

MAIF n°1 de la Relation Client en France

A l'occasion de la 19^{ème} édition du Podium de la Relation Client, MAIF conforte une nouvelle fois son excellence relationnelle en se positionnant comme leader tous secteurs confondus pour la 3^e année consécutive. MAIF se hisse également à la 1^{ère} place du secteur assurance pour la 19^e fois.

Un prix de référence qui récompense MAIF depuis 2003

Fidèle à ses engagements historiques, MAIF est une nouvelle fois récompensée pour son excellence relationnelle auprès de ses sociétaires en se positionnant comme lauréat du Podium de la Relation Client secteur assurance et de tous les secteurs confondus. Cette distinction résulte d'une enquête indépendante basée uniquement sur les avis des consommateurs*, où MAIF se démarque nettement de ses pairs sur la totalité des critères d'excellence. Avec une note de 7,9 sur 10, les interrogés saluent notamment la capacité d'exécution de MAIF à apporter une réponse adaptée (8,5) et sa qualité pédagogique (8,3).

Ce prix, où les entreprises ne font pas acte de candidature, vient récompenser MAIF dans sa détermination à porter une attention sincère à ses sociétaires, historiquement créée par eux et pour eux. Cette raison d'être prend vie grâce à l'engagement des collaborateurs et des militants qui se mobilisent quotidiennement pour apporter un service toujours plus qualitatif à ses sociétaires.

La recette du succès

Prenez des collaborateurs de qualité et des sociétaires fidèles. Le modèle MAIF est depuis toujours basé sur la fidélisation et la recommandation : les sociétaires sont les principaux prescripteurs. Cela oblige la mutuelle d'assurance à maintenir un haut niveau de service en s'adaptant continuellement à leurs besoins. Cette orientation client est permise par une symétrie des attentions portée à tous les niveaux de l'entreprise : le management par la confiance favorise le bon sens et la prise d'initiative par les conseillers et gestionnaires.

Incorporez une forte dose d'attention sincère

La raison d'être MAIF, basée sur l'attention sincère portée à l'autre, est également au cœur de la relation client. L'ensemble des conseillers et gestionnaires sont formés depuis plusieurs années sur la prise en compte des émotions des sociétaires. Un dispositif d'accompagnement dédié aux sociétaires les plus fragiles, porté par les militants, assure une présence de proximité. Enfin, et parce que chaque expérience compte, les dispositifs d'écoute ont été revus pour impliquer salariés et militants dans la gestion des retours exprimés par les sociétaires.

Et liez l'ensemble avec une expérience omnicanale sans couture

La mutuelle d'assurance a également réussi son ambition de faire vivre une expérience omnicanale sans couture à ses assurés et prospects, tout en développant l'autonomie via des parcours plus fluides.

Vous obtenez le numéro 1 de la relation client

* Enquête réalisée par BearingPoint et Kantar en décembre 2022 auprès de clients/usagers d'entreprises et administrations, issus d'un échantillon de 4 000 personnes.



assureur militant



Christine Mathé-Cathala

Directrice générale adjointe du groupe MAIF en charge de la Relation Sociétaire

« Cette année encore, conseillers et militants ont tout mis en œuvre pour placer l'attention sincère et l'humain au cœur de la relation client. Pour la première fois, nous arrivons en tête sur l'ensemble des piliers analysés par l'étude. Sur le pilier de l'émotion, notre progression dans le classement général est considérable. Nous passons de la 44^{ème} place en 2019 à la 1^{ère} place en 2023. Ces notes et ce prix sont le fruit du travail de chacun de nos collaborateurs, dont je tiens à saluer l'engagement sans faille pour l'excellence de la relation client. »

A propos de MAIF



6^{ème} assureur automobile et 1^{er} assureur du secteur associatif, MAIF couvre l'ensemble des besoins de plus de 4 millions de sociétaires (assurances de biens, prévoyance, santé, assistance, épargne, crédit...), pour un chiffre d'affaires de plus de 3,9 milliards d'euros en 2021. Régulièrement plébiscitée en matière de relation clients, MAIF est devenue en 2020 société à mission, avec pour raison d'être de porter une attention sincère à l'autre et au monde et de la placer au cœur de chacun de ses engagements et de ses actions.

Plus d'informations sur : entreprise.maif.fr

Contacts Presse MAIF

Yuki Martin

yuki.martin@maif.fr

06 62 27 66 23

Simon Vuillemin

simon.vuillemin@maif.fr

06 11 44 61 78