



Captain Wallet

USE CASE BOOK



3 CAS CLIENTS CONCRETS AVEC LE MOBILE WALLET

Exemples, stratégies, chiffres et visuels

SECTEUR DE L'ASSURANCE ET MUTUELLE



SOMMAIRE



**INTRODUCTION SUR LE WALLET ET
SES FONCTIONNALITÉS
P.1-2**



**SECTEUR DE L'ASSURANCE/MUTUELLE
P.3-19**

APRIL
P.3

MACIF
P.9

M COMME MUTUELLE
P.14

CONNAISSEZ-VOUS LE WALLET MOBILE ?

Le mobile wallet est **une application mobile native** chez tous les iPhones (nommée «Cartes») et tend à le devenir chez tous les Androids (nommée «Google wallet», anciennement «Google Pay»).

Grâce à ces applications wallet, **un utilisateur peut dématérialiser n'importe quel support sur son smartphone** : cartes de fidélité, bons de réduction, boarding pass, carte tiers payant, reçu click & collect et plus encore !

En 2021, **38,7% des français connaissaient cette application** et parmi eux, **56% l'utilisaient** pour y enregistrer leur carte de fidélité. Des chiffres qui ne cessent d'augmenter d'années en années.

Nouveau canal relationnel par excellence, le wallet mobile **permet d'envoyer des notifications push** à tous ses clients "wallétisés". Un support qui séduit donc les entreprises de tous les secteurs.

VOICI QUELQUES SCÉNARIOS QUE VOUS VERREZ DANS CE BOOK

CARTES
TIERS
PAYANT



CARTES
RELATION-
NELLES





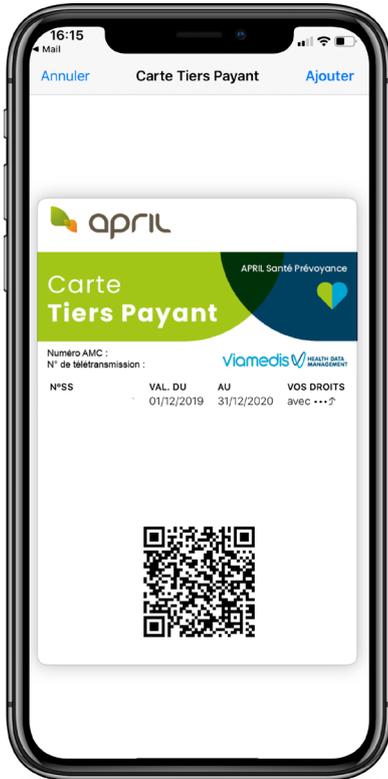
LE SECTEUR DE *L'ASSURANCE ET MUTUELLE*



**Pourquoi April mise sur le wallet
pour dématérialiser sa carte tiers
payant ?**



LES OBJECTIFS



Avec environ 15% de leurs clients qui perdaient leur carte tiers payant et la majorité qui percevaient ce document comme irritant, April souhaitait apporter une vraie solution à ce palliatif.

- 1** Gérer en temps réel les droits des adhérents
- 2** Construire une relation de proximité avec les assurés
- 3** Faciliter la vie des assurés en les informant de leur remboursement, changements de contrat, etc. par notification push

LE RÉSUMÉ DE LA STRATÉGIE

1 LES POINTS DE CONTACTS



SMS DÉDIÉS

Des SMS sont envoyés aux assurés avec un lien pour les inciter à télécharger leur carte TP dans leur wallet



EMAILS

Après envoi de emails dédiés à ses assurés pour télécharger leur carte TP en 2 clics

2 LA CARTE TIER PAYANT EST DANS LE MOBILE DU CLIENT



LA CARTE TIER PAYANT EST TÉLÉCHARGÉE

L'assuré a alors toujours sa carte TP sur lui et ne peut plus la perdre ! Il la retrouve en 2 clics dans son wallet



L'ASSURÉ RETROUVE SES INFORMATIONS

Au verso de la carte, l'assuré retrouve toutes ses informations liées à sa mutuelle. Il peut aussi l'utiliser chez son professionnel de santé facilement

3 LA MARQUE RECIBLE SES CLIENTS

6



LES DROITS DES ADHÉRENTS TOUJOURS À JOUR

La carte TP est mise à jour automatiquement (ajouts, modification et suppression des droits) et est compatible avec la loi RIA



L'ADHÉRENT EST NOTIFIÉ AUTOMATIQUÉMENT

Il est informé dès que des mouvements sont faits sur sa carte tiers payant (remboursements, mises à jour ...)



FINI LA FRAUDE

Les droits se mettent à jour et la carte est désactivée en temps réel lorsqu'il y a une résiliation

LES RÉSULTATS

25%

de taux d'activation des
adhérents après 8 mois
d'utilisation

des assurés ayant télé-
chargé la carte digitale
ont moins de 40 ans

40%

38%

des assurés ont
entre 50 et 70 ans



TÉMOIGNAGE



Environ 15% de nos clients perdaient leur carte tiers payant. Et avec une carte qui se renouvelle annuellement, il y avait également des enjeux de mise à jour. On a découvert que nos assurés allaient jusqu'à la prendre en photo avec leur téléphone pour être sûr de l'avoir toujours sur soi. C'était un palliatif et nous voulions apporter une vraie solution.

*Elise Candotto Carniel
Chef de Projet Marketing Expérience Client chez APRIL*





MACIF AVANTAGES

Pourquoi Macif a choisi le wallet mobile pour **digitaliser sa carte Avantages ?**

LES OBJECTIFS



Macif Avantages négocie pour le compte des sociétaires et adhérents du groupe Macif des réductions inédites auprès de ses partenaires. Le groupe a choisi de digitaliser ces avantages et de proposer la «carte Avantages» à ses adhérents dans le wallet pour relayer ses offres.

1 Renforcer et dynamiser sa relation client

2 Rendre visible les offres de ses partenaires

LE RÉSUMÉ DE LA STRATÉGIE

1 LES POINTS DE CONTACTS



SITE WEB

L'assuré peut télécharger sa carte dans son wallet depuis le site web Macif Avantages



EMAILS

Macif Avantages propose par email à ses adhérents d'installer la carte digitale dans le wallet



CATALOGUE PAPIER

Macif Avantages a intégré dans ses catalogues papier un QR code. En un scan, l'assuré peut récupérer sa carte dans son wallet

2 LA CARTE EST DANS LE MOBILE DU CLIENT



LA CARTE EST TÉLÉCHARGÉE

L'assuré retrouve en 2 clics sa carte Macif Avantages dans son wallet



L'ASSURÉ EST NOTIFIÉ

Il reçoit une première notification push afin de l'informer d'une offre en cours

3 LA MARQUE RECIBLE SES CLIENTS



MISE À JOUR SELON LES OFFRES

La carte est mise à jour selon l'offre en cours, au niveau du design et des informations au verso de la carte



L'ASSURÉ EST RECIBLÉ

Il reçoit une notification de rappel afin de maximiser la visibilité de la campagne

LES RÉSULTATS



En seulement 5 mois, Macif Avantages enregistre :

Jusqu'à +8% de trafic par
campagne wallet

+8%

>30K

De cartes wallet
générées

TÉMOIGNAGE

Une phase d'expérimentation a rapidement permis de mesurer l'appétence des sociétaires Macif à ce nouveau support avec la promesse de leur faciliter leur expérience digitale. Une première campagne a été testée : avec des taux d'ouverture dépassant les 50% et de réactivité avoisinant les 20%, près de 60% de ces acheteurs ont ajouté la carte Macif Avantages au wallet.

Xavier de Langlais
Directeur Général de Macif Avantages



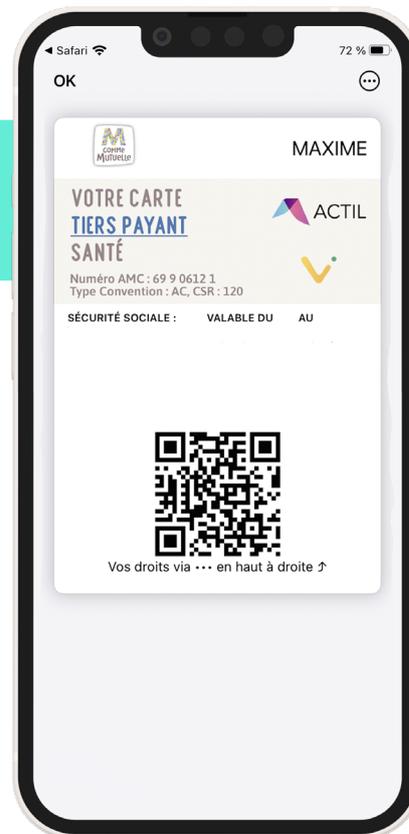


**Carte tiers payant sur mobile :
comment M comme Mutuelle a
dématérialisé 20% de sa base
clients en 6 mois grâce au wallet ?**

LES OBJECTIFS

M comme Mutuelle a choisi le wallet mobile pour faciliter la vie de ses clients avec comme enjeu principal de booster la rétention client.

- 1 Utiliser un outil de gestion pour simplifier la vie des clients
- 2 Améliorer la fidélisation client
- 3 Assurer un réel accompagnement avec le client



LE RÉSUMÉ DE LA STRATÉGIE

1 LES POINTS DE CONTACTS



SMS DÉDIÉS

Des SMS sont envoyés aux assurés avec un lien pour les inciter à télécharger leur carte TP dans leur wallet



EMAILS

M comme Mutuelle envoie des emails dédiés à ses assurés pour télécharger leur carte TP en 2 clics

2 LA CARTE TIER PAYANT EST DANS LE MOBILE DU CLIENT



LA CARTE TIER PAYANT EST TÉLÉCHARGÉE

L'assuré a alors toujours sa carte TP sur lui et ne peut plus la perdre ! Il la retrouve en 2 clics dans son wallet



L'ASSURÉ RETROUVE SES INFORMATIONS

Au verso de la carte, l'assuré retrouve toutes ses informations liées à sa mutuelle. Il peut aussi l'utiliser chez son professionnel de santé facilement

3 LA MARQUE RECIBLE SES CLIENTS



LES DROITS DES ADHÉRENTS TOUJOURS À JOUR

La carte TP est mise à jour automatiquement (ajouts, modification et suppression des droits) et est compatible avec la loi RIA



L'ADHÉRENT EST NOTIFIÉ

Il est informé dès que des mouvements sont faits sur sa carte tiers payant (remboursements, mises à jour ...)



FINI LA FRAUDE

Les droits se mettent à jour et la carte est désactivée en temps réel lorsqu'il y a une résiliation

LES RÉSULTATS

20%

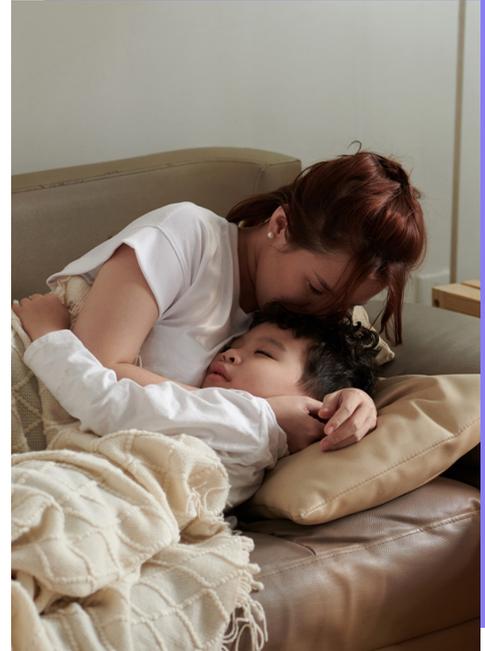
de taux d'activation des
adhérents en 6 mois suite
à une 1ère campagne

de taux d'activation
des adhérents en 4 mois,
suite à une 2ème campagne

50%

21,9%

de taux d'engagement
total



TÉMOIGNAGE

Nous cherchions à simplifier la vie de nos clients et le wallet répond tout à fait à cet objectif. Nous avons aussi 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*



LE MOT DE LA FIN

Une infinité de scénarios est possible avec le wallet ! Que ce soit dans le secteur du retail, de la grande distribution, de l'assurance ou encore du tourisme, **chaque cas client est unique** et utilise le wallet à sa façon. Dématérialisation de la carte de fidélité, de la carte tiers payant, d'un bon de réduction ... **tous performant avec ce canal relationnel !**
Découvrez la solution Captain Wallet par vous-même et comment celle-ci peut s'adapter à votre business.

Merci à toutes les marques présentes dans ce book





Captain Wallet

is made with love by Carving
Labs

Email

hello@captainwallet.com

Téléphone

+ 33 1 75 43 60 71

Adresse

44 Rue Richer.
75009 Paris, France

Plus de 200 clients nous font confiance

AIGLE
DEPUIS 1935

●●camareu

alinea celio*

COURIR

M

HYUNDAI april

Intermarché

JULES

Leon
La maison
des bons moments

DCM
Jennyfer

PETIT BATEAU

TRUFFAUT

icard **TOTAL**

DECATHLON

CORSAIR

DIM

SPORT

IKKS

INTERSPORT **SARENZA**