTE



### LA TARJETA DE ASEGURADO ESTÁ DESCARGADA

El asegurado tiene a partir de ahora su tarjeta siempre consigo y no la puede perder! La encuentra en dos clics en su wallet



### EL ASEGURADO ENCUENTRA SU INFORMACIÓN

En el reverso de la tarjeta el asegurado encuentra toda su información ligada a su mútua y el profesional de salud puede también encontrarla fácilmente.

## 3 LA MARCA SE DIRIGE A SUS CLIENTES

6



### LOS DERECHOS DE LOS ADHERENTES SIEMPRE AL DÍA

La tarjeta se actualiza automáticamente (modificaciones y supresiones de derechos) y es compatible con la ley RIA



### SE NOTIFICA AUTOMÁTICAMENTE AL ADHERENTE

Se le informa cada vez que hay cambios en su tarjeta de asegurado (reembolsos, actualizaciones, etc.)



### EL FIN DEL FRAUDE

Los derechos se actualizan y la tarjeta se desactiva en tiempo real cuando alguien se da de baja



# LOS RESULTADOS

**25%**

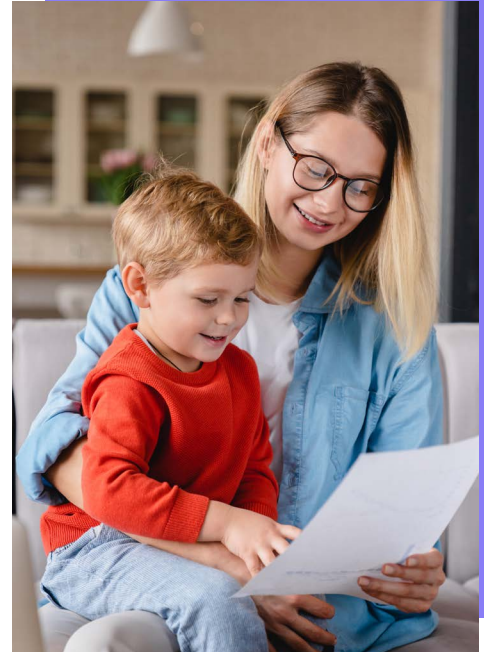
de tasa de activación  
de los miembros tras 8  
meses de uso

de los asegurados que han  
descargado la tarjeta digital  
tienen menos de 40 años

**40%**

**38%**

de los asegurados  
walletizados tienen  
entre 50 y 70 años



# TESTIMONIO



*Alrededor del 15% de nuestros clientes han perdido su tarjeta de asegurado alguna vez y, siendo ésta una tarjeta que se renueva anualmente, también suele haber problemas de actualización. Descubrimos además que nuestros asegurados hacen una foto de su tarjeta para evitar llevarla siempre con ellos. Es un apañó pero nosotros queríamos ofrecer una solución real.*

*Elise Candotto Carniel*  
*Jefa de Proyecto Marketing y Experiencia Cliente en APRIL*





# MACIF AVANTAGES

¿Por qué Macif ha elegido el wallet móvil para **digitalizar su tarjeta «Avantages»?**

# LOS OBJETIVOS



**MacifAdvantages negocia en nombre de sus miembros y adherentes al grupo Macif reducciones sin precedentes con sus partners. El grupo ha optado por digitalizar estas ventajas y ofrecer la “Tarjeta de ventajas” a sus adherentes en el wallet para comunicar sus ofertas.**

**1** Fortalecer y dar vida a su relación con el cliente

**2** Visibilizar las ofertas de sus partners

# EL RESUMEN DE LA ESTRATEGIA

## 1 PUNTOS DE CONTACTO



### WEB

El asegurado puede descargar su tarjeta en su wallet desde la web Macif Avantages



### EMAILS

Macif Avantages propone a sus adherentes por email instalar la tarjeta digital en su wallet



### CATÁLOGO EN PAPEL

Macif Avantages ha integrado en sus catálogos en papel un código QR. Escaneándolo, el asegurado puede recuperar su tarjeta en el wallet.

## 2 LA TARJETA DE ASEGURADO ESTÁ EN EL MÓVIL DEL CLIENTE



### LA TARJETA DE ASEGURADO ESTÁ DESCARGADA

El asegurado encuentra su tarjeta Macif Avantages en 2 clics en su wallet



### SE NOTIFICA AL ASEGURADO

Recibe una primera notificación push informándole de una oferta en curso

## 3 LA MARCA SE DIRIGE A SUS CLIENTES



### ACTUALIZACIÓN SEGÚN LAS PROMOCIONES

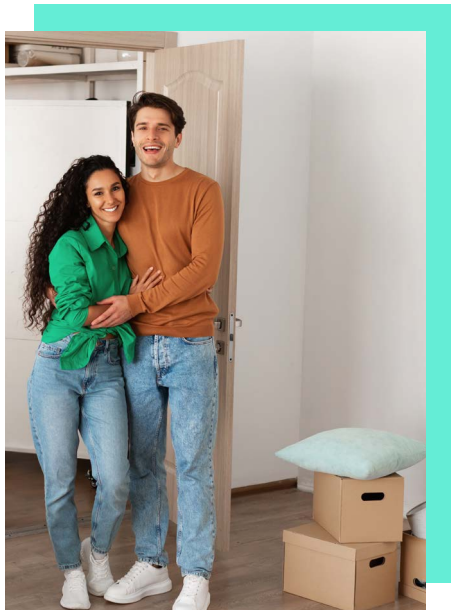
La tarjeta se actualiza según la oferta del momento, en cuanto al diseño y las informaciones en el reverso de la tarjeta



### SE CONTACTA CON EL ASEGURADO

Recibe una notificación de recordatorio con el fin de maximizar la visibilidad de la campaña

# LOS RESULTADOS



**En solo 5 meses, Macif Avantages ha registrado:**

Hasta +8% de tráfico por  
campaña wallet

**+8%**

**>30K**

De tarjetas wallet  
generadas

# TESTIMONIO



*La fase experimental permitió rápidamente medir la apetencia de los miembros de Macif por este nuevo medio con la promesa de mejorar su experiencia digital. Luego se aprobó una primera campaña: con tasas de apertura superiores al 50% y una reactividad en torno al 20%, casi el 60% de estos compradores agregaron la tarjeta Macif Advantage al wallet.*

*Xavier de Langlais*  
*Director General de Macif Avantages*





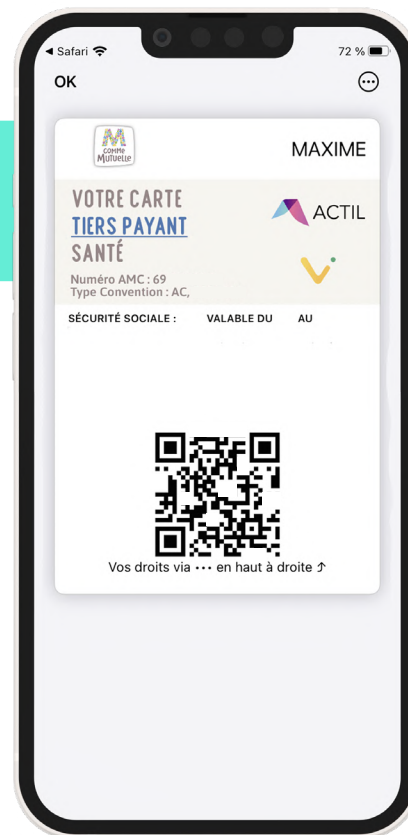
**Tarjeta de asegurado en el móvil:  
¿cómo M comme Mutuelle  
ha digitalizado el 20% de su base de  
clientes en 6 meses gracias al wallet?**



# LOS OBJETIVOS

M comme Mutuelle ha elegido el wallet móvil para hacer la vida más fácil a sus clientes con el principal desafío de impulsar la retención de clientes.

- 1** Utilizar una herramienta de gestión para hacer la vida más fácil a los clientes
- 2** Mejorar la fidelización del cliente
- 3** Brindar un acompañamiento real al cliente



# EL RESUMEN DE LA ESTRATEGIA

## 1 PUNTOS DE CONTACTO



### SMS DEDICADOS

Se envían SMS a los asegurados con un enlace para que descarguen su tarjeta en su wallet



### EMAILS

April envía emails dedicados a sus asegurados para descargar su tarjeta en dos clics

## 2 LA TARJETA DE ASEGURADO ESTÁ EN EL MÓVIL DEL CLIENTE



### LA TARJETA DE ASEGURADO ESTÁ DESCARGADA

El asegurado tiene a partir de ahora su tarjeta siempre consigo y ¡no la puede perder! La encuentra en dos clics en su wallet



### EL ASEGURADO ENCUENTRA SU INFORMACIÓN

En el reverso de la tarjeta el asegurado encuentra toda su información ligada a su mÚtua y el profesional de salud puede también encontrarla fácilmente.

## 3 LA MARCA SE DIRIGE A SUS CLIENTES



### LOS DERECHOS DE LOS ADHERENTES SIEMPRE AL DÍA

La tarjeta se actualiza automáticamente (modificaciones y supresiones de derechos) y es compatible con la ley RIA



### SE NOTIFICA AUTOMÁTICAMENTE AL ADHERENTE

Se le informa cada vez que hay cambios en su tarjeta de asegurado (reembolsos, actualizaciones, etc.)



### EL FIN DEL FRAUDE

Los derechos se actualizan y la tarjeta se desactiva en tiempo real cuando alguien se da de baja

# LOS RESULTADOS

**20%**

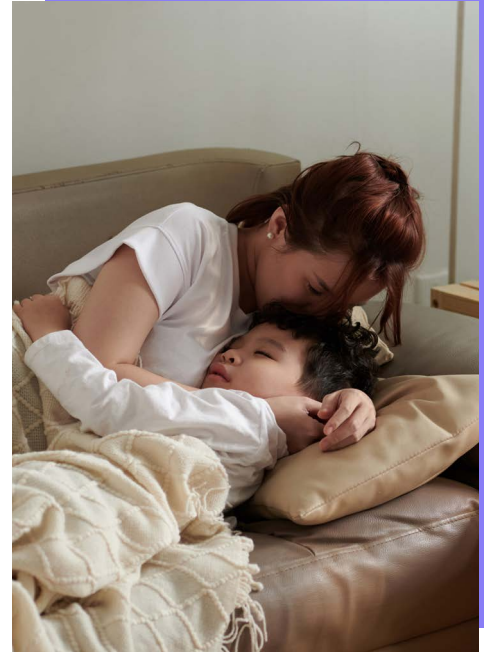
tasa de activación de los miembros en 6 meses, tras una primera campaña

**50%**

tasa de activación de los miembros en 4 meses, tras una segunda campaña

**21,9%**

tasa total de engagement



# TESTIMONIO

*Buscábamos simplificar la vida de nuestros clientes y el wallet cumple perfectamente con este objetivo. También vimos la oportunidad de apoyar a nuestros clientes en el uso de la tarjeta en el contexto de la ley RIA. Esto también ayuda a fidelizar a los clientes a través de la utilidad de este servicio diferenciador.*

*Maxime Antoniutti  
Director Gestión en M comme Mutuelle*



# LA ÚLTIMA PALABRA

¡Una **infinidad de escenarios** son posibles con el wallet!

Ya sea en el sector del comercio minorista o de la moda, el caso de cada cliente es único y presenta diferentes usos posibles del wallet.

La **digitalización de la tarjeta de fidelización, la tarjeta promocional, los bonos de descuento...** todo es posible con este canal de comunicación!

**Descubre la solución Captain Wallet** por ti mismo y como ésta puede adaptarse a tu marca.

**Gracias a todas las marcas presentes en este libro**





## Captain Wallet

is made with love by Carving  
Labs

## Email

hello@captainwallet.com

## Téléphone

+ 33 1 75 43 60 71

## Adresse

106 Bd Haussmann  
75008 Paris, France

## Más de 200 clientes confían en nosotros

