

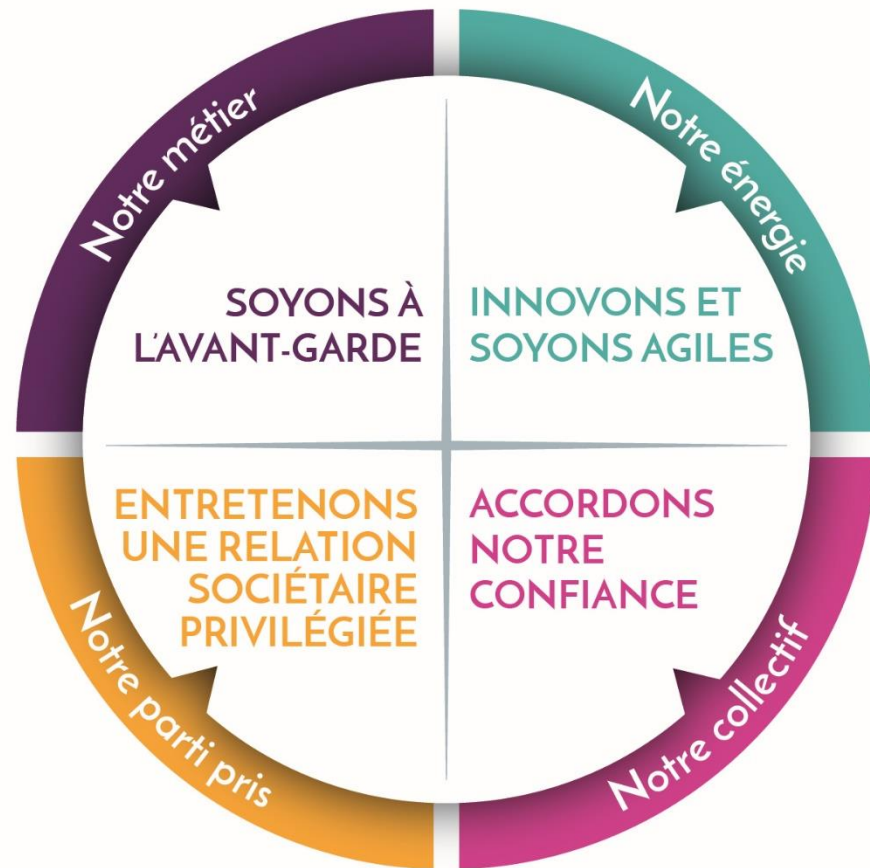
Convention AMARC

L'orientation client, une priorité ?
Au-delà de l'incantation, qu'en pensent les COMEX ?

Nos orientations stratégiques

Anticiper et répondre
aux évolutions de
l'environnement →

Asseoir notre
performance sur
notre **singularité** →



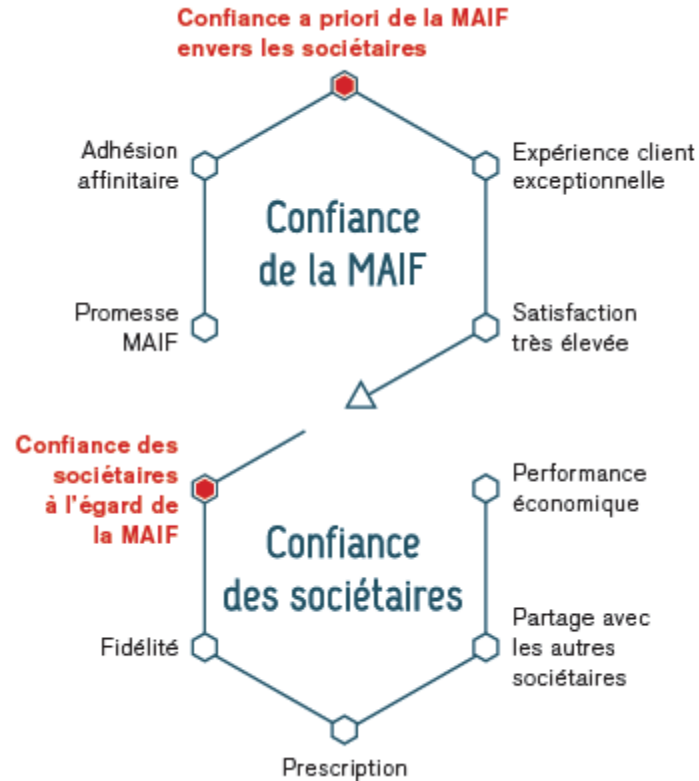
L'orientation client : pourquoi ?

- **C'est déjà un marqueur MAIF**
 - ✓ 1^{er} prix de la relation clients depuis 11 ans.
- **C'est inscrit dans nos gènes**
 - ✓ Présence des militants
 - ✓ Rôle de conseil en majeur
 - ✓ Ecoute / Empathie
 - ✓ Produits très « couvrants »
 - ✓ Assurance qui dépasse le simple prix

L'excellence relationnelle = actif immatériel de la MAIF

L'orientation client : comment ?

- La boucle de la confiance



- Une nécessaire évolution du système de management interne

L'évolution du système de management

- **Engagement auprès des sociétaires**
 - Autonomie - Latitudes / marge de manœuvre
 - Collectif / collaboration pour garantir le résultat
 - Responsabilité - Initiative / droit à l'erreur - Confiance en soi

- **Symétrie interne dans l'attention portée vers l'autre**
 - Confiance a priori (vs contrôle)
 - Empathie / Ecoute
 - Bienveillance / Exigence
 - Ambiance et climat interne => épanouissement

Orientation clients : comment ?

■ Une démarche d'entreprise

- ✓ Séminaire des 700 managers
- ✓ Explor'actions → thème Qualité Relation Sociétaire
- ✓ Expérimentations, projets (2 exemples) :
 - ✓ #Inno' récla
 - ✓ Marges de manœuvre
 - ✓ Labo Multicanal
- ✓ Démarche Amélioration Continue (petits cailloux, mesure qualité,...)
- ✓ Semaine de la qualité (orientée multicanal)
- ✓ Participation à Great Place to Work
- ✓

Construire ensemble

Explor'actions



ON INNOVE
EXPLOR'ACTEURS,



*Rencontre avec des entreprises.
Co-construction des expérimentations.*



Des laboratoires au service de nos idées



Des laboratoires
au service de nos idées

Lab Agilité

