




**PAPERSCOPE**

Sens et science du média courrier



# Secteur Complémentaire santé

Découvrez  
tout le potentiel  
du média courrier



**LA POSTE**  
SOLUTIONS  
BUSINESS

# Secteur complémentaire santé

## CONTEXTE

Le marché se reconfigure. D'un côté, il fait face à la montée des dépenses de santé. De l'autre, il s'adapte à la souscription obligatoire à une mutuelle d'entreprise pour les salariés du privé depuis le 1er janvier 2016.

## OBJECTIFS

**COMPRENDRE** et conceptualiser le parcours du souscripteur.

**CONNAÎTRE** l'utilisation du courrier publicitaire dans le parcours de souscription.

**IDENTIFIER** les points d'optimisation du parcours.

## MÉTHODOLOGIE



Questionnaire online de 20 minutes administré à 617 souscripteurs au cours des 6 derniers mois d'une complémentaire santé individuelle.

Étude réalisée en janvier 2018.

# Les enseignements de l'étude

## UN SOUSCRIPTEUR QUI A BESOIN D'ÊTRE GUIDÉ

### UN PROFIL DE SOUSCRIPTEUR HÉTÉROGÈNE

- 59% sont des hommes.
- En moyenne de 37 ans.
- 50% d'actifs (salariés du public, indépendants).
- 50% d'inactifs (retraités, étudiants, autres).

### UN PARCOURS RAPIDE MAIS DIFFICILE

- 82% ont souscrit en moins d'1 mois.
- 63% ont hésité entre plusieurs organismes.
- 32% expriment spontanément avoir rencontré des difficultés dans leur parcours.

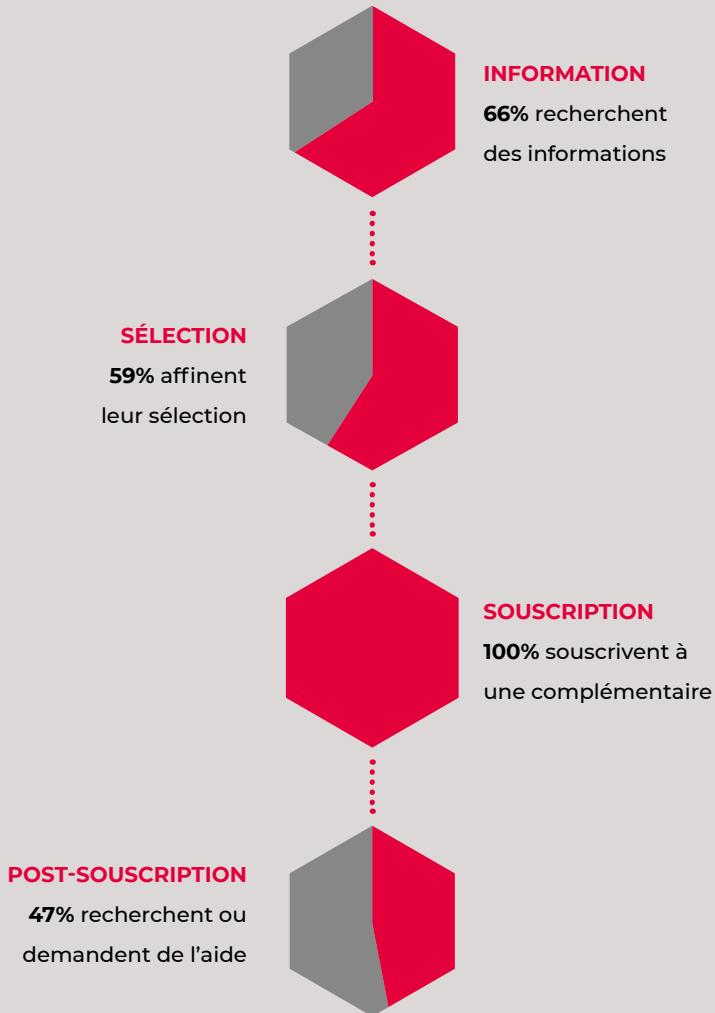
### UN CHOIX INFLUENCÉ PAR LE POUVOIR D'ACHAT

- 37% souscrivent pour être mieux remboursés.
- 61% dépensent moins de 50€/mois.



# UN PARCOURS COMPLEXE QUI NE S'ARRÊTE PAS À LA SOUSCRIPTION

En moyenne, un souscripteur effectue 2,9 des 4 étapes

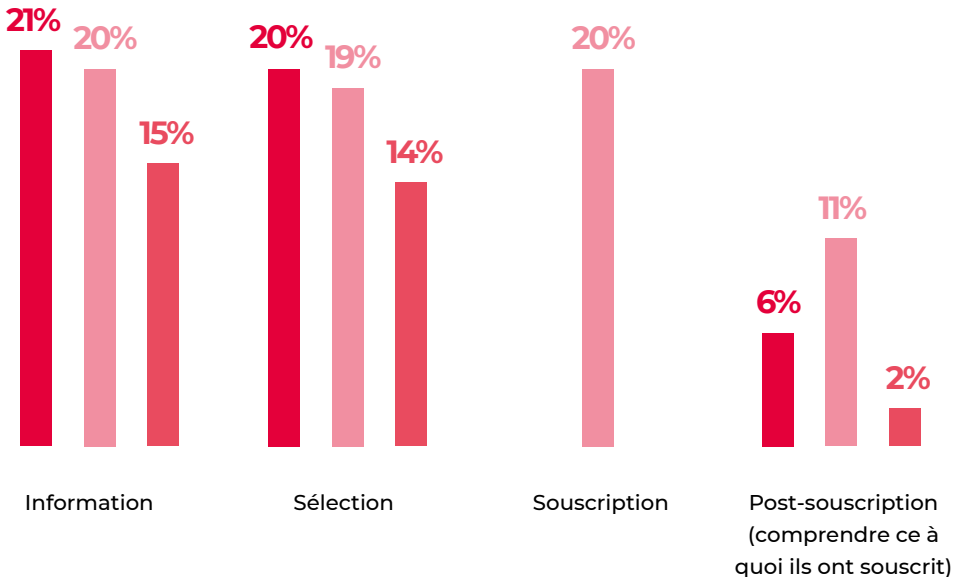


## LE COURRIER UTILISÉ PAR 1 SOUSCRIPTEUR SUR 5 POUR S'INFORMER ET SÉLECTIONNER UNE COMPLÉMENTAIRE SANTÉ

- 23% ont utilisé un courrier publicitaire adressé à un moment de leur parcours de souscription (9ème point de contact le plus utilisé).
- 23% ont utilisé un courrier d'information ou relationnel (10ème PDC le plus utilisé).
- 15% ont utilisé un dépliant/brochure non adressé (14ème PDC le plus utilisé).

### POINTS DE CONTACT UTILISÉS PAR ÉTAPE

- Courrier d'information ou relationnel adressé.
- Courrier publicitaire adressé.
- Dépliants / brochures non adressés.



## UN COURRIER QUI PEUT ÊTRE OPTIMISÉ À CHAQUE ÉTAPE

### INFORMATION

- Renforcer la notoriété sur certaines cibles (libéraux, étudiants, futurs retraités...) avec des courriers personnalisés.

### SÉLECTION

- Créer l'adhésion avec un discours humain, attachant.
- Répondre à toutes les questions avec un pack adapté, voire augmenté, permettant de bien appréhender l'offre et l'organisme.

### SOUSCRIPTION

- Simplifier les démarches avec un formulaire pré-rempli.

### POST-SOUSCRIPTION

- Envoyer un welcome pack aux nouveaux adhérents (message bienveillant, guide pratique...).

# COMMENT NOUS CONTACTER ?

## PAR TÉLÉPHONE



Nos 650 spécialistes entreprises  
sont à votre écoute du  
**lundi au vendredi de 9h à 18h**

(0,30€ TTC/min, à partir d'un téléphone fixe)

## PAR CHAT

[www.laposte.fr/entreprise](http://www.laposte.fr/entreprise)

**Posez toutes vos questions  
et dialoguez en direct**  
avec nos conseillers  
La Poste Solutions Business  
via le chat

## PAR COURRIEL

[service.clients@laposte.fr](mailto:service.clients@laposte.fr)

**Pour des informations** sur nos  
produits, nos services ou nous  
faire part de vos remarques  
ou suggestions

## PAR COURRIER

**Service Clients  
Courrier Entreprises  
99999 LAPOSTE**

Des **formulaires et  
enveloppes T gratuites** sont  
à votre disposition dans les  
établissements de La Poste



LA POSTE - S.A. au capital de 3 800 000 000 € - 356 000 000 RCS PARIS -  
Siège social : 9 RUE DU COLONEL PIERRE AVIA - 75015 PARIS - Janvier 2019  
Conception : BestDoc

Imprimé par BestDoc sur du papier issu de forêts gérées durablement.



Crédits photos : Andresr, Gilaxia, Djiledesign, Yulkapopkova, Master1305, Skynesher, Geber86,  
Aleksandar Nakic/iStock, JackF/Adobe Stock.



LA POSTE  
SOLUTIONS  
BUSINESS