

Etude de Cas // Groupama

Nouvelles agences parisiennes : Groupama fait la part belle au Digital Media

L'assureur a ouvert en 2008 de nouvelles agences au concept totalement inédit qui fait, dès la vitrine, la part belle aux solutions Digital Media. Ecrans et solutions interactives sont ensuite optimisés au sein des agences pour informer au mieux les clients et prospects.



L'architecture et l'intégration du Digital Media ont été pensées afin de répondre aux problématiques suivantes :

- Révolutionner les codes : passer du modèle de l'agence au modèle de la boutique
- Inviter, accueillir, partager, conseiller, prendre en charge
- Privilégier la convivialité, la proximité, la transparence, la scénarisation de l'offre et l'interaction pour présenter la gamme complète des produits et services de GROUPAMA aux Parisiens

Il s'agit de donner envie aux clients et aux prospects d'entrer dans la boutique et surtout de présenter de la manière la plus pédagogique, claire et interactive l'offre de GROUPAMA, d'en faciliter la lecture, et de répondre aux besoins de chaque typologie de clients.

Pour éveiller la curiosité des clients et donner envie d'entrer dans la boutique, le nouveau concept joue sur la transparence, avec une grande vitrine qui laisse voir l'intérieur de la boutique, sur le principe des magasins de vêtements, et une présentation visuelle et dynamique de l'offre sur un écran visible depuis la rue.



Dès la vitrine donc, qui est une zone en tant que telle, avec un écran de présentation interactive, le client ou prospect peut identifier immédiatement les produits et services de GROUPAMA.

Dans la boutique, la zone « Forum » lui permet d'appréhender l'ensemble de l'offre de GROUPAMA avec des visuels muraux didactiques, présentant les produits « événementiels », les « essentiels » et les « emblématiques ».



Deux écrans tactiles permettent au moyen de questionnaires simples et ludiques de trouver quel produit GROUPAMA correspond le mieux à un besoin. Les conseillers sont également là pour répondre à des questions plus précises.

« Le Digital Media a tout naturellement sa place dans le nouveau concept d'agence. Les messages animés sont un excellent moyen pour attirer l'attention et les solutions tactiles parfaites pour informer en amont d'un dialogue avec un conseiller. » déclare Anne-Sophie Mansouri, responsable communication commerciale de Groupama Paris Val de Loire.

Carlipa fournit les solutions techniques, telles que la solution NMG Center pour le pilotage des écrans classiques et des écrans tactiles. Son expertise en technologies points de vente lui permet de conseiller Groupama dans le choix d'équipements spécifiques, comme les écrans transfluctifs haute luminosité.