

# UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION (PRESQUE PARFAITE)



Cindy FRANCONNY & Cynthia FRANCONNY



# Sommaire

- Contexte
- Philosophie
- Objectifs de communication
- Territoire de communication
- Stratégie média / hors-média
- Résultats





# Contexte

**1950** : Création de la Mutuelle Assurance Automobile de France

**But** : Offrir aux artisans la possibilité de s'assurer mutuellement, dans un esprit de solidarité et d'économie.

**Dirigée par** : Stéphane DUROULE, Directeur Général

**Régie par le Code des Assurances**

**Basée sur un principe** : Capitaliste de l'actionnariat

**Regroupe** : + 3 000 collaborateurs dédiés à la relation avec ses 3,8 millions de sociétaires et clients.



*« Pour la MAAF, l'audace est un moteur depuis sa création, il y a plus de 60 ans ».*  
*Stéphane DUROULE, Directeur Général*

- ❑ **Vision :** Cultive l'idée de « l'enchantement client »
  
- ❑ **Missions :**
  - S'adapter aux évolutions réglementaires
  - Affirmer les valeurs mutualistes
  - Anticiper les nouvelles attentes de ses clients



# Objectifs de communication



- ❑ **Faire savoir** : Développer la notoriété de la marque  
Faire passer une information
  
- ❑ **Faire aimer** : Entretenir la dynamique liée aux capacités d'innovation  
Réagir, tout en améliorant l'information et le conseil  
Rassurer leurs clients dans la gestion de leurs sinistres
  
- ❑ **Faire agir** : Convaincre de nouveaux clients à leur faire confiance



# Territoire de communication

- ❑ **Composantes de personnalités :**
  - **Signature de marque :** « *La référence qualité prix* »
  - **Valeur de la marque :** compétitivité, convivialité, respect dans les relations, simplicité, solidarité, sans oublier l'agilité.
  - **Style et ton des campagnes :** campagne originale & décalée  
ton humoristique





# Territoire de communication

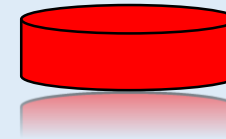
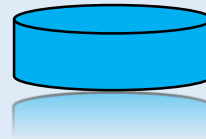
## ❑ Composantes d'identification : charte graphique

➤ **Logo :**

➤ **Police :** 4 styles typographiques



➤ **Code couleur :** bleu, blanc, rouge



➤ **Code de mise en page :** fond bleu, écriture blanche en gras, ligne rouge en bas de page

➤ **Code sonore :**

## ❑ Pour l'année 2016:

✓ Affiche publicitaire véhicule PRO



✓ Campagne de fidélisation lancée (14 mars 2016) : divers spots





# Stratégie hors-média

□ Pour l'année 2016 :

✓ Sponsoring au tournoi de tennis Handisport (18 juillet 2016)





# Résultats obtenus

- **Faire évoluer sa notoriété auprès du grand public**
- **Fidéliser davantage de clients**
- **Et rester compétitive face à ces concurrents**



Merci de votre attention !

