

LE GUIDE COMPLET



Captain Wallet
by Brevo

LE WALLET MOBILE POUR LES ASSURANCES ET MUTUELLES

3 cas d'usages concrets pour booster votre relation adhérent



SOMMAIRE

Introduction page 3

Le wallet mobile, un canal adapté aux assurances et mutuelles page 6

- Quels bénéfices à court terme pour les assurances/mutuelles et ses adhérents ? page 7
- Quelques chiffres clés page 12
- Le wallet mobile, un canal performant sur divers canaux page 13

Présentation de 3 cas d'usage sur le wallet mobile page 16

- La carte tiers payant page 17
- La carte assuré page 23
- La carte pro page 25

Conclusion page 30



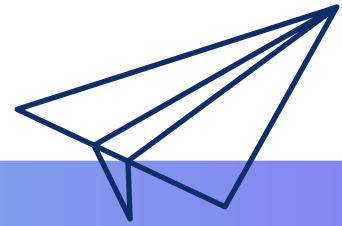
Introduction

Dans un monde en constante évolution, où la digitalisation redéfinit les normes de la communication et de la relation client, **les entreprises cherchent inlassablement des moyens innovants pour maintenir l'engagement de leurs clients.** Le désir de satisfaire les attentes croissantes des consommateurs, de **créer des expériences personnalisées** et de rester pertinents dans un environnement concurrentiel a conduit de nombreuses grandes marques, y compris les compagnies d'assurance et les mutuelles, à évoluer.

Dans ce contexte de transformation technologique, relationnelle, bioéthique, **la dématérialisation des contenus marketing, commerciaux et informatifs est devenue un enjeu prioritaire pour les entreprises.** Ce Service as a Software (SaaS) que nous proposons offre une alternative ingénieuse aux applications mobiles traditionnelles, à l'e-mail marketing et au SMS, qui peinent parfois à capter l'attention des consommateurs.

Captain Wallet a été à l'avant-garde de cette révolution numérique en collaborant avec des compagnies d'assurance et des mutuelles pour exploiter tout le potentiel du wallet mobile.





Ce livre blanc

Vous guidera à **travers trois cas d'utilisation concrets**, qui illustrent comment le wallet mobile a transformé la manière dont les assurances et mutuelles qui utilisent notre solution interagissent avec leurs clients et améliorent leur expérience client.

Nous explorerons les mécanismes qui ont été mis en place, partagerons des exemples inspirants et examinerons les résultats concrets qui ont émergé de cette transition vers le numérique.

Au fil des pages qui suivent, vous découvrirez comment le wallet mobile a permis aux assureurs et aux mutuelles d'optimiser la dématérialisation de cartes tiers payant, de cartes assuré et de cartes assurance pro. Vous constaterez que cette solution va bien au-delà de la simple substitution du papier par le numérique. Elle offre un terrain propice à l'interaction et à la personnalisation.

Bienvenue dans un avenir où le digital rencontre le secteur des assurances et mutuelles pour créer des expériences client exceptionnelles.

Bonne lecture !

Le wallet mobile, présent chez de nombreuses compagnies d'assurance et mutuelles

Le wallet mobile s'adresse non seulement aux mutuelles et aux assurances dans le domaine de la santé, mais également à l'assurance dans le secteur du tourisme et des professionnels. En fait, nous comptons aujourd'hui plusieurs clients qui proposent une gamme variée de services.



Partie 1

Le wallet mobile, un canal adapté aux assurances et mutuelles



Quels bénéfices à court terme pour les assurances/mutuelles et ses adhérents ?

1 Un reach et une rétention mobile décuplés

Le "reach" désigne la "portée" de vos communications, autrement dit la **capacité de "toucher" vos clients, votre cible**. Le reach est décuplé avec le wallet mobile puisqu'il permet de **toucher ses clients directement sur leur mobile grâce aux notifications push**.

Ce reach augmente à partir du moment où votre client télécharge sa carte wallet. Une fois cette étape franchie, ça y est, **vous vous êtes fait une place dans son mobile !** Un canal relationnel ultra efficace est alors créé et la marque peut communiquer à travers l'envoi de notifications push.

10 à 30% de votre base clients est wallétisée dès la 1ère année

98% de reach sur le wallet mobile

La rétention aussi est un des nombreux points forts du wallet mobile. Nous constatons que les adhérents téléchargent leur carte wallet, mais qu'en plus, ils la gardent et la carte reste active.

Une information importante quand on sait que la contactabilité et la capacité d'adresser les gens sur mobile est clé pour les marques, y compris pour les assurances et les mutuelles.

2 Gérer en temps réel les droits des adhérents et limiter la fraude (RIA)

La résiliation infra-annuelle est entrée en vigueur en 2020, entraînant depuis une redéfinition des règles dans le secteur de l'assurance santé. Cette nouvelle loi permet à chacun de résilier son contrat de mutuelle dès le premier anniversaire de celui-ci. Cette ouverture à la concurrence a ainsi vu le jour, obligeant l'industrie à s'adapter et à se moderniser.

Le wallet, par sa capacité d'interactivité et sa connexion aux systèmes d'information, nous permet désormais de gérer en temps réel cette question de droit, devenue essentielle aujourd'hui.

La carte wallet peut-être mise à jour, et ce partiellement ou totalement en fonction des besoins. On peut changer une donnée de la carte, par exemple sa date de validité, ou bien l'intégralité de la carte. **La mise à jour se fait alors en temps réel, automatiquement.**





“Nous avons vu l’opportunité d’accompagner nos clients dans leur usage de la carte TP dans un contexte de la loi RIA. Cela permet aussi de fidéliser le client de par l’utilité de ce service différenciant”

Maxime Antoniutti

Directeur Gestion chez M comme Mutuelle



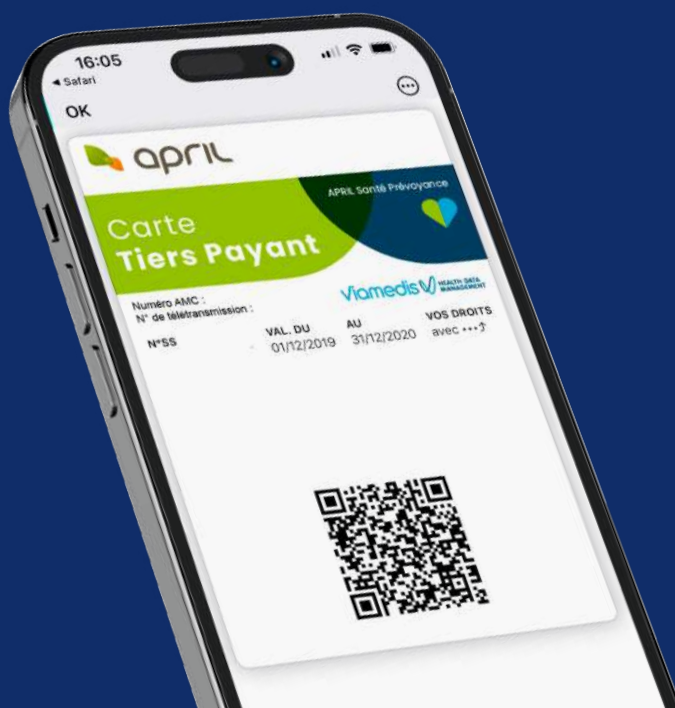
3

Réduire vos coûts d'impression et d'envois de SMS

La plupart des mutuelles qui adoptent le wallet mobile ont abandonné l'impression papier ou le proposent sur demande, réalisant ainsi des économies significatives. En effet, **l'impression papier traditionnelle peut engendrer des coûts importants (sans parler de l'impact environnemental).**

Le SMS quant à lui est un canal de communication également important, mais qui peut s'avérer onéreux. **Le wallet mobile est en moyenne 30% moins cher que le SMS**, et beaucoup plus efficace grâce à l'envoi de notifications push.

Une alternative plus économique et qui permet d'augmenter l'impact de vos communications.



4

Développer un canal mobile avec vos adhérents et une expérience client simple et forte

Nous avons tous déjà vécu cette situation à notre échelle : la recherche désespérée de la carte tiers payant oubliée ou perdue, cachée au fin fond de notre portefeuille ou de notre sac à main, tandis que des personnes impatientes attendent derrière nous à la pharmacie.

Avec la carte tiers payant désormais stockée dans le wallet mobile, **fini le stress de l'oubli ou de la perte de cette précieuse carte.** Le client l'a toujours à portée de main, éliminant ainsi les soucis de dernière minute.

Cela s'applique également à la carte assuré, qui **permet d'avoir instantanément accès à toutes les informations et contacts utiles**, ainsi qu'à la carte assurance professionnelle, qui peut être validée et certifiée en seulement deux clics !

Pratique, gain de temps, le wallet mobile a tout pour plaire !



“Environ 15% de nos clients perdaient leur carte tiers payant (...) On a découvert que nos assurés allaient jusqu’à la prendre en photo avec le téléphone pour être sûr de l’avoir toujours sur soi. Nous voulions apporter une vraie solution à ce problème.”

Élise Candotto Carniel

Chef de projet Marketing Expérience Client chez APRIL



Quelques chiffres clés

+21 millions

de cartes wallet créées et actives

Un usage massif par les consommateurs



2/3

des contacts éligibles dans les assurances et mutuelles ont adopté et ajouté leur carte dans leur wallet

Un outil d'engagement hyper efficace pour les marques

98%

des clients gardent leur carte dans leur wallet

Une rétention mobile inégalée



Le wallet mobile, un canal performant sur divers canaux

Une carte wallet, vous vous en doutez, n'apparaît pas par magie dans le mobile des clients ! La marque doit la proposer via divers canaux.

Comment ça marche concrètement ?

Une carte wallet est récupérée depuis **un lien url**, que l'on met à disposition des marques.

L'objectif de la marque est ensuite de le mettre à disposition auprès de ses clients. Et pour cela, il existe plusieurs façons de faire :

Dans un email

La proposition la plus simple et la plus "naturelle".

L'email est envoyé à tous les clients éligibles (opt-in). Le client n'a plus qu'à cliquer sur un bouton, auquel est intégré le lien. Une landing page s'ouvre avec prévisualisation de la carte wallet. Le client clique ensuite sur "Ajouter". Et hop ! La carte est dans le mobile du client.

60%

de taux d'engagement* dans le secteur des assurances/mutuelles sur l'email

1er

canal d'activation des cartes wallet



*le ratio des clients qui ont activé leur carte sur les ouvreurs de l'email

Sur son site web

Même logique. La marque peut intégrer un CTA sur une page de son site avec l'URL intégrée. Le visiteur récupère là aussi sa carte wallet en 2 clics.

1/3

des visiteurs qui se connectent sur leur espace personnel téléchargent leur carte assuré dans leur wallet



Dans un SMS

Bonjour, ajoutez votre carte Tiers Payant M comme Mutuelle à votre mobile, pour qu'elle reste accessible à tout moment !

mcommemetuelle-carte-tiers-payant.fr

Utilisé le plus souvent au moment de la prise d'effet du contrat, le SMS permet entre autres aux nouveaux adhérents de confirmer l'activation du contrat. La mutuelle ou l'assurance en profite alors pour proposer la dématérialisation de la carte assurance, en 1 clic, grâce à la fameuse URL.

35%

d'activation de la carte en moyenne depuis un SMS.

Dans son application mobile

Pour certaines assurances ou mutuelles, l'application mobile est un canal d'engagement prioritaire sur lequel elles mettent à disposition divers services.

Malgré tout, de plus en plus de mutuelles font le choix de proposer leur carte tiers payant sur le wallet. Les raisons ? **Simplicité, facilité d'accès et une carte toujours disponible même hors connexion wifi/4G.** Rappelons également que **le taux de rétention* est bien supérieur sur le wallet que sur une application mobile.**

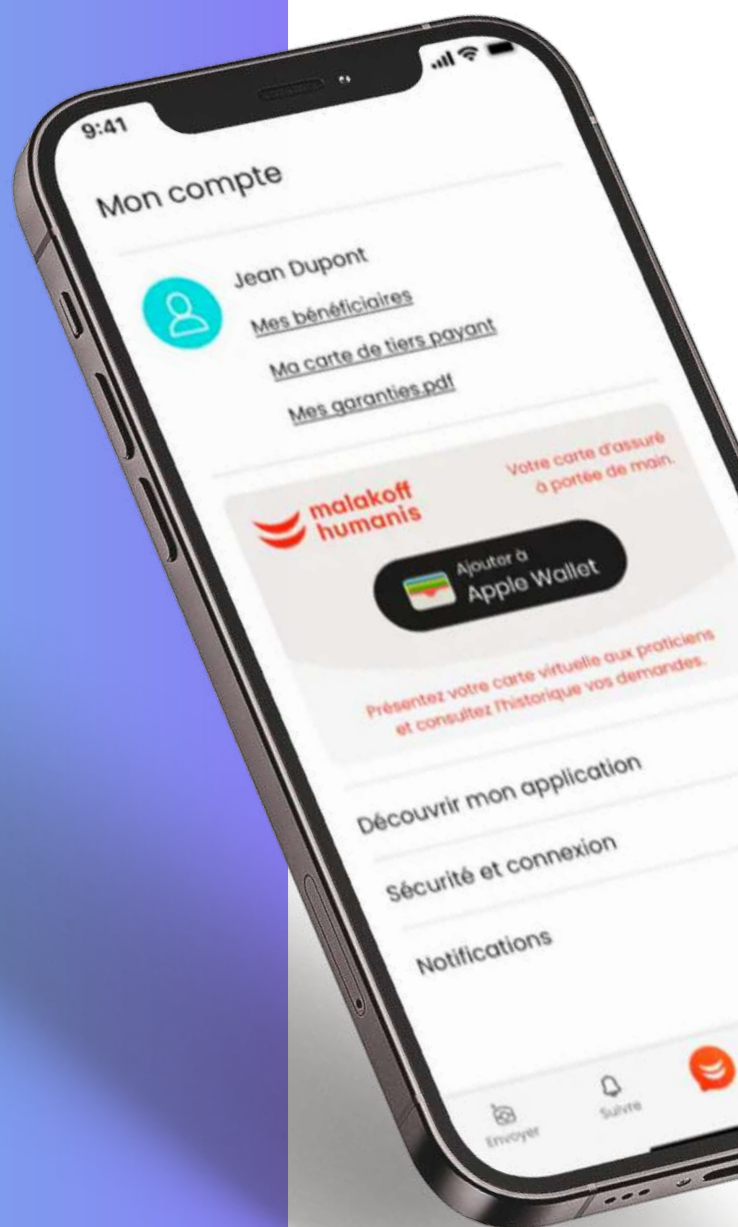
Selon une étude Appsflyer 2023, le taux de rétention des applications au-delà de **30 jours avoisine les 5% en France sur iOS** et se situe entre **3 et 4% sur Android.**

Des résultats probants pour Malakoff humanis :

60%

des utilisateurs qui installent et utilisent l'application ajoutent leur carte tiers payant dans leur wallet

Vous l'aurez compris, à chaque canal sa performance et son utilisation en fonction du cycle de vie de l'adhérent !



*La durée écoulée entre le téléchargement et la désinstallation de l'application par l'utilisateur.

Partie 2

Présentation de 3 cas d'usage sur le wallet mobile

La carte tiers payant
La carte assuré
La carte assurance professionnelle



La carte tiers payant sur le wallet mobile

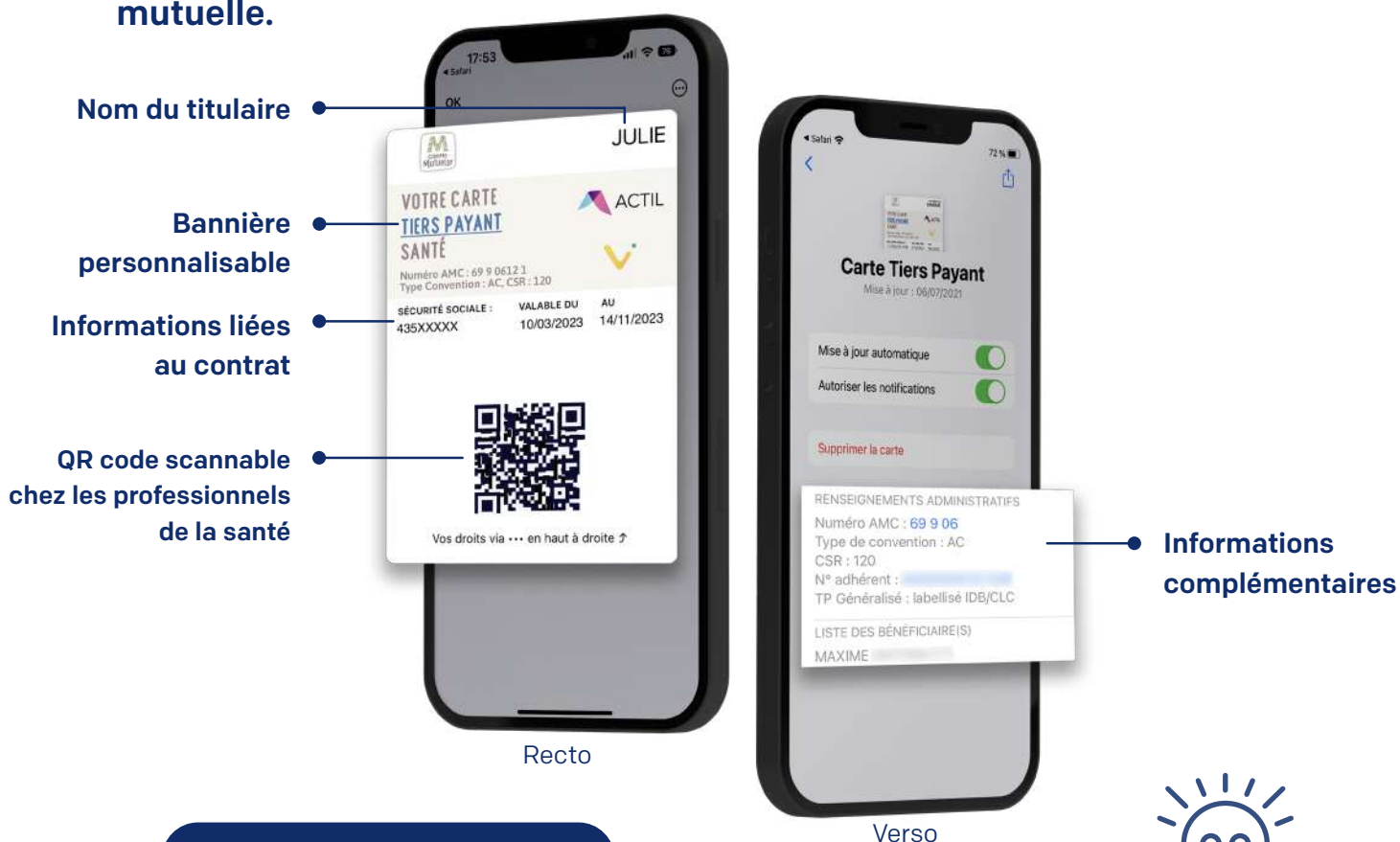
Pourquoi proposer la carte tiers payant sur le wallet mobile ?

Facilite la vie de ses assurés

Compatible avec la loi RIA et mise à jour automatiquement

Ouvre un nouveau canal de communication

Le challenge a été de transformer la carte tiers payant papier au format wallet. Un véritable enjeu puisqu'il a fallu à la fois **répondre aux besoins des marques, aux attentes des adhérents pour pérenniser l'usage et à celles des professionnels de santé pour faciliter l'accès aux informations de la mutuelle.**



Bon à savoir

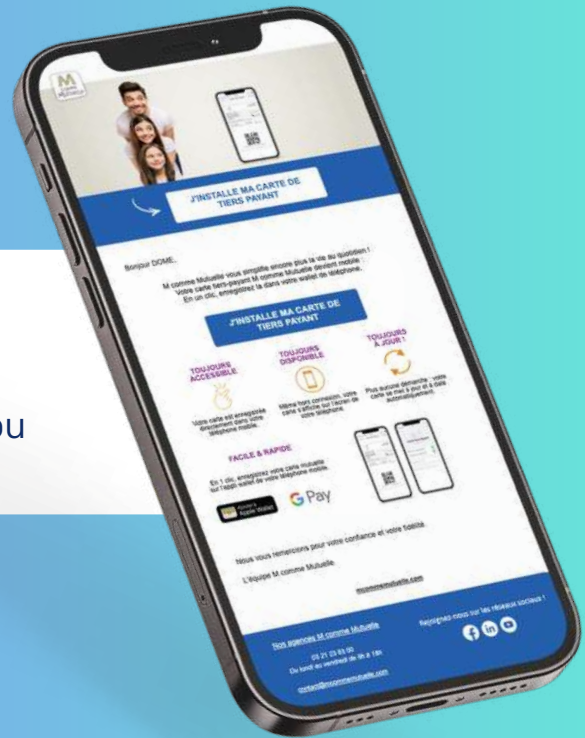


Des expérimentations sur la digitalisation de la carte vitale sont en cours. Les professionnels de santé sont donc préparés à cette transformation digitale et de plus en plus seront équipés pour répondre à ces usages numériques, que ce soit via le scan de la carte ou par NFC.

Comment ça fonctionne ?

ÉTAPE 1

La mutuelle "wallétise" ses assurés : tout part d'un CTA, disposé dans un email, SMS ou autres



ÉTAPE 2

La carte tiers payant est téléchargée

ÉTAPE 3

L'assuré est notifié lors d'un changement, remboursement, etc.

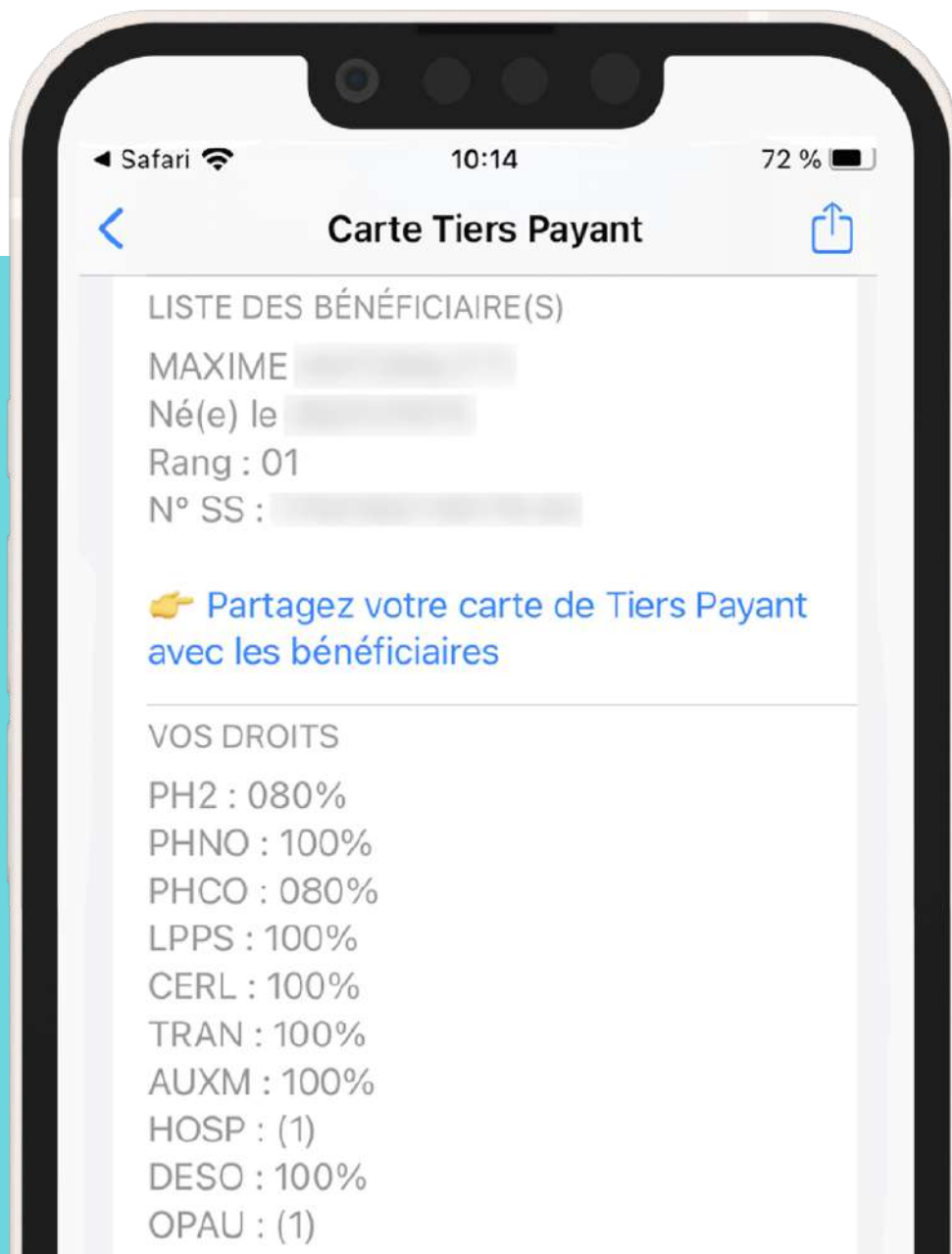


La carte tiers payant peut être partagée

La carte tiers payant sur le wallet mobile peut être partagée très facilement avec les autres bénéficiaires du même contrat.

Pratique pour les familles !

Il suffit pour cela de placer un lien de partage au dos de la carte. Une fois ce lien cliqué, l'adhérent peut choisir par quel canal il souhaite partager la carte : email, SMS, WhatsApp, Messenger ...



La carte tiers payant ouvre un canal relationnel pour les mutuelles

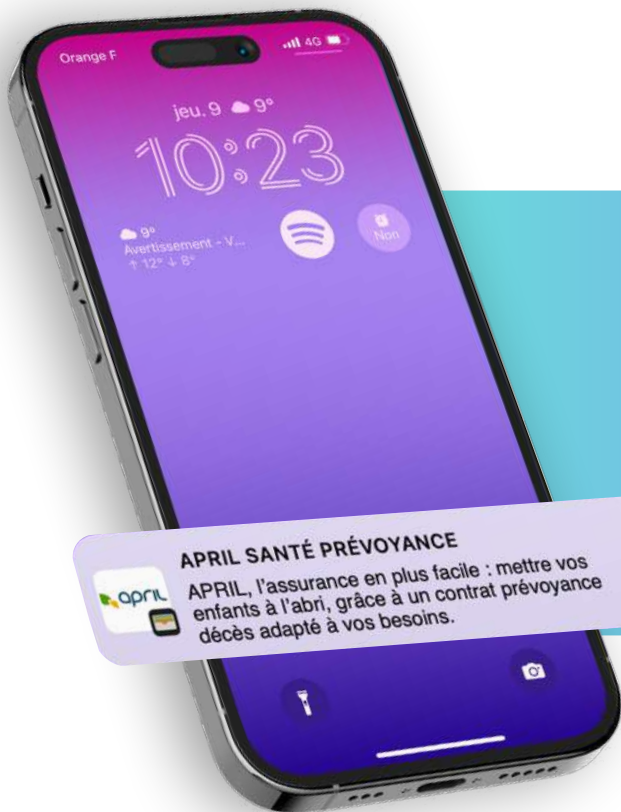
Les équipes marketing peuvent configurer des triggers (ou déclencheurs automatiques) depuis la plateforme Captain Wallet. On parle ici d'un ajout de bénéficiaire par exemple ou du renouvellement de la carte TP en fin d'année.

De cette manière, l'utilisateur peut recevoir une notification push l'informant que sa carte tiers payant a été mise à jour.



Ces configurations de triggers sont possibles à partir du moment où Captain Wallet a un accès au système d'information de la mutuelle ou l'assureur. En effet, cela nous permet d'avoir connaissance du changement de contexte des données associées à la carte de l'utilisateur.

De même, nous donnons la possibilité aux assurances/mutuelles d'utiliser nos points d'API depuis leur système cœur pour déclencher des notifications push plus précises comme la confirmation d'un remboursement effectué.



Les assurances et mutuelles peuvent aussi utiliser le wallet pour **pousser des notifications moins servicielles et plus marketing**. En faisant référence par exemple à du double contrat ou autres.

Bon à savoir



Grâce aux données transmises par les assurances, il est possible de ne cibler qu'une certaine typologie de clients lors des envois de campagnes de notifications push. Cela permet de mieux cibler les communications et de les personnaliser selon les besoins de chaque adhérent.

Les retours et résultats de la carte tiers payant sur le wallet



Les assurés sont satisfaits chez April

4/5 4 assurés sur 5 utilisent facilement leur carte TP auprès de leur professionnel de santé

96% des assurés ont jugé le service simple à télécharger

Étude réalisée par April auprès de ses adhérents



Un taux d'engagement élevé chez M comme Mutuelle

33%

18-24 ans

29%

25-34 ans

28%

35-44 ans

27%

45-54 ans

20%

55-64 ans

14%

65-74 ans

8%

+75 ans

21.9%

de taux d'engagement total en 6 mois

La carte assuré sur le wallet mobile

Pourquoi proposer la carte assuré sur le wallet mobile ?

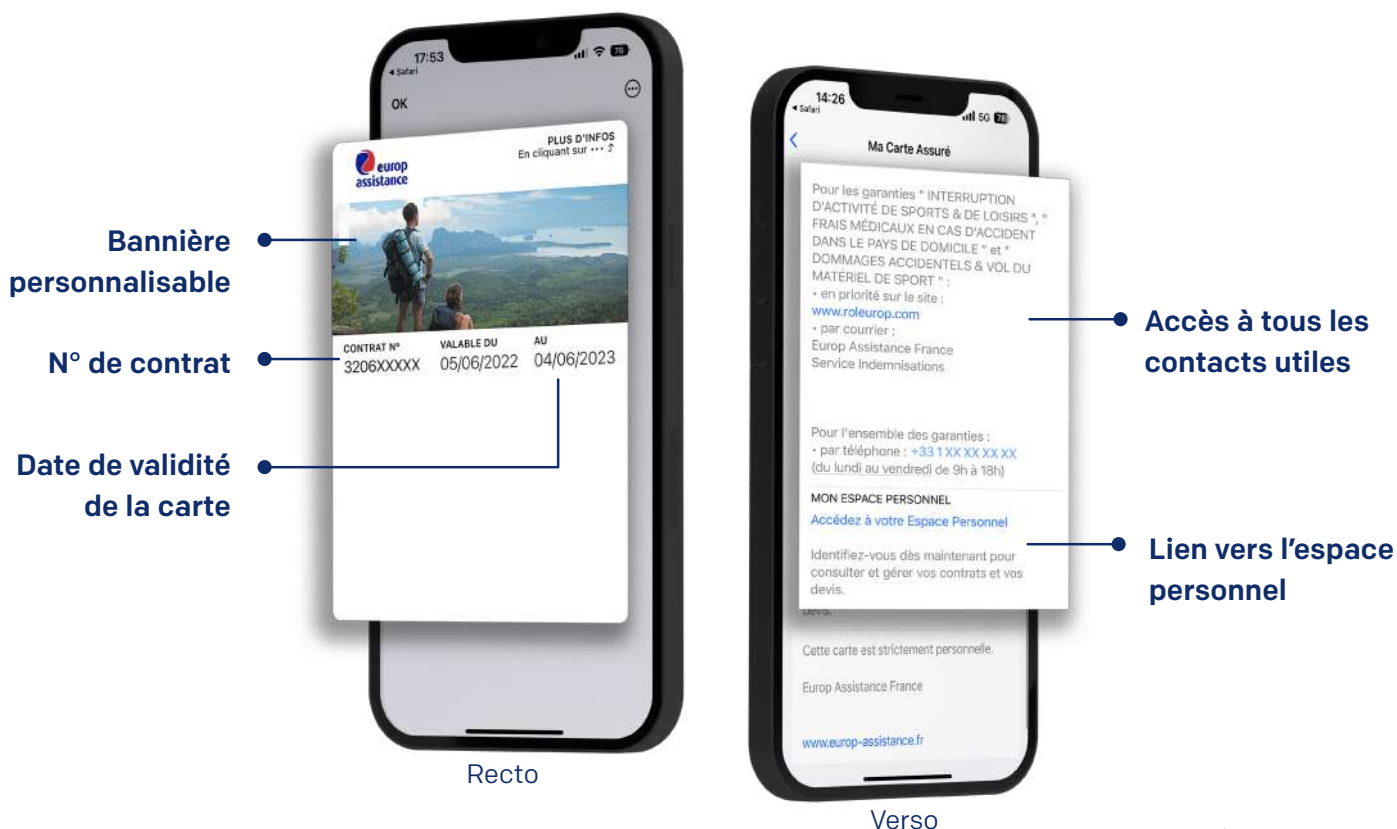
Facilite la prise de contact des clients

Toutes les informations utiles à portée de main

Ouvre un nouveau canal de communication

L'UX d'une carte assuré est différente. Ici, pas de data matrix ou de QR code. **Les informations dites primaires sont bien mises en avant au recto de la carte, comme les informations contractuelles et la validité de la carte.**

Au verso, on retrouve les **informations secondaires** comme tous les contacts utiles en cas de pépin ainsi que divers liens (cliquables et trackables) pour accéder en 2 clics à son espace assuré par exemple.



Bon à savoir

Il n'y a pas de limite de caractères au dos de la carte.



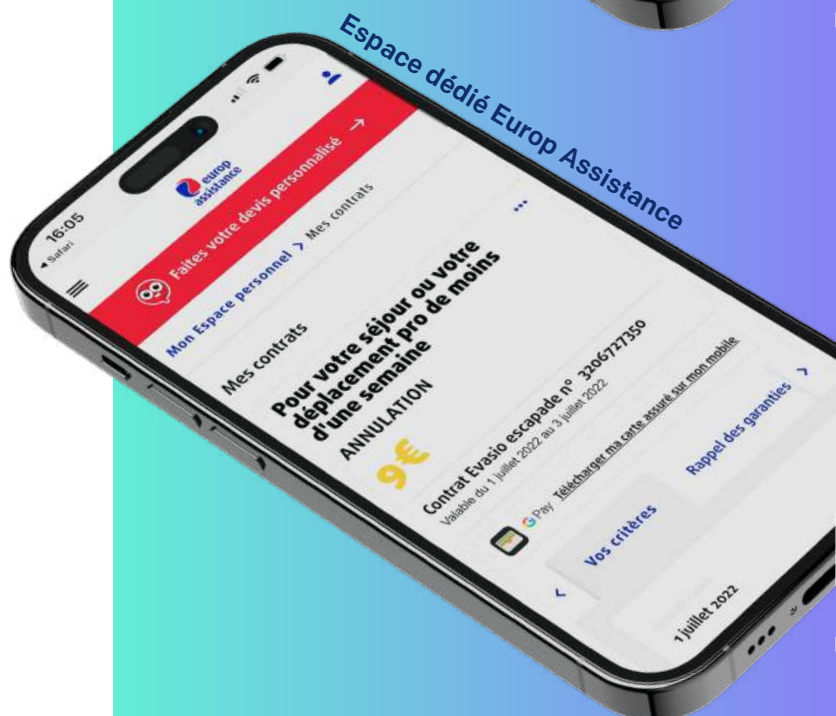
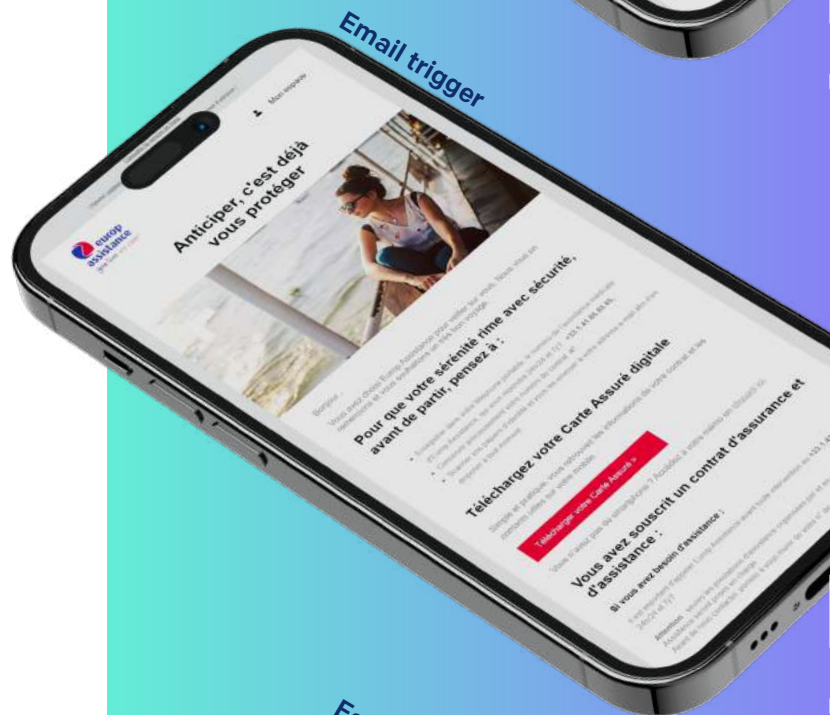
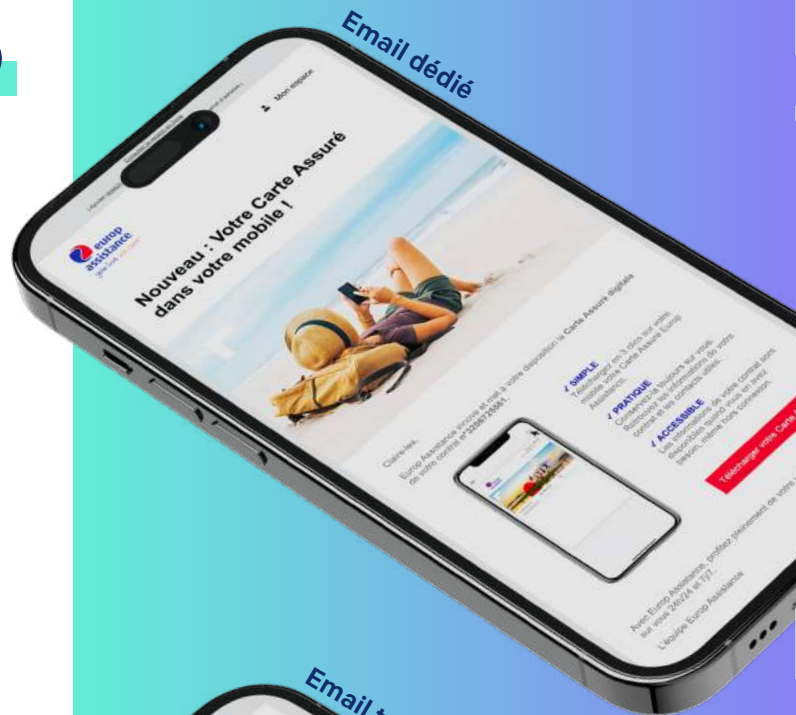
Comment Europ Assistance "wallétise" ses clients ?

Europ Assistance envoie des emails dédiés au wallet mobile à toute sa base assurés. Un moyen de faire connaître massivement son nouveau service.

Elle envoie également des emails triggers envoyés avant chaque séjour déclaré de l'assuré.

En plus de cela, l'adhérent peut se rendre sur son espace pour télécharger en 2 clics sa carte assuré dans son wallet.

Après avoir intégré leur carte assurance dans leur smartphone, les assurés peuvent la consulter, hors ligne, qu'ils soient en France ou à l'étranger. En un coup d'œil, ils peuvent retrouver toutes les informations de leur contrat.





« Ce nouveau service s'inscrit pleinement dans notre stratégie de digitalisation de nos services. Nous souhaitons continuer à faire évoluer notre offre de services pour répondre aux nouveaux besoins des clients et notamment leur faciliter l'accès à leur assurance. »

Francine Abgrall
**Directrice de la ligne métier Voyage chez
Europ Assistance France**



La carte assurance professionnelle sur le wallet mobile

Pourquoi proposer la carte assurance professionnelle sur le wallet mobile ?

Simplifie l'expérience client auprès d'une cible peu engagée sur les outils digitaux

Permet de cibler une population mobile et peu présente sur les canaux traditionnels

Permet de transposer une partie de son cycle de communication

Dans ce cas d'usage, il s'agit d'une attestation de responsabilité civile professionnelle pour les professionnels du bâtiment : **la carte assurance RC PRO BAT.**

Après avoir dématérialisé la carte tiers payant sur le wallet, April a souhaité dématérialiser également sa carte assurance PRO. Avec pour **objectif de cibler et d'améliorer l'expérience de ses clients dans le bâtiment** : petites entreprises et entrepreneurs indépendants qui **ont peu de temps et sont peu contactables** sur les canaux traditionnels (emails, SMS ...).

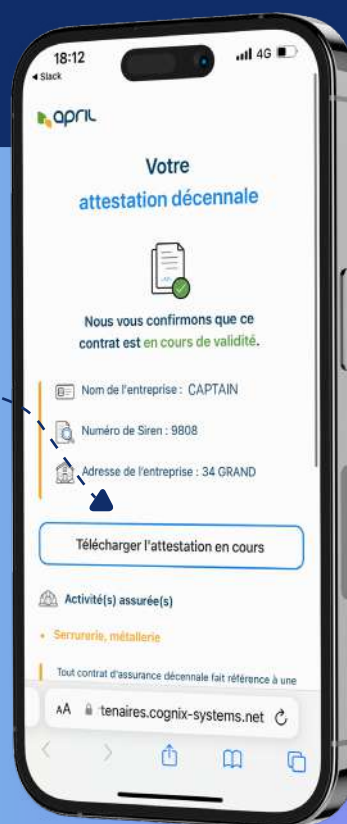


Il s'agit donc d'un support qui **rassemble à la fois tous les éléments du contrat de l'entreprise** (date de validité, nom du souscripteur, etc.) et qui permet aux professionnels du bâtiment de montrer, directement depuis leur mobile, que **leur assurance est valable grâce au scan du QR code**.



Le client scanne la carte avec son smartphone

L'assurance est vérifiée instantanément



La personne qui souhaite vérifier l'attestation RCD peut simplement scanner le QR code de la carte wallet avec l'appareil photo de son smartphone. **Une fois scannée, une landing page apparaît sur son mobile, instantanément.** Il s'agit de l'attestation qui peut être également téléchargée via un lien.

Plus besoin de se connecter à son espace assuré pour récupérer l'attestation et l'imprimer. **Tout est à portée de main, en 2 clics.**

Comment April "wallétise" ses clients ?

April envoie à tous ses clients, susceptibles d'être intéressés par ce service, **un email dédié au wallet mobile.**

Mais également depuis :

- *L'espace assuré*
- *WhatsApp*
- *SMS*



La carte assurance pro ouvre un canal relationnel

April utilise le wallet pour envoyer entre **autres des campagnes annuelles de recensement de chiffre d'affaires auprès de cette cible.** Un moyen là encore de les "toucher" sur un canal qu'ils utilisent.



Les résultats de la carte assurance pro sur le wallet chez

d'engagement sur les emails

Jusqu'à

14%

Jusqu'à

64%

d'engagement sur les SMS automatisés



Conclusion

En parcourant les pages de ce livre blanc, vous avez pu découvrir **l'impact significatif du wallet mobile dans le secteur de l'assurance et des mutuelles**. La dématérialisation des cartes tiers payant, des cartes assuré et des cartes assurance professionnelle grâce à cette solution SaaS **a ouvert de nouvelles perspectives pour les assureurs et leurs clients**.

Au-delà de la simple dématérialisation, le wallet mobile est devenu un **outil de personnalisation, d'interaction, et d'engagement client**. Il permet aux assureurs de créer des **expériences uniques, de promouvoir leurs offres, et de renforcer leur stratégie digitale**.

Nous espérons que ce livre blanc vous a apporté un éclairage précieux sur les opportunités qu'il offre et qu'il vous a inspiré pour un avenir plus connecté et plus efficace dans le monde de l'assurance.

Nous restons à votre disposition pour discuter de la manière dont le wallet mobile peut s'intégrer dans votre stratégie et contribuer à votre succès.



Les parcours clients dans le wallet mobile

Assurances & mutuelles

Découvrez dans ce book les parcours clients sur le wallet mobile de April, Unéo, M comme Mutuelle ou encore Macif et plus encore. Retrouvez également **les points de contact que ces belles compagnies utilisent pour « wallétiser » leurs clients et comment elles améliorent considérablement l'expérience client.**



Téléchargez-le
dès maintenant





Captain Wallet

by Brevo



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

DEMANDER UNE DÉMO

Plus de 250 clients nous font confiance

