

A photograph of two women in a professional setting. One woman with curly hair is standing and leaning over a table, while the other woman with glasses is sitting at the table looking at a laptop. They appear to be in a collaborative meeting.

# esprit

## DE PROXIMITÉ

» Parallèlement à la digitalisation de son activité, la Carac continue à renforcer ses canaux de communication et son réseau commercial au plus près des adhérents dans les territoires. Avec pour objectif de cultiver ce qui fait l'une de ses grandes forces : la proximité et le contact humain.

**Myriam Souveton,**  
Directrice marketing, digitalisation  
et innovation

### NOS SUCCÈS PARTAGÉS EN 2022

— Lancée en 2021, la nouvelle gamme d'assurance vie a connu en 2022 sa première année pleine. Son succès vient tout à la fois confirmer l'adéquation de l'offre aux attentes des épargnants, l'efficacité de la proposition « 0 % de frais sur versements » et la pertinence du positionnement de la Carac, où l'accompagnement d'un conseiller demeure un élément de différenciation clé.

# 34 744

rendez-vous du réseau commercial  
avec les adhérents.

# Tisser une relation de confiance pérenne

Parce que la satisfaction adhérent est au cœur de ses préoccupations, la Carac a entrepris une refonte profonde de son modèle relationnel. Au programme : l'optimisation de la performance de ses différents canaux de communication, mais aussi un travail sur leur complémentarité.

## Analyser l'existant

— Le premier chantier mené par la Carac en vue de la refonte de son modèle relationnel a consisté en un diagnostic de l'existant. Principe de l'exercice : analyser la manière dont la mutuelle interagit avec ses adhérents, afin de définir le modèle relationnel optimal et de préparer sa mise en place dans le respect des valeurs défendues par la Carac. Avec le souci de ne pas renier ce qui fait sa spécificité, la proximité client et le contact personnalisé, mais en identifiant ce qui manque ou ce qui peut être amélioré.

## Un plan d'action en quatre axes

— Cette étape préliminaire a débouché sur quatre axes de travail prioritaires. Tout d'abord mieux gérer la relation adhérent, particulièrement par téléphone sur les appels entrants. Ensuite rationaliser les processus en optimisant l'utilisation des outils, simplifier les processus et alléger les tâches administratives des équipes commerciales de terrain. Autre piste : définir des indicateurs de pilotage et de qualité de service sur la gestion des interactions. Enfin, mettre l'accent sur le renforcement du réseau commercial de la Carac.

## Fédérer les énergies

— Pour réaliser le diagnostic de manière exhaustive, en prenant en compte tous les angles de vue, la Carac a mobilisé l'ensemble des équipes concernées, au siège et en région, des agences à la gestion en passant par le courrier ou la comptabilité. Une trentaine d'entretiens approfondis ont été menés par l'équipe projet qui, sur les trois mois qu'a duré le chantier, a également concrètement testé et étudié les interactions en agences. Avec au final une vue globale de la façon dont est organisée aujourd'hui la relation adhérent, qui fournit les bases pour un redéploiement des forces commerciales et un enrichissement des canaux de communication, au-delà des rendez-vous physiques traditionnels. Cette démarche prend d'ores et déjà la forme de huit chantiers fondateurs, qui seront conduits sur 2023 et 2024.

# 2 millions

C'est le nombre annuel d'interactions entre la Carac et ses adhérents, tous canaux confondus.



**JOIGNABILITÉ :**  
**UN CHANTIER**  
**PRIORITAIRE**



En mars 2023, la Carac a lancé un premier chantier d'envergure autour de la thématique de la joignabilité, avec la contribution notamment du réseau et des opérations commerciales, de la plateforme téléphonique, de l'informatique, de la gestion et du marketing. Pour démarrer, le point clé travaillé concerne le taux de décroché, cet indicateur de performance qui détermine la capacité à répondre aux appels téléphoniques des adhérents. L'idée est d'optimiser la gestion des contacts à toutes les étapes afin de proposer une expérience fluide et positive à tous nos adhérents et prospects.



Agence commerciale d'Amiens.

## Une nouvelle direction dédiée à l'expérience adhérent

— Afin de poser les fondations de son futur modèle relationnel, la Carac a modifié début 2023 son organisation en créant une direction entièrement dédiée. Cette dernière, baptisée Direction des Opérations et de l'Expérience Adhérents, regroupe les équipes Gestion, Réclamations et Opérations commerciales, soit une cinquantaine de collaborateurs. Son parti pris : replacer la perception des adhérents au cœur de la réflexion pour mieux s'adapter à leurs attentes. Une démarche qui a aussi pour finalité de faciliter et d'accélérer le développement de la Carac.

En incarnant l'esprit Carac, l'idée est de faire de cette nouvelle direction une organisation innovante, efficiente et collaborative, au service de l'expérience de nos adhérents et de l'accélération de notre développement.

Dans cette optique, la nouvelle entité a pris cinq engagements :

- Développer la confiance des adhérents,
- Garantir des parcours fluides, simplifiés et visibles de tous
- Assurer une gestion respectueuse des enjeux réglementaires
- Rendre le collectif acteur du développement et de la performance de la mutuelle
- Cultiver la fierté des équipes quant à leurs missions.



**RÉCLAMATIONS :**  
**UN TAUX DIVISÉ PAR DEUX EN 2022**

Entre 2021 et 2022, la Carac a divisé par deux son taux de réclamations et la tendance se poursuit début 2023. Un sujet sur lequel la mutuelle est parfaitement en conformité avec la réglementation, avec 100 % des réclamations prises en charge dans un délai inférieur à 48 heures. À noter une autre tendance forte : en 2022, 65 % des réclamations arrivaient par le biais du site carac.fr, et ce chiffre atteignait 86 % en janvier 2023.

# Des offres adaptées pour tous

En 2022 plus que jamais, la Carac s'est organisée pour répondre aux attentes de ses adhérents, concevant et proposant des offres commerciales en phase avec le contexte tant économique que sociétal. Sans oublier de profiter de la hausse des marchés financiers pour optimiser les rendements de ses contrats.

## Dynamiser la collecte

— L'année 2022 a vu la Carac battre des records en matière de collecte, enregistrant jusqu'à 42 % de hausse sur le dernier trimestre. Des performances qui doivent beaucoup aux différentes campagnes promotionnelles mises en place.

La première de ces campagnes propose aux adhérents de recommander la Carac de manière très concrète en parrainant leurs proches : pour tout nouvel adhérent ainsi recruté, le parrain reçoit un chèque cadeau multi-enseignes de 50 €. Et ce sans limitation dans le temps, ce qui veut dire qu'il est possible de parrainer plusieurs personnes. Le succès de cette offre a été tel en 2022 qu'elle a été reconduite sur 2023.

Autre réussite : la campagne « zéro frais sur versement » sur l'ensemble des contrats en 2022. Cette offre a considérablement dynamisé la collecte et le volume des versements complémentaires sur les contrats existants, dans un contexte où l'épargne redevient un sujet de préoccupation majeure pour les particuliers. Enfin, la Retraite Mutualiste du Combattant (RMC) a pris un coup de jeune à la veille de ses cent ans, s'affichant sur internet à travers une campagne de webmarketing qui a généré de nombreuses prises de rendez-vous. Compte tenu de son efficacité, l'opération a été reconduite de février à décembre 2023 et le service marketing prévoit de lancer d'autres campagnes du même type.



### 100 ANS DE LA RETRAITE MUTUALISTE DU COMBATTANT

— À l'occasion de ses cent ans qui seront célébrés en 2023, l'historique produit, la Retraite Mutualiste du combattant (RMC) sera le premier contrat proposé à l'adhésion 100 % en ligne ; un mode de fonctionnement plébiscité par de nombreux prospects habitués à fonctionner en autonomie. Ce qui n'empêchera pas l'adhérent de changer d'avis à tout moment et de solliciter un rendez-vous avec un conseiller pour plus d'informations. À noter aussi que la RMC bénéficie également (depuis le 15 mars 2023) de la tarification « 0 % de frais sur versements ».

## Des offres plus accessibles

— Pour répondre aux attentes de ses adhérents, la Carac s'attache à optimiser ses offres en ajustant la tarification : pour exemple, les seuils de versement sur tous les contrats de la nouvelle gamme assurance vie ont été abaissés, dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat, afin de les rendre accessibles au plus grand nombre. Avec la remontée à 3 % du taux du livret A, la Carac a décidé de proposer pour sa part un taux garanti de 3 % sur certains contrats, du 1<sup>er</sup> au 30 juin 2023. Sur l'assurance vie comme sur le PER Individuel Carac, la mutuelle veille actuellement à élargir sa gamme d'unités de compte afin que ses adhérents bénéficient des meilleures opportunités.



## LA GAMME DES PRODUITS PROPOSÉS PAR LA CARAC

### Épargne et patrimoine

#### CARAC ÉPARGNE PATRIMOINE

Contrat d'assurance vie multisupports.

#### CARAC ÉPARGNE GÉNÉRATION

Contrat d'assurance vie multisupports destiné aux moins de 25 ans.

### Retraite

#### PLAN D'ÉPARGNE RETRAITE INDIVIDUEL CARAC

Contrat d'assurance vie multisupports pour préparer sa retraite dans un cadre fiscal favorable.

#### RETRAITE MUTUALISTE DU COMBATTANT

Contrat d'assurance vie monosupport dédié aux anciens combattants, militaires et victimes de guerre.

### Protection et solidarité

#### CARAC ÉPARGNE SOLIDAIRE

Contrat d'assurance vie monosupport dont 1 % de la collecte revient à une association partenaire.

#### CARAC ÉPARGNE PROTECTION

Contrat d'assurance vie monosupport dédié aux personnes en situation de vulnérabilité.

#### CARAC TEMPORAL

Contrat d'assurance temporaire décès.

#### PLAN OBSÈQUES CARAC

Contrat d'assurance vie monosupport.

## Perspective : faire de la Carac le partenaire de tous les moments clés de la vie de l'adhérent

— L'objectif de la mutuelle Carac est de répondre toujours mieux aux enjeux des adhérents en matière de gestion de leur épargne et, au-delà, de leur patrimoine sur un plan plus global. Consciente que sa valeur ajoutée peut aller bien au-delà de l'accompagnement financier, la Carac réfléchit actuellement au développement d'une offre de service complémentaire qui traduira sa volonté d'être un partenaire de référence pour l'adhérent, dans tous les moments clés de sa vie : des services accessibles aux personnes détentrices d'un contrat Carac et totalement en phase avec les valeurs de solidarité de la mutuelle.



### LA CARAC RÉCOMPENSÉE POUR SES OFFRES

— La Carac s'attache à rendre ses solutions accessibles au plus grand nombre. Elle conçoit des garanties simples et transparentes régulièrement récompensées.



Découvrez nos récompenses [www.carac.fr/nos-recompenses](http://www.carac.fr/nos-recompenses)

# Le digital au service du parcours adhérent

La Carac a poursuivi en 2022 sa transformation digitale, une démarche qui bénéficie tant au réseau commercial qu'à l'adhérent. En automatisant et dématérialisant certains process, les équipes terrain récupèrent du temps utile à consacrer à la personnalisation des parcours et fiabilisent la saisie des informations. De leur côté, les adhérents, désormais en mesure d'effectuer certaines tâches eux-mêmes, gagnent en autonomie et en rapidité de traitement, ce qui répond à leur demande.

## Quand digital rime avec dynamique commerciale

Première tendance forte en 2022 : la dématérialisation du process d'adhésion est entrée dans le quotidien des équipes. À date, près de 90 % des adhésions réalisées par le réseau commercial le sont de manière dématérialisée, ce qui constitue une avancée significative et un gain de temps pour les conseillers, qui passent près de 20 % de leur temps en déplacement.

L'espace adhérent en ligne s'est lui aussi doté de nouvelles fonctionnalités qui permettent à la fois de faire progresser l'autonomie des adhérents opérant en ligne et de fiabiliser les informations collectées. Les données récoltées en début de contrat sont progressivement automatisées et simplifiées. Un travail a notamment été réalisé pour faciliter le versement en ligne. Autre nouveauté : les majeurs protégés et sous tutelle, ainsi que leurs représentants, ont depuis 2022 un accès consultatif à l'espace adhérent. Par ailleurs, l'activation automatique des comptes est aujourd'hui une réalité : dès le bulletin d'adhésion signé, l'adhérent reçoit un lien pour créer son espace (+ 24 % comparé à 2021). Enfin, dans un souci à la fois de cohérence graphique et de cybersécurité, la page d'accueil de l'espace adhérent a été refondue en juillet 2022, avec désormais l'obligation de renouveler son mot de passe tous les cent vingt jours.

La possibilité d'opérer des versements à distance, dans l'espace adhérent, a en outre été élargie à d'autres contrats en 2022, au-delà de la nouvelle gamme du Perin et de la RMC qui la proposait déjà en 2021.

Autant de possibilités qui ont contribué à la collecte record réalisée par ce canal en 2022, soit + 140 % par rapport à l'année précédente. La part des versements en ligne continue d'augmenter pour atteindre 13,6 % de la production totale en nombre, ce qui témoigne de la bonne appropriation de cette fonctionnalité par les adhérents.



### PERSPECTIVES : QUELS CHANTIERS DIGITAUX POUR 2023 ?

Les mois à venir seront notamment dédiés aux parcours d'adhésion et aux modalités de versements en ligne, des projets qui répondent aux besoins de tous les adhérents, quel que soit leur profil. Pour la Carac, développer le digital permet aux conseillers mutualistes de dégager plus de temps à accompagner et conseiller les adhérents pour répondre à leur besoin.

## Le juste équilibre entre les différents canaux de communication

Le digital versus le présentiel ? À la Carac, personne ne voit les choses ainsi. Au contraire, la mutuelle est convaincue que la proximité, qui est dans son ADN, se voit renforcée par la complémentarité des différents canaux de communication avec ses adhérents, ce mélange entre digital et humain qu'on désigne aujourd'hui par phygital.

Les avancées digitales constituent en effet un gage d'autonomie pour l'adhérent et un gain de temps pour les équipes. À tout moment, l'adhérent reste le maître de la relation commerciale : s'il veut changer de canal, c'est très simple. S'il veut échanger avec un conseiller, les 50 agences et points de vente de la Carac sont à sa disposition. S'il est très à l'aise avec le numérique, il opère seul en direct, sur son espace. La Carac, consciente de l'intérêt de cette complémentarité, compte bien à l'avenir continuer à développer et optimiser l'ensemble des canaux de contact avec ses adhérents.

**LABEL MEILLEUR CONSEIL ÉPARGNE 2022**

Le magazine Challenges a attribué à la Carac le label du Meilleur Conseil Épargne 2022. Ce prix souligne l'excellence de l'accompagnement téléphonique et digital des conseillers de la Carac pour proposer au consommateur un produit d'épargne conforme à ses besoins.

## Évolution des avis clients

Des campagnes mensuelles sont lancées via Custplace pour recueillir les avis clients. Résultats : 533 avis ont été déposés sur les plateformes Custplace et Google My Business, portant la note globale de la satisfaction des adhérents à 4,2/5 en décembre 2022. Cette note est supérieure à la moyenne du marché. À partir de février 2022, la Carac a eu la possibilité de cibler également la note de chacune de ses agences. Ces évaluations font l'objet d'un suivi attentif et sont en croissante augmentation, reflet de la qualité de nos produits et services.

**4,2/5**

Note globale de la satisfaction des adhérents.



## Les réseaux sociaux

Accélérer la digitalisation de la mutuelle passe aussi par les réseaux sociaux. Dans ce cadre, la Carac a renforcé sa communication sur les différents médias sociaux. La présence de la mutuelle s'affirme au fil du temps avec la mise en place d'une stratégie éditoriale, la diversification des publications et l'implication d'un réseau d'Ambassadeurs élus et salariés. Likes, partages et commentaires viennent dynamiser sa visibilité, augmenter sa notoriété et refléter ses engagements et réalisations.

### Meilleure progression sur LinkedIn

**+ 31 %**  
d'abonnés en 2022.



Une campagne dédiée au développement de la marque Carac a été diffusée de septembre à décembre 2022 sur Facebook et LinkedIn. Elle proposait seize messages « POP » colorés et dynamiques, invitant à cliquer pour en savoir plus sur le site carac.fr.