



L'évaluation des clients: Qualité de la Complémentaire Santé et de l'Assurance chien et chat 2024

Analyse de la concurrence avec évaluations
détaillées pour 15 Mutuelles, 10 Bancassurances,
7 Assurances et 9 Assurances chien et chat



Une étude réalisée en coopération avec
Institut de la qualité IAQ (Burda Data)

L'évaluation des clients: Qualité de la Complémentaire Santé et de l'Assurance chien et chat 2024

Analyse de la concurrence avec évaluations détaillées pour 15 Mutuelles,
10 Bancassurances, 7 Assurances et 9 Assurances chien et chat

Une étude réalisée en coopération avec

Institut de la qualité IAQ (Burda Data)

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I

50935 Köln

www.ServiceValue.de

Contenu

1. Annexe de l'enquête	3
2. INSTITUT DE LA QUALITÉ Appréciations des clients: Classements de qualité	9
3. Satisfaction globale, Orientation client et fidélisation	22
4. Aperçu global de toutes les caractéristiques de service et de performance	68
5. Profil-qualité	189
5.1 Profil-qualité des Mutuelles	192
5.2 Profil-qualité des Bancassurances	298
5.3 Profil-qualité des Assurances	369
5.4 Profil-qualité des Assurances chien et chat	419
6. Annexe: Explication de l'échantillon	483

Fiche d'information sur l'étude (I)

Concept de l'étude	ServiceValue GmbH en coopération avec Institut de la Qualité (IAQ)
Méthode de l'enquête	Questionnaire en ligne
Période de l'enquête	Septembre / Octobre 2023
Échantillon	2.871 avis sur 41 Complémentaires Santé et Assurances chien et chat (évaluation de jusqu'à deux prestataires dont les personnes interrogées ont été clientes au cours des 12 derniers mois)
Évaluation (I)	<p>Présentation complète des résultats globaux; résultats détaillés pour</p> <p>15 Mutuelles:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aésio Mutuelle • Apivia Macif Mutuelle • Harmonie Mutuelle • Klesia Mut' • La Mutuelle Générale • Maaf Santé • MGEN • MNH • MNT • Mutuelle Bleue • Mutuelle Malakoff Humanis • Mutuelle Ociane Matmut • Solimut Mutuelle de France • Unéo • Viasanté Mutuelle (AG2R La Mondiale)

Fiche d'information sur l'étude (II)

Évaluation (II)

10 Bancassurances:

- Banque Populaire (BPCE Assurances)
- BNP Paribas (BNP Paribas Cardif)
- Bred Banque Populaire (Prepar-Vie)
- Caisse d'Épargne (BPCE Assurances)
- Crédit Agricole (Crédit Agricole Assurances)
- Crédit Mutuel Alliance Fédérale (Groupe des Assurances du Crédit Mutuel)
- Crédit Mutuel Arkéa (Suravenir)
- La Banque Postale (La Banque Postale Assurances/CNP Assurances)
- LCL Le Crédit Lyonnais
- Société Générale (Société Générale Assurances)

7 Assurances:

- Abeille Assurances
- Allianz
- Axa
- Generali
- GMF
- Groupama
- Swiss Life

Fiche d'information sur l'étude (III)

Évaluation (III)	9 Assurances chien et chat: <ul style="list-style-type: none">• Apivia Macif Mutuelle• Assur O'Poil• Bulle Bleue• Crédit Mutuel Alliance Fédérale (Groupe des Assurances du Crédit Mutuel)• Fidanimo• Generali• Jim & Joe• Mutuelle Ociane Matmut• SantéVet
Volume total	488 pages de rapport de charte (PDF)

Conception de l'étude (I)

Messages globaux	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfaction globale • Orientation client • Réputation et image
Fidélisation des clients	<ul style="list-style-type: none"> • Lien émotionnel • Loyauté • Fidélité • Recommandation
Offre de produits	<ul style="list-style-type: none"> • Etendue de l'offre • Flexibilité de l'offre • Attractivité de l'offre • Avantages supplémentaires de l'offre • Confiance dans l'offre
Qualité des conseils	<ul style="list-style-type: none"> • Compétence • Rigueur du conseil • Examen régulier de l'étendue et des cotisations d'assurance • Réactivité -Flexibilité du personnel
Service aux clients	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfaction des besoins des clients • Délais de remboursement • Durée du délai de carence • Attitude en cas de litige • Modalité de résiliation
Communication	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilité du personnel • Conformité des déclarations • Informations lisibles et claires • Information en cas d'augmentation des tarifs

Conception de l'étude (II)

Rapport qualité-prix	<ul style="list-style-type: none">• Satisfaction du rapport qualité-prix• Prestation adéquate• Transparence des coûts• Compétitivité des tarifs
Digital et Innovation	<ul style="list-style-type: none">• Renouvellement des produits et services• Utilisation des plateformes digitales• Démarches sur les plateformes digitales• Sécurité des données

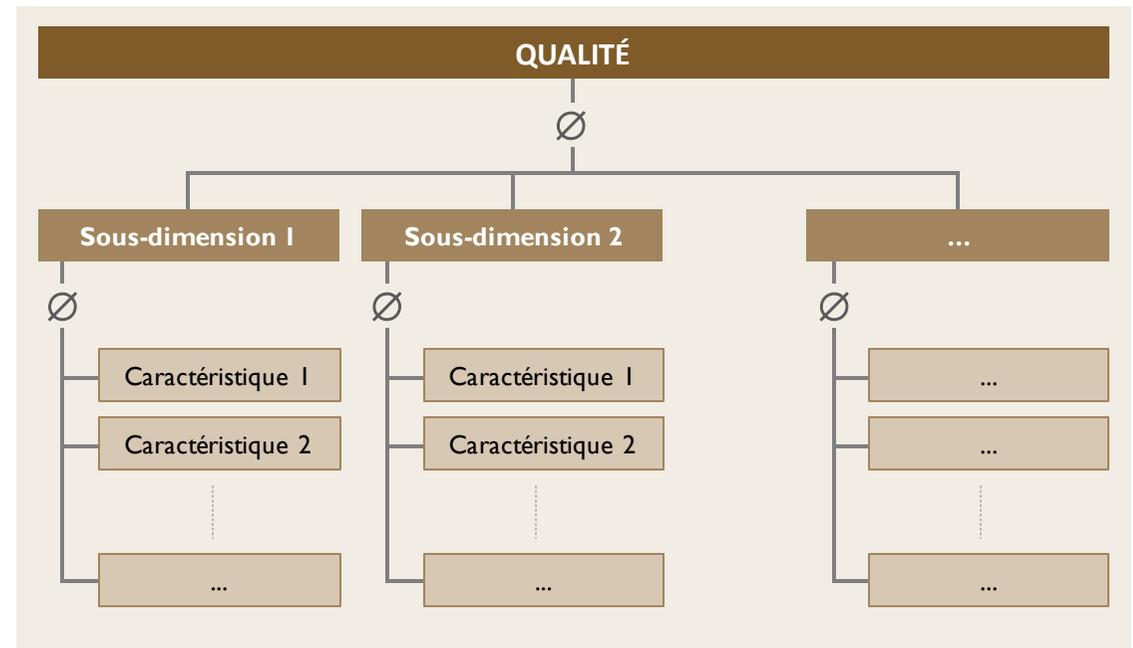
1. Annexe de l'enquête
2. INSTITUT DE LA QUALITE Appréciations des clients: Classements de qualité
3. Satisfaction globale, Orientation client et fidélisation
4. Aperçu global de toutes les caractéristiques de service et de performance
5. Profil-qualité
 - 5.1 Profil-qualité des Mutuelles
 - 5.2 Profil-qualité des Bancassurances
 - 5.3 Profil-qualité des Assurances
 - 5.4 Profil-qualité des Assurances chien et chat
6. Annexe: Explication de l'échantillon

Modèle de calcul du classement de la qualité

Le terme générique de "qualité" est une construction subjective. Pour la rendre mesurable, on détermine tout d'abord différentes sous-dimensions de la qualité. Chaque sous-dimension se compose de plusieurs caractéristiques concrètes de service et de performance, qui sont évaluées par les clients.

Le résultat global est calculé comme la moyenne non pondérée de toutes les sous-dimensions. Les sous-dimensions "Service clientèle" et "Livraison" sont pondérées deux fois, toutes les autres sont pondérées une fois. Les sous-dimensions sont calculées comme une moyenne non pondérée des caractéristiques de service et de performance respectives (critères d'évaluation).

Pour la distinction au niveau global et pour les sous-dimensions, la règle est la suivante: toutes les entreprises qui ont obtenu une valeur supérieure à la moyenne reçoivent un "excellent". Les entreprises qui se situent au-dessus de la moyenne des entreprises évaluées "excellent" reçoivent un "top".



Sous-dimensions de la qualité de la Complémentaire Santé et de l'Assurance chien et chat



Avis des clients: Qualité des Mutuelles (I)

QUALITÉ	
top	La Mutuelle Générale
top	Unéo
top	Viasanté Mutuelle
top	Maaf Santé
excellent	Solimut Mutuelle de France
excellent	MNH
excellent	MGEN
excellent	Apivia Macif Mutuelle
excellent	Mutuelle Malakoff Humanis
	Harmonie Mutuelle
	Aésio Mutuelle
	Mutuelle Bleue
	Mutuelle Ociane Matmut
	MNT
	Klesia Mut`

Offre de produits	
top	Maaf Santé
top	La Mutuelle Générale
top	Solimut Mutuelle de France
top	Viasanté Mutuelle
excellent	Unéo
excellent	MNH
	Mutuelle Bleue
	MGEN
	Mutuelle Malakoff Humanis
	Aésio Mutuelle
	Apivia Macif Mutuelle
	MNT
	Harmonie Mutuelle
	Mutuelle Ociane Matmut
	Klesia Mut`

Qualité des conseils	
top	La Mutuelle Générale
top	Maaf Santé
top	Viasanté Mutuelle
top	Unéo
excellent	Solimut Mutuelle de France
excellent	Apivia Macif Mutuelle
excellent	MNH
excellent	MGEN
	Mutuelle Ociane Matmut
	Harmonie Mutuelle
	Mutuelle Malakoff Humanis
	Mutuelle Bleue
	MNT
	Aésio Mutuelle
	Klesia Mut`

Avis des clients: Qualité des Mutuelles (II)

Service aux clients	
top	Unéo
top	Viasanté Mutuelle
top	La Mutuelle Générale
excellent	MGEN
excellent	Apivia Macif Mutuelle
excellent	MNH
excellent	Harmonie Mutuelle
excellent	Solimut Mutuelle de France
excellent	Mutuelle Malakoff Humanis
excellent	Maaf Santé
	Aésio Mutuelle
	Klesia Mut`
	Mutuelle Bleue
	MNT
	Mutuelle Ociane Matmut

Communication	
top	Unéo
top	MNH
top	La Mutuelle Générale
top	MGEN
excellent	Viasanté Mutuelle
excellent	Maaf Santé
excellent	Mutuelle Malakoff Humanis
	Solimut Mutuelle de France
	Apivia Macif Mutuelle
	MNT
	Aésio Mutuelle
	Mutuelle Ociane Matmut
	Mutuelle Bleue
	Klesia Mut`
	Harmonie Mutuelle

Rapport qualité-prix	
top	La Mutuelle Générale
top	Maaf Santé
top	Unéo
top	Viasanté Mutuelle
excellent	Solimut Mutuelle de France
excellent	Apivia Macif Mutuelle
excellent	Mutuelle Malakoff Humanis
excellent	MNH
	Harmonie Mutuelle
	Klesia Mut`
	MNT
	MGEN
	Mutuelle Ociane Matmut
	Aésio Mutuelle
	Mutuelle Bleue

Avis des clients: Qualité des Mutuelles (III)

Digital et Innovation	
top	Viasanté Mutuelle
top	MGEN
top	Mutuelle Malakoff Humanis
top	Maaf Santé
excellent	Unéo
excellent	Aésio Mutuelle
excellent	La Mutuelle Générale
excellent	Solimut Mutuelle de France
	Apivia Macif Mutuelle
	MNH
	Mutuelle Ociane Matmut
	Mutuelle Bleue
	Harmonie Mutuelle
	MNT
	Klesia Mut`

Avis des clients: Qualité des Bancassurances (I)

QUALITÉ	
top	LCL Le Crédit Lyonnais
top	Société Générale
top	Banque Populaire
excellent	Crédit Mutuel Arkéa
excellent	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
	BNP Paribas
	Crédit Agricole
	Caisse d'Épargne
	La Banque Postale
	Bred Banque Populaire

Offre de produits	
top	Crédit Mutuel Arkéa
top	LCL Le Crédit Lyonnais
top	Société Générale
excellent	Caisse d'Épargne
excellent	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
excellent	BNP Paribas
excellent	Banque Populaire
	Crédit Agricole
	La Banque Postale
	Bred Banque Populaire

Qualité des conseils	
top	Crédit Mutuel Arkéa
top	Banque Populaire
top	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
top	Crédit Agricole
excellent	LCL Le Crédit Lyonnais
excellent	BNP Paribas
	Société Générale
	Caisse d'Épargne
	Bred Banque Populaire
	La Banque Postale

Avis des clients: Qualité des Bancassurances (II)

Service aux clients	
top	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
top	LCL Le Crédit Lyonnais
excellent	Banque Populaire
excellent	Crédit Mutuel Arkéa
excellent	Bred Banque Populaire
excellent	Société Générale
	Caisse d'Épargne
	BNP Paribas
	Crédit Agricole
	La Banque Postale

Communication	
top	Banque Populaire
top	LCL Le Crédit Lyonnais
excellent	Société Générale
excellent	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
excellent	BNP Paribas
	Crédit Agricole
	Crédit Mutuel Arkéa
	Caisse d'Épargne
	Bred Banque Populaire
	La Banque Postale

Rapport qualité-prix	
top	Société Générale
top	Banque Populaire
top	Crédit Mutuel Arkéa
excellent	LCL Le Crédit Lyonnais
excellent	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
	Crédit Agricole
	La Banque Postale
	BNP Paribas
	Caisse d'Épargne
	Bred Banque Populaire

Avis des clients: Qualité des Bancassurances (III)

Digital et Innovation	
top	LCL Le Crédit Lyonnais
top	Société Générale
excellent	Banque Populaire
excellent	Crédit Agricole
excellent	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
	BNP Paribas
	Caisse d'Épargne
	Crédit Mutuel Arkéa
	La Banque Postale
	Bred Banque Populaire

Avis des clients: Qualité des Assurances (I)

QUALITÉ	
top	Allianz
top	Generali
excellent	Abeille Assurances
excellent	GMF
	Axa
	Groupama
	Swiss Life

Offre de produits	
top	Allianz
top	Generali
excellent	Abeille Assurances
excellent	Groupama
excellent	GMF
	Axa
	Swiss Life

Qualité des conseils	
top	Abeille Assurances
top	Allianz
top	Generali
excellent	GMF
	Groupama
	Axa
	Swiss Life

Service aux clients	
top	Abeille Assurances
top	Allianz
excellent	Generali
excellent	GMF
excellent	Groupama
	Axa
	Swiss Life

Communication	
top	Abeille Assurances
top	Generali
excellent	Allianz
	Groupama
	Axa
	GMF
	Swiss Life

Rapport qualité-prix	
top	Allianz
top	Abeille Assurances
excellent	Generali
excellent	GMF
excellent	Axa
	Groupama
	Swiss Life

Avis des clients: Qualité des Assurances (II)

Digital et Innovation	
top	Allianz
top	Generali
excellent	Axa
excellent	GMF
	Groupama
	Abeille Assurances
	Swiss Life

Avis des clients: Qualité des Assurances chien et chat (I)

QUALITÉ	
top	Jim & Joe
top	Assur O'Poil
top	Generali
excellent	SantéVet
excellent	Apivia Macif Mutuelle
	Bulle bleue
	Fidanimo
	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
	Mutuelle Ociane Matmut

Offre de produits	
top	Jim & Joe
top	Assur O'Poil
excellent	Generali
excellent	SantéVet
	Fidanimo
	Bulle bleue
	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
	Mutuelle Ociane Matmut
	Apivia Macif Mutuelle

Qualité des conseils	
top	Apivia Macif Mutuelle
top	Jim & Joe
top	Assur O'Poil
excellent	Generali
excellent	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
	SantéVet
	Bulle bleue
	Fidanimo
	Mutuelle Ociane Matmut

Service aux clients	
top	Assur O'Poil
top	SantéVet
excellent	Apivia Macif Mutuelle
excellent	Fidanimo
	Generali
	Bulle bleue
	Jim & Joe
	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
	Mutuelle Ociane Matmut

Communication	
top	Generali
top	Assur O'Poil
excellent	Jim & Joe
excellent	Bulle bleue
excellent	Apivia Macif Mutuelle
excellent	SantéVet
	Fidanimo
	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
	Mutuelle Ociane Matmut

Rapport qualité-prix	
top	Assur O'Poil
top	Apivia Macif Mutuelle
excellent	Jim & Joe
excellent	Fidanimo
	SantéVet
	Generali
	Bulle bleue
	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
	Mutuelle Ociane Matmut

Avis des clients: Qualité des Assurances chien et chat (II)

Digital et Innovation	
top	Jim & Joe
top	Assur O'Poil
excellent	Generali
excellent	SantéVet
	Apivia Macif Mutuelle
	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
	Fidanimmo
	Bulle bleue
	Mutuelle Ociane Matmut

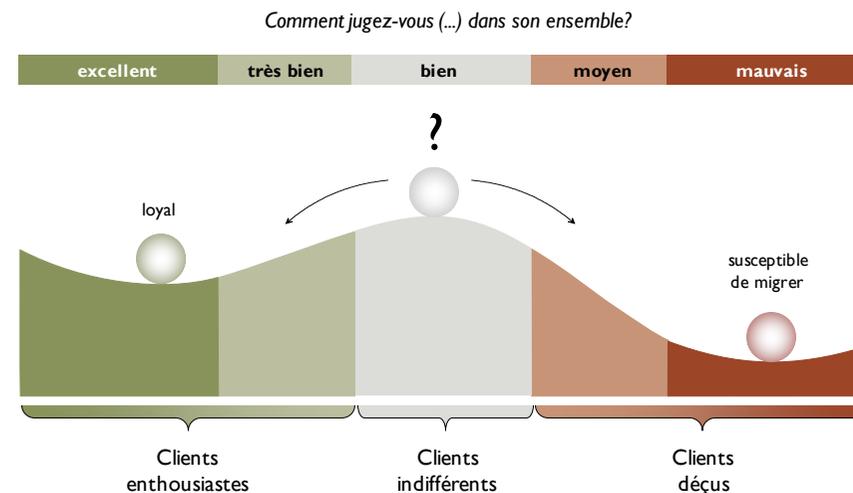
1. Annexe de l'enquête
2. INSTITUT DE LA QUALITE Appréciations des clients: Classements de qualité
3. Satisfaction globale, Orientation client et fidélisation
4. Aperçu global de toutes les caractéristiques de service et de performance
5. Profil-qualité
 - 5.1 Profil-qualité des Mutuelles
 - 5.2 Profil-qualité des Bancassurances
 - 5.3 Profil-qualité des Assurances
 - 5.4 Profil-qualité des Assurances chien et chat
6. Annexe: Explication de l'échantillon

Mesure de la satisfaction globale

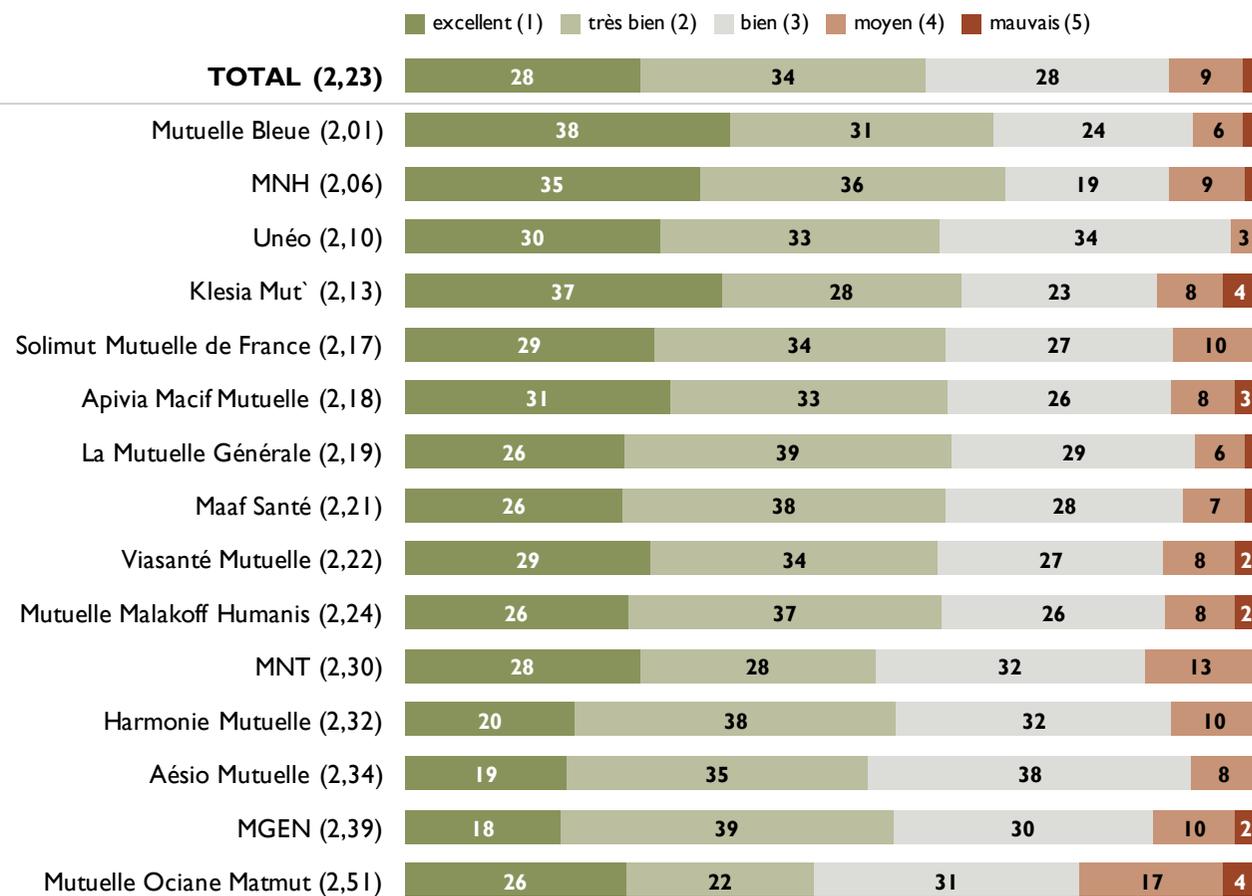
Pour déterminer la satisfaction des clients, ServiceValue utilise une échelle de réponse à cinq niveaux, inclinée vers la gauche et entièrement verbalisée. Celle-ci permet de différencier davantage les réponses positives: les réponses négatives "médiocre" et "mauvais" sont ainsi clairement distinguées des clients satisfaits qui estiment que la prestation globale du prestataire est bonne, très bonne ou même excellente. Il est prouvé que le jugement "bon" reflète parfois aussi l'expérience selon laquelle les prestataires "ne se distinguent pas plus des autres"; on parle alors d'une satisfaction dite "résignée", qui fait que le client accepte des niveaux de service inférieurs, faute d'alternatives ou en raison de certaines barrières au changement (p. ex. proximité locale). Physiquement parlant, ces clients se trouvent dans un équilibre instable: selon l'impulsion (expérience positive ou négative du fournisseur), ils peuvent devenir des clients enthousiastes ou déçus: Dans les deux cas, il s'agit d'états qui nécessitent certains efforts de la part du fournisseur pour modifier cette situation.

Même si les clients enthousiastes sont plus faciles à

décevoir que les clients déçus à enthousiasmer. Il faut également tenir compte du fait qu'entre-temps - à l'époque des social media rooms - les clients mécontents font part de leurs mauvaises expériences avec une plus grande portée, bien qu'ils ne soient pas perdus pour l'entreprise en tant que client. Mais en même temps, les jugements négatifs des clients sur ces forums ont un effet de référence négative bien au-delà de la relation client proprement dite.



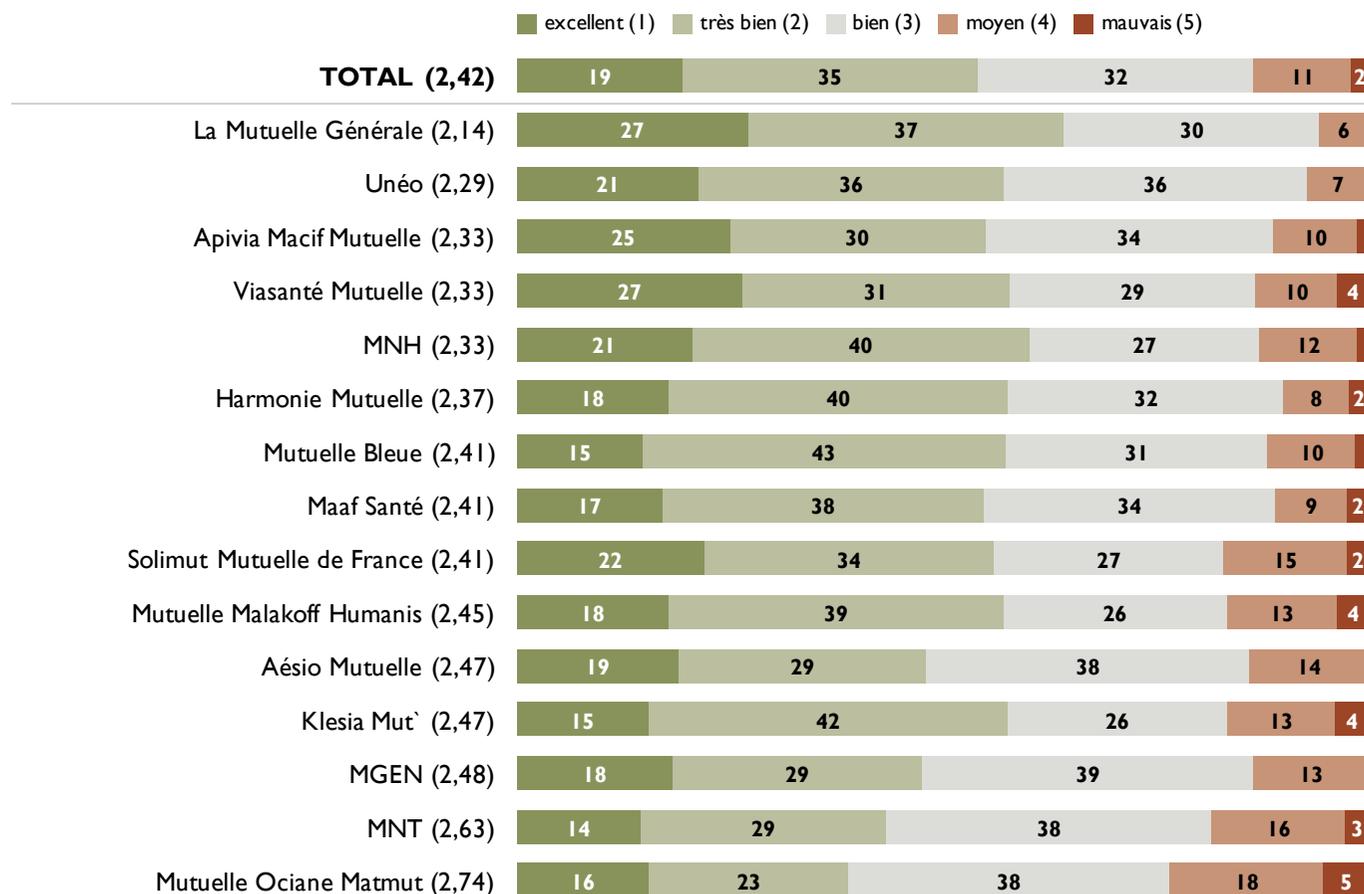
Satisfaction globale – Mutuelles



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Comment jugez-vous (...) dans son ensemble?

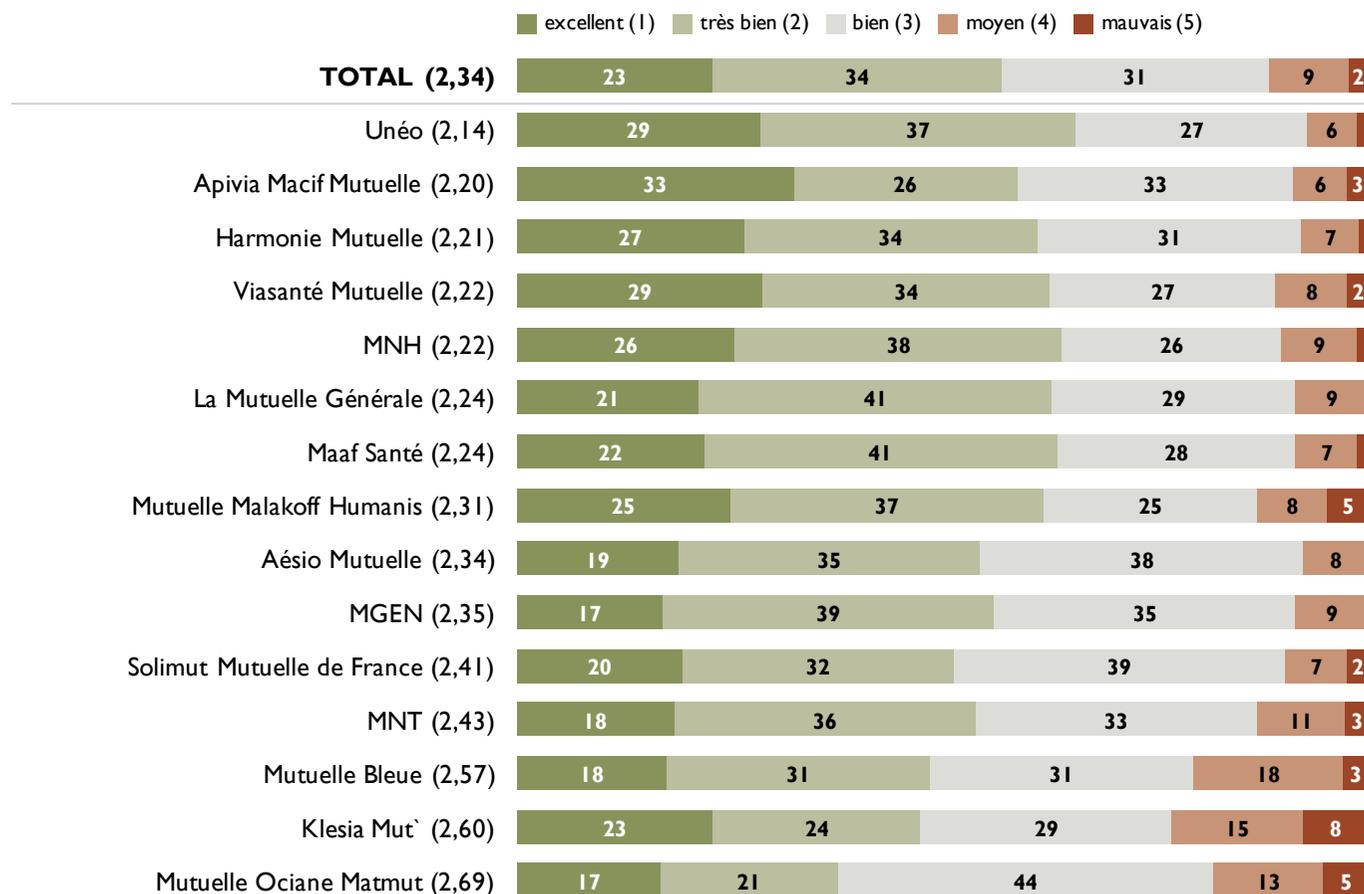
Orientation client – Mutuelles



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Comment jugez-vous l'orientation client de (...)?

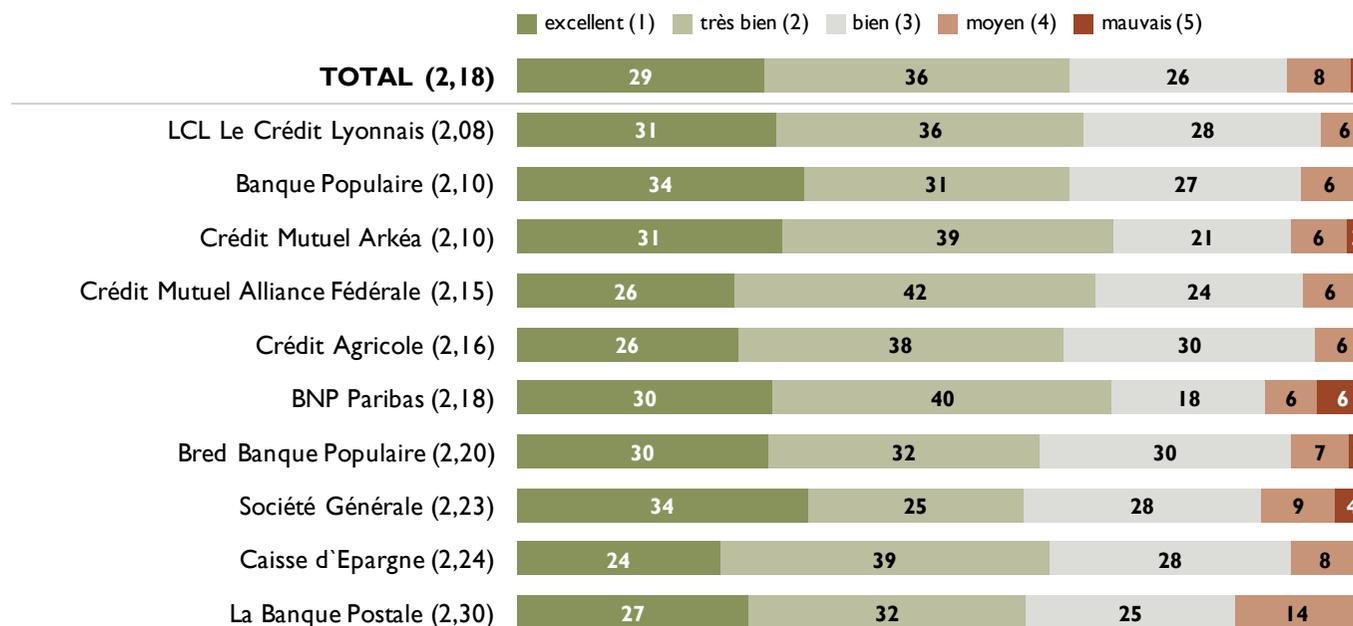
Réputation et image – Mutuelles



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Comment jugez-vous la réputation et l'image de (...)?

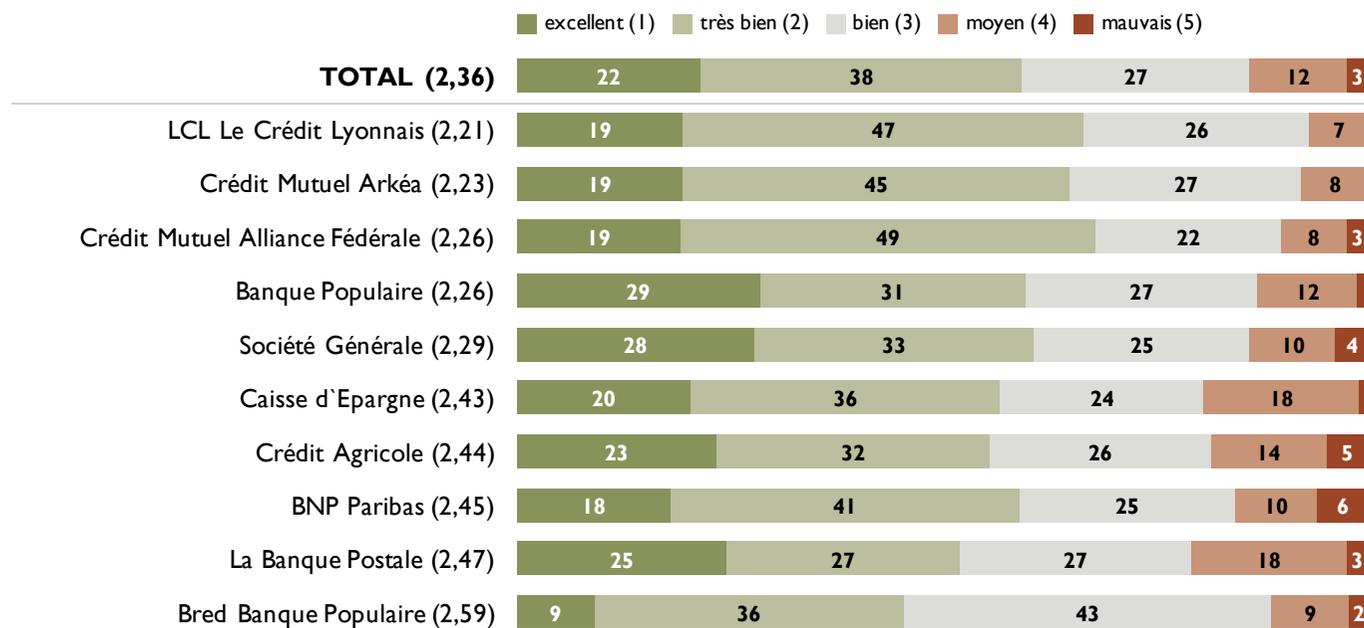
Satisfaction globale – Bancassurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Comment jugez-vous (...) dans son ensemble?

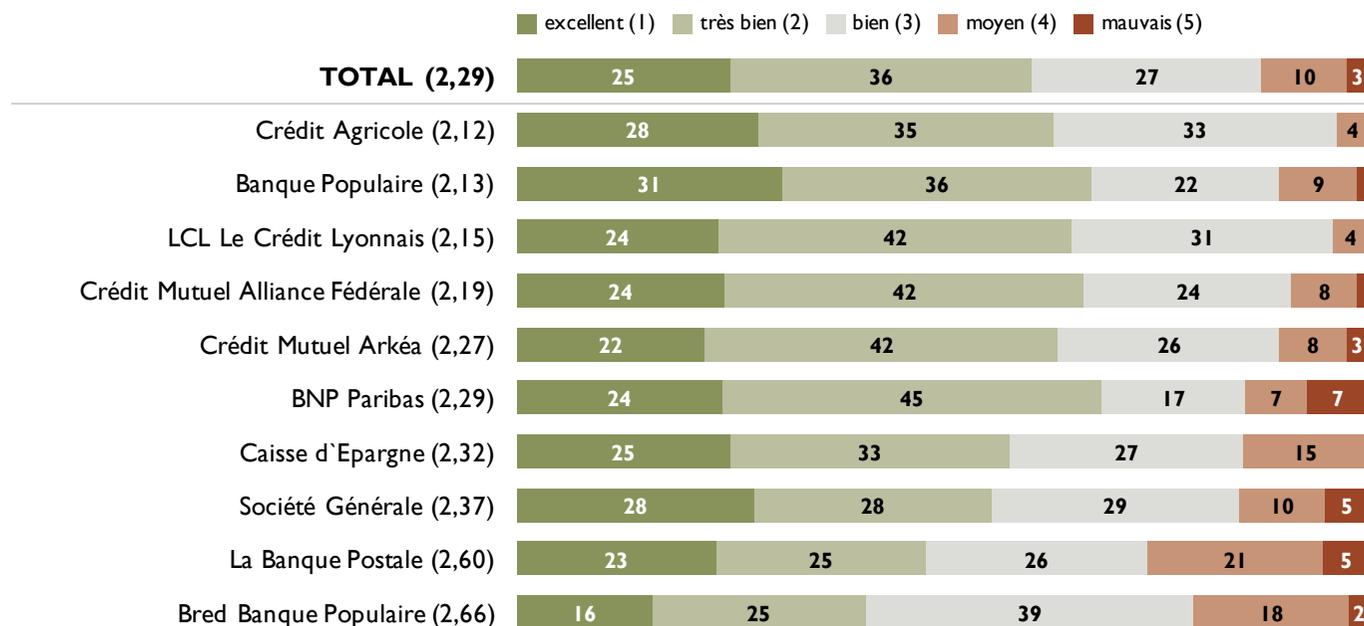
Orientation client – Bancassurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Comment jugez-vous l'orientation client de (...)?

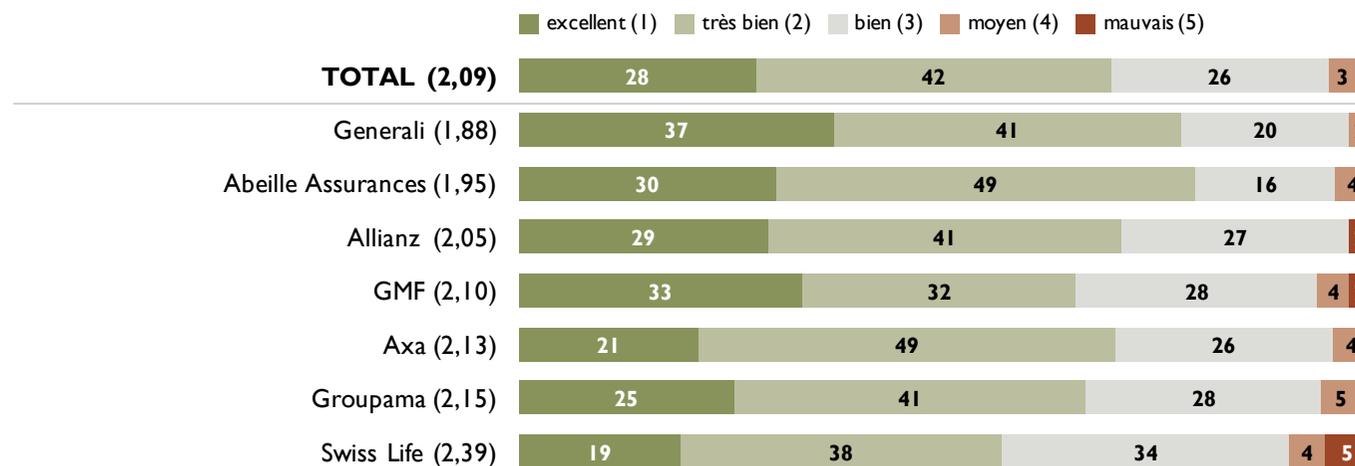
Réputation et image – Bancassurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Comment jugez-vous la réputation et l'image de (...)?

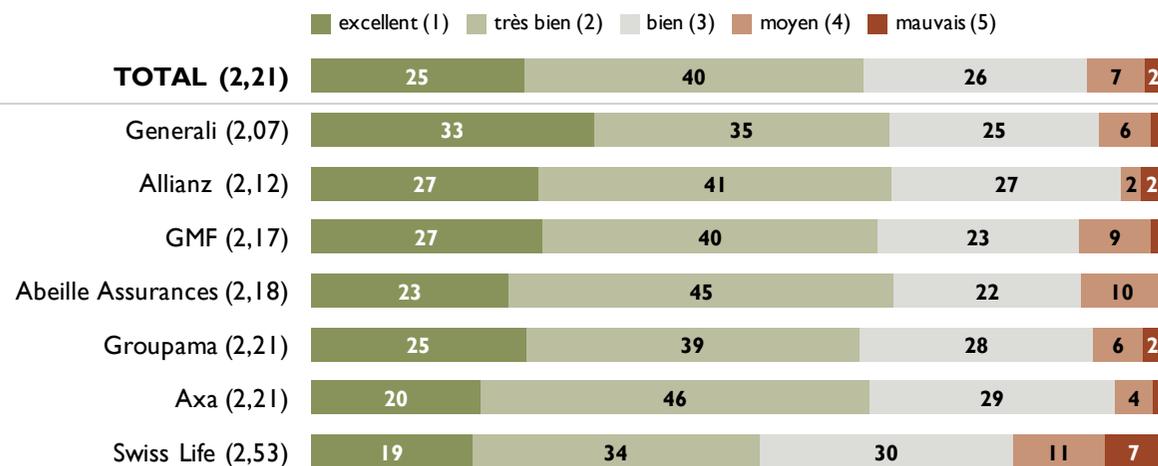
Satisfaction globale – Assurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Comment jugez-vous (...) dans son ensemble?

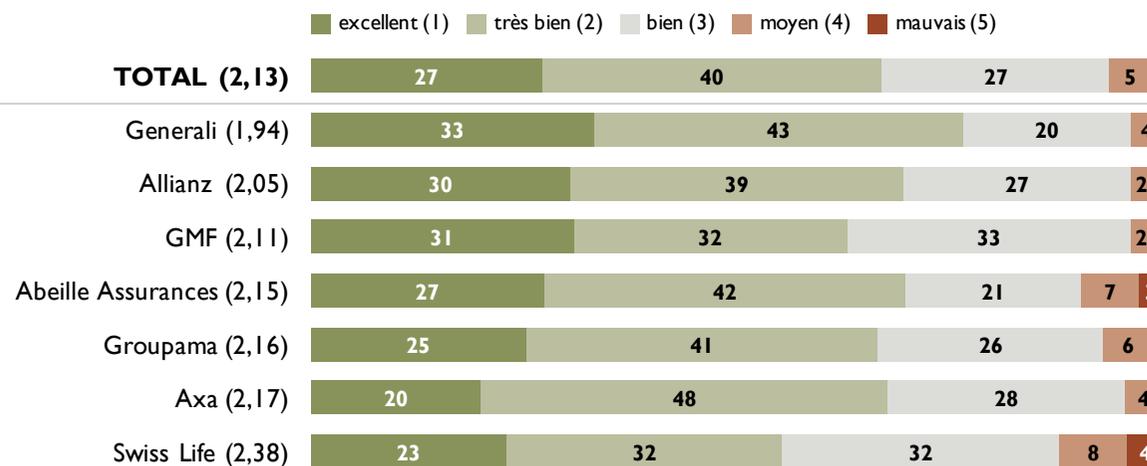
Orientation client – Assurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Comment jugez-vous l'orientation client de (...)?

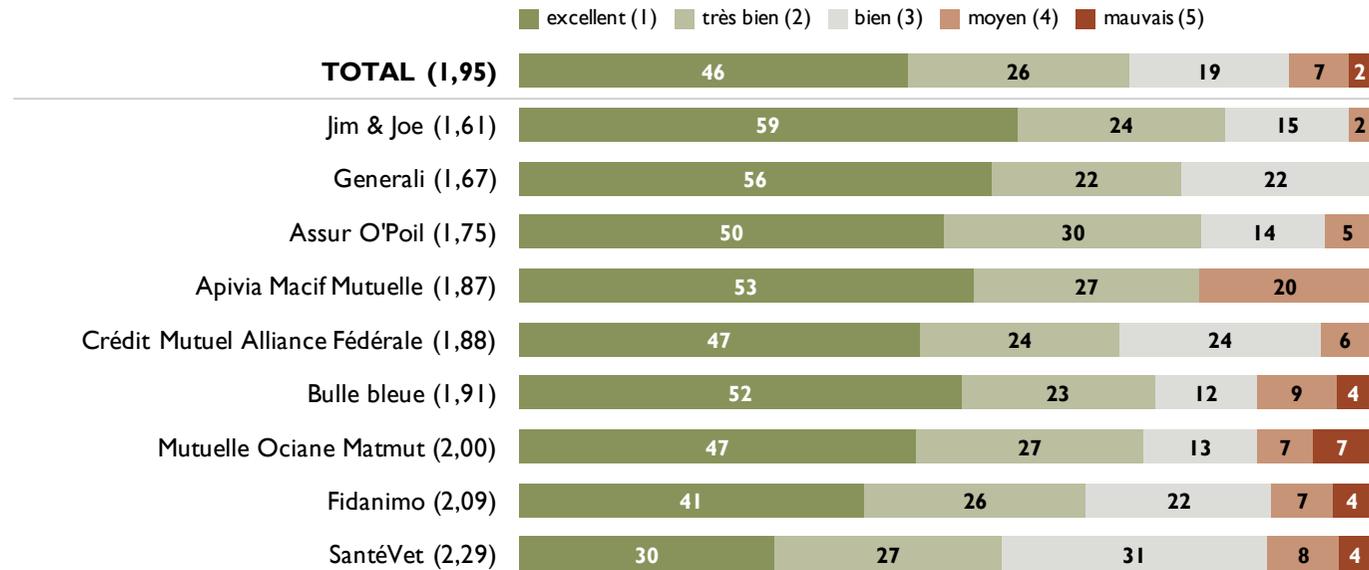
Réputation et image – Assurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Comment jugez-vous la réputation et l'image de (...)?

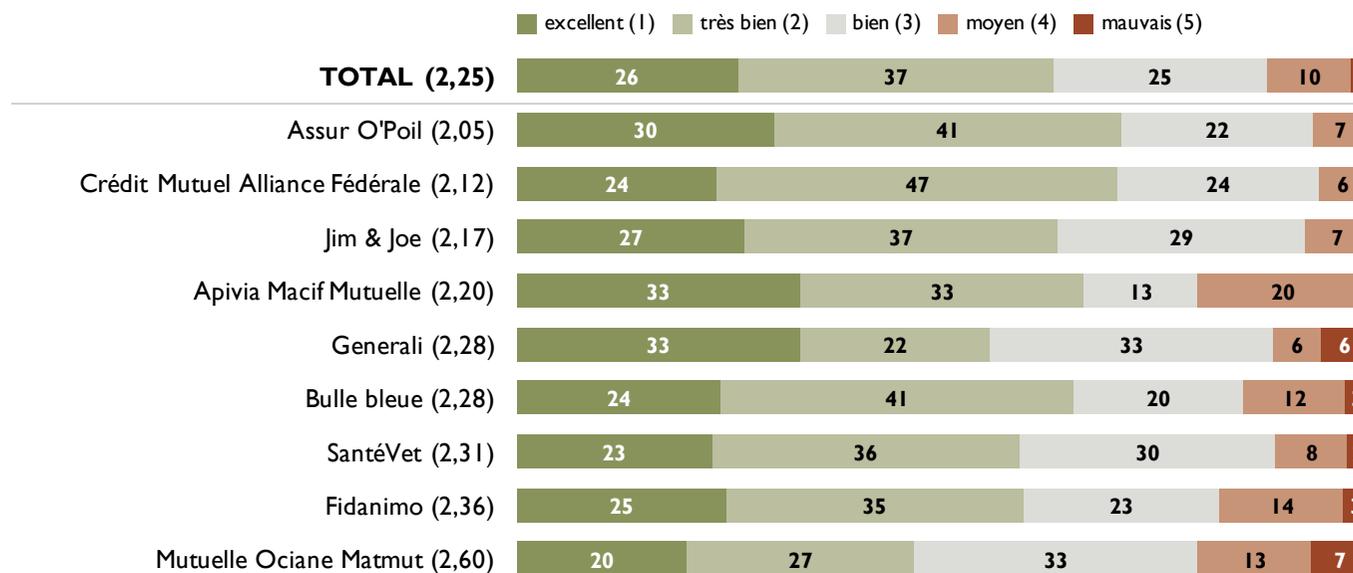
Satisfaction globale – Assurances chien et chat



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Comment jugez-vous (...) dans son ensemble?

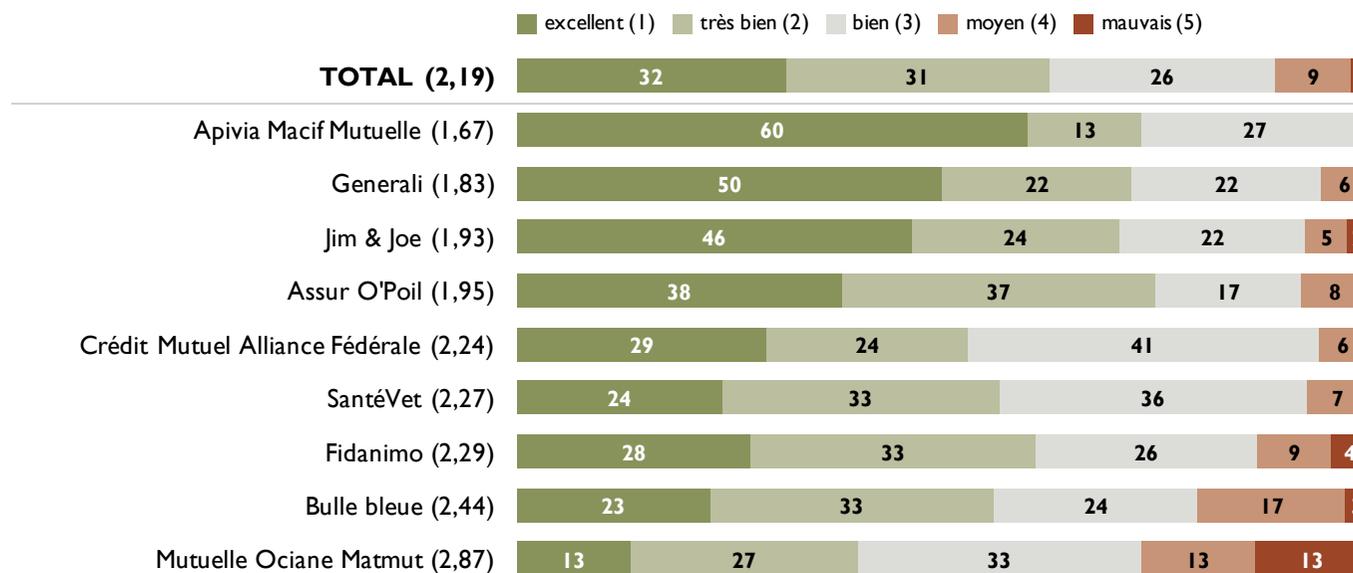
Orientation client – Assurances chien et chat



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Comment jugez-vous l'orientation client de (...)?

Réputation et image – Assurances chien et chat



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Comment jugez-vous la réputation et l'image de (...)?

Fidélisation de la clientèle

La satisfaction, c'est bien - la fidélisation, c'est mieux!

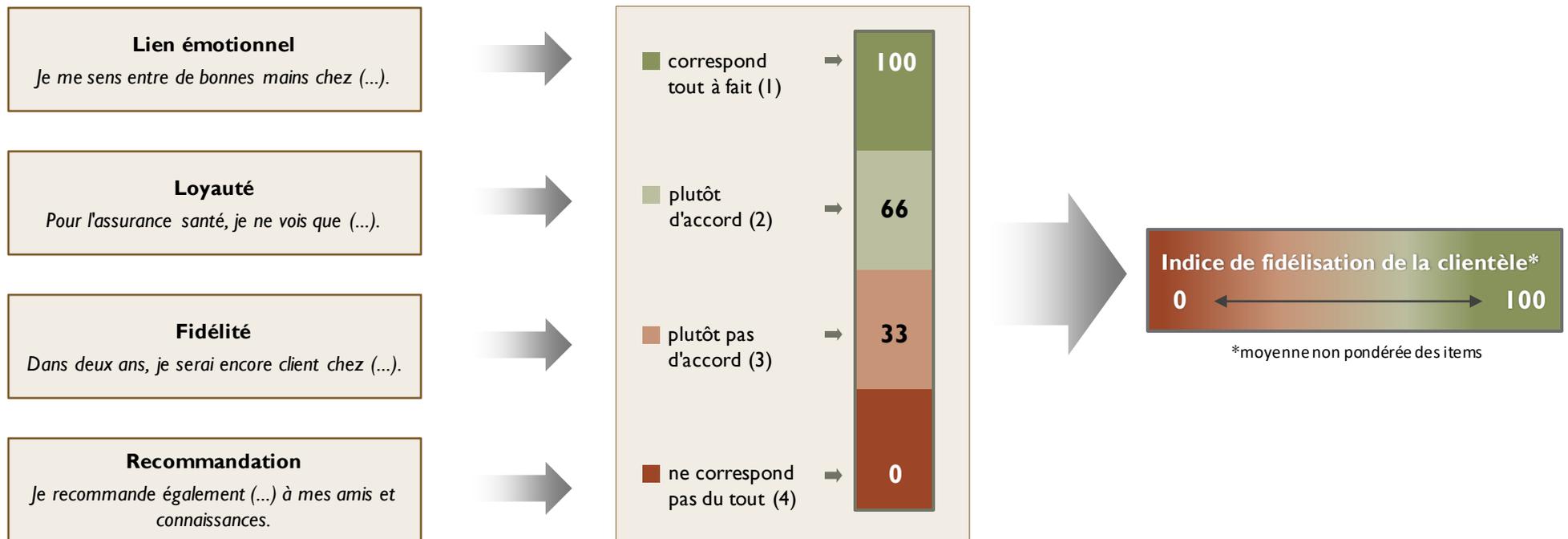
Pour le succès à long terme et durable d'une entreprise, il est important d'avoir des clients satisfaits - mais la satisfaction des clients n'est qu'une condition nécessaire au sens mathématique du terme. La condition suffisante - et donc le critère le plus "dur" et le plus pertinent - est en revanche la fidélisation du client. C'est elle qui garantit que le client continuera à contribuer au succès de l'entreprise.

Les clients attachés se distinguent avant tout par une attitude émotionnelle positive envers le fournisseur, une grande fidélité et loyauté ainsi qu'une forte propension à recommander l'entreprise. La construction psychique et hypothétique de la "fidélisation de la clientèle" peut donc être opérationnalisée à des fins d'étude et de pilotage à l'aide de ces paramètres.

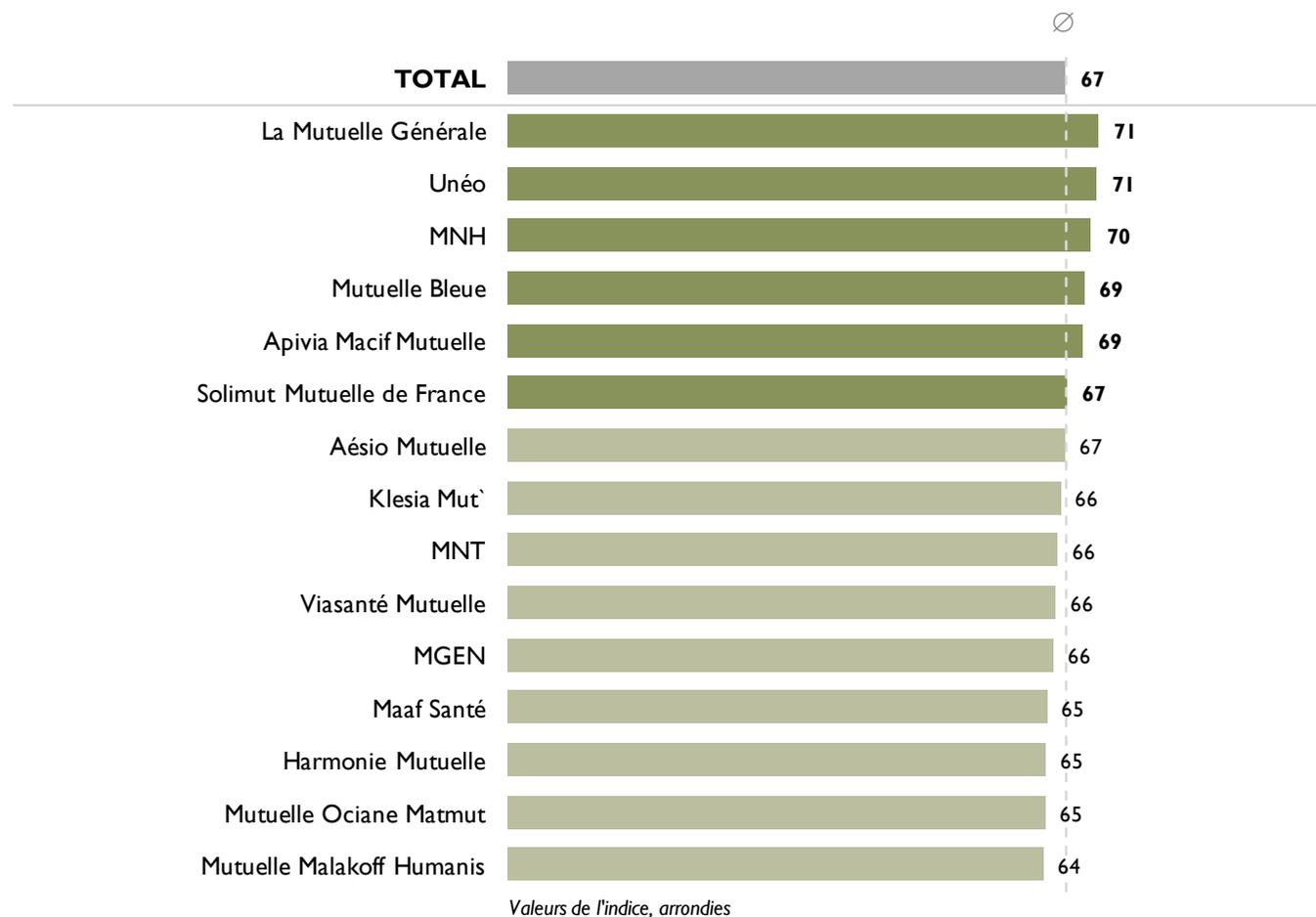
Dans la présente étude, la fidélisation de la clientèle est donc saisie au moyen d'un indice composé des quatre questions suivantes, qui sont testées sur une échelle d'aptitude à 4 niveaux, symétrique et entièrement verbalisée.

	correspond tout à fait	plutôt d'accord	plutôt pas d'accord	ne correspond pas du tout
• <i>Je me sens entre de bonnes mains chez (...).</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• <i>Pour l'assurance santé, je ne vois que (...).</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• <i>Dans deux ans, je serai encore client chez (...).</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• <i>Je recommande également (...) à mes amis et connaissances.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

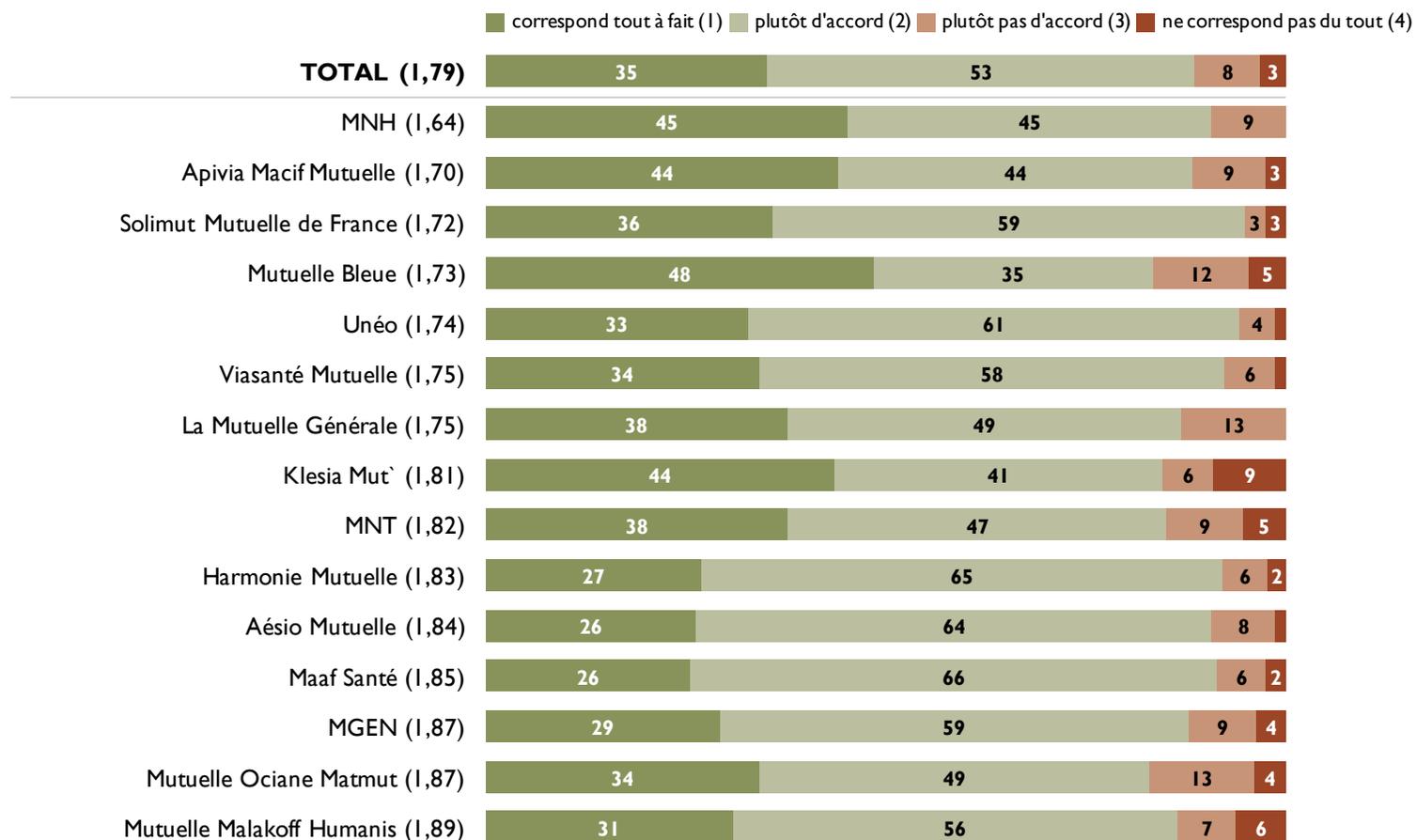
Modèle de calcul de l'indice de fidélisation de la clientèle ServiceValue



Indice de fidélisation de la clientèle – Mutuelles



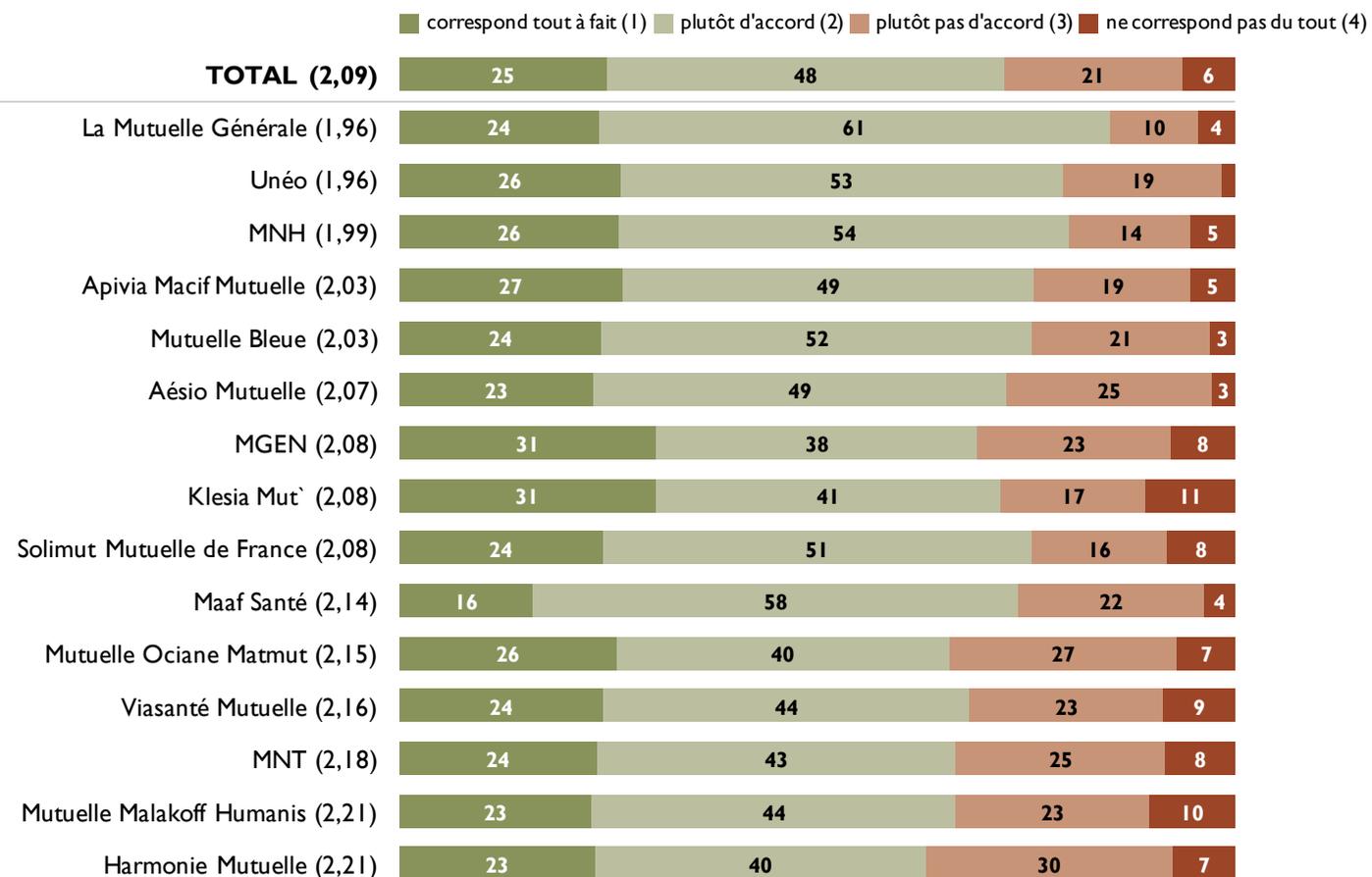
Lien émotionnel – Mutuelles



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Je me sens entre de bonnes mains chez (...).

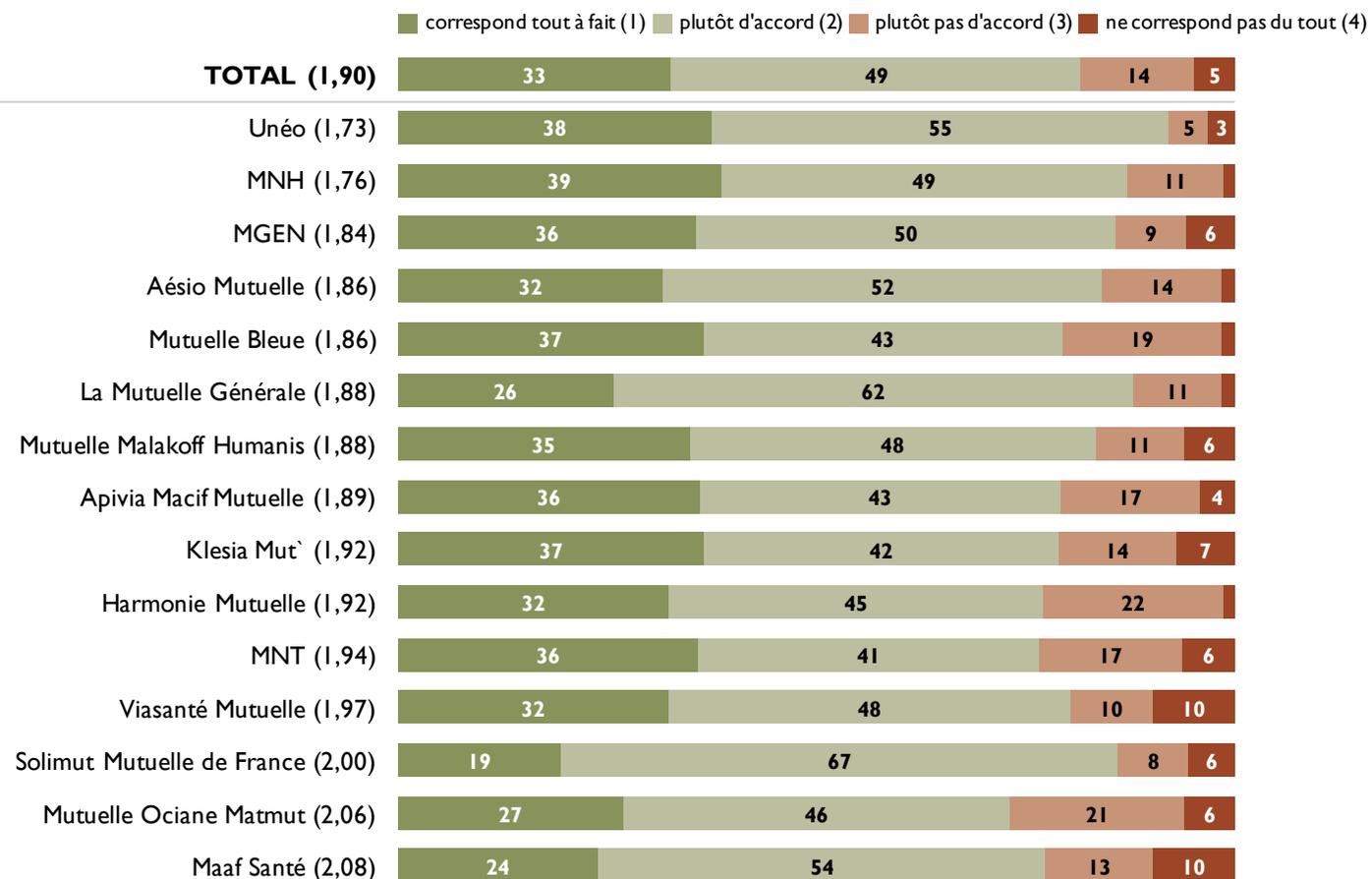
Loyauté – Mutuelles



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Pour l'assurance santé, je ne vois que (...).

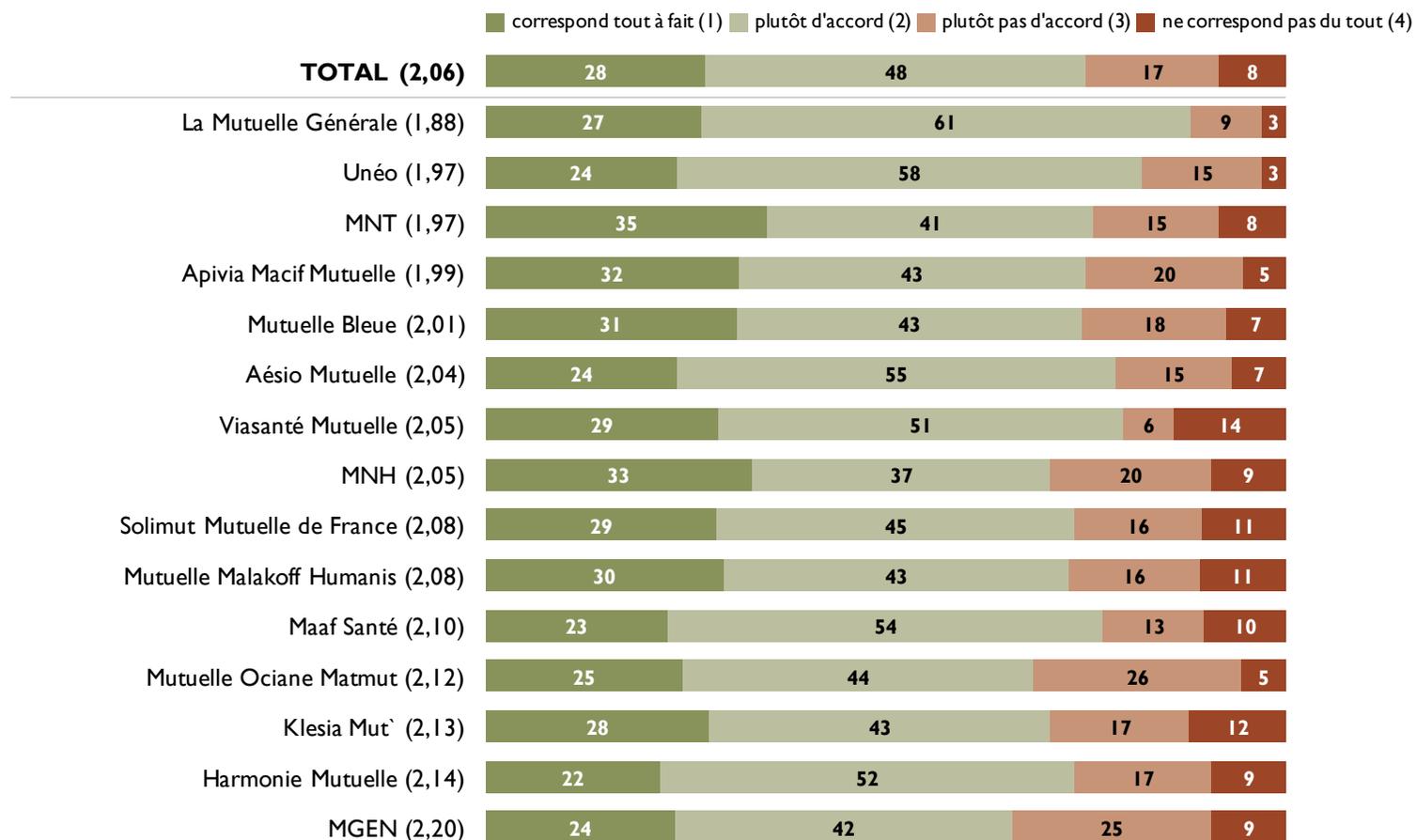
Fidélité – Mutuelles



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Dans deux ans, je serai encore client chez (...).

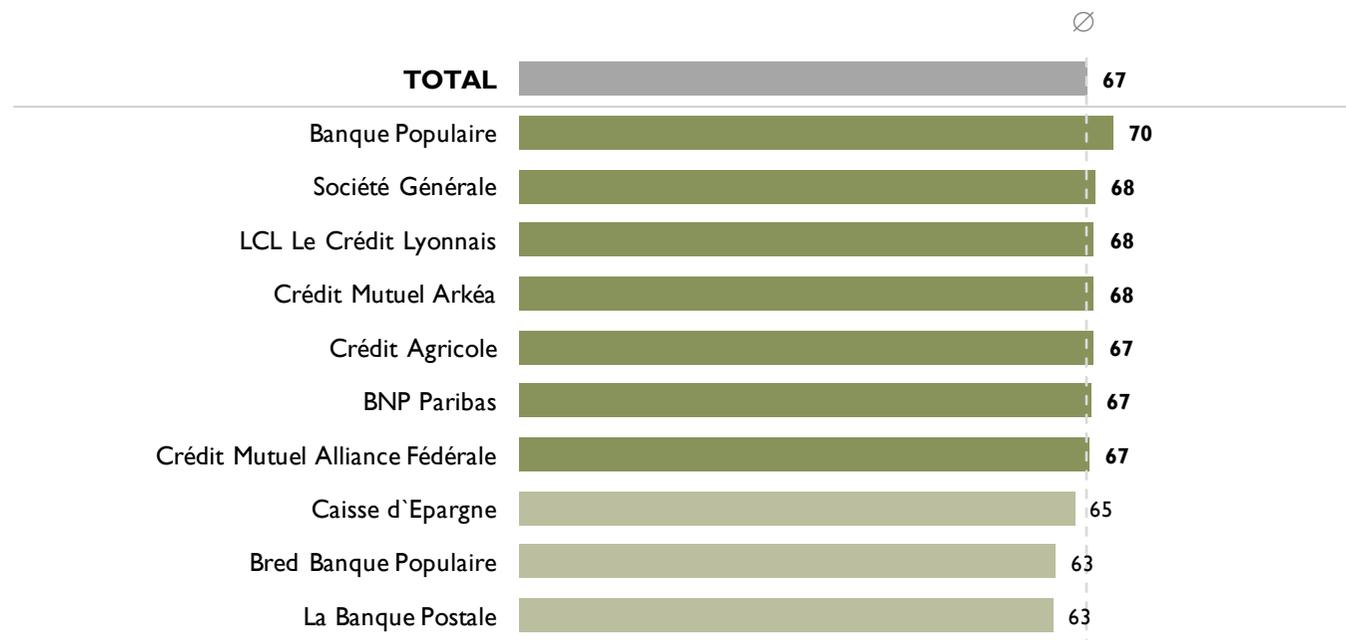
Recommandation – Mutuelles



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

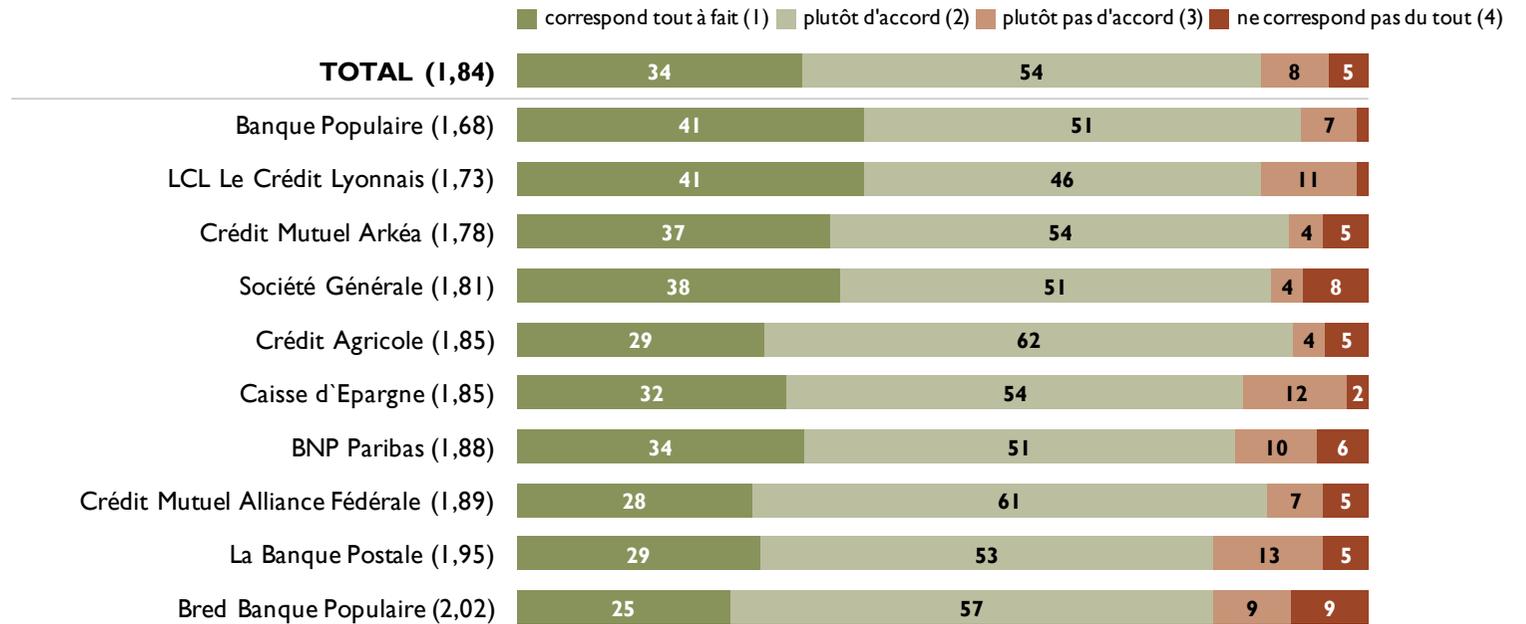
Question: Je recommande également (...) à mes amis et connaissances.

Indice de fidélisation de la clientèle – Bancassurances



Valeurs de l'indice, arrondies

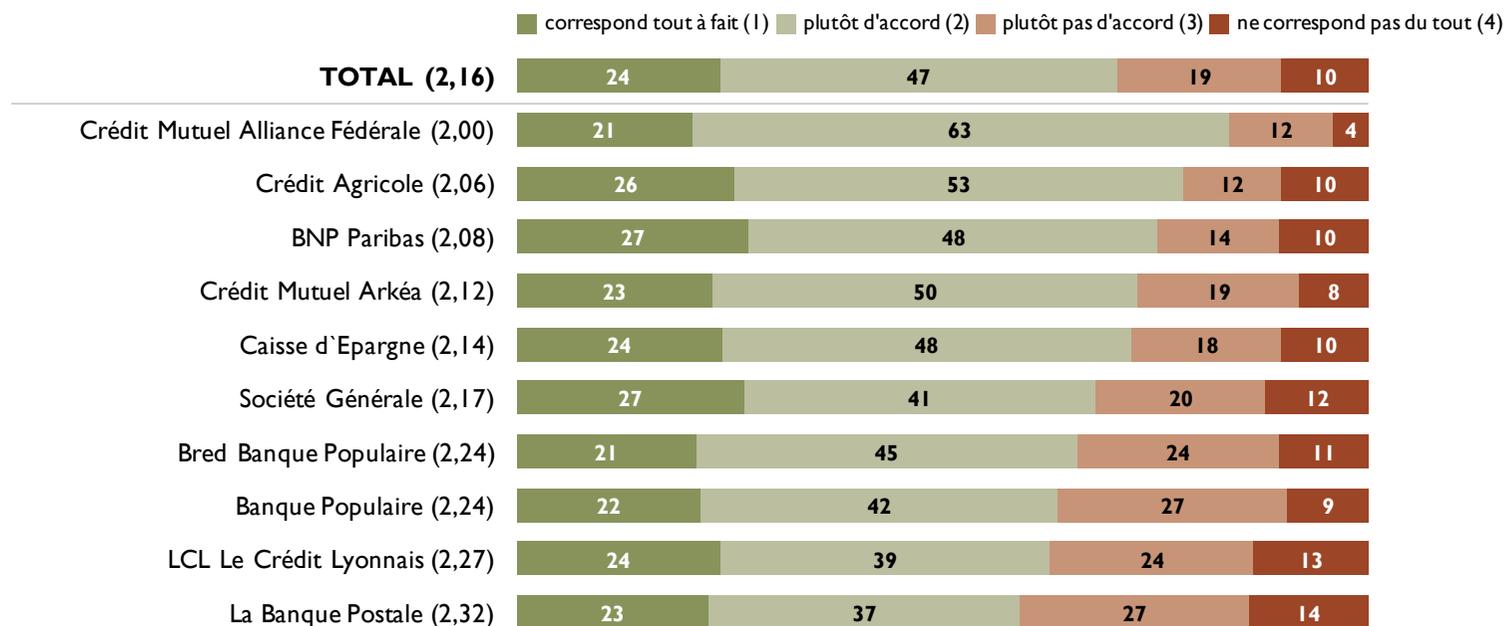
Lien émotionnel – Bancassurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Je me sens entre de bonnes mains chez (...).

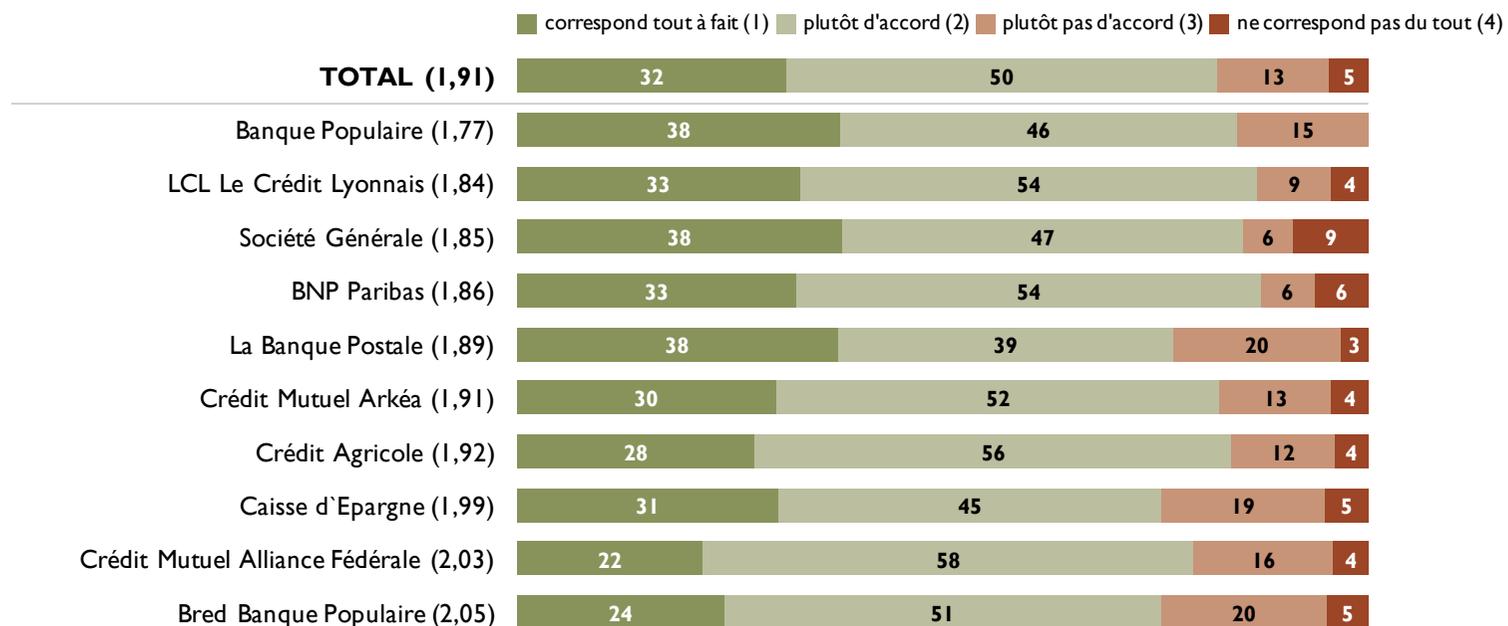
Loyauté – Bancassurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Pour l'assurance santé, je ne vois que (...).

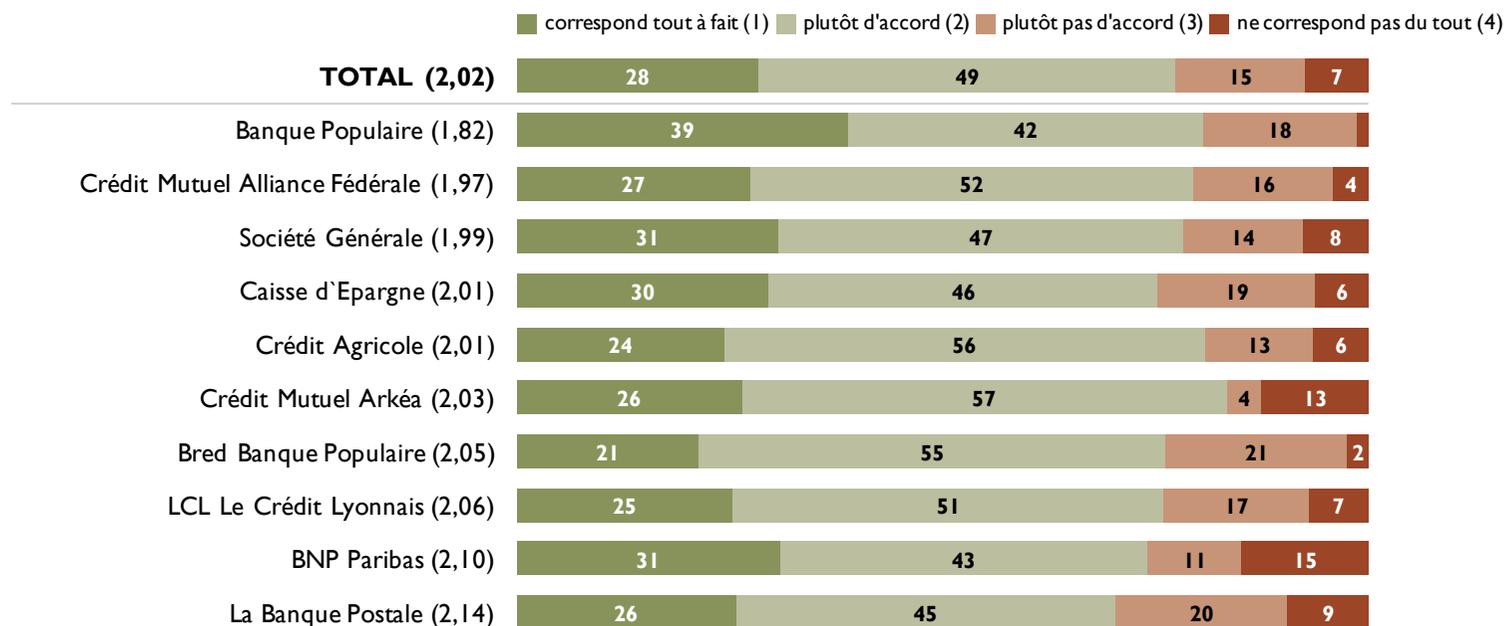
Fidélité – Bancassurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Dans deux ans, je serai encore client chez (...).

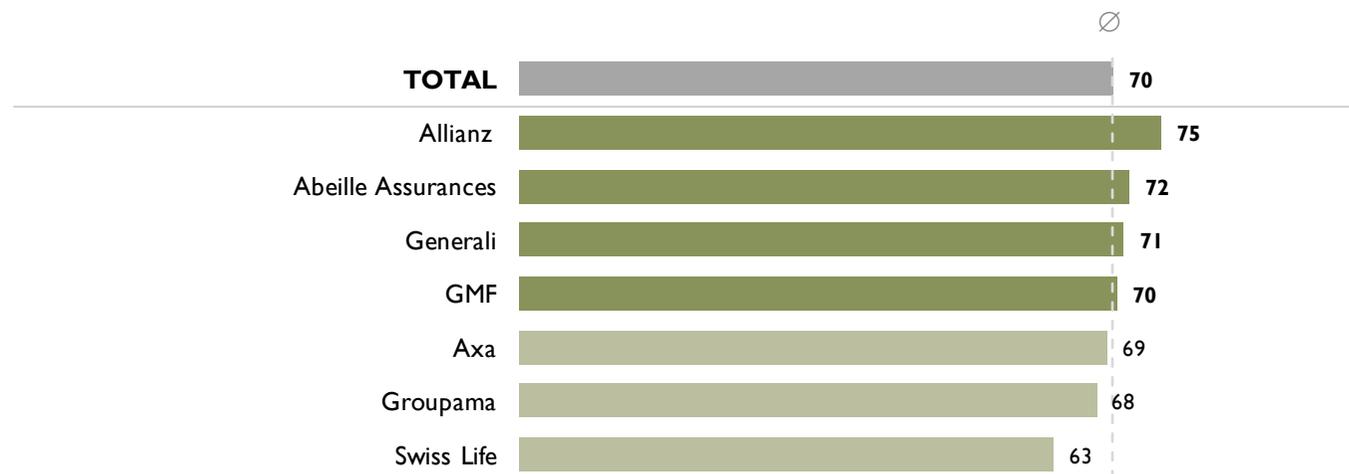
Recommandation – Bancassurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

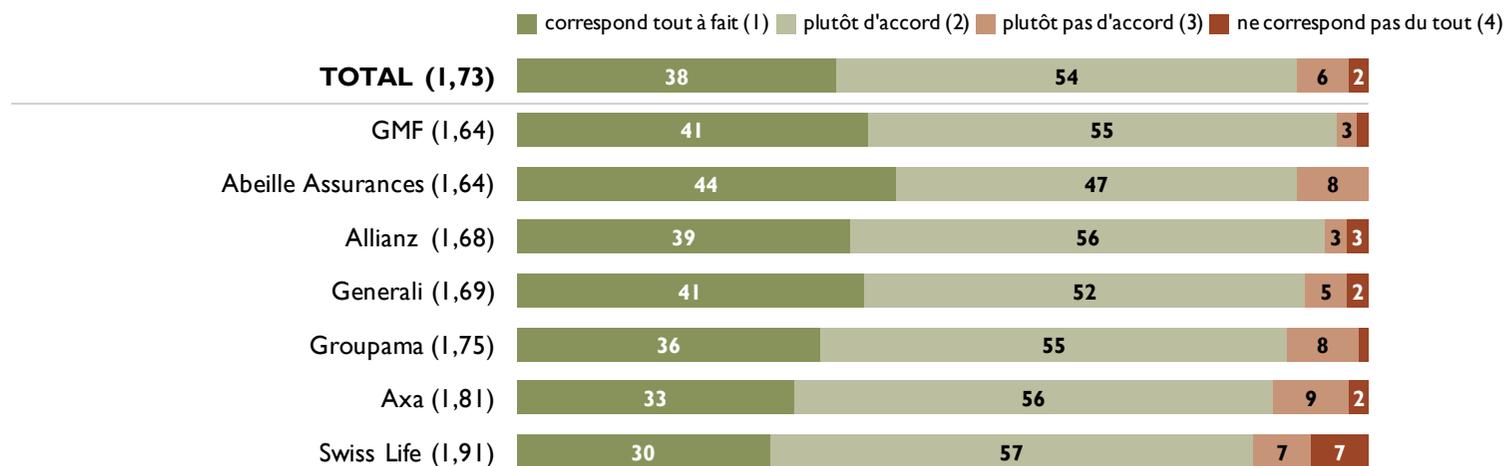
Question: Je recommande également (...) à mes amis et connaissances.

Indice de fidélisation de la clientèle – Assurances



Valeurs de l'indice, arrondies

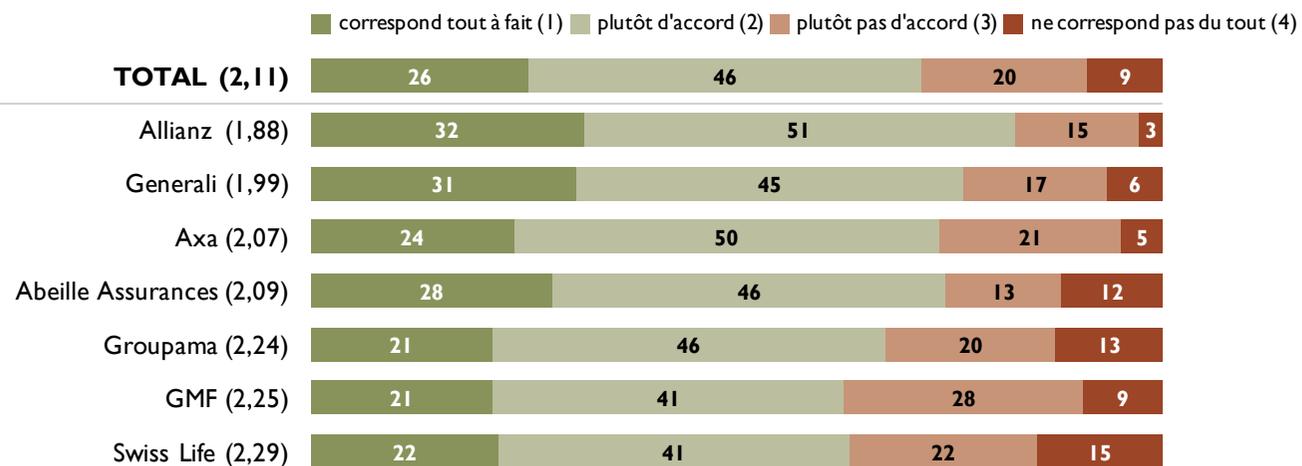
Lien émotionnel – Assurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Je me sens entre de bonnes mains chez (...).

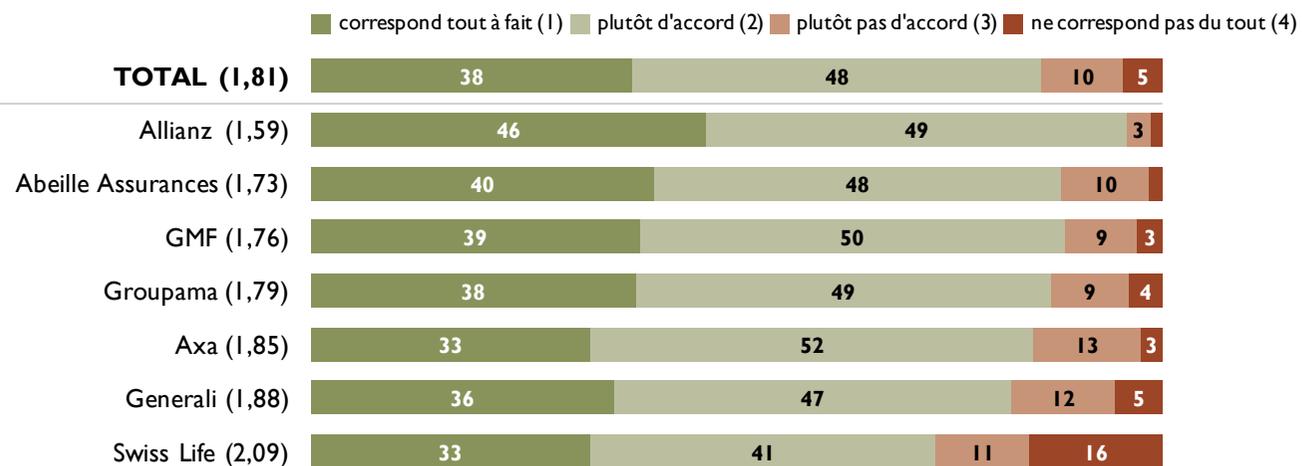
Loyauté – Assurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Pour l'assurance santé, je ne vois que (...).

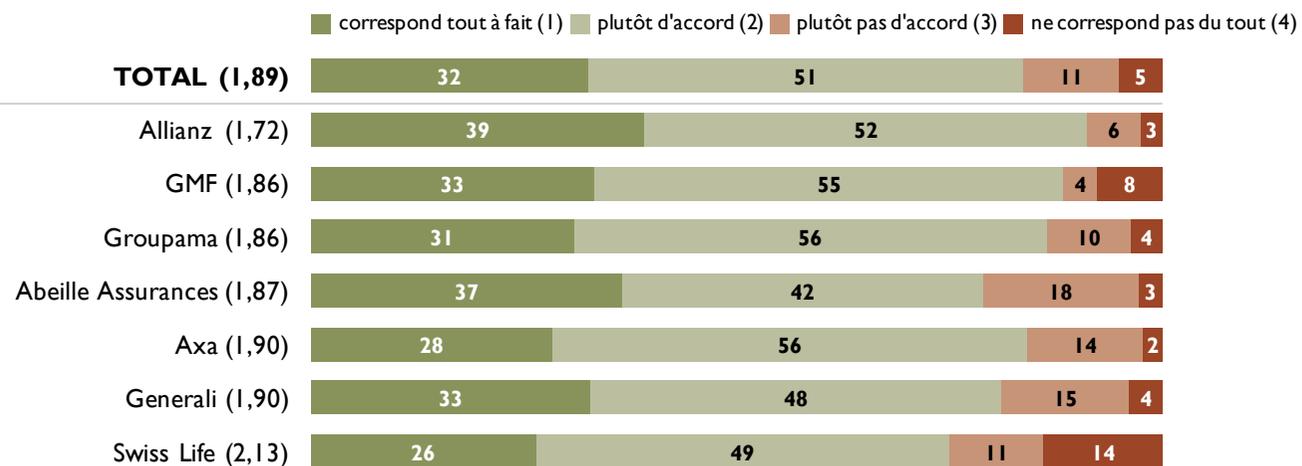
Fidélité – Assurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Dans deux ans, je serai encore client chez (...).

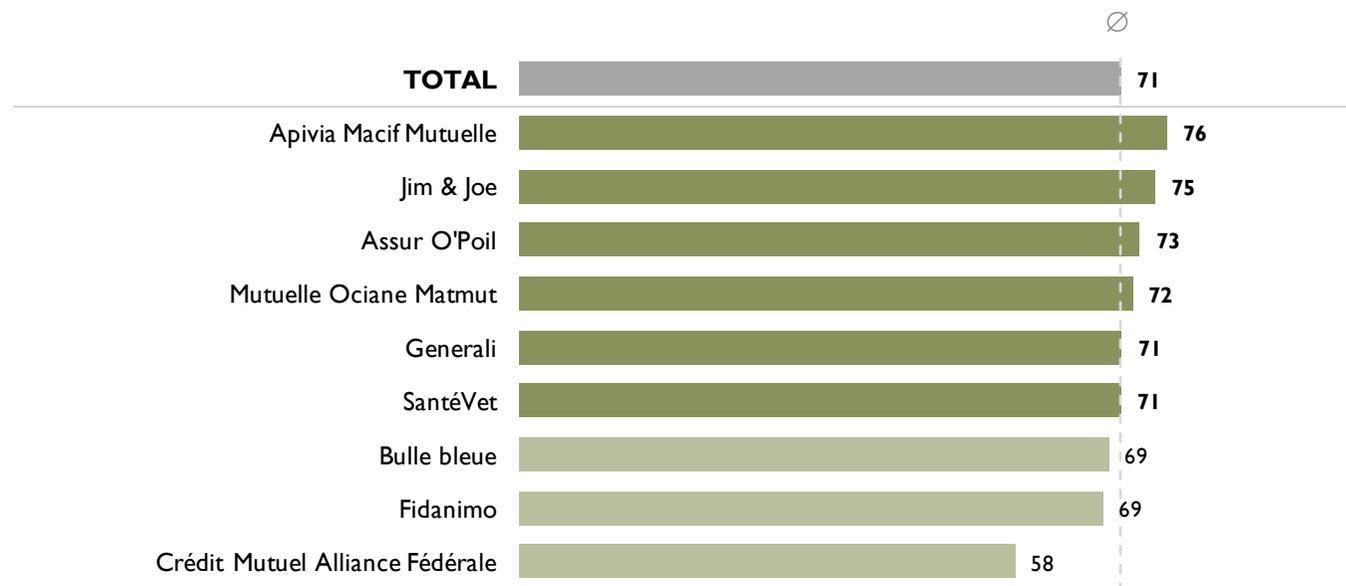
Recommandation – Assurances



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

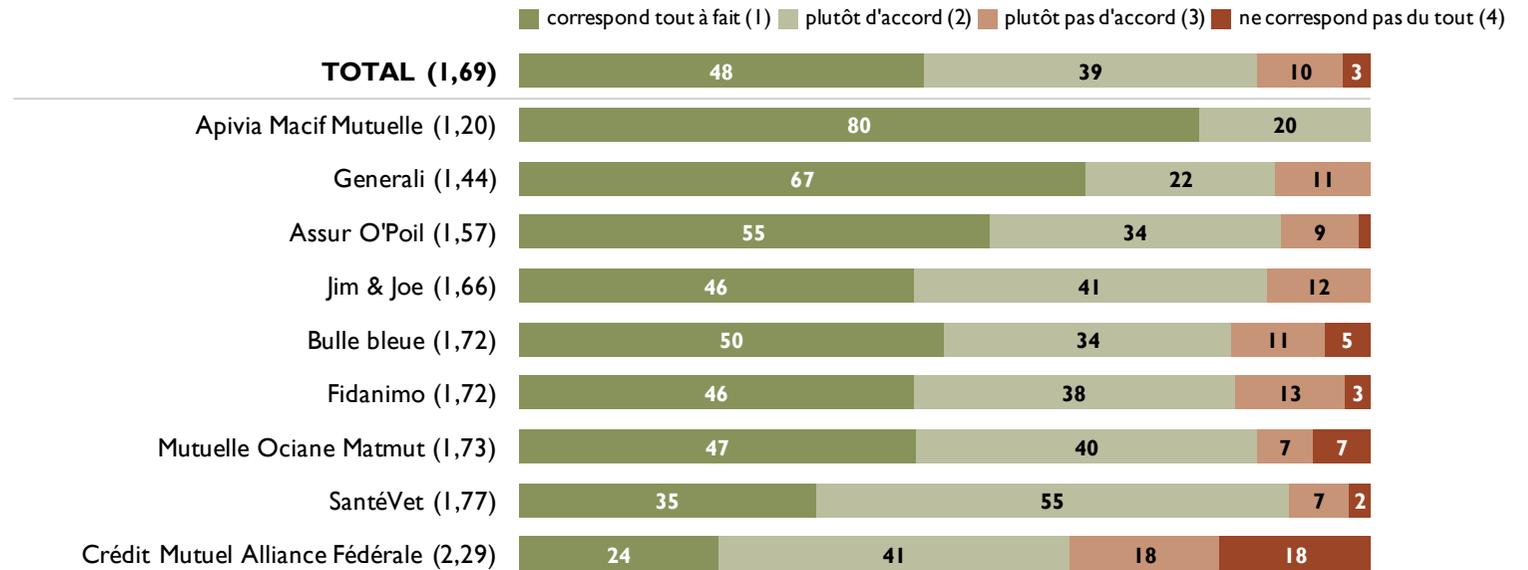
Question: Je recommande également (...) à mes amis et connaissances.

Indice de fidélisation de la clientèle – Assurances chien et chat



Valeurs de l'indice, arrondies

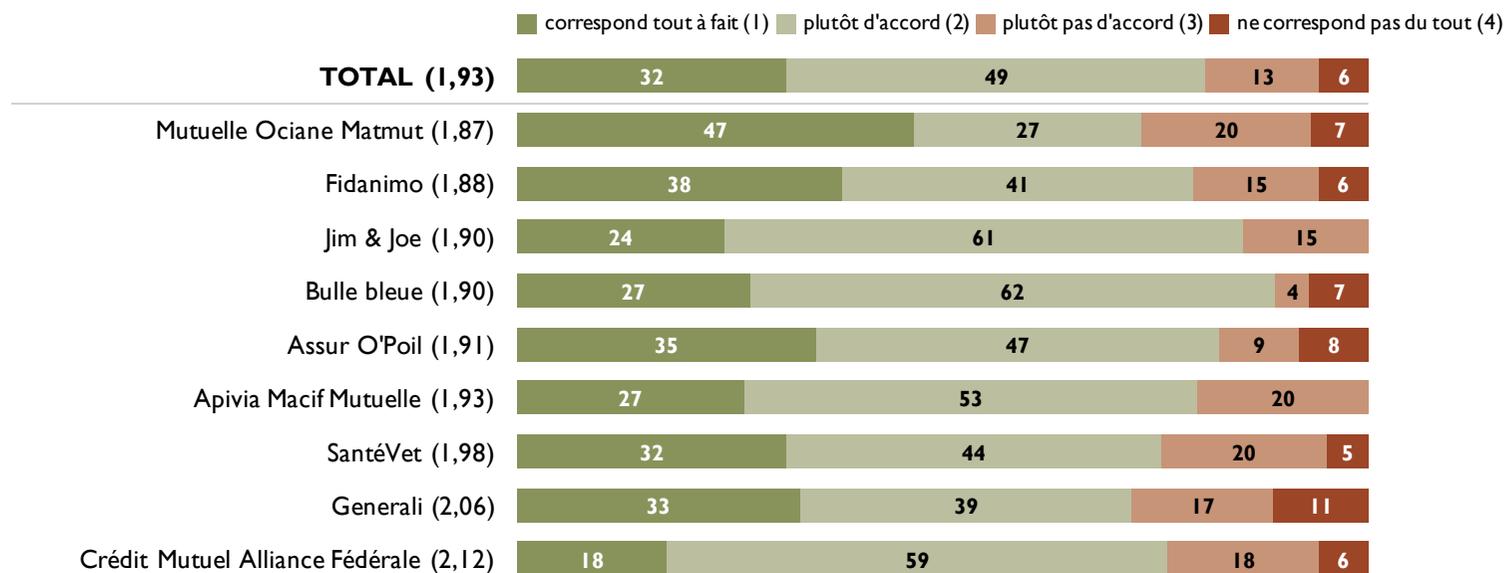
Lien émotionnel – Assurances chien et chat



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Je me sens entre de bonnes mains chez (...).

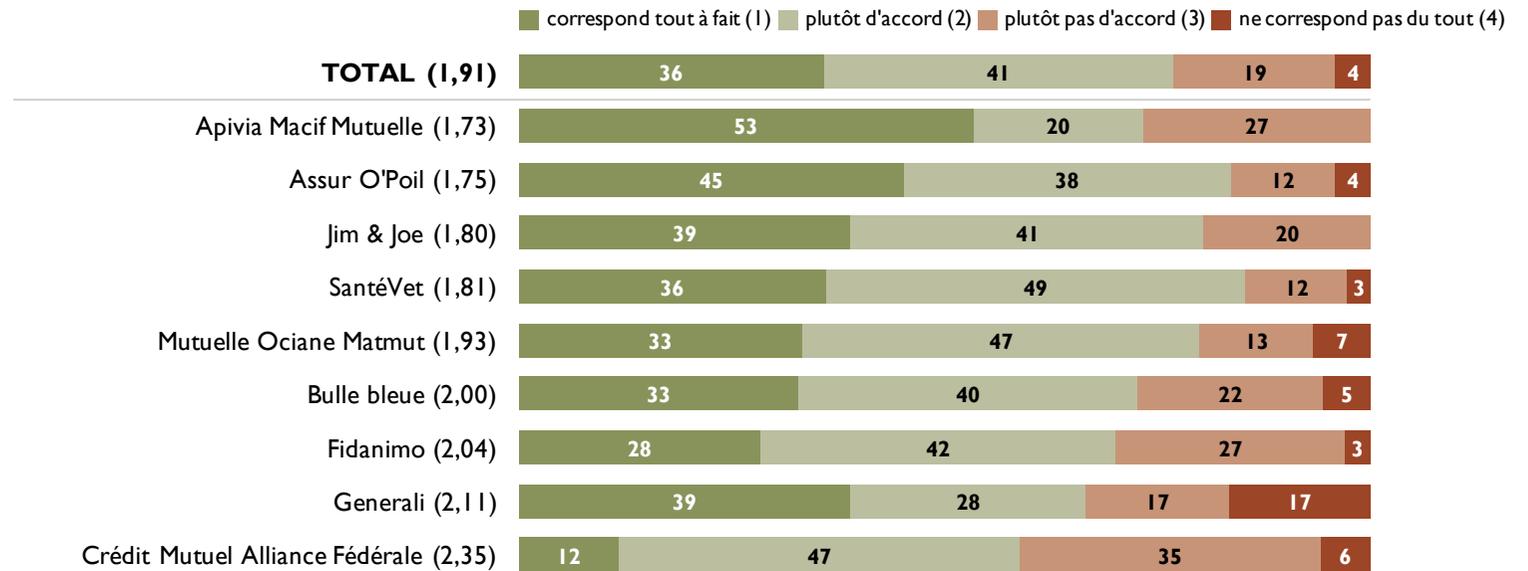
Loyauté – Assurances chien et chat



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Pour l'assurance santé, je ne vois que (...).

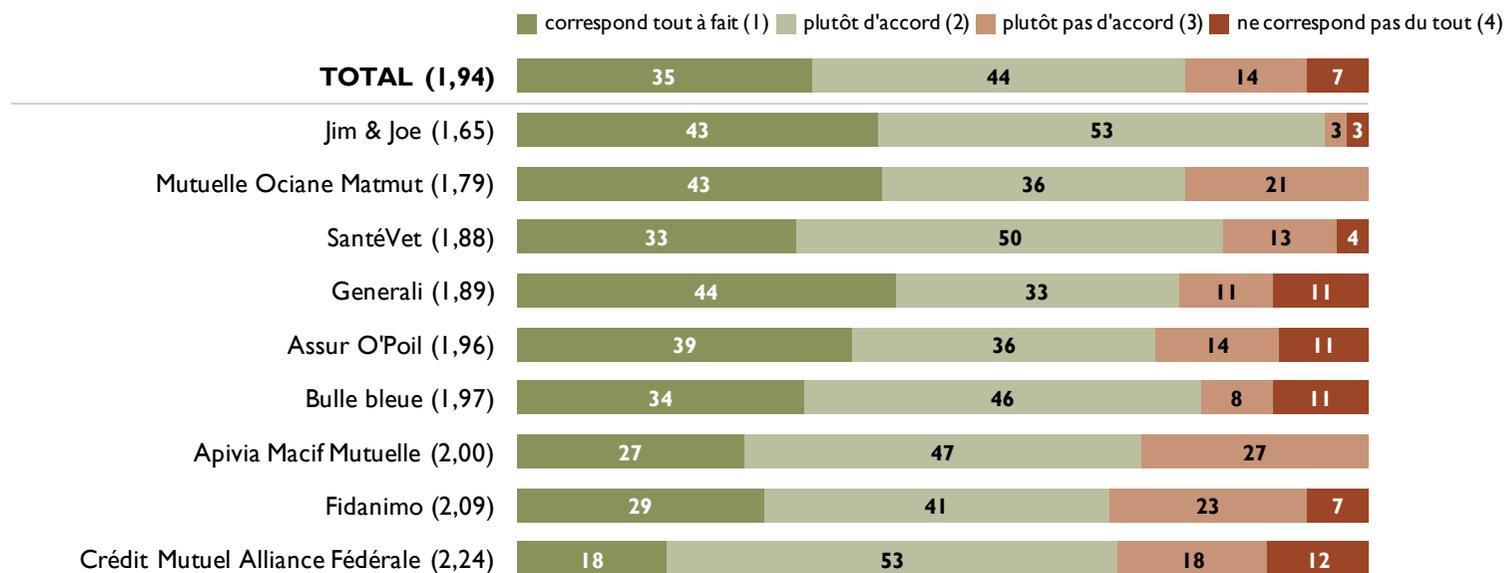
Fidélité – Assurances chien et chat



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Dans deux ans, je serai encore client chez (...).

Recommandation – Assurances chien et chat



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Je recommande également (...) à mes amis et connaissances.

Analyse de pertinence pour déterminer les moteurs de la fidélisation de la clientèle (I)

Mesure directe et effets de distorsion

De nombreux aspects différents de la performance et du service ainsi que des attributs de qualité ont une influence positive ou négative sur la fidélisation de la clientèle - mais pas tous dans la même mesure. Mais quelle est l'influence d'une seule caractéristique de performance? Dans un tel cas, poser directement la question au client n'est certainement que la deuxième meilleure solution, car une multitude d'effets contribuent à fausser les résultats:

- **Inflation des exigences:** lorsqu'il est interrogé directement, le répondant accorde la même importance à presque tous les aspects.
- **Augmentation de l'estime de soi:** le répondant veut "faire mieux" par ses réponses.
- **Désirabilité sociale:** le répondant répond comme il pense qu'on l'attend de lui.
- **Acquiescement:** les personnes interrogées ont tendance - indépendamment du contenu des questions - à répondre plutôt par "oui", "c'est vrai" ou "c'est bien".
- **Stratégie de réponse:** par son comportement de

réponse, la personne interrogée veut orienter les résultats dans une certaine direction.

La rationalisation des réponses liée à l'interrogation directe conduit en outre souvent à une surévaluation du prix ou d'aspects similaires au prix. Des critères plutôt subconscients ne sont donc pas pris en compte ou seulement de manière insuffisante.

Alternative: détermination indirecte

ServiceValue utilise donc une approche indirecte pour éviter de telles distorsions liées à la méthodologie.

Cette forme indirecte de mesure se base sur une détermination statistique de la relation de cause à effet entre les caractéristiques de performance, de service et de qualité et la mesure centrale, l'indice de fidélisation de la clientèle. Plus le lien entre un aspect et l'indice de fidélisation de la clientèle est fort, plus l'influence potentielle de cette caractéristique sur la fidélisation de la clientèle et donc sur la valeur de la clientèle et de l'entreprise est élevée.

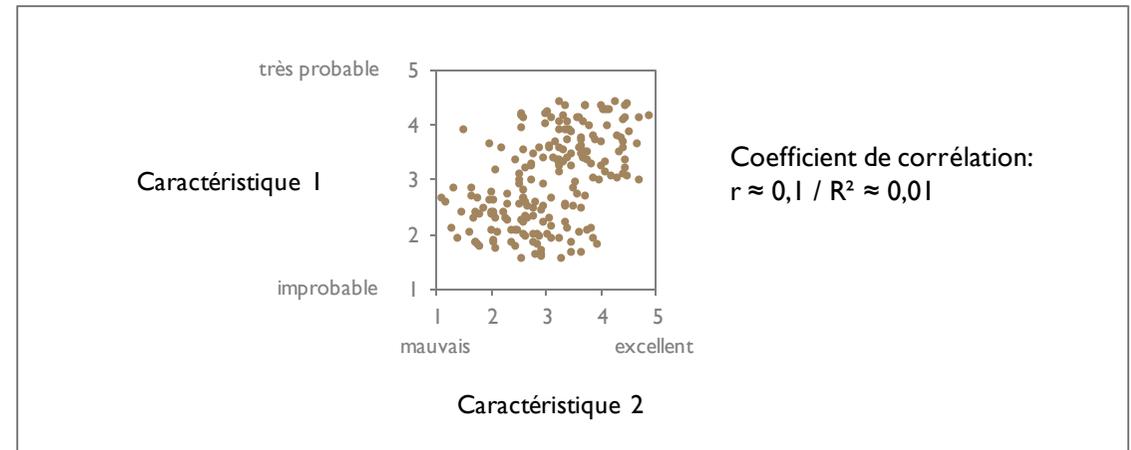
Analyse de pertinence pour déterminer les moteurs de la fidélisation de la clientèle (II)

Contexte théorique de l'analyse de pertinence

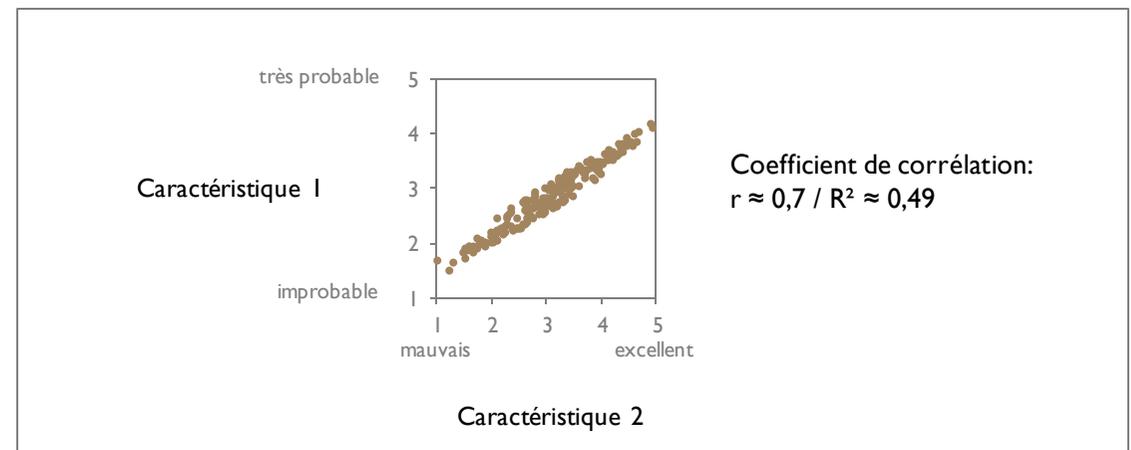
L'analyse de pertinence est une méthode de calcul statistique permettant de déterminer le lien entre deux caractéristiques.

Elle examine l'intensité de cette relation et son "sens". Le résultat est exprimé sous la forme d'un coefficient de corrélation r . Celui-ci est d'autant plus grand en valeur absolue (et donc plus proche de $+1$ ou de -1) que les points de données sont proches d'une droite imaginaire.

Évaluation	Coefficient de corrélation r	R-carré
parfait	1 / -1	1 (100%)
élevé	0,7 / -0,7	0,49 (49%)
moyen	0,5 / -0,5	0,25 (25%)
faible	0,3 / -0,3	0,09 (9%)

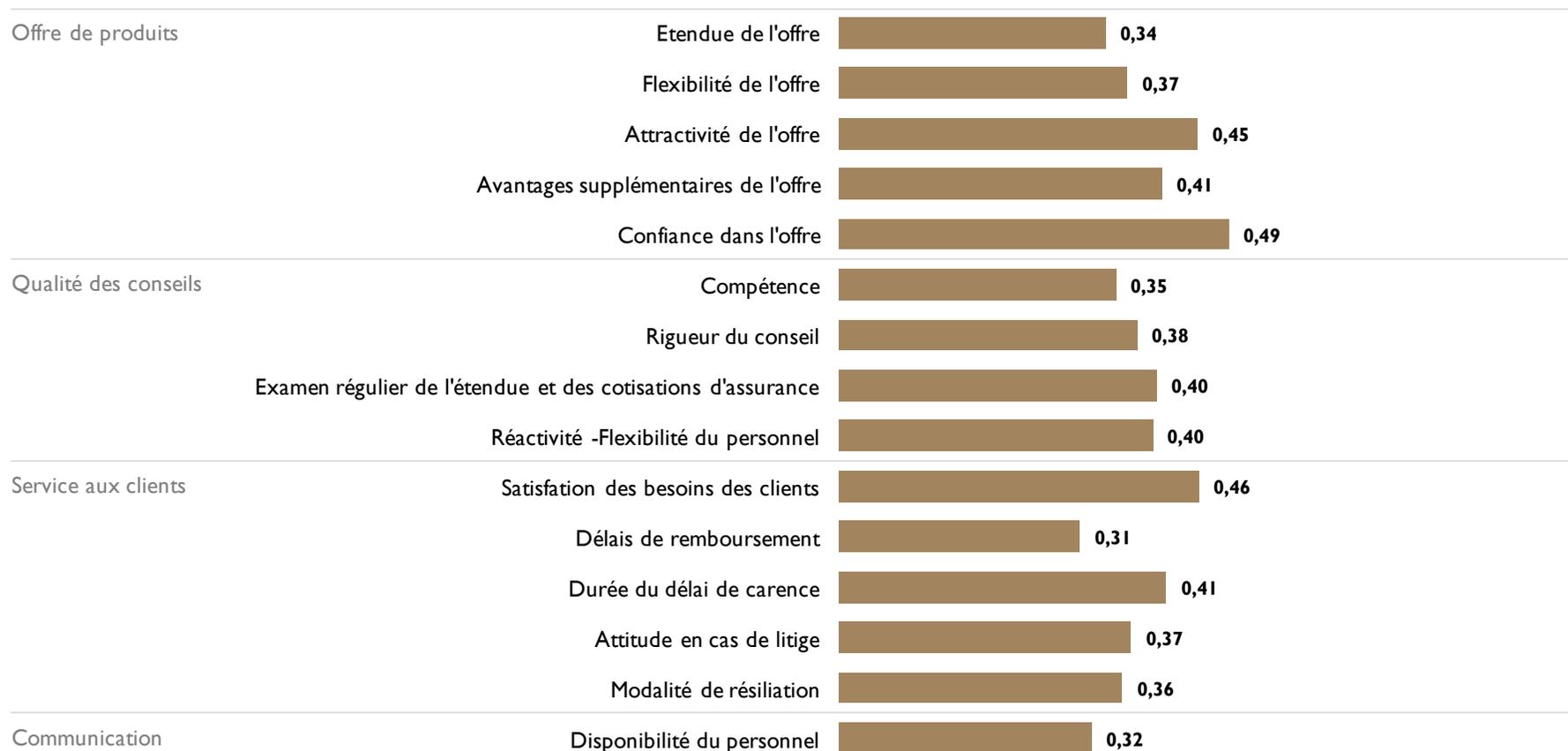


Graphique 1: Exemple de corrélation faible entre deux caractéristiques.



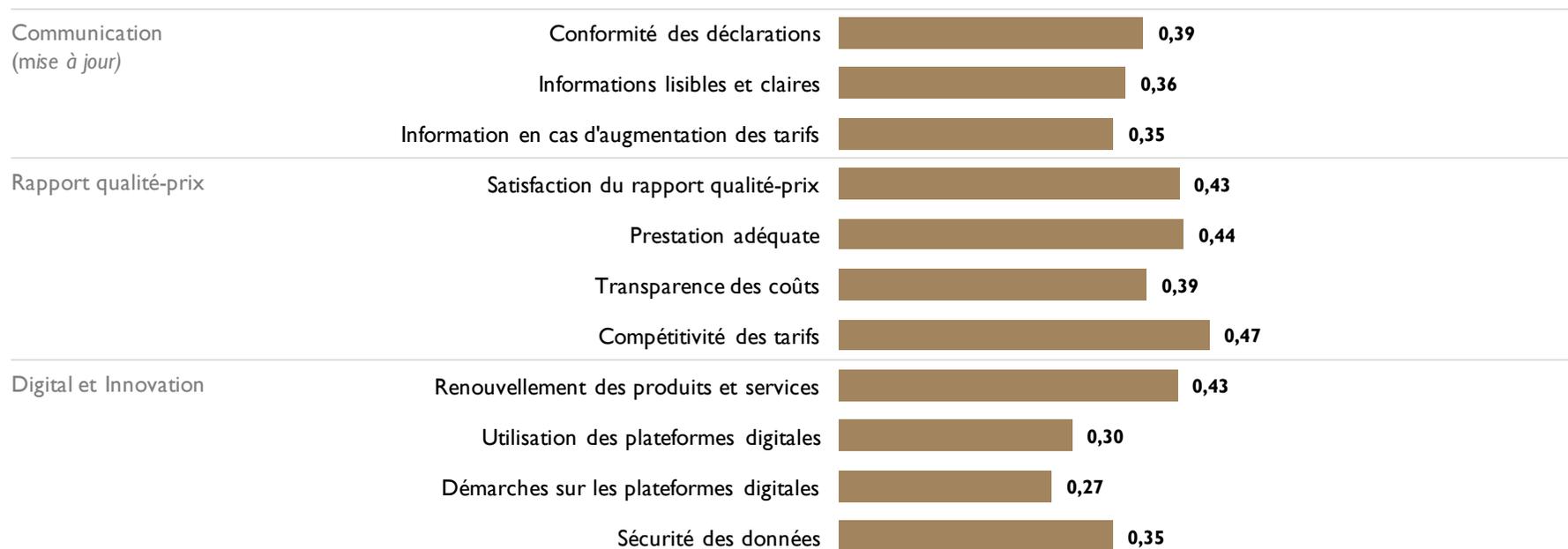
Graphique 2: Exemple de corrélation élevée entre deux caractéristiques.

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Mutuelles (I)



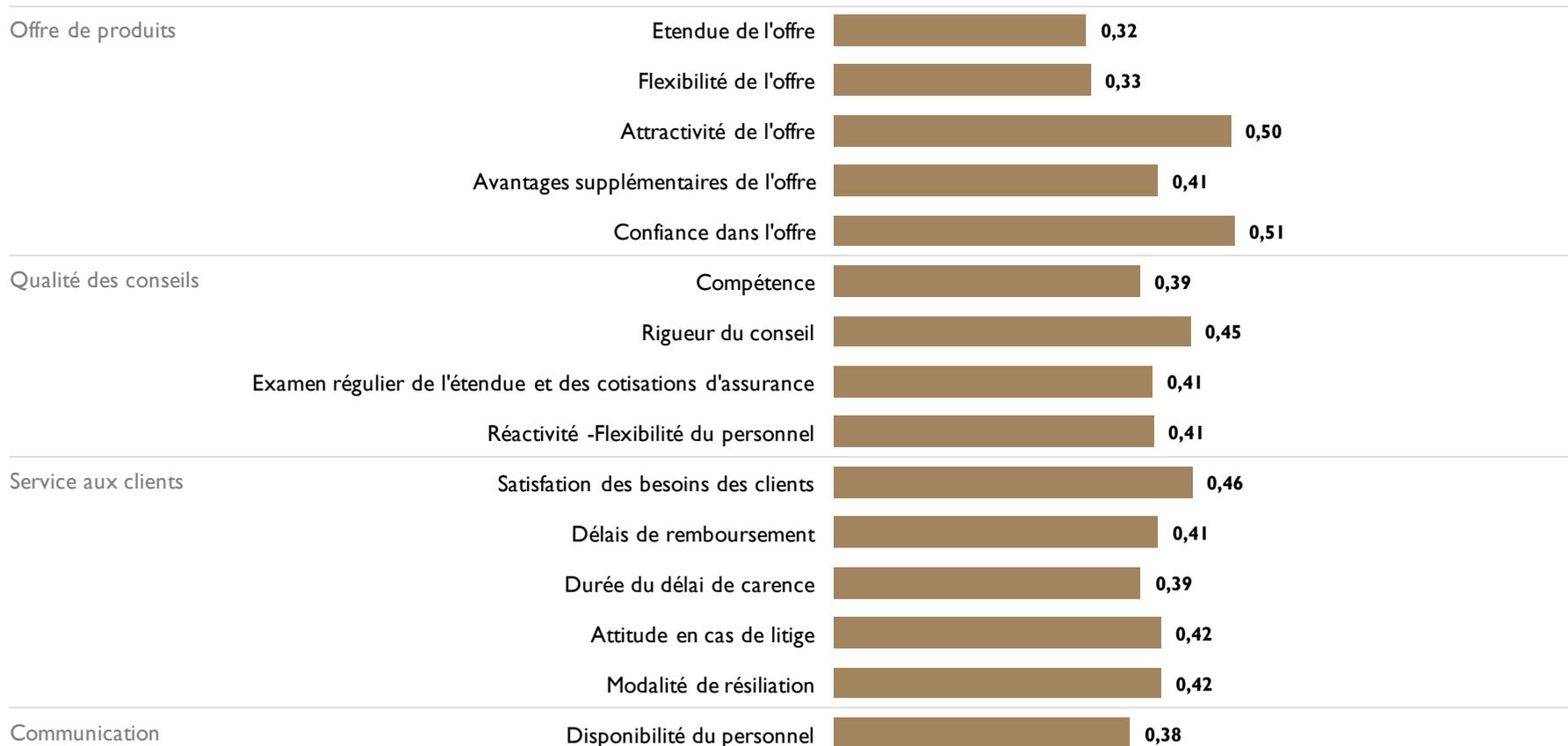
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Mutuelles (II)



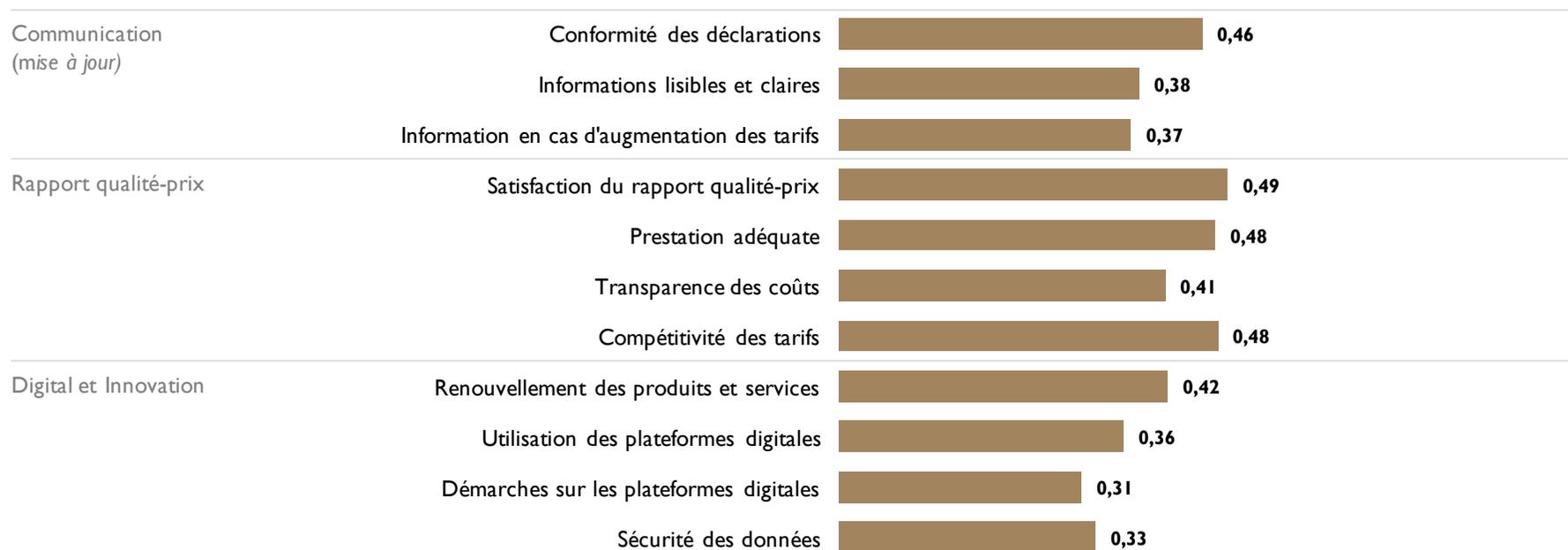
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Bancassurances (I)



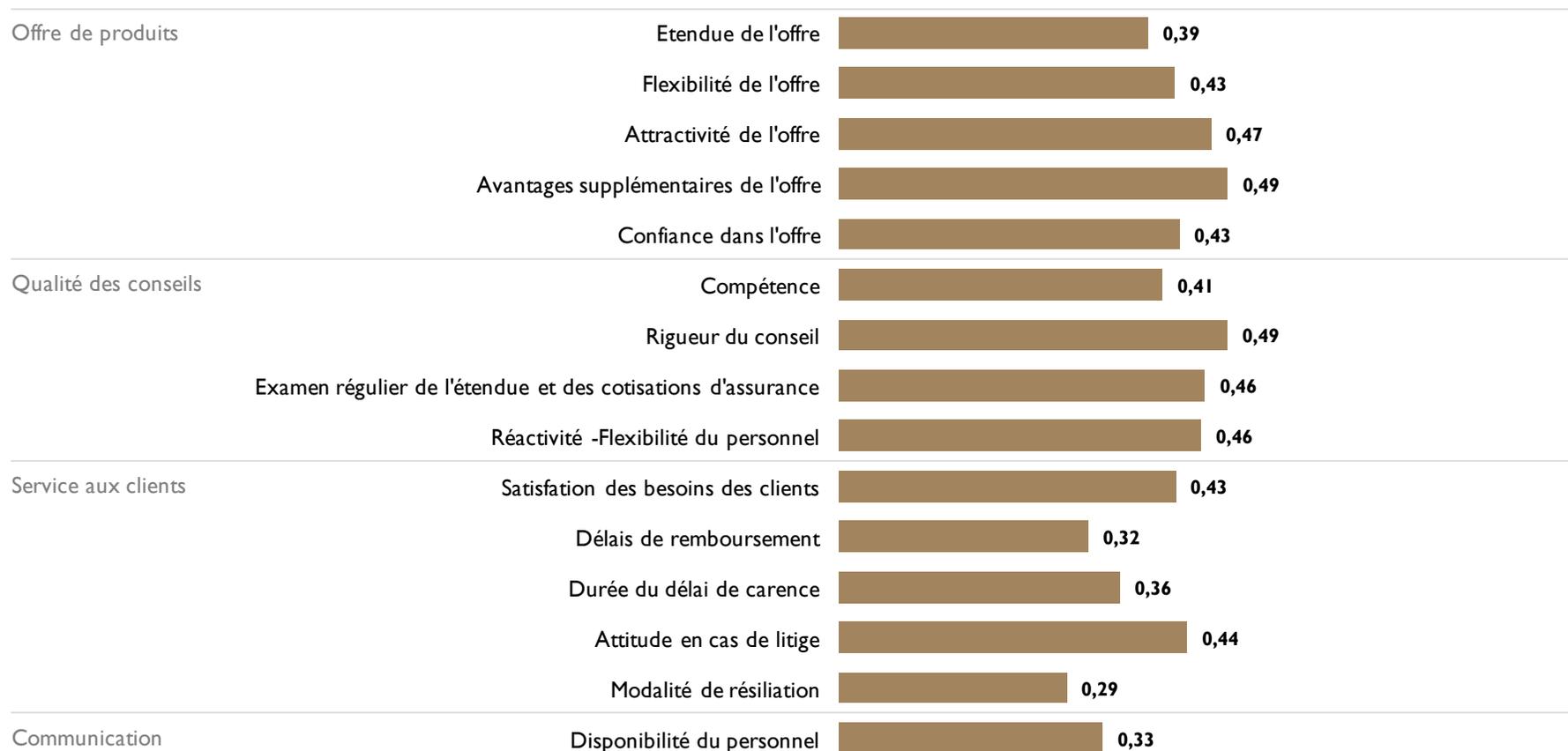
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Bancassurances (II)



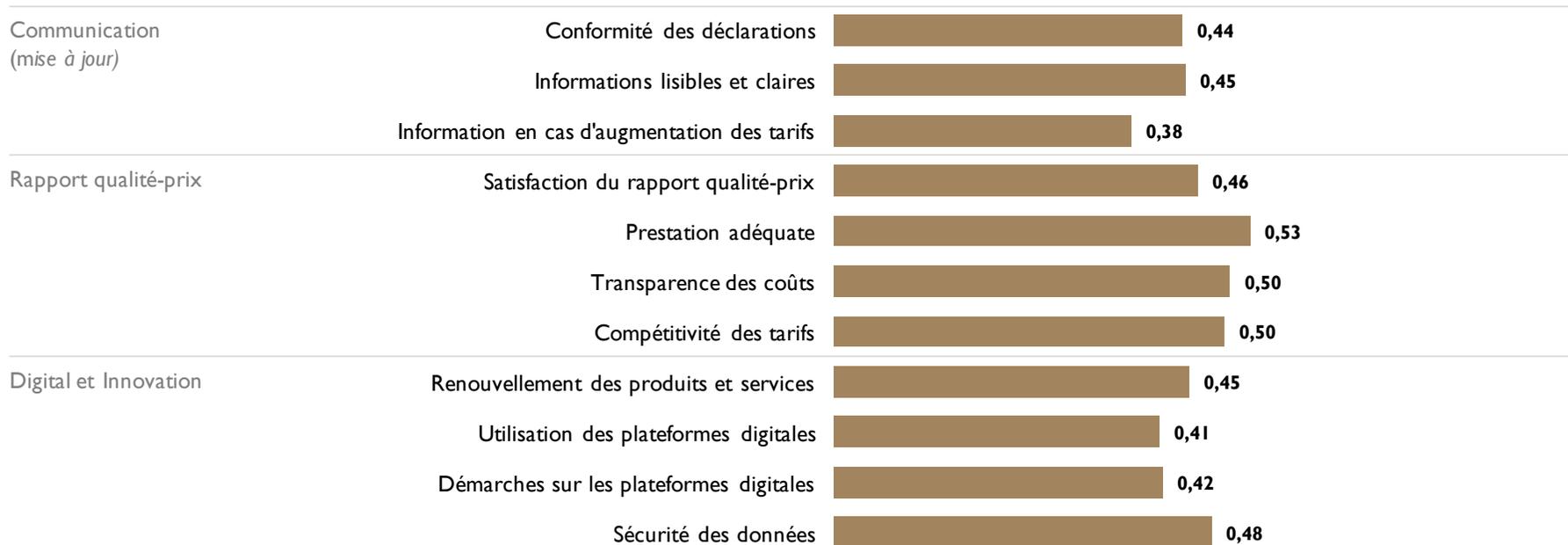
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Assurances (I)



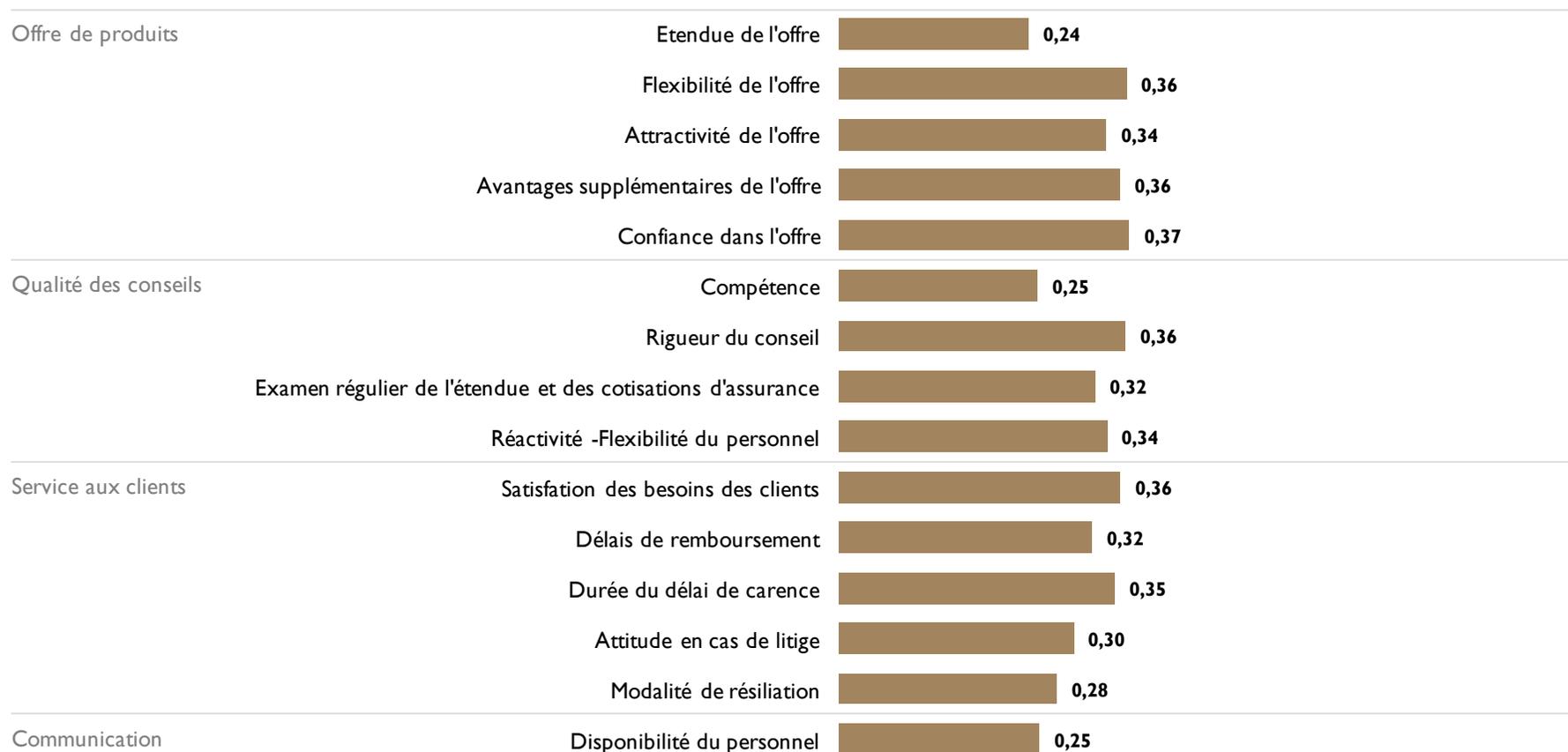
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Assurances (II)



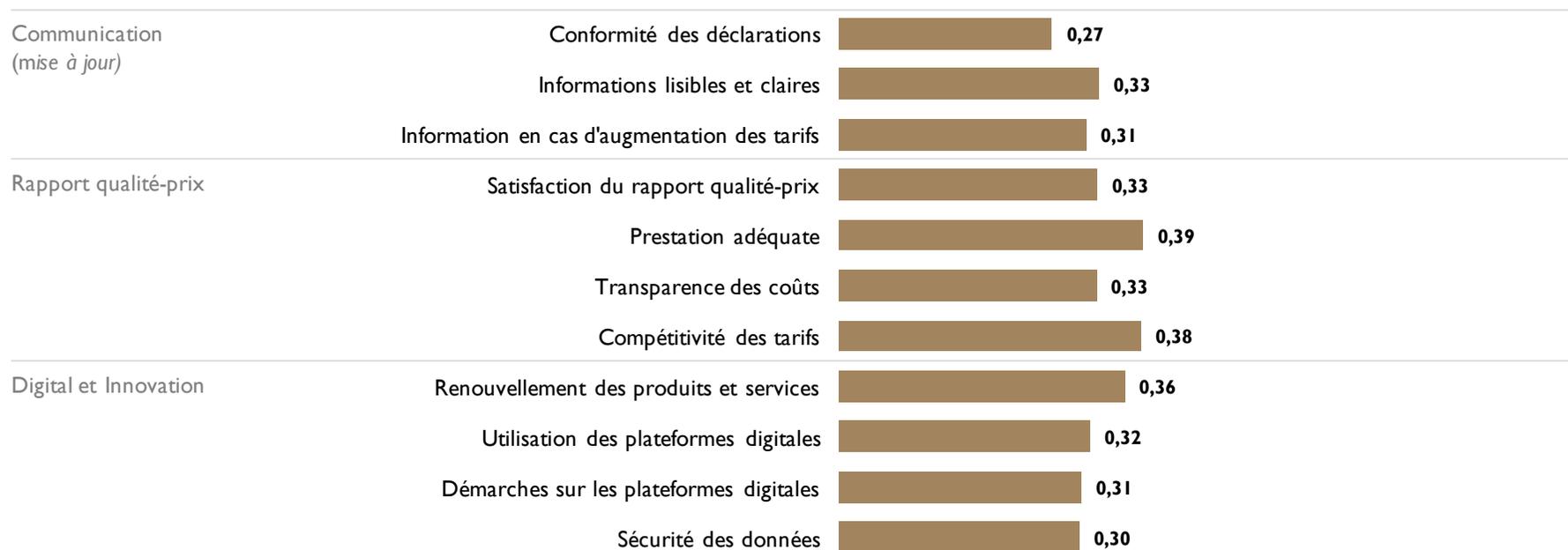
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Assurances chien et chat (I)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

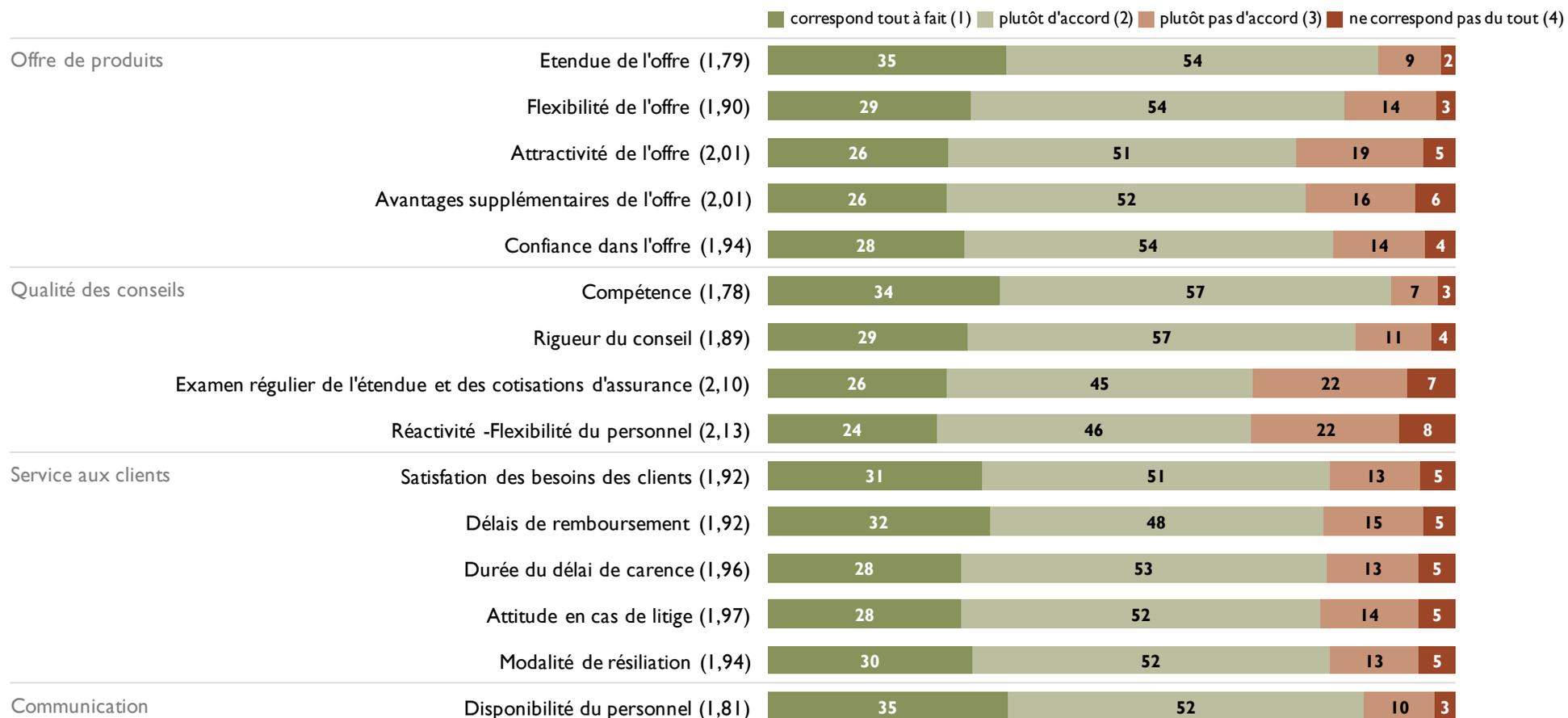
Moteurs de fidélisation de la clientèle – Assurances chien et chat (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

1. Annexe de l'enquête
2. INSTITUT DE LA QUALITÉ Appréciations des clients: Classements de qualité
3. Satisfaction globale, Orientation client et fidélisation
4. Aperçu global de toutes les caractéristiques de service et de performance
5. Profil-qualité
 - 5.1 Profil-qualité des Mutuelles
 - 5.2 Profil-qualité des Bancassurances
 - 5.3 Profil-qualité des Assurances
 - 5.4 Profil-qualité des Assurances chien et chat
6. Annexe: Explication de l'échantillon

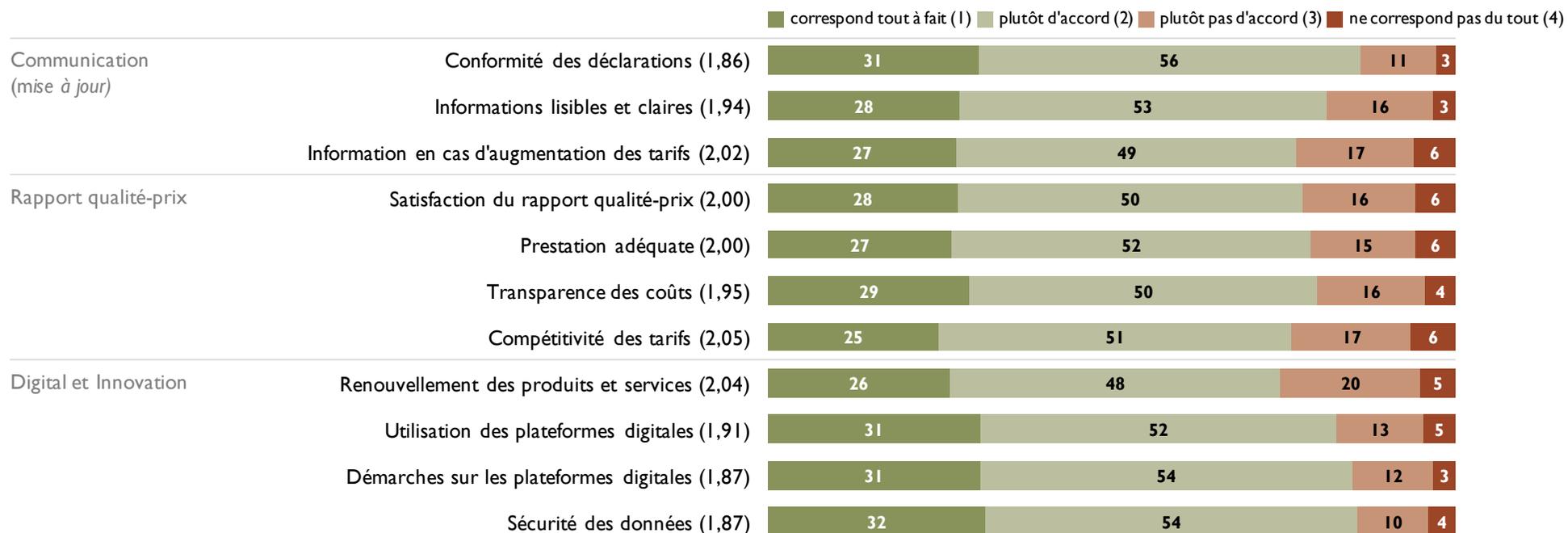
Profil-qualité – Mutuelles (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

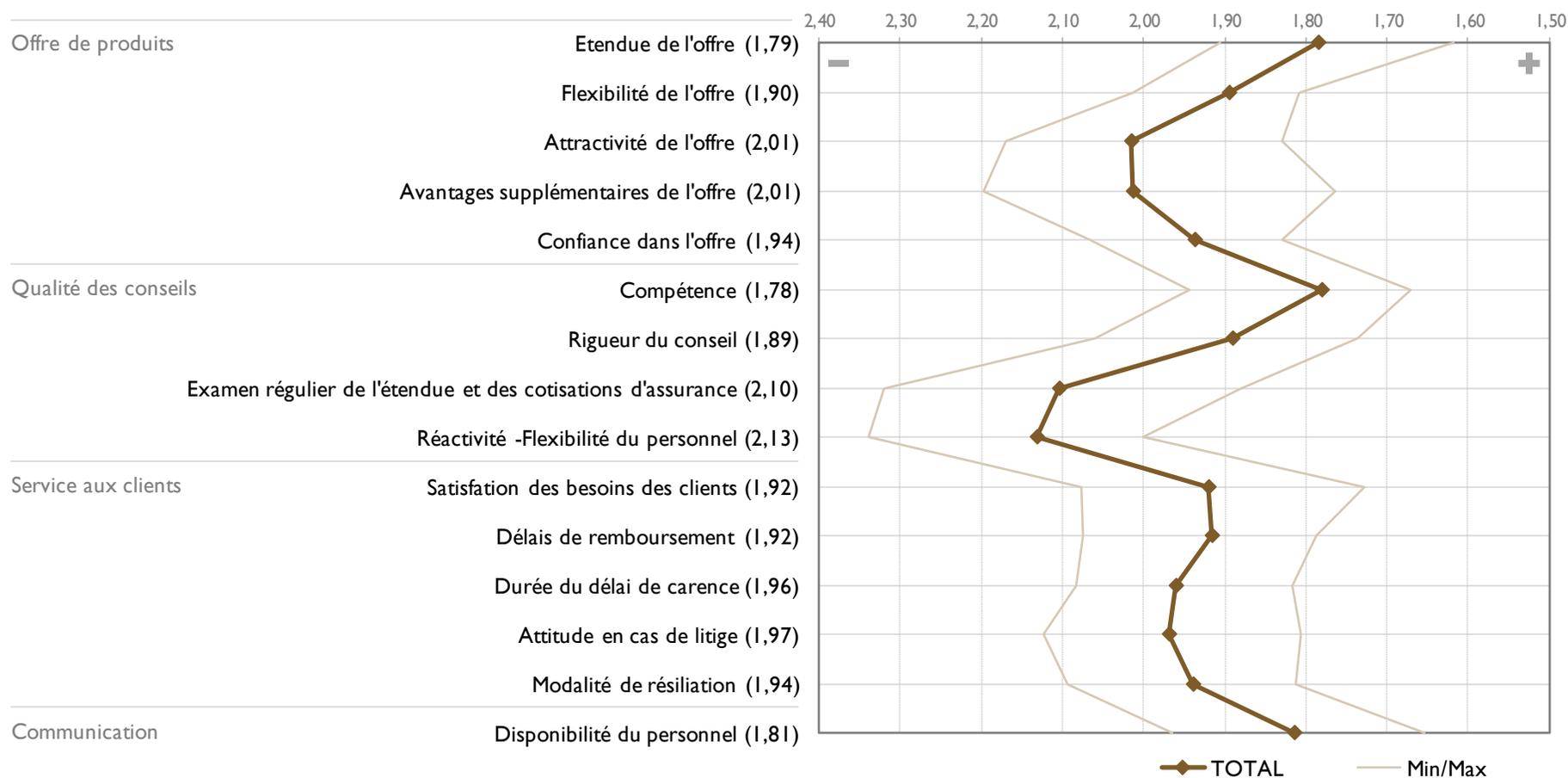
Profil-qualité – Mutuelles (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

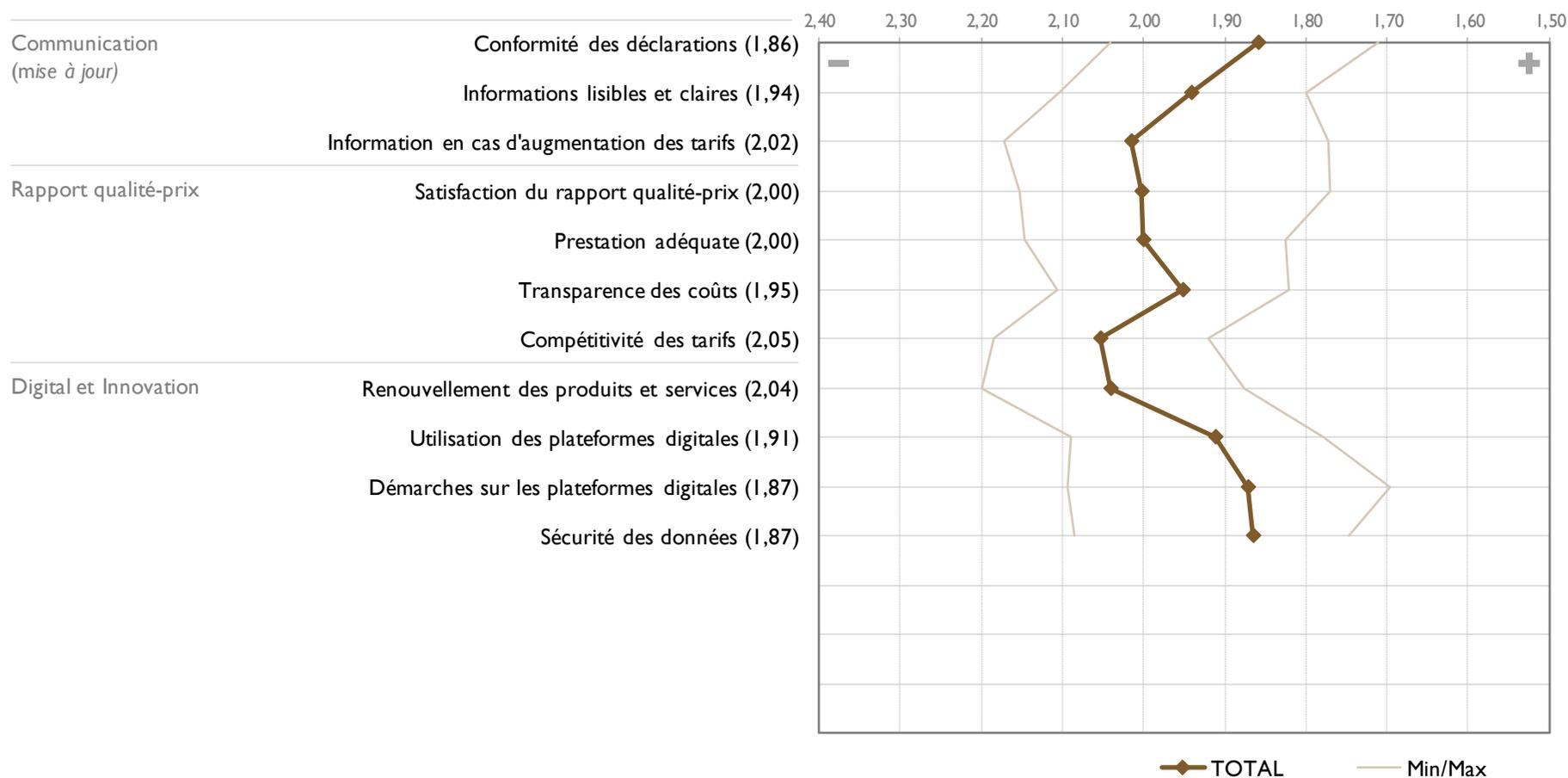
Profil-qualité – Mutuelles (III)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

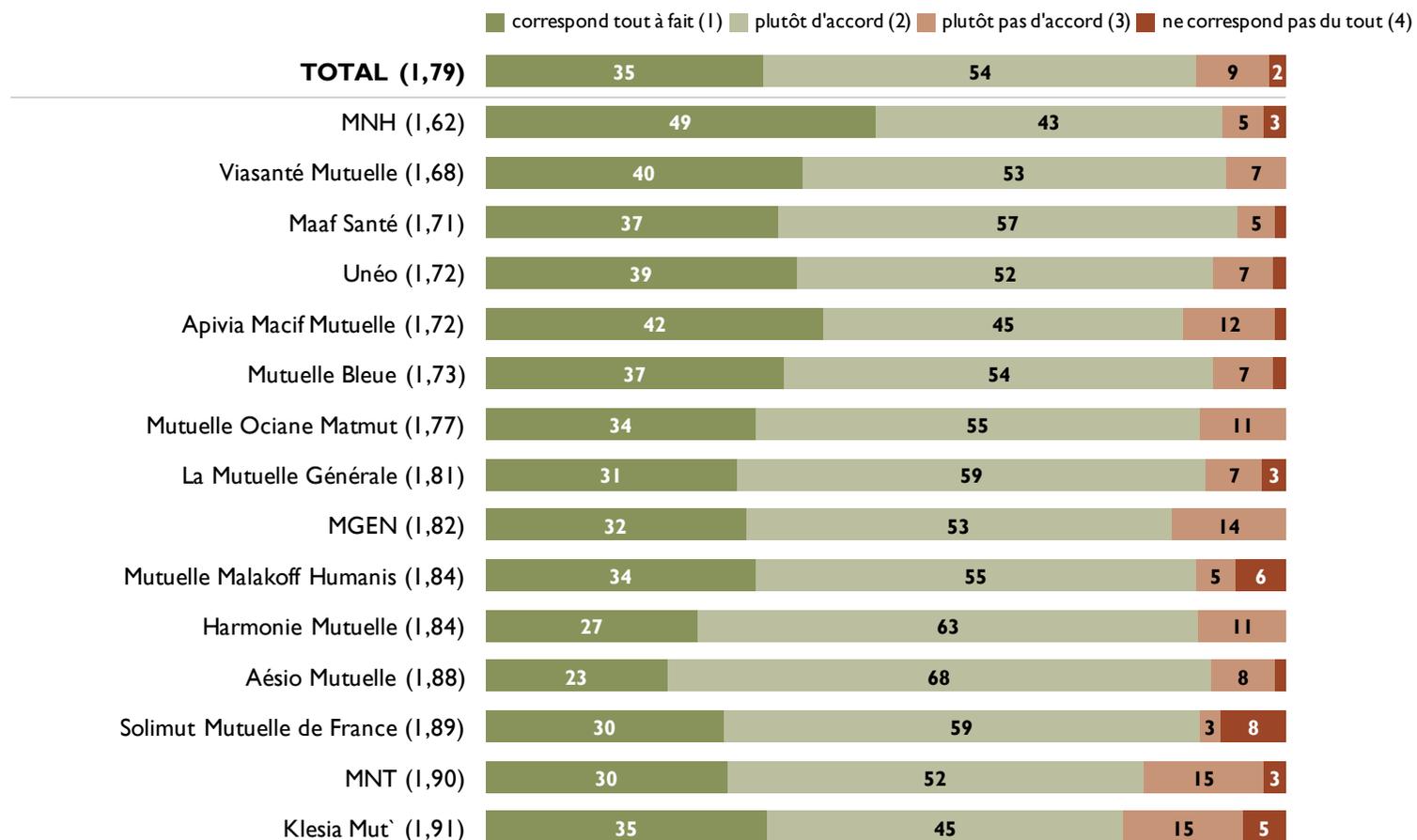
Profil-qualité – Mutuelles (IV)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

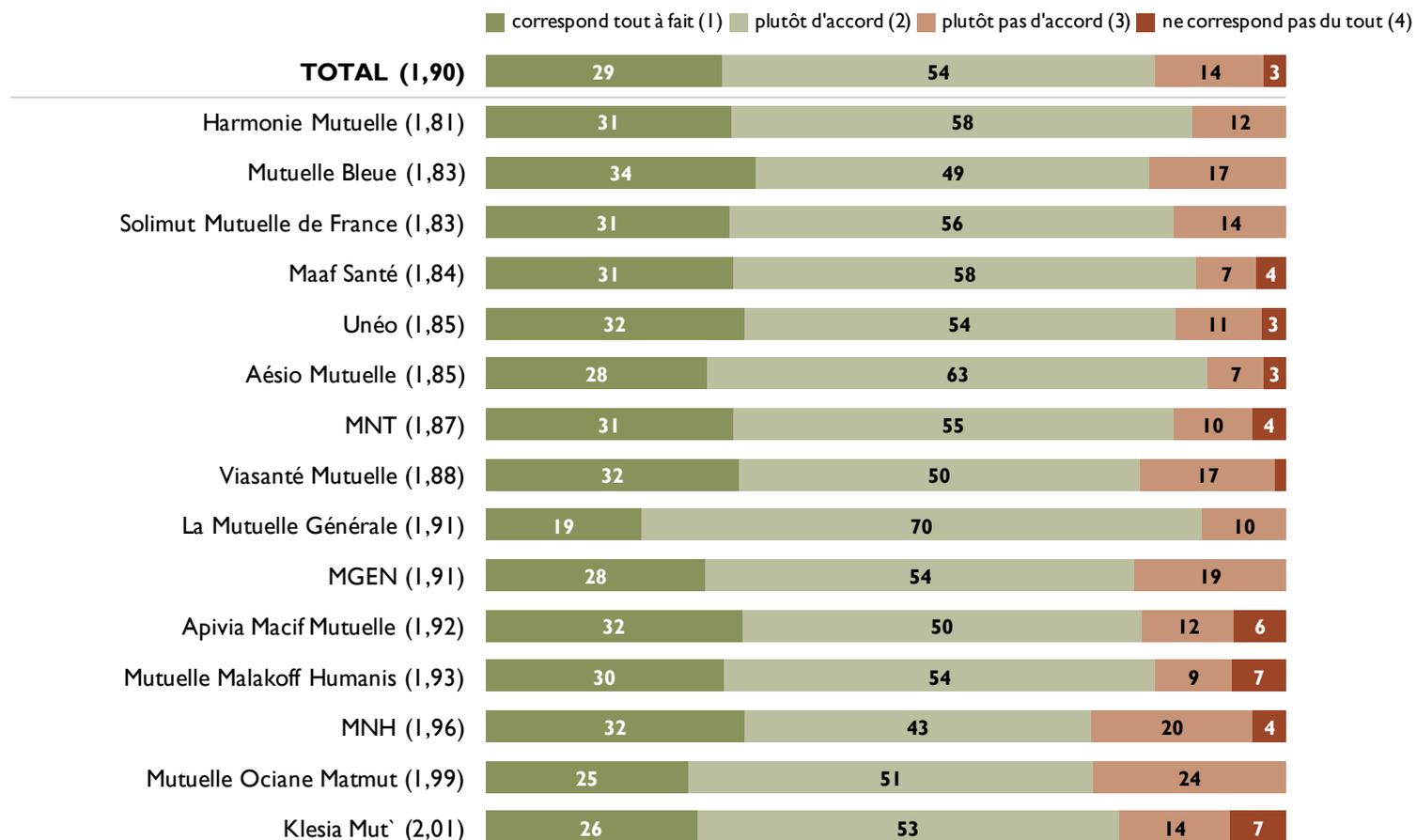
Etendue de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), je peux choisir parmi une gamme complète de produits.

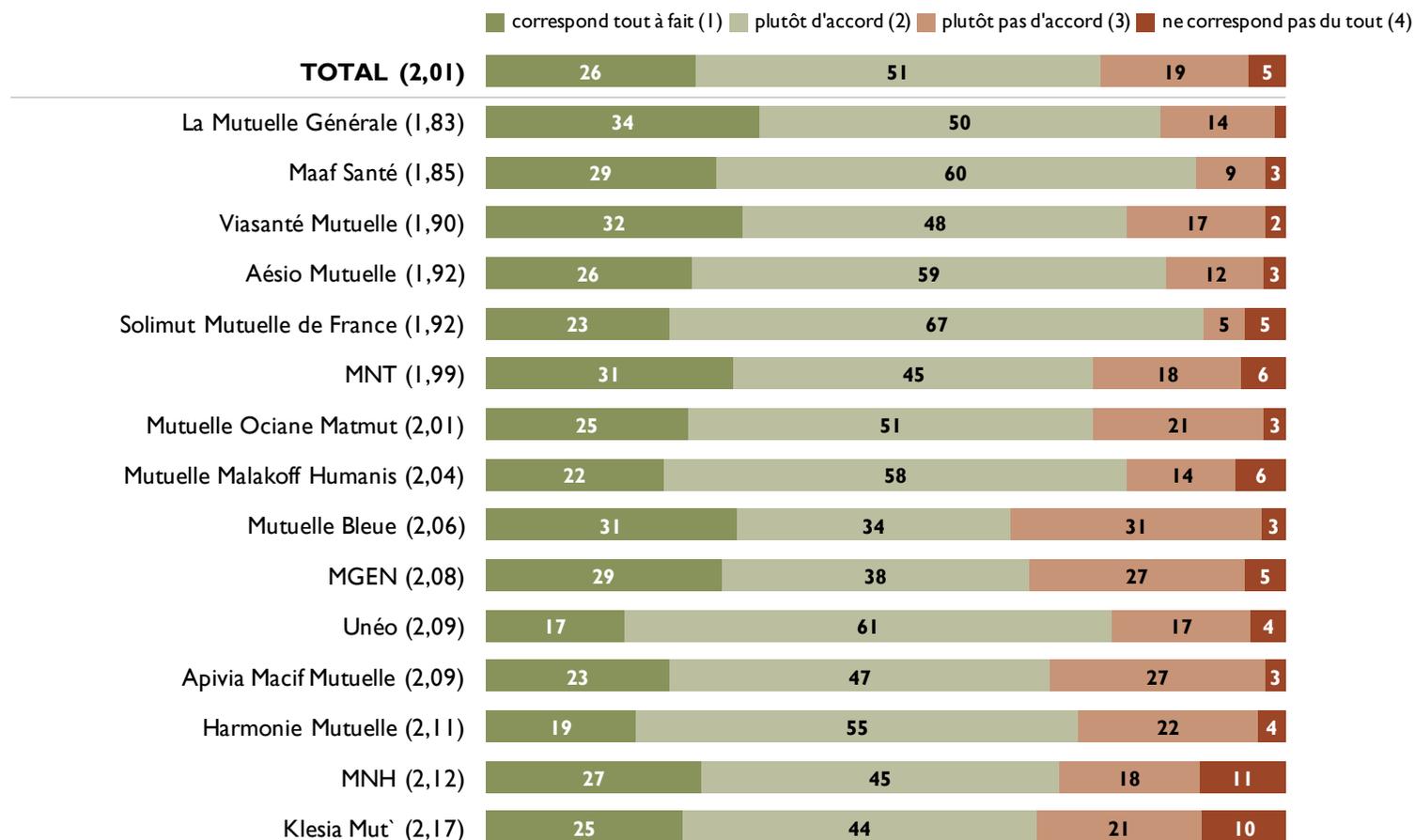
Flexibilité de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) me permet de combiner différentes couvertures selon mes souhaits.

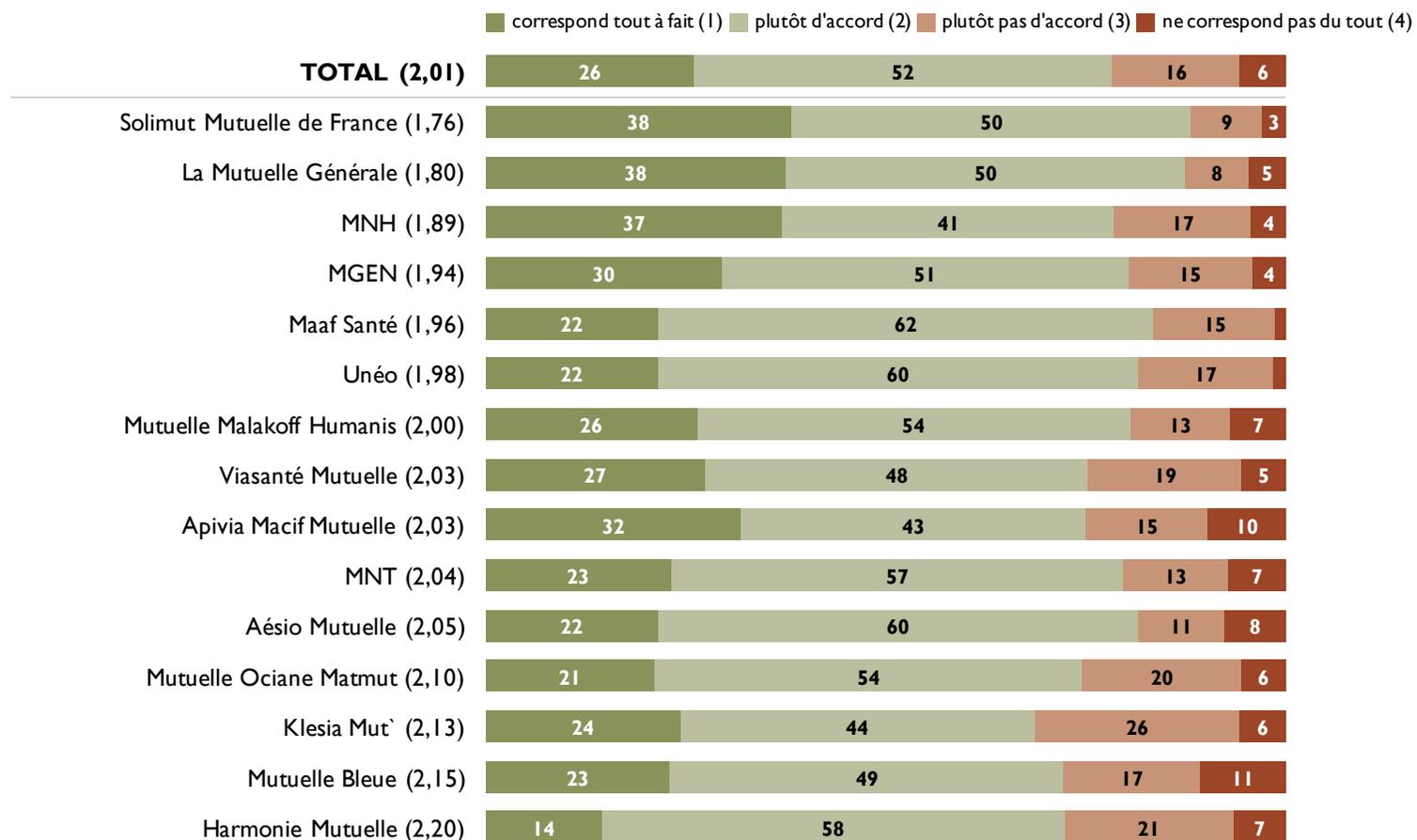
Attractivité de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) a une offre attractive.

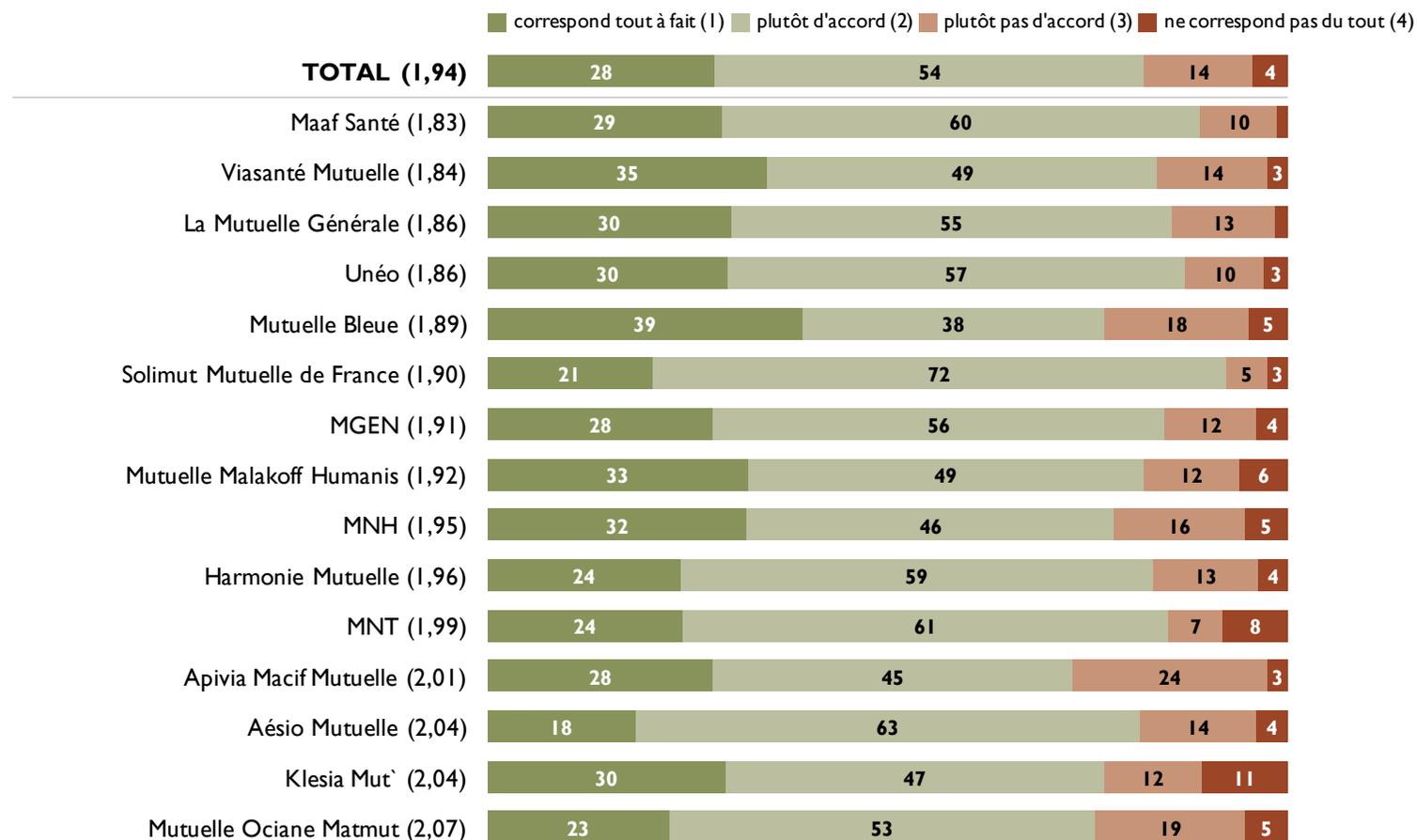
Avantages supplémentaires de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les assurances complémentaires de (...) offrent d'autres bénéfices (réductions, possibilités d

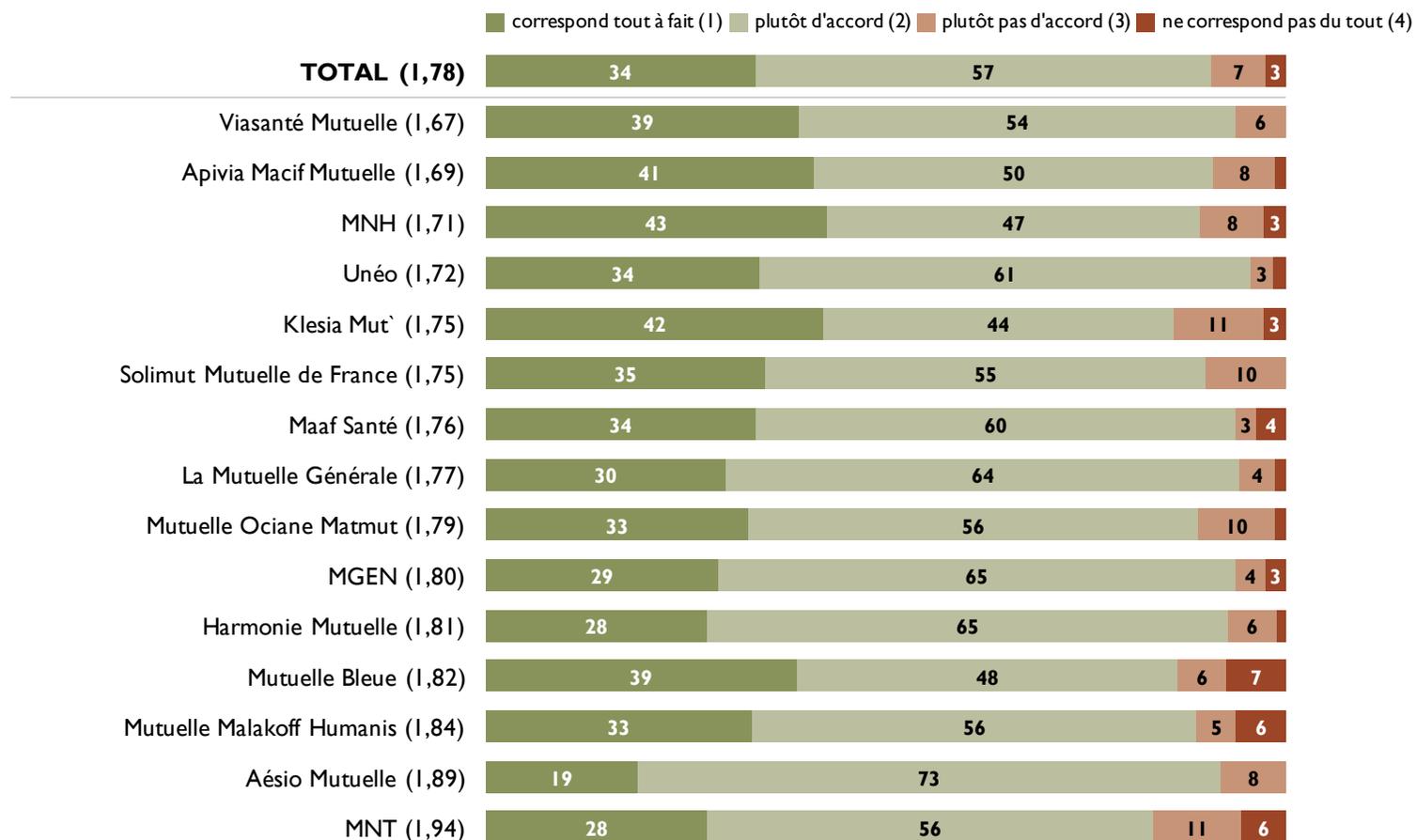
Confiance dans l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les produits et prestations santé de (...) me donnent un sentiment de sécurité.

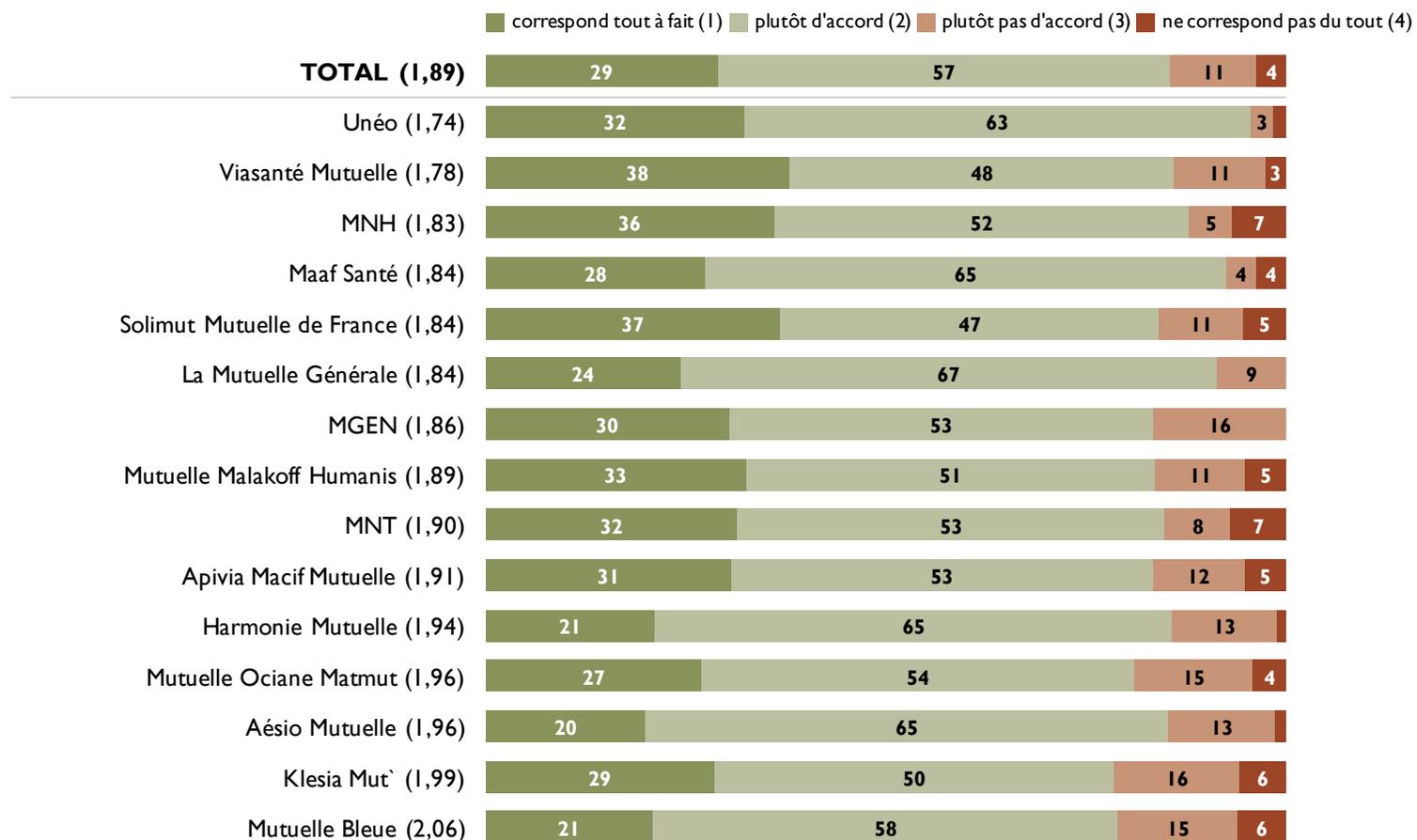
Compétence



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les collaborateurs de (...) sont compétents.

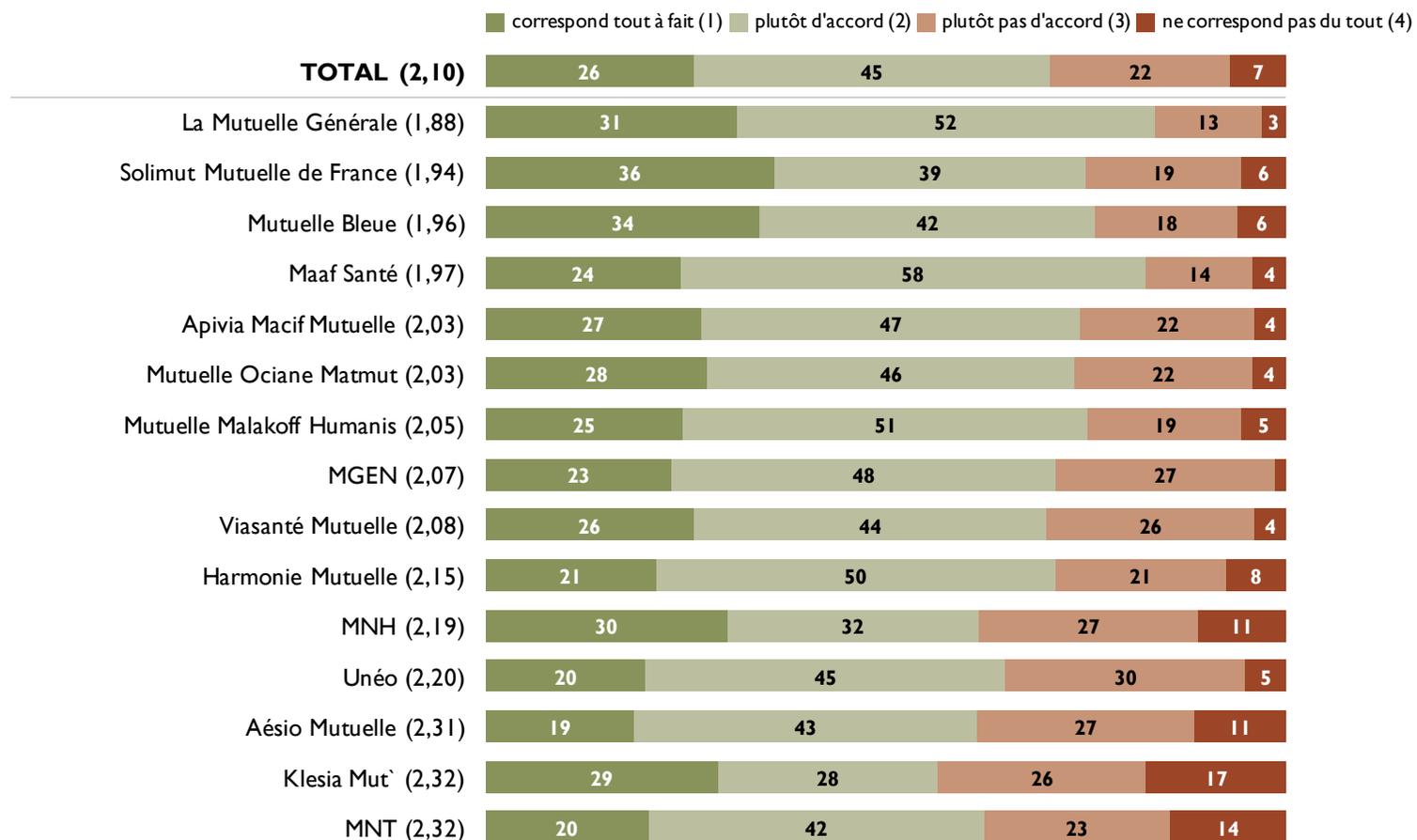
Rigueur du conseil



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). La qualité du conseil de (...) est excellente.

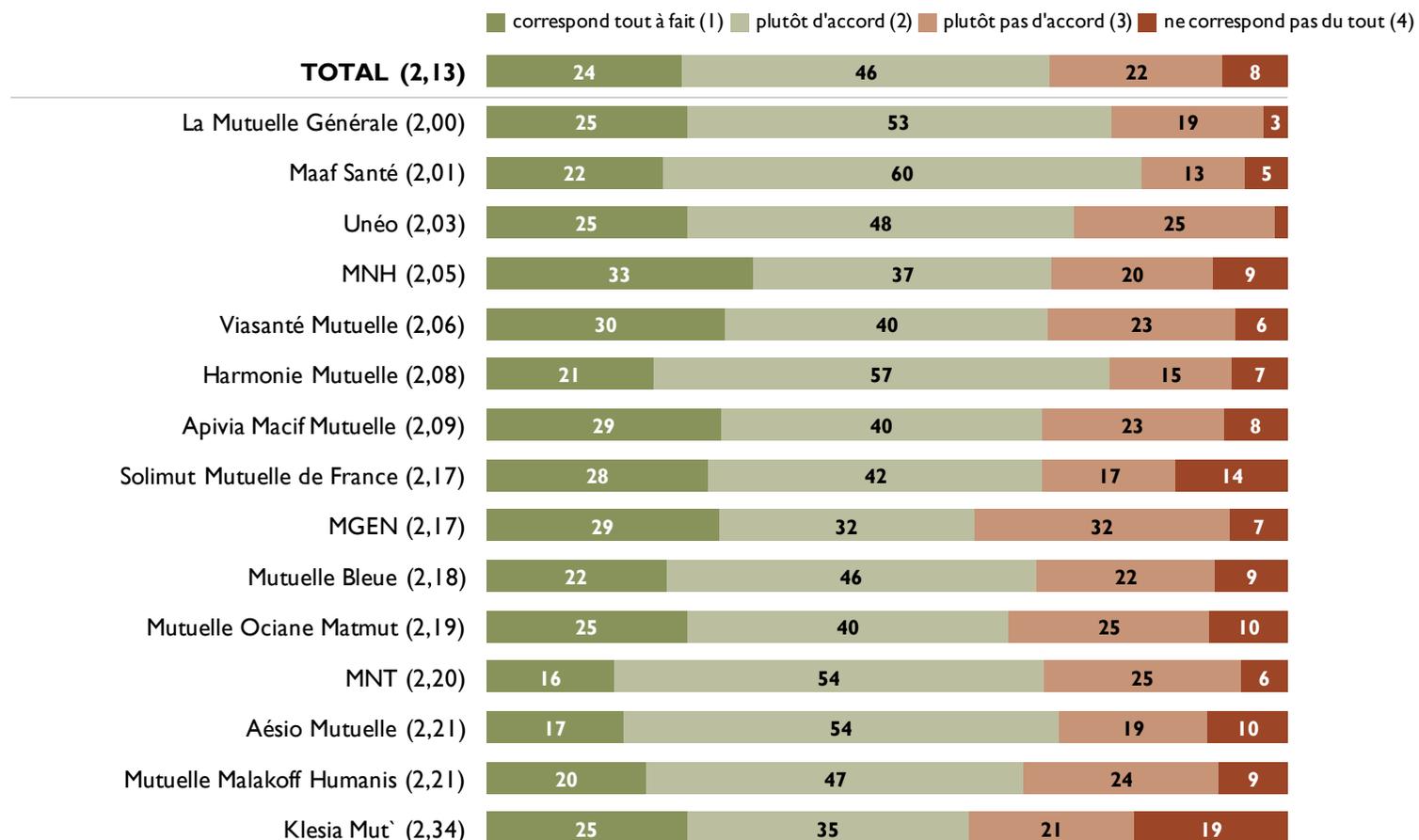
Examen régulier de l'étendue et des cotisations d'assurance



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) vérifie régulièrement la couverture de mon assurance et mes cotisations.

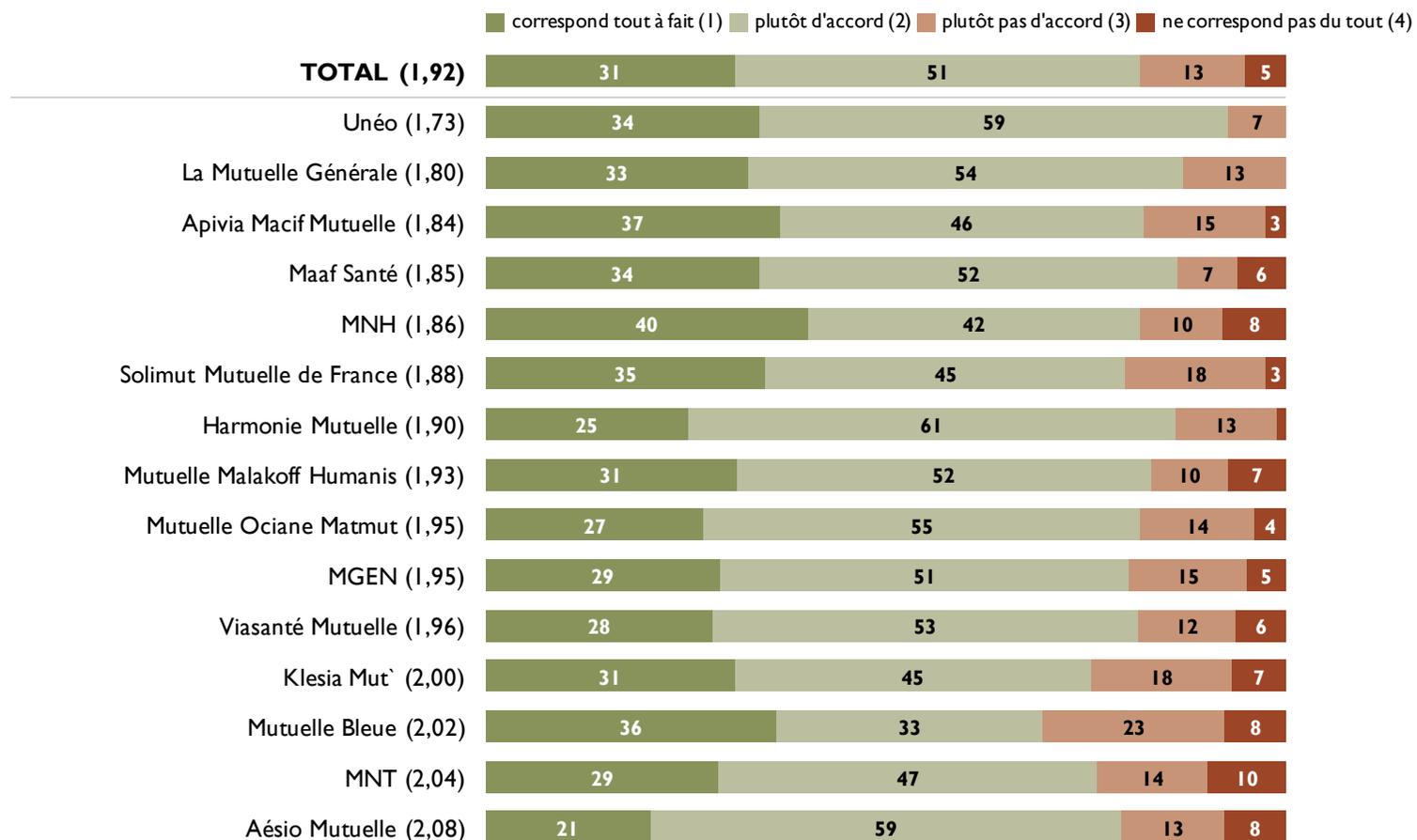
Réactivité -Flexibilité du personnel



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) me permet de changer pour des tarifs plus avantageux en cours de contrat.

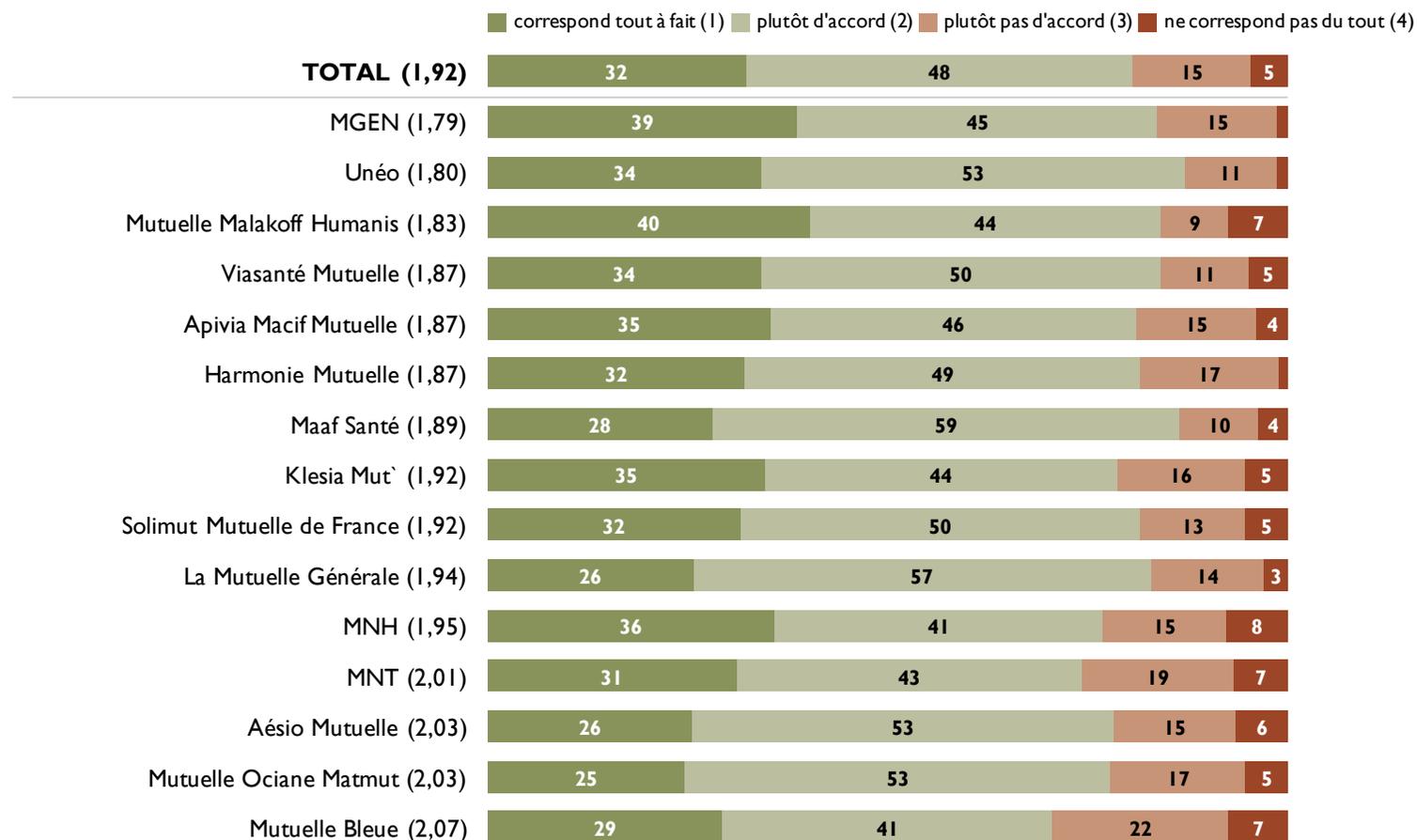
Satisfaction des besoins des clients



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) répond à mes attentes et besoins.

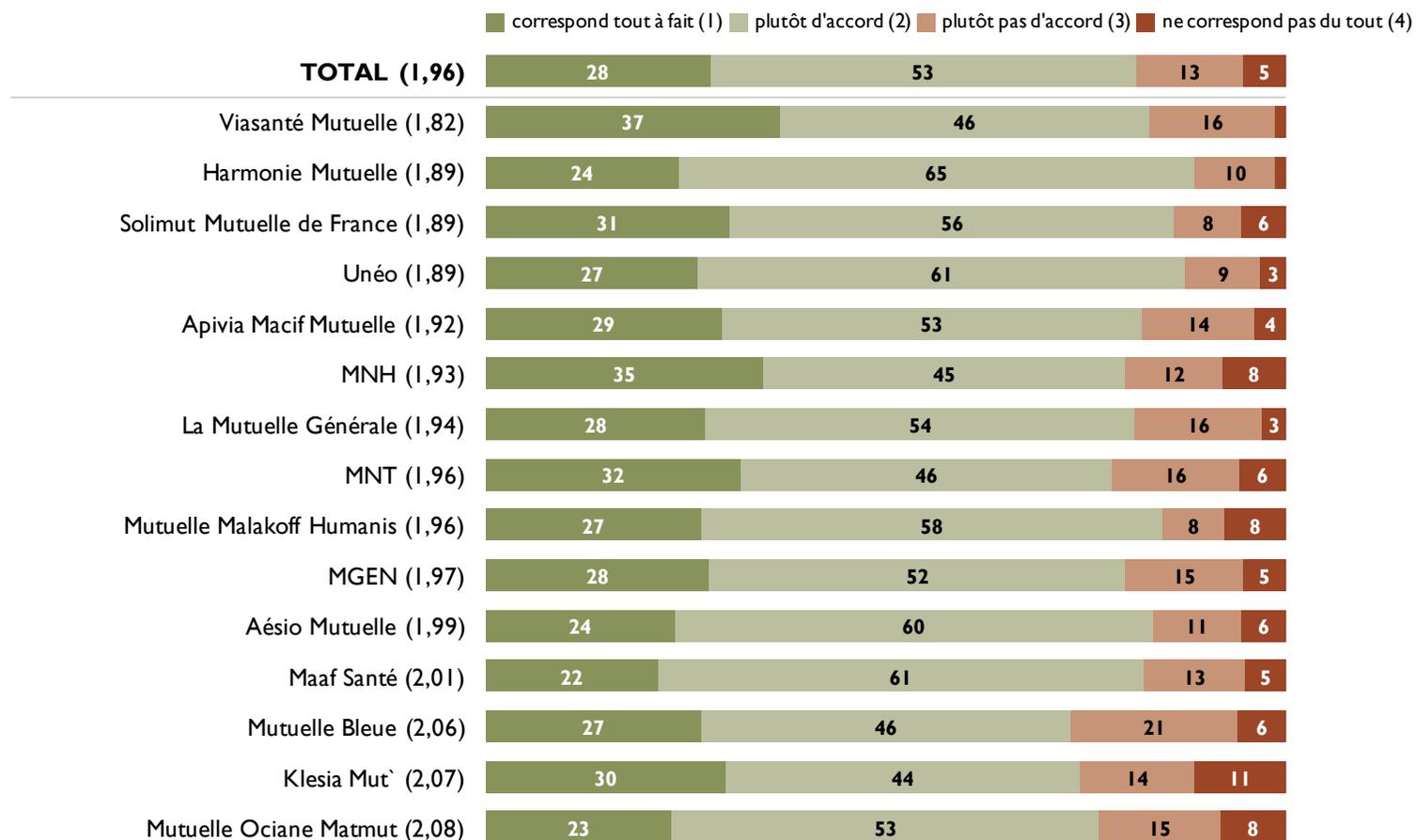
Délais de remboursement



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) rembourse rapidement et intégralement en cas de prestation.

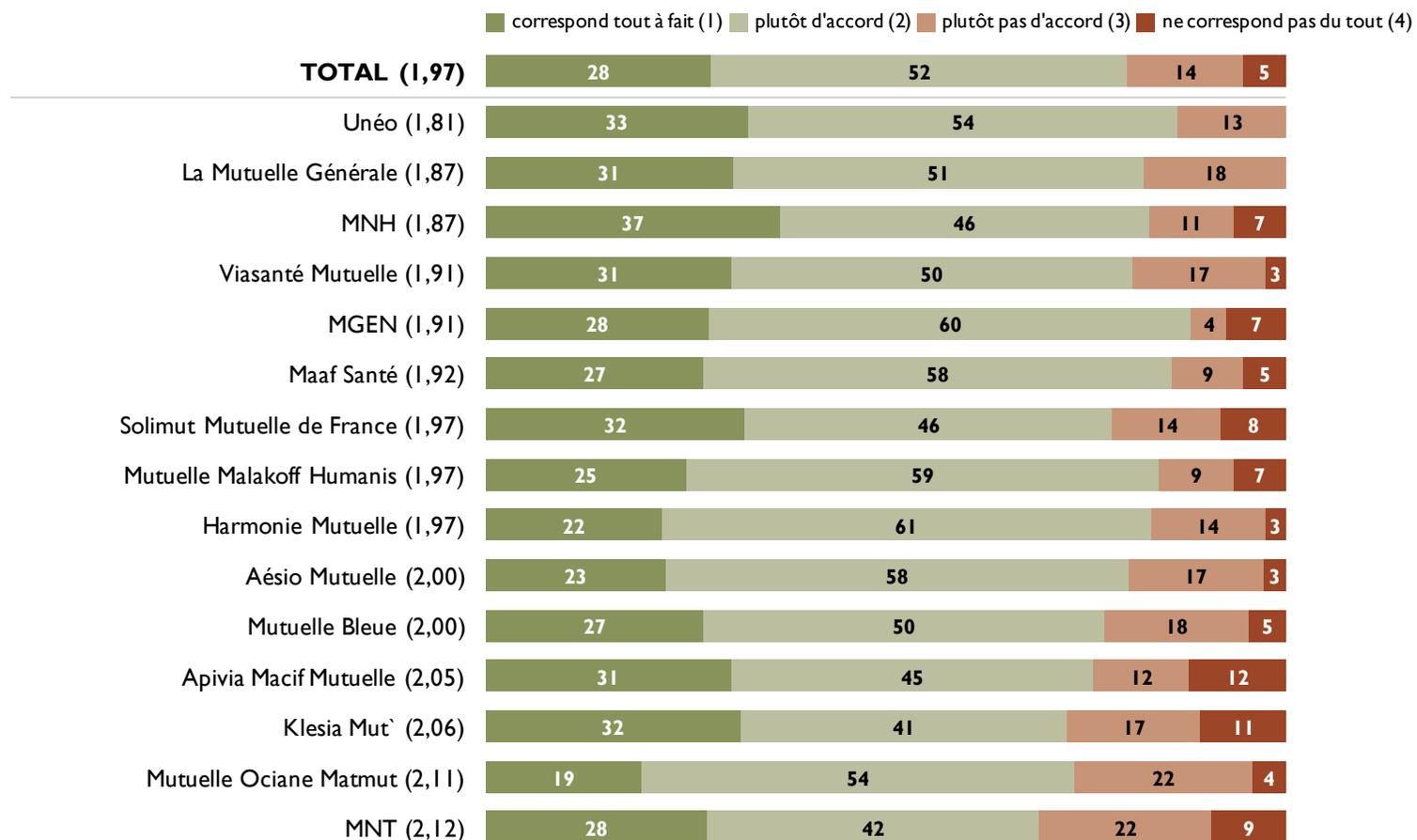
Durée du délai de carence



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Le délai de carence chez (...) est convenable.

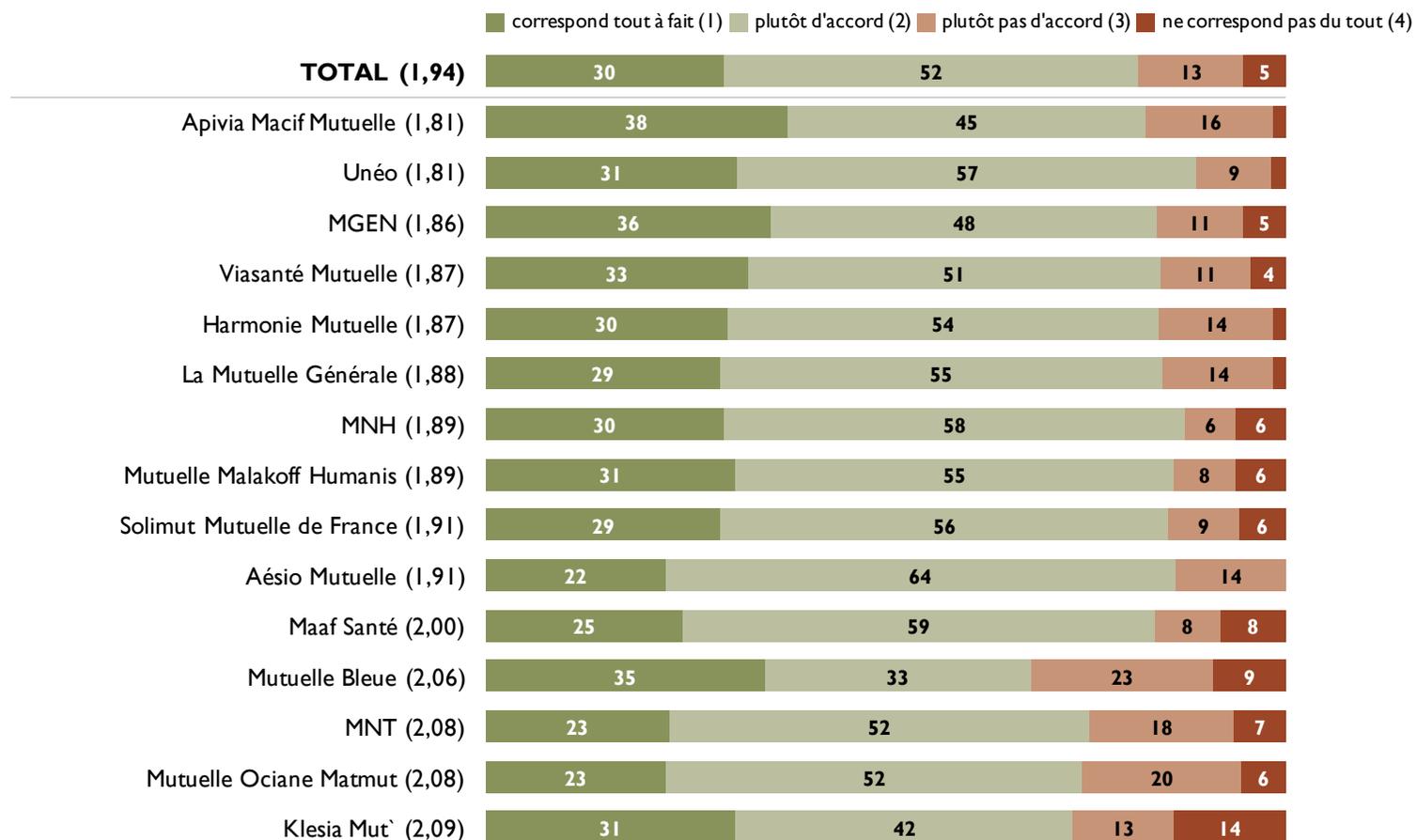
Attitude en cas de litige



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). En cas de réclamations, (...) réagit de manière conciliante.

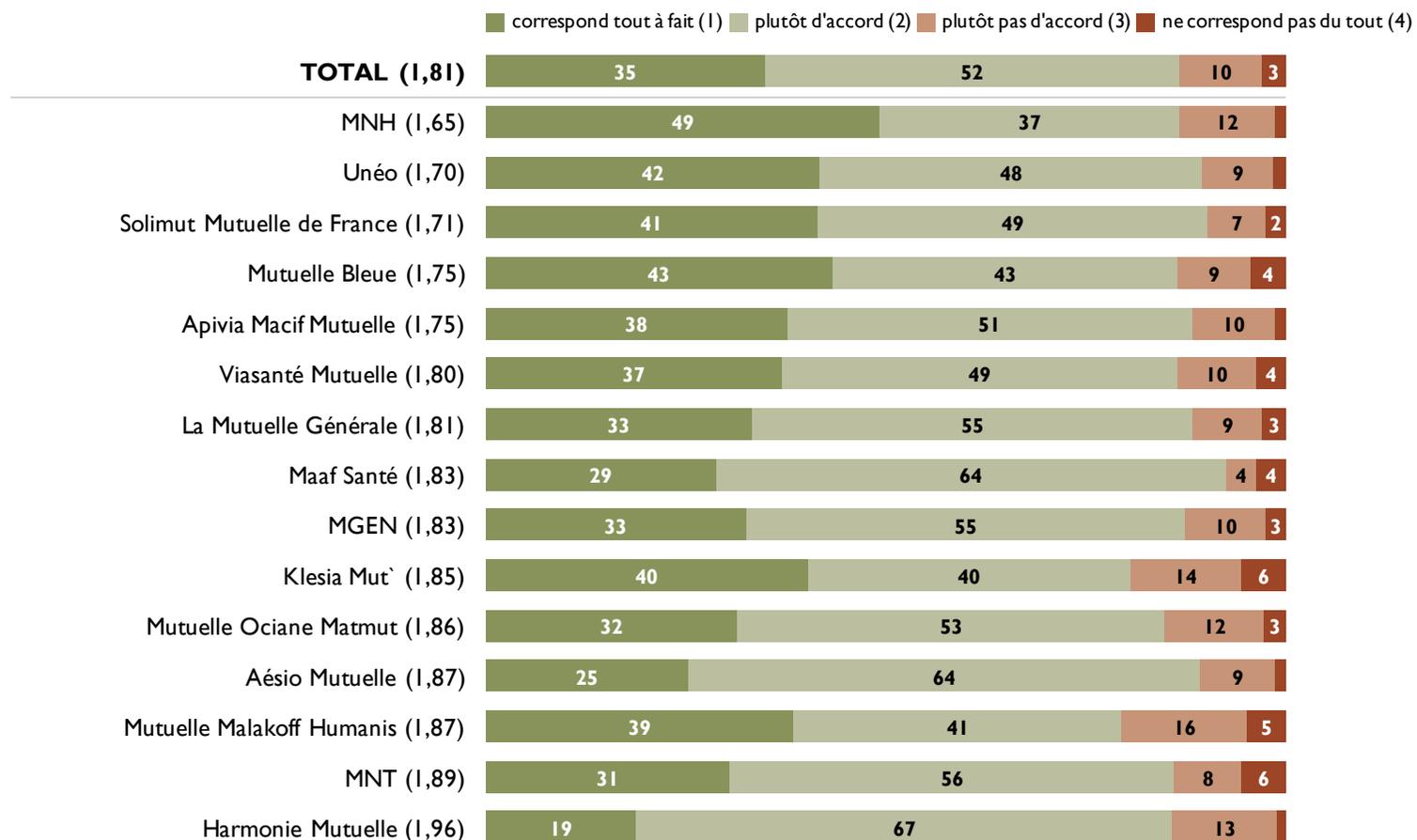
Modalité de résiliation



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), il est facile de résilier le contrat.

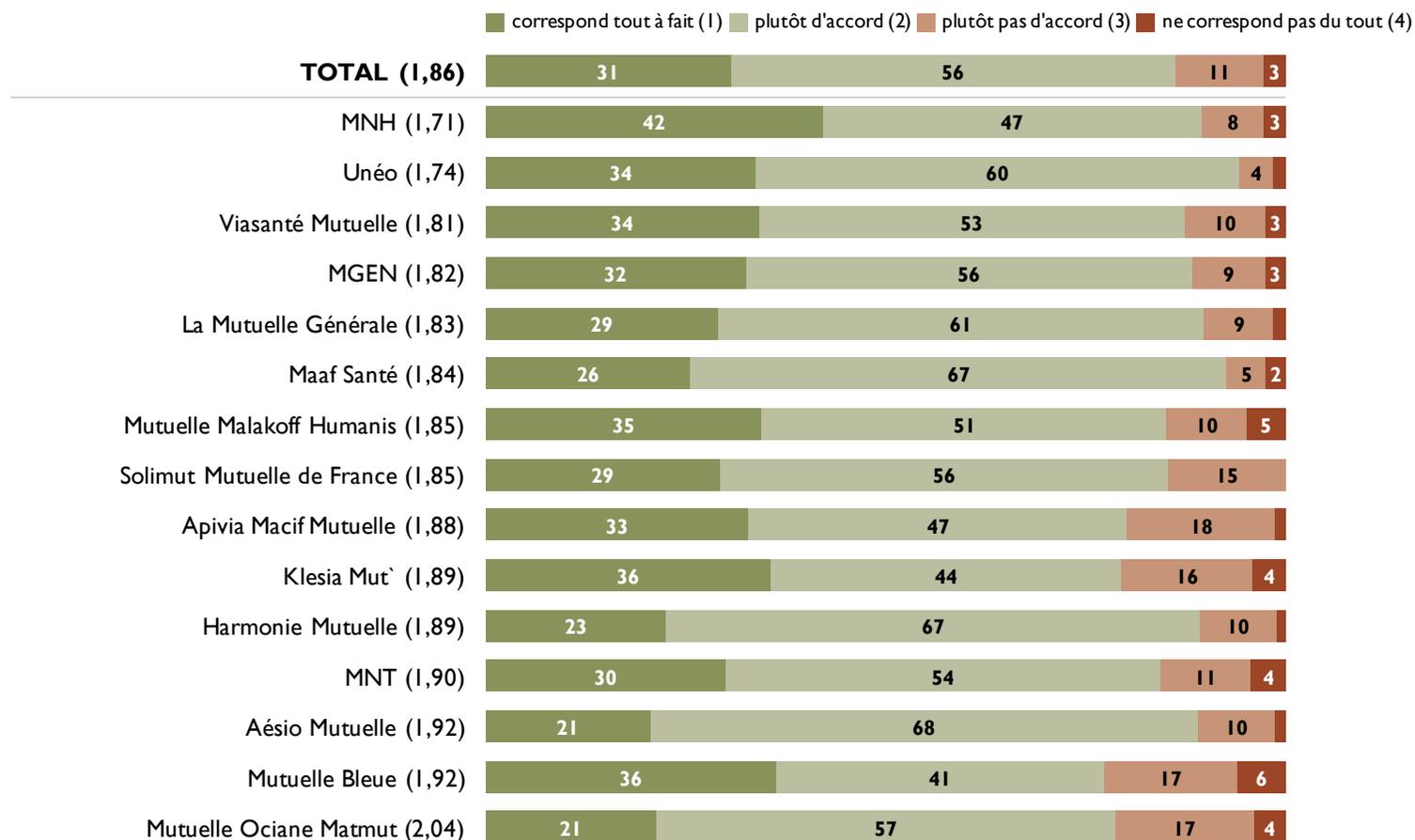
Disponibilité du personnel



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), il est facile de contacter un collaborateur.

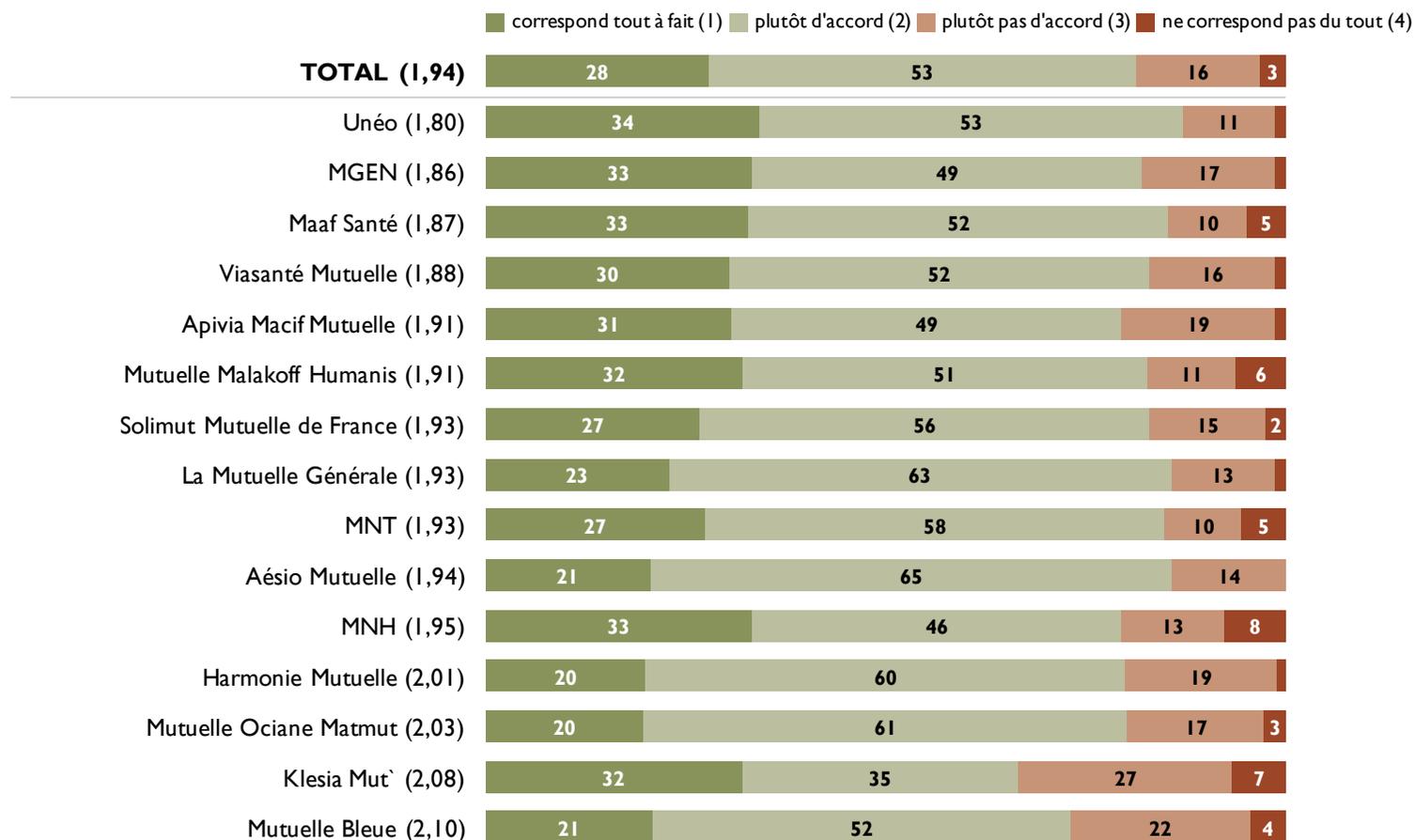
Conformité des déclarations



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Je peux me fier aux déclarations de (...).

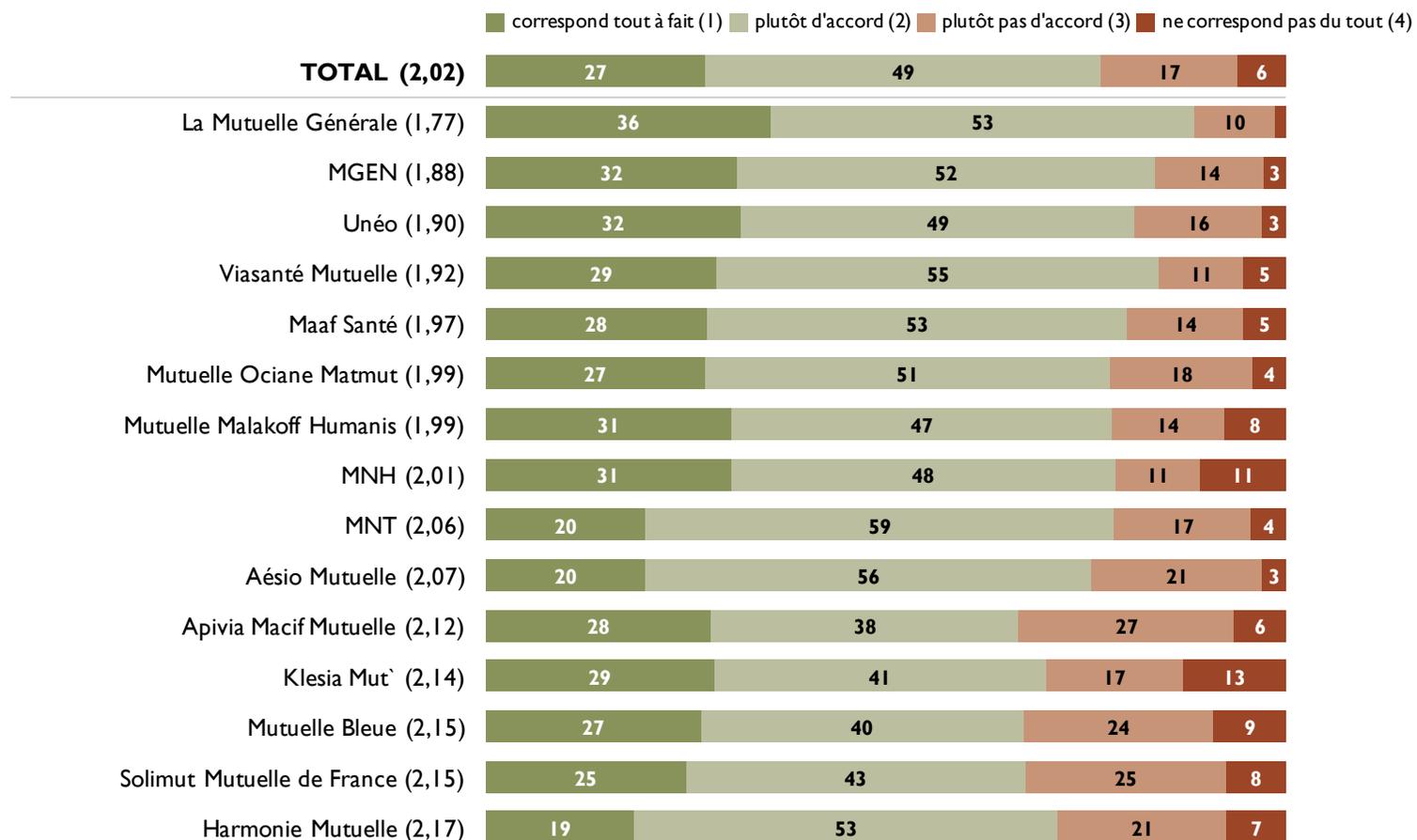
Informations lisibles et claires



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les documents d'offre et de contrat de (...) sont lisibles et compréhensibles.

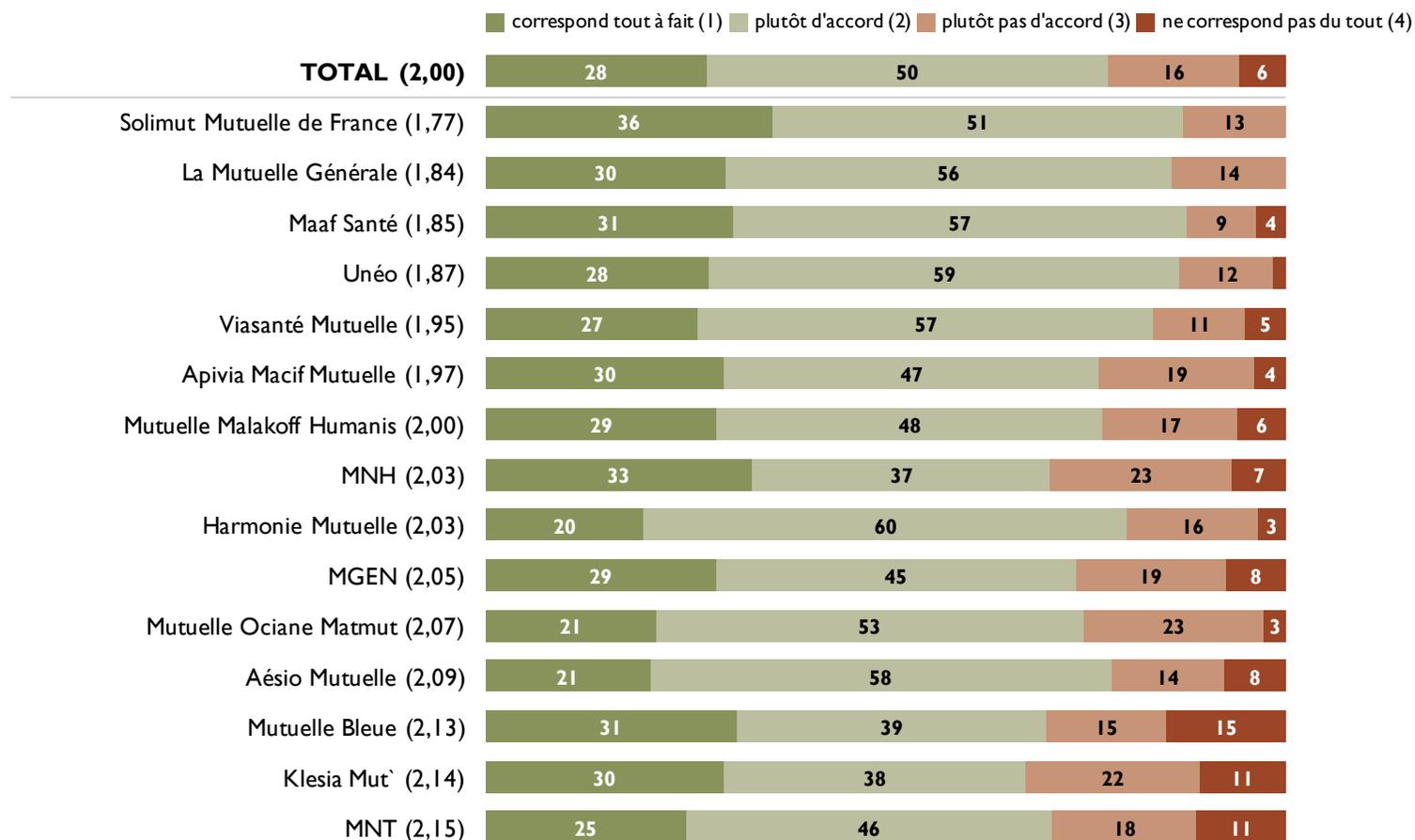
Information en cas d'augmentation des tarifs



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). En cas d'augmentation des tarifs, (...) m'informe à temps et en détails

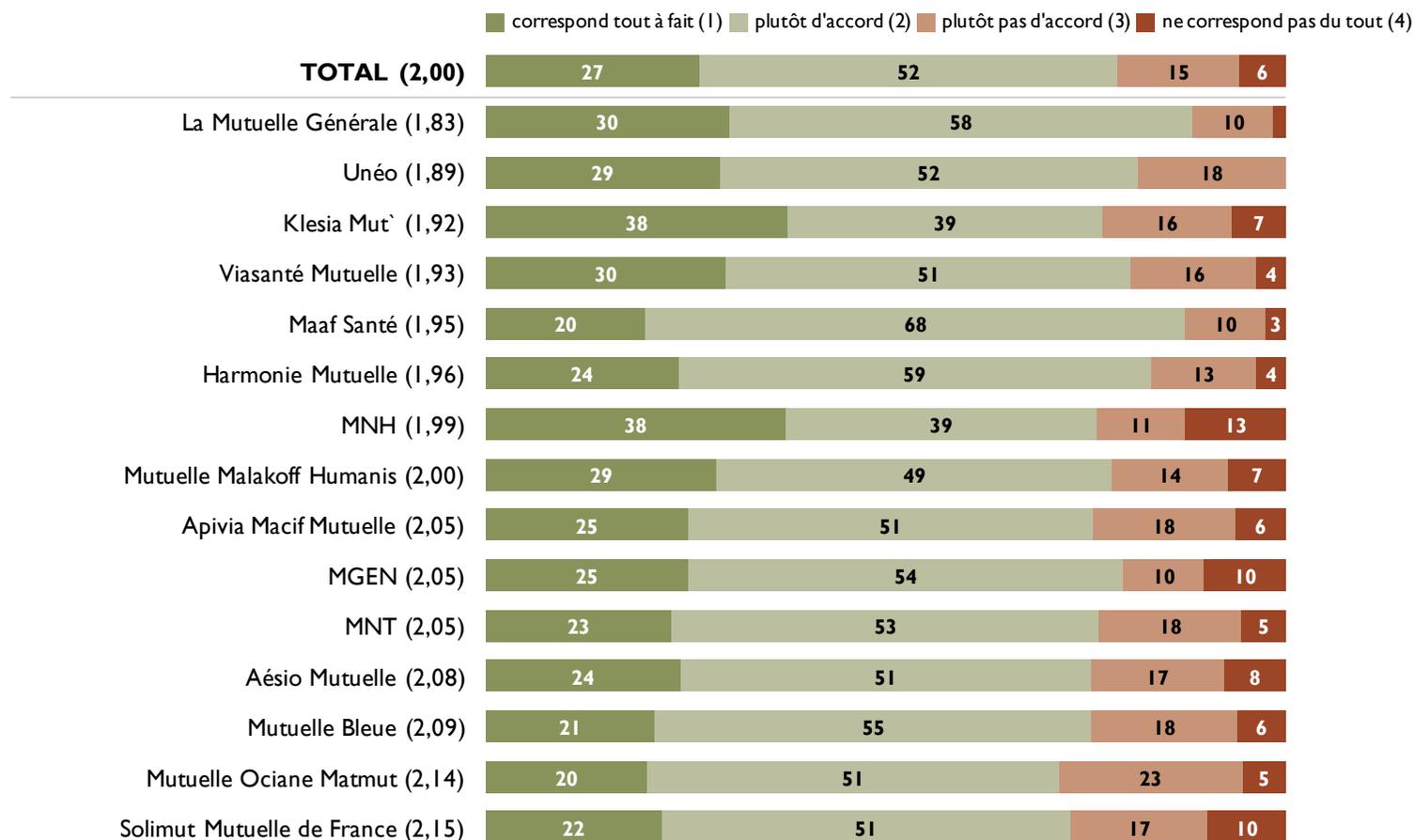
Satisfaction du rapport qualité-prix



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). La qualité et les prestations de l'assurance santé (...) sont excellentes.

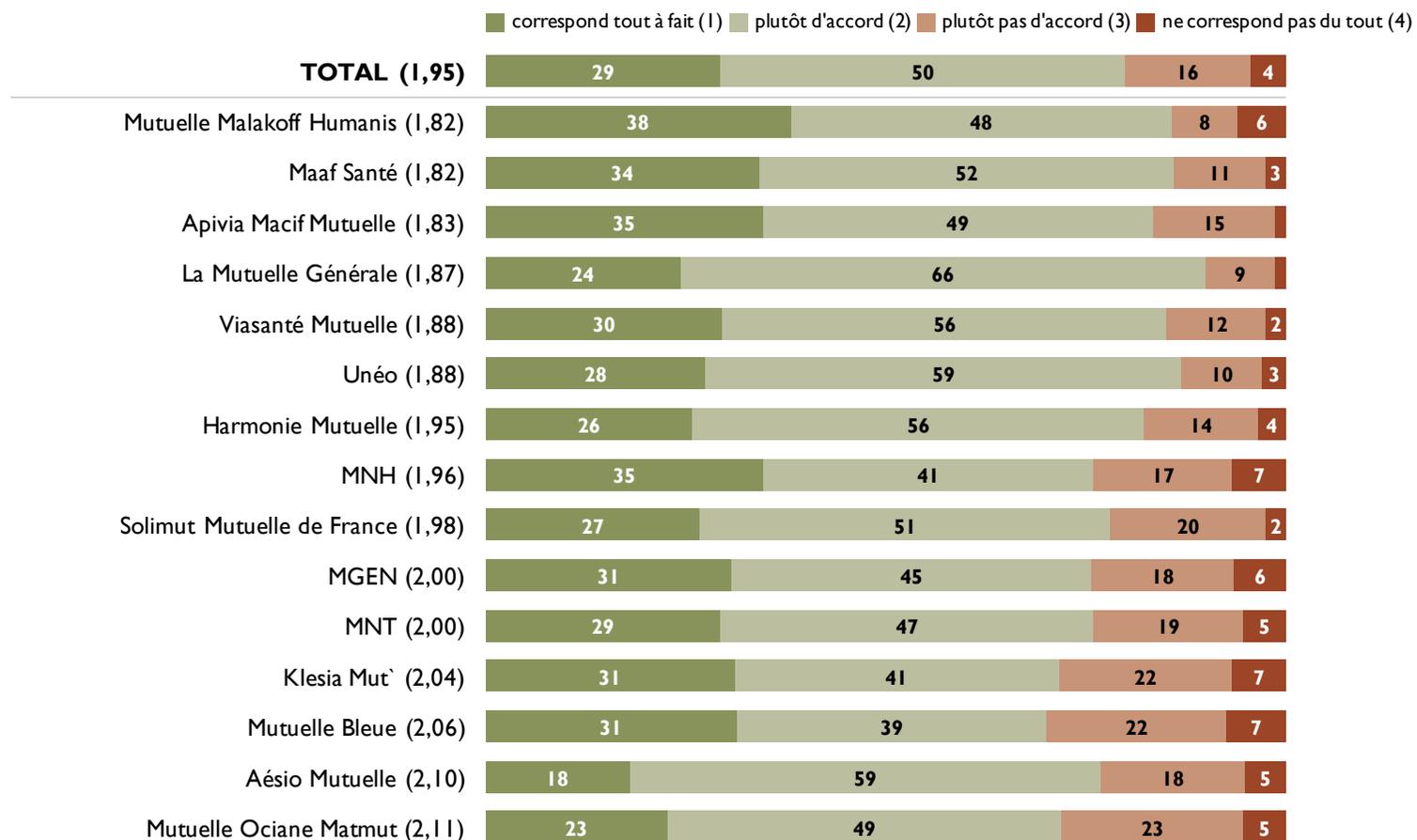
Prestation adéquate



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Pour mon argent, je reçois chez (...) une prestation appropriée.

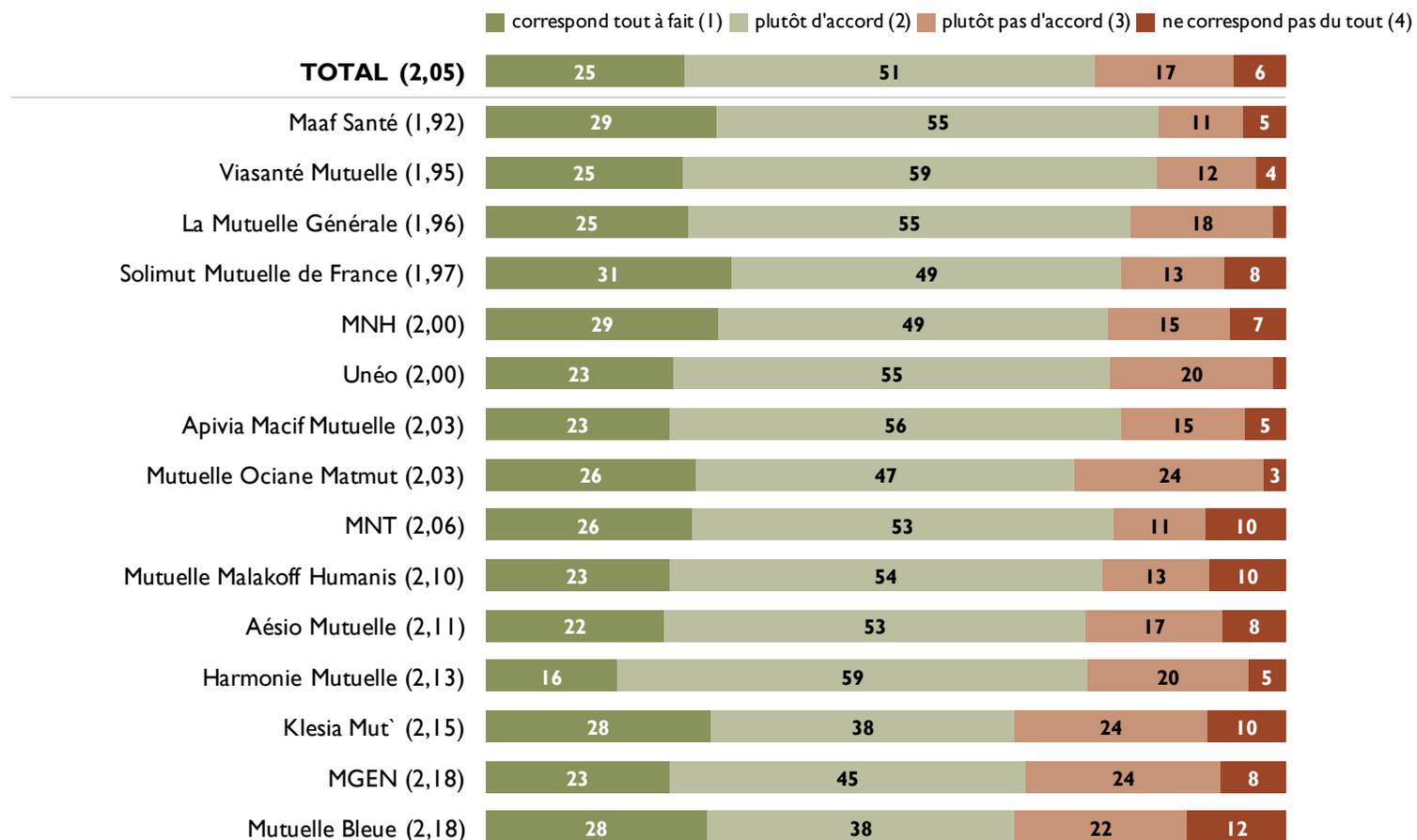
Transparence des coûts



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), je sais exactement ce que je dois payer pour les différentes garanties et prestations.

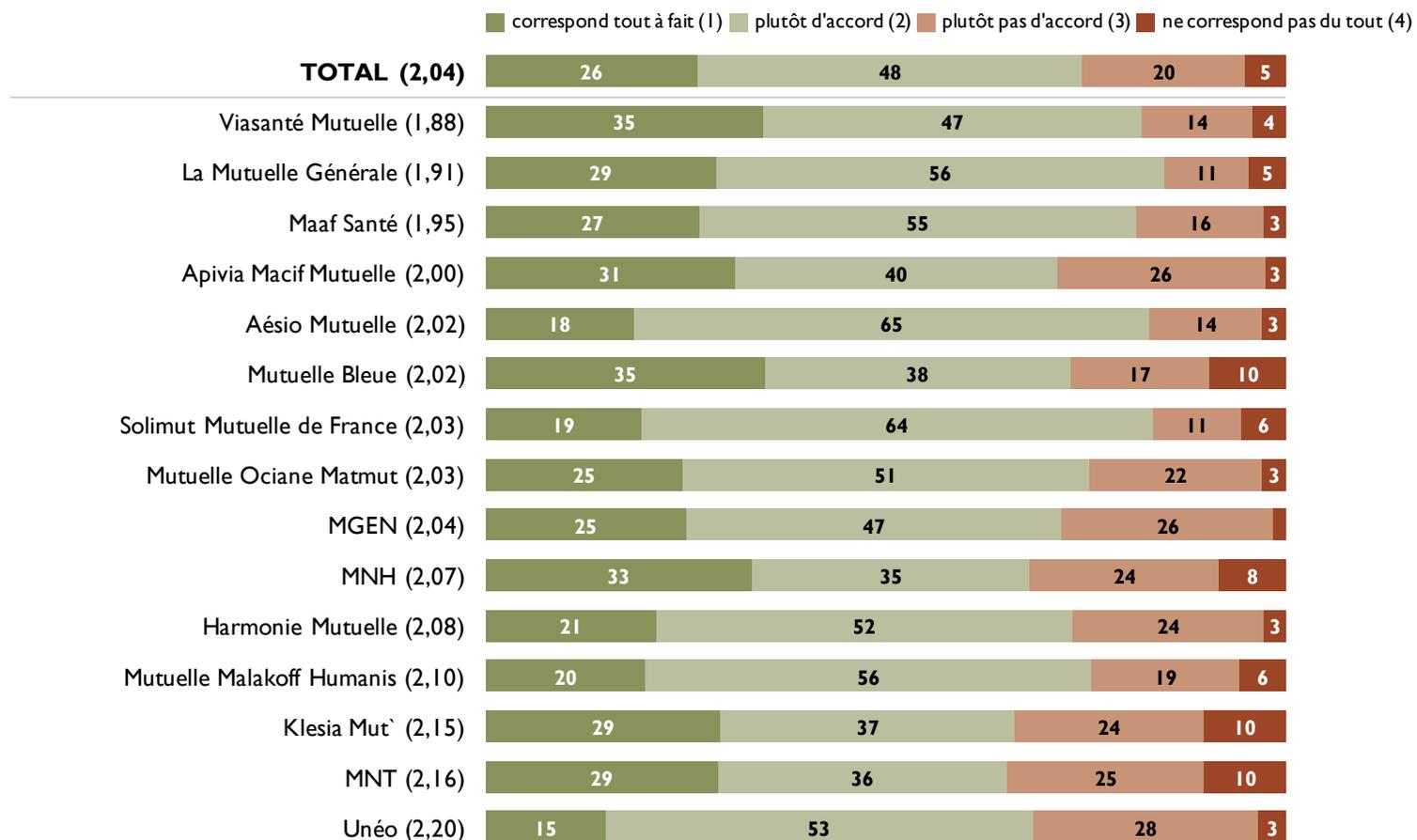
Compétitivité des tarifs



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les tarifs de (...) sont compétitifs par rapport à d'autres sur le marché.

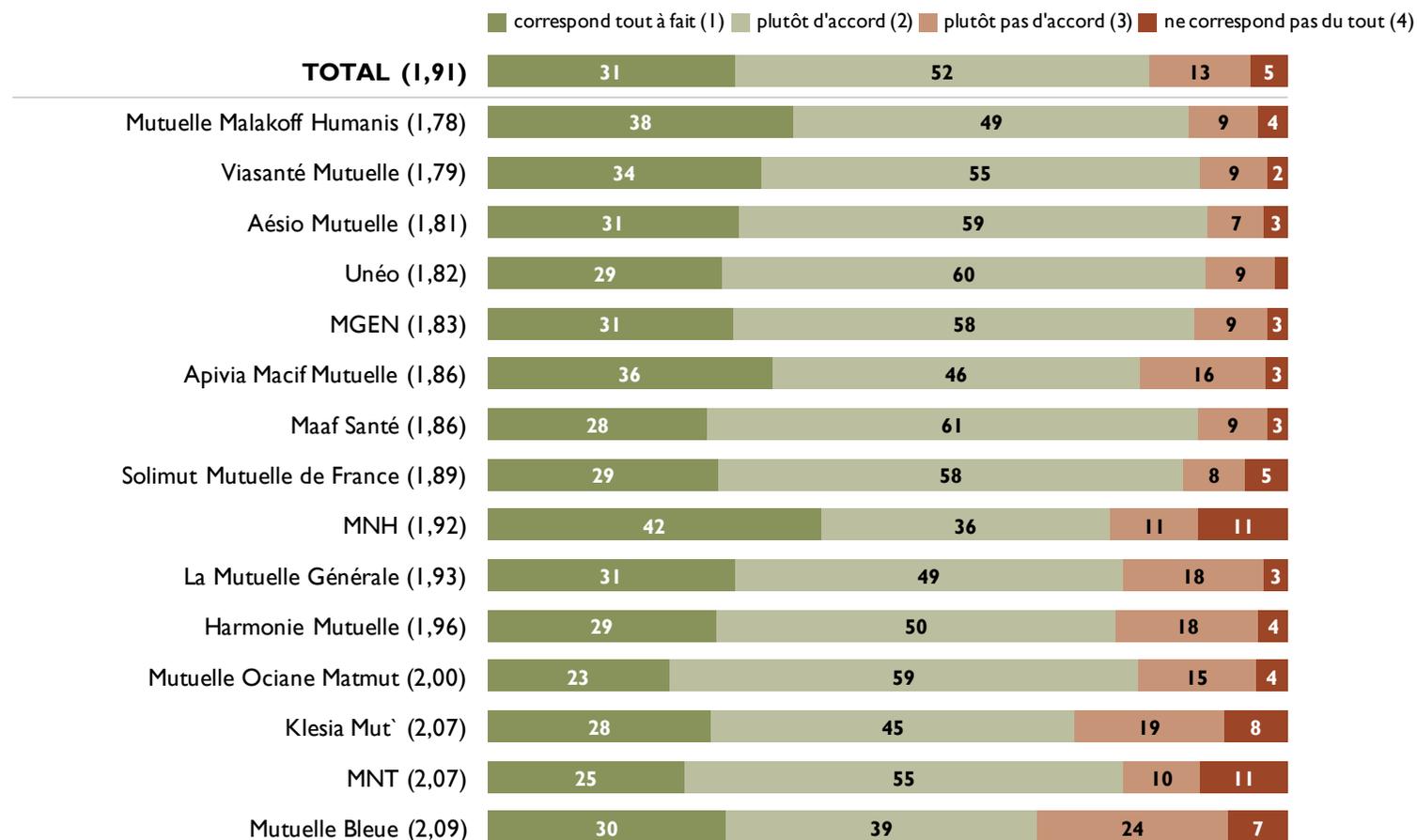
Renouvellement des produits et services



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) renouvelle régulièrement ses produits et ses services.

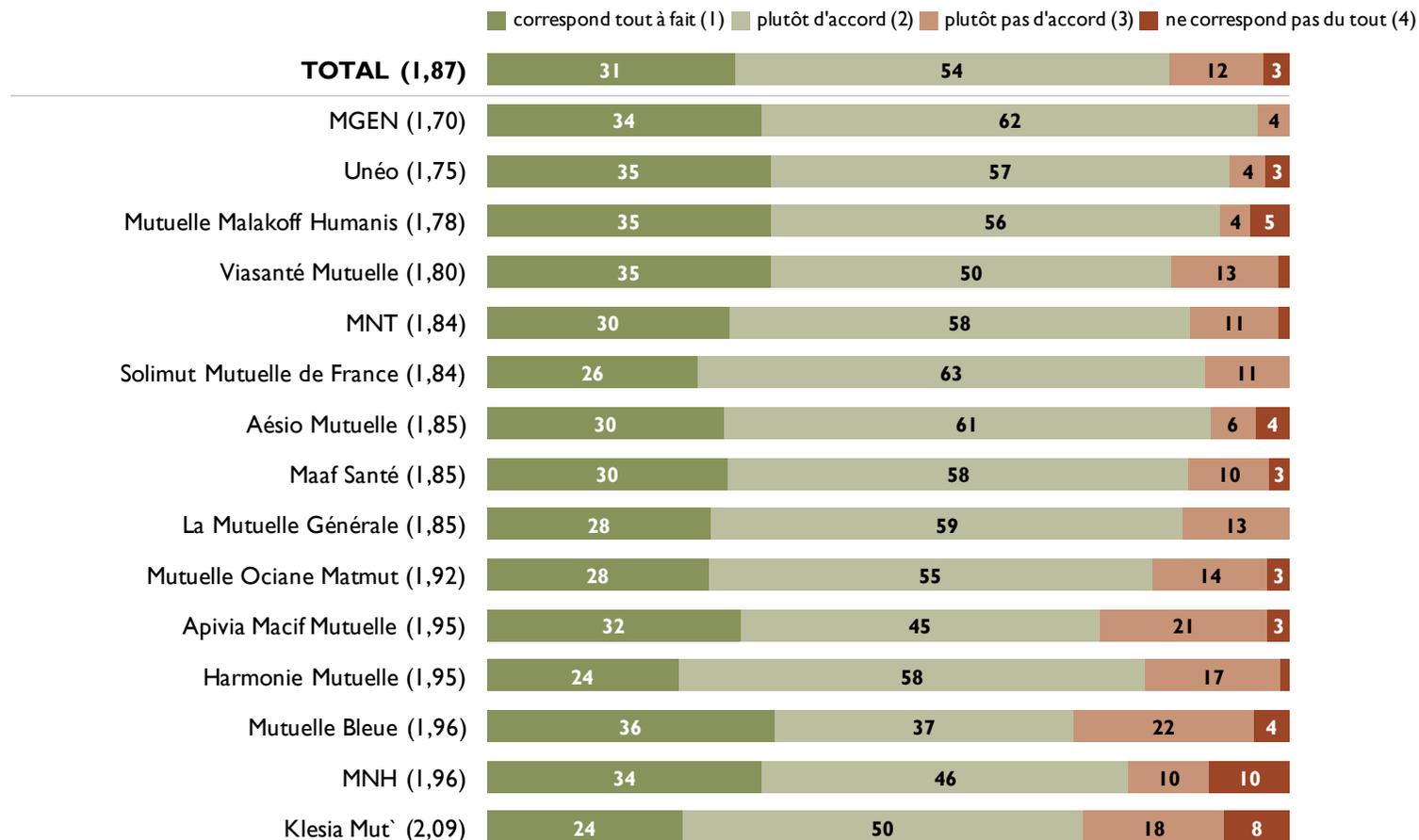
Utilisation des plateformes digitales



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...) il est facile d'utiliser les canaux numériques (site web, application, etc.).

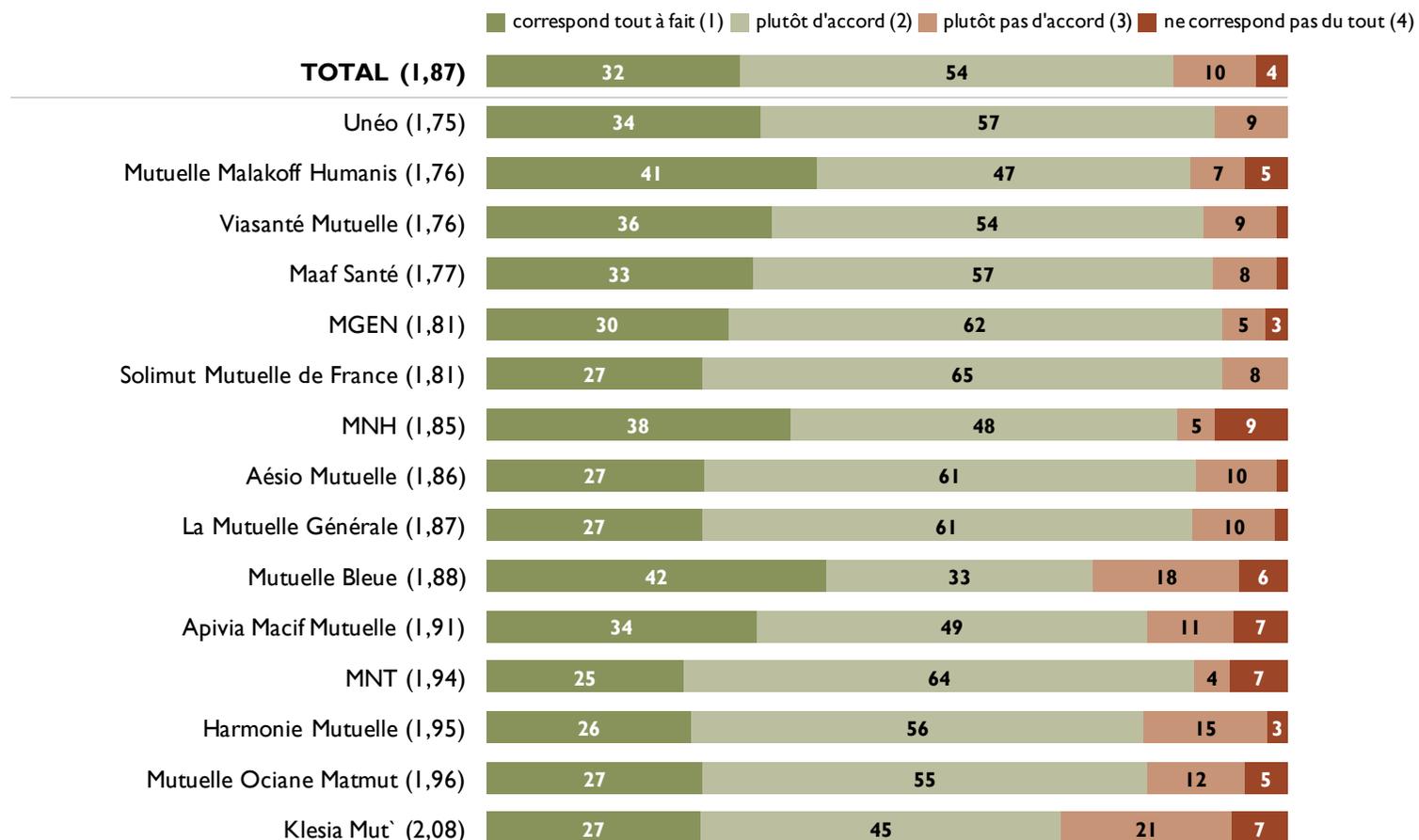
Démarches sur les plateformes digitales



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), je peux effectuer de nombreuses démarches en ligne ou via application (devis, contrats, etc.).

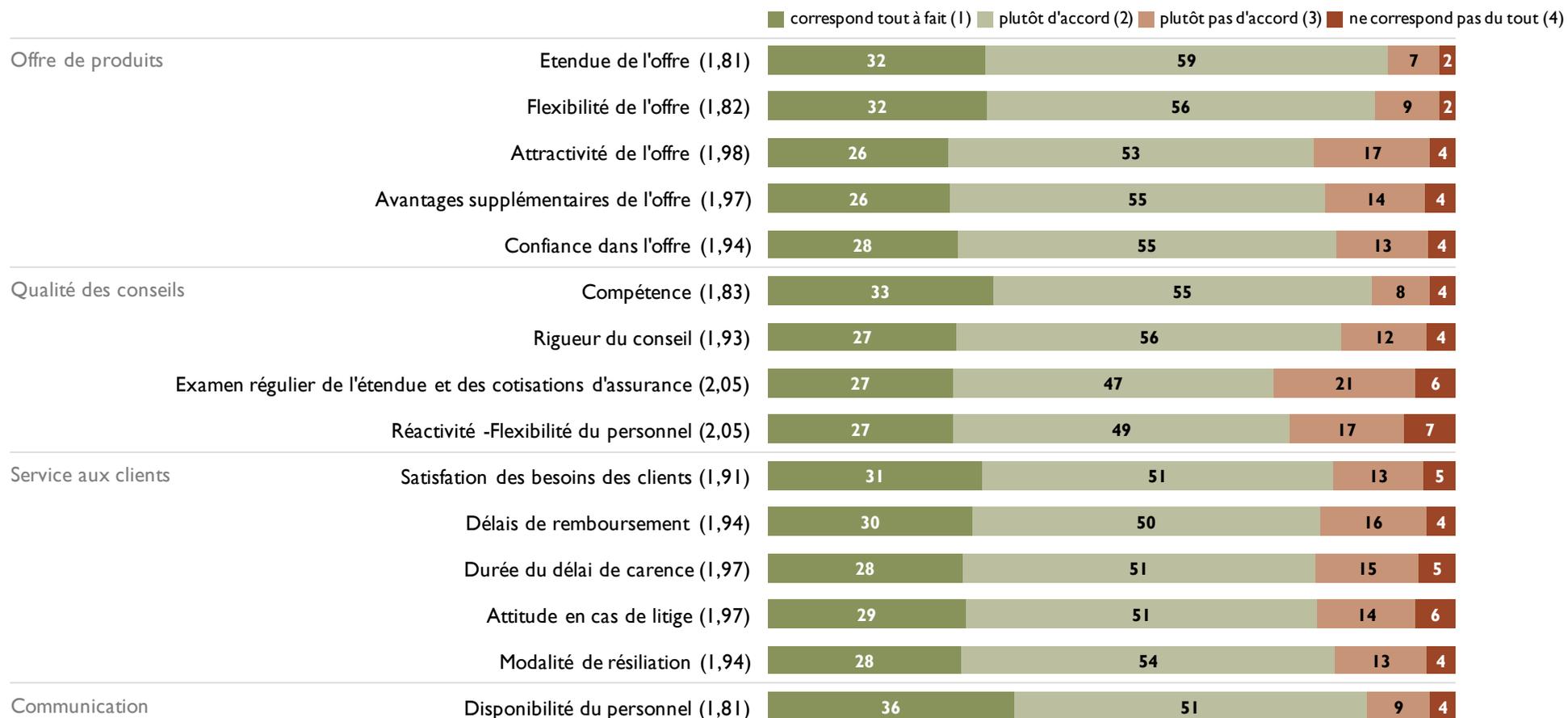
Sécurité des données



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). La communication numérique avec (...) est très bien sécurisée.

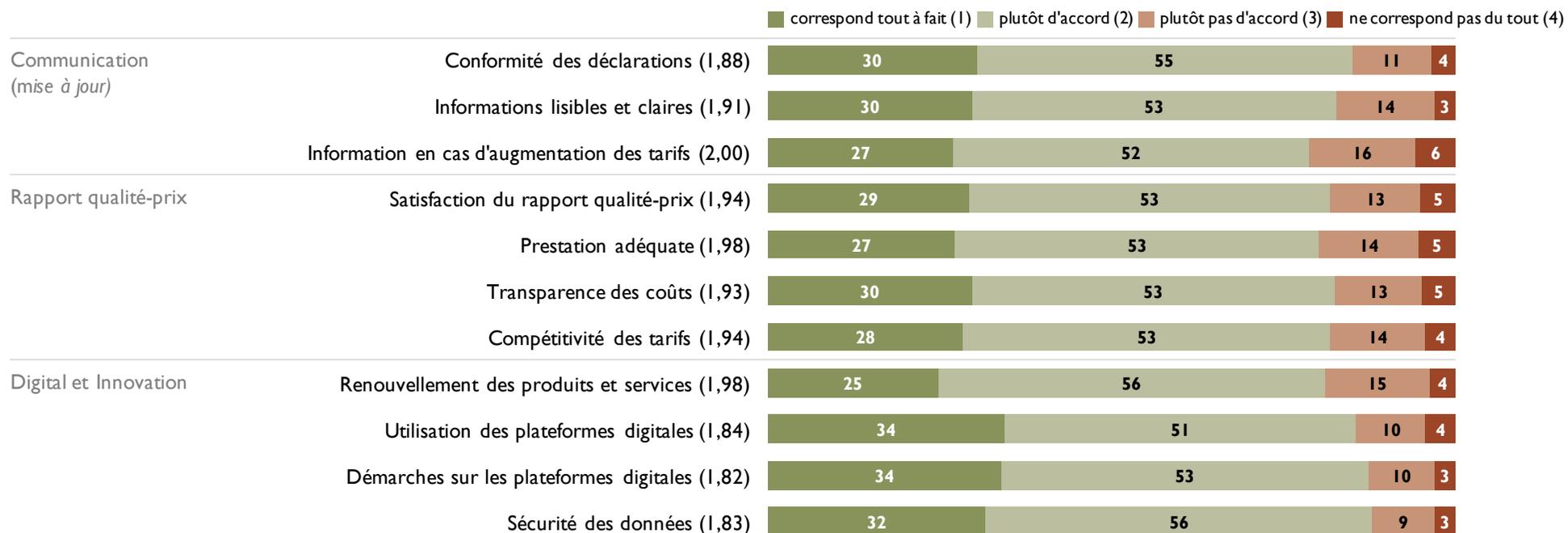
Profil-qualité – Bancassurances (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

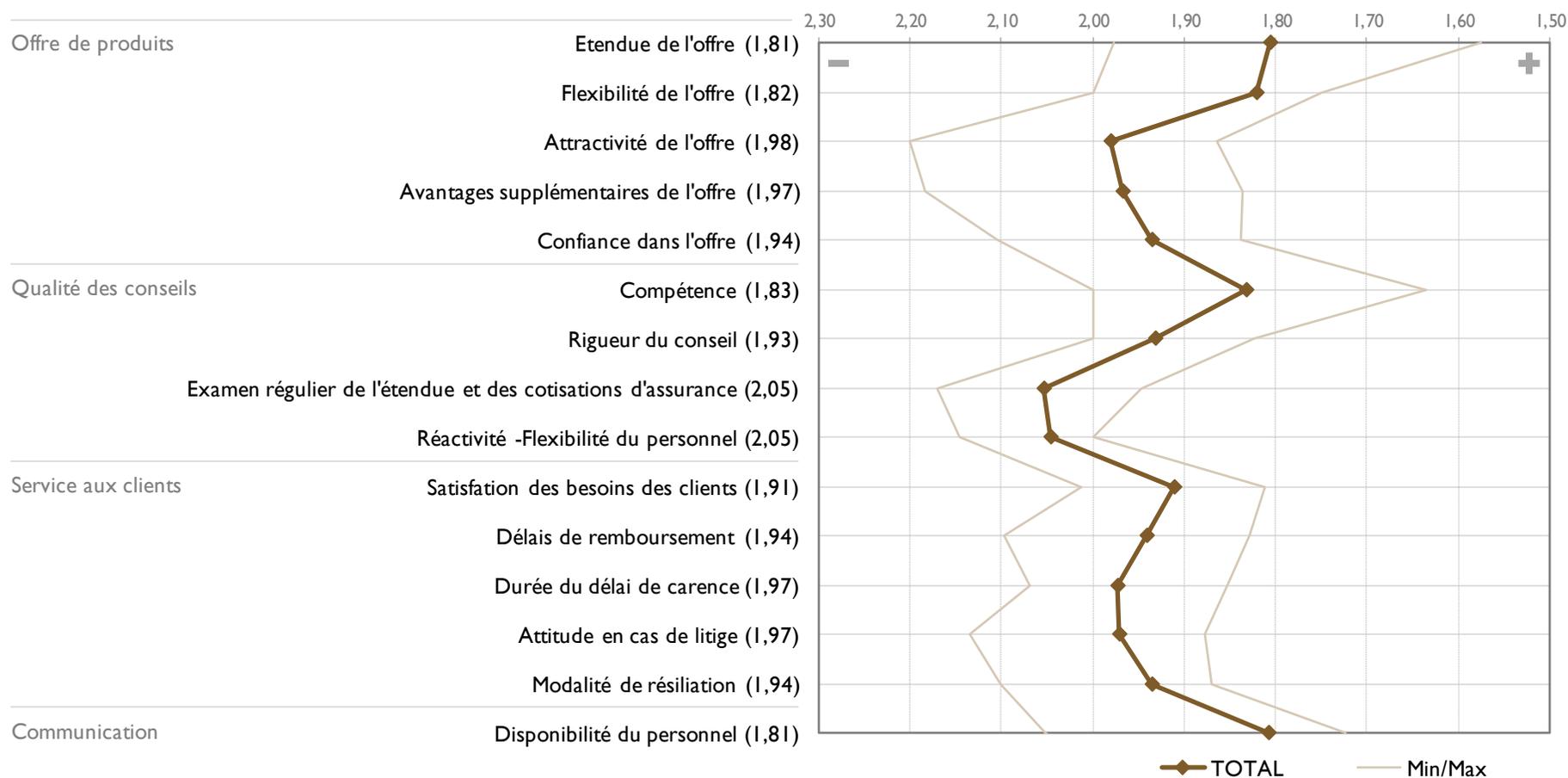
Profil-qualité – Bancassurances (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

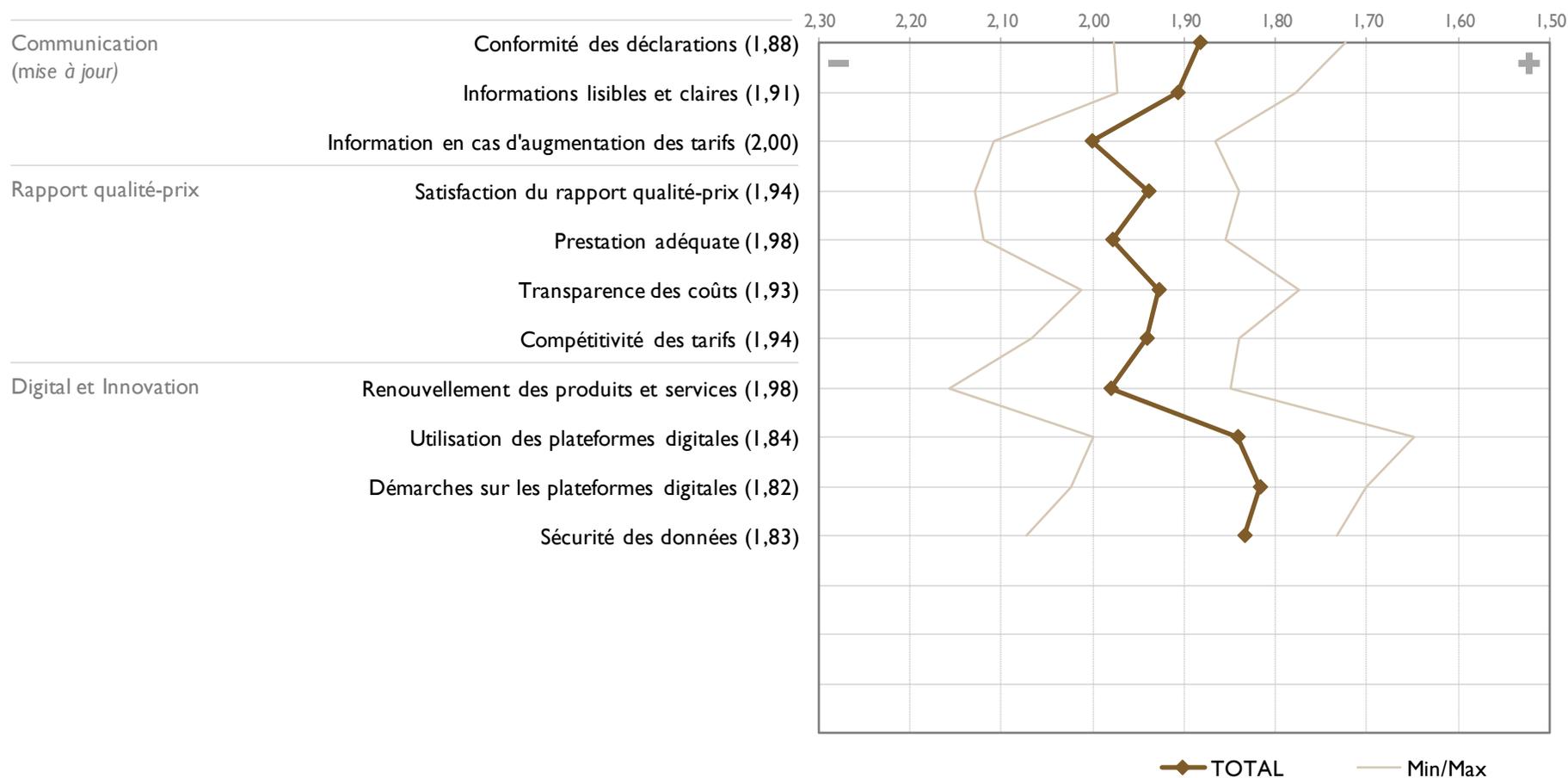
Profil-qualité – Bancassurances (III)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

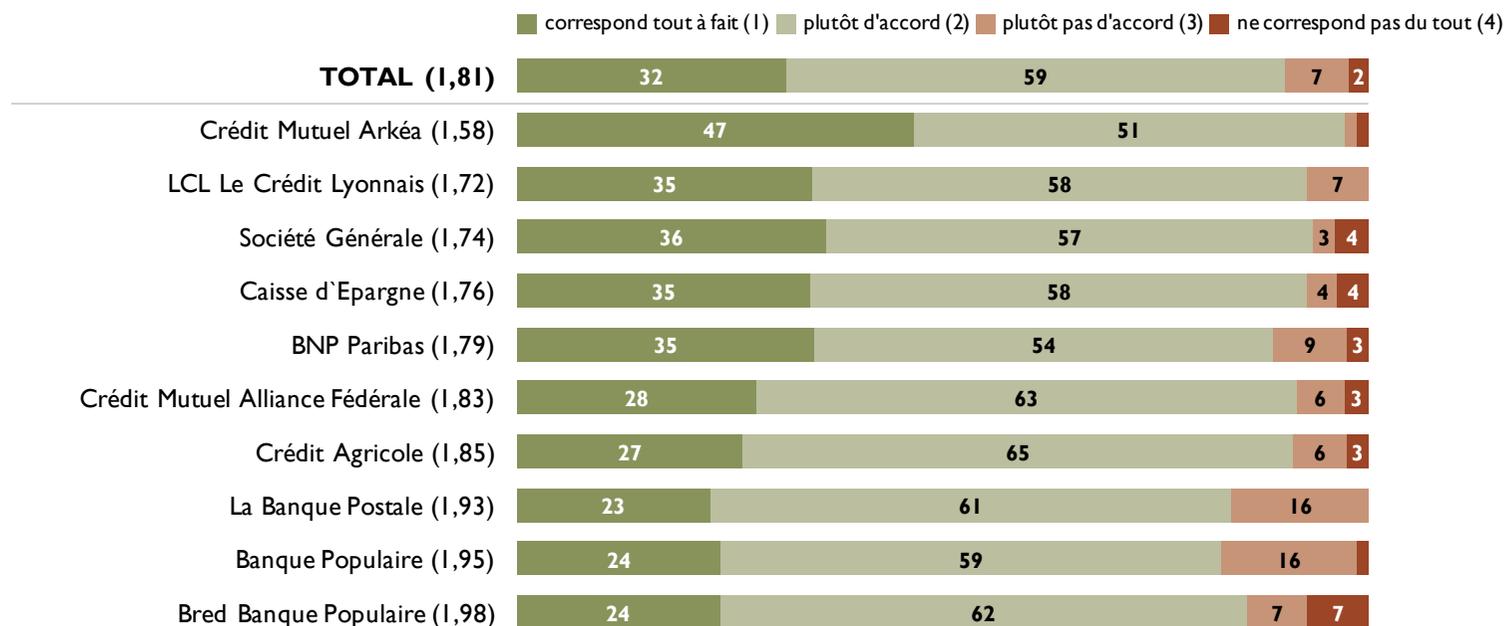
Profil-qualité – Bancassurances (IV)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

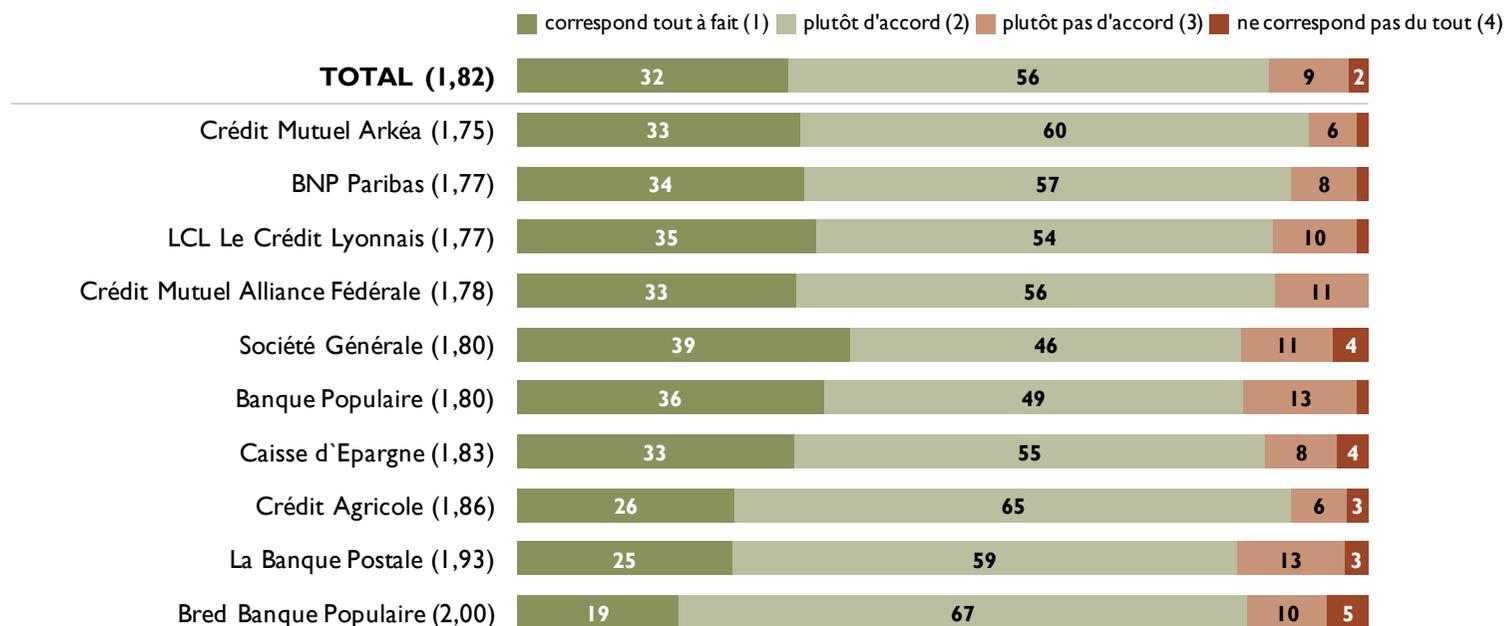
Etendue de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), je peux choisir parmi une gamme complète de produits.

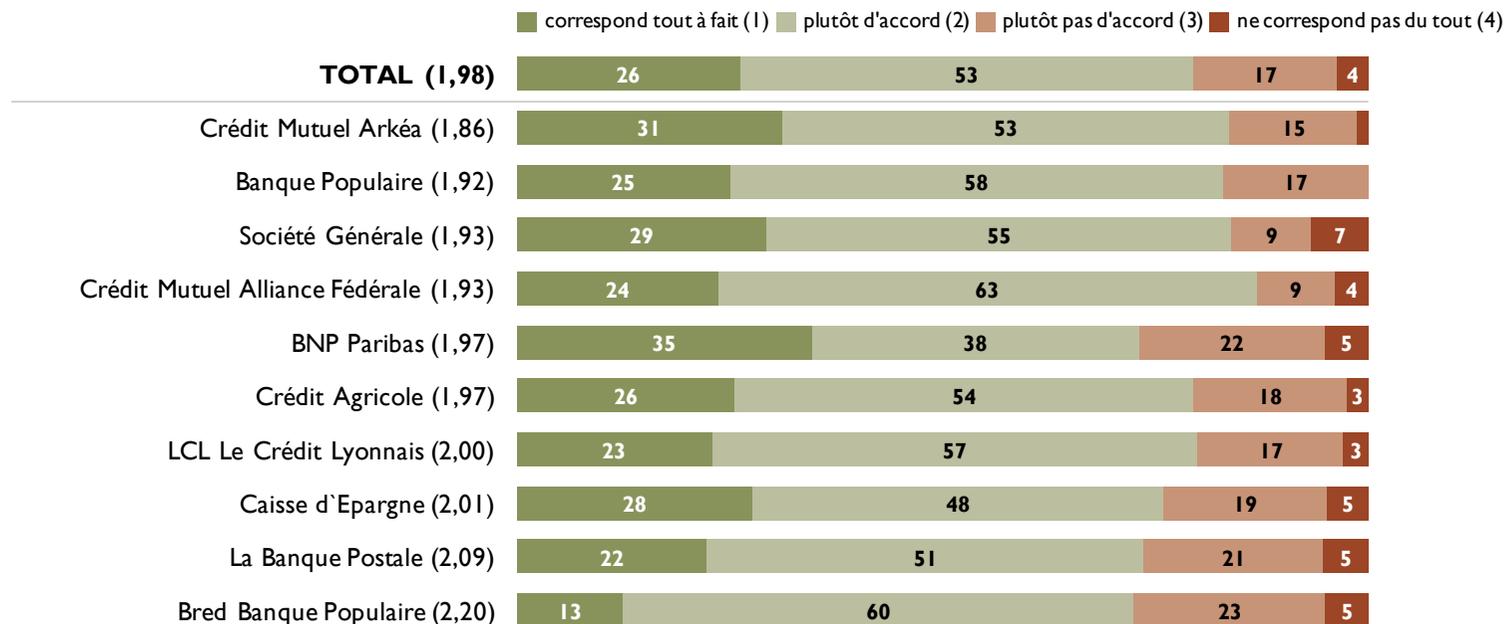
Flexibilité de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) me permet de combiner différentes couvertures selon mes souhaits.

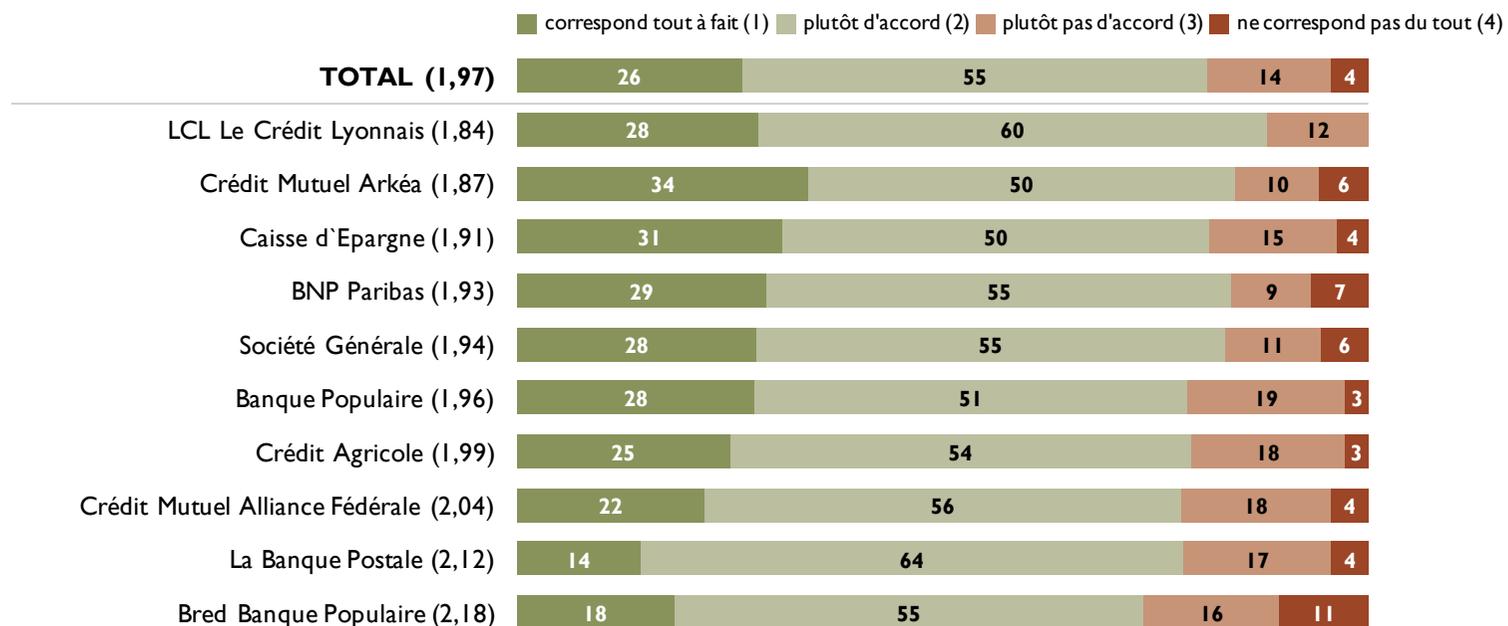
Attractivité de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) a une offre attractive.

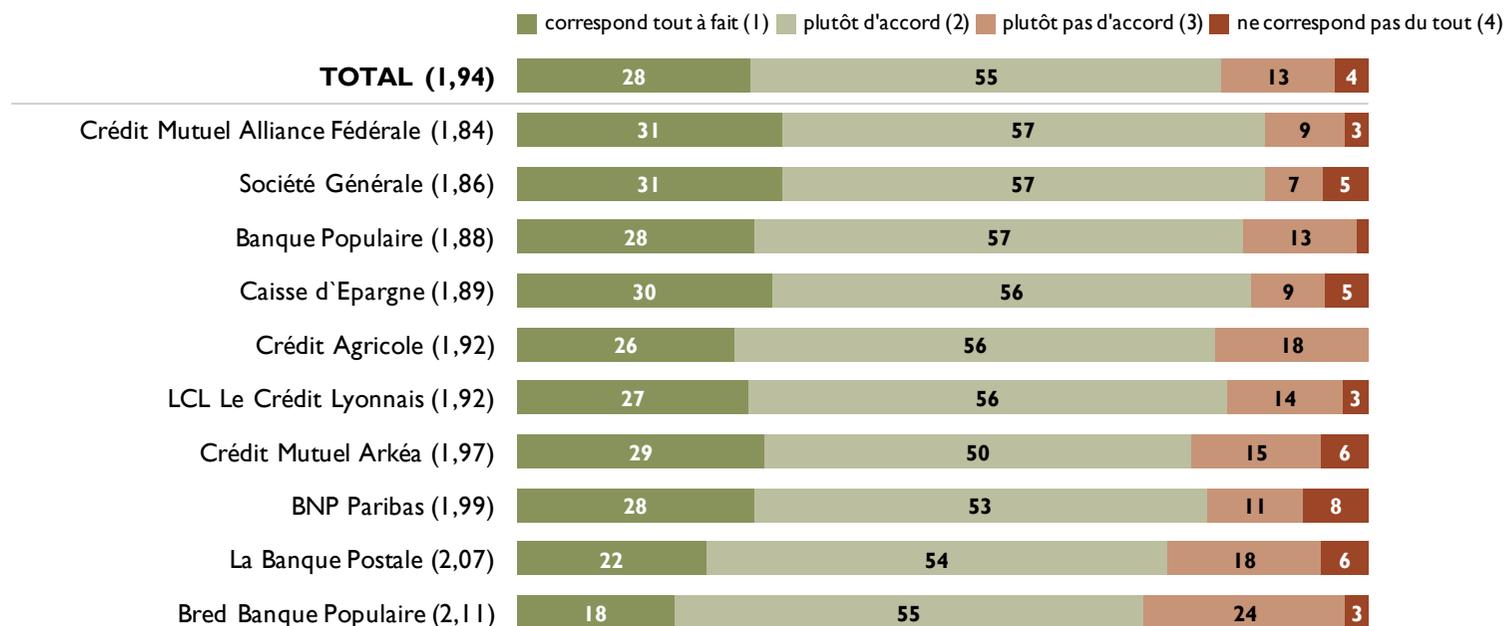
Avantages supplémentaires de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les assurances complémentaires de (...) offrent d'autres bénéfices (réductions, possibilités d

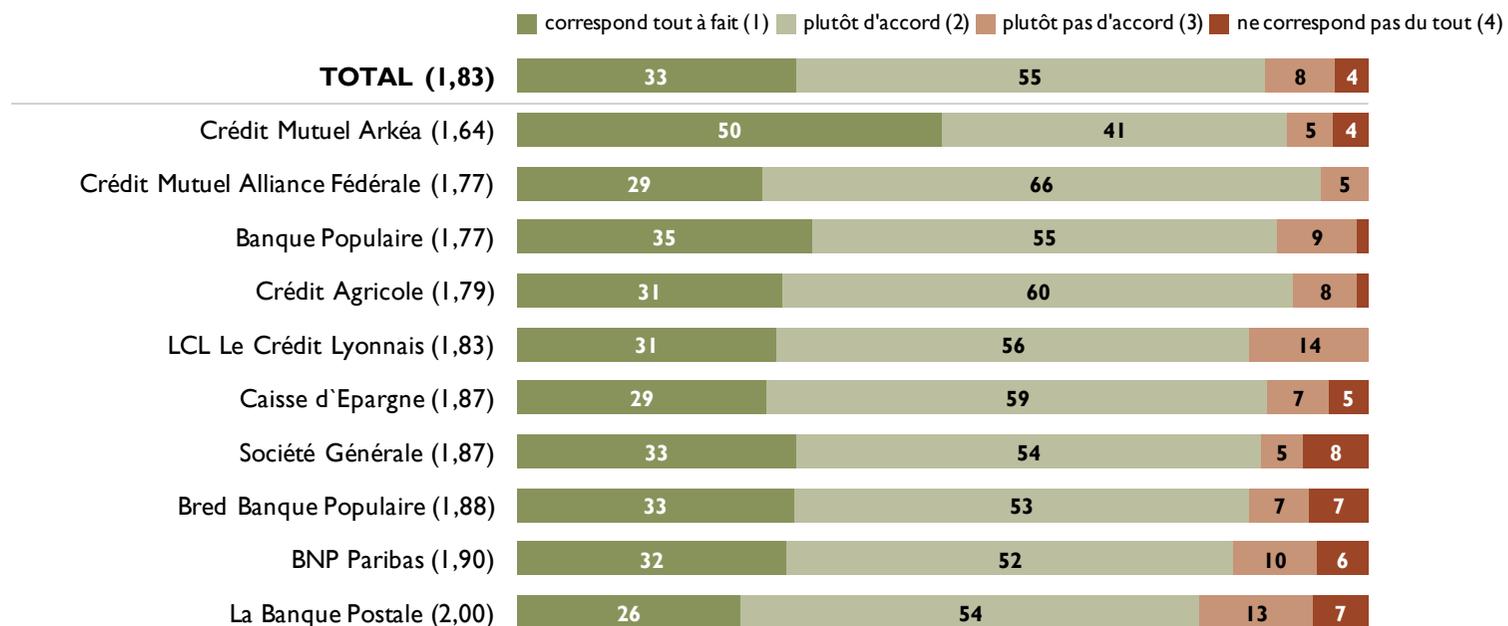
Confiance dans l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les produits et prestations santé de (...) me donnent un sentiment de sécurité.

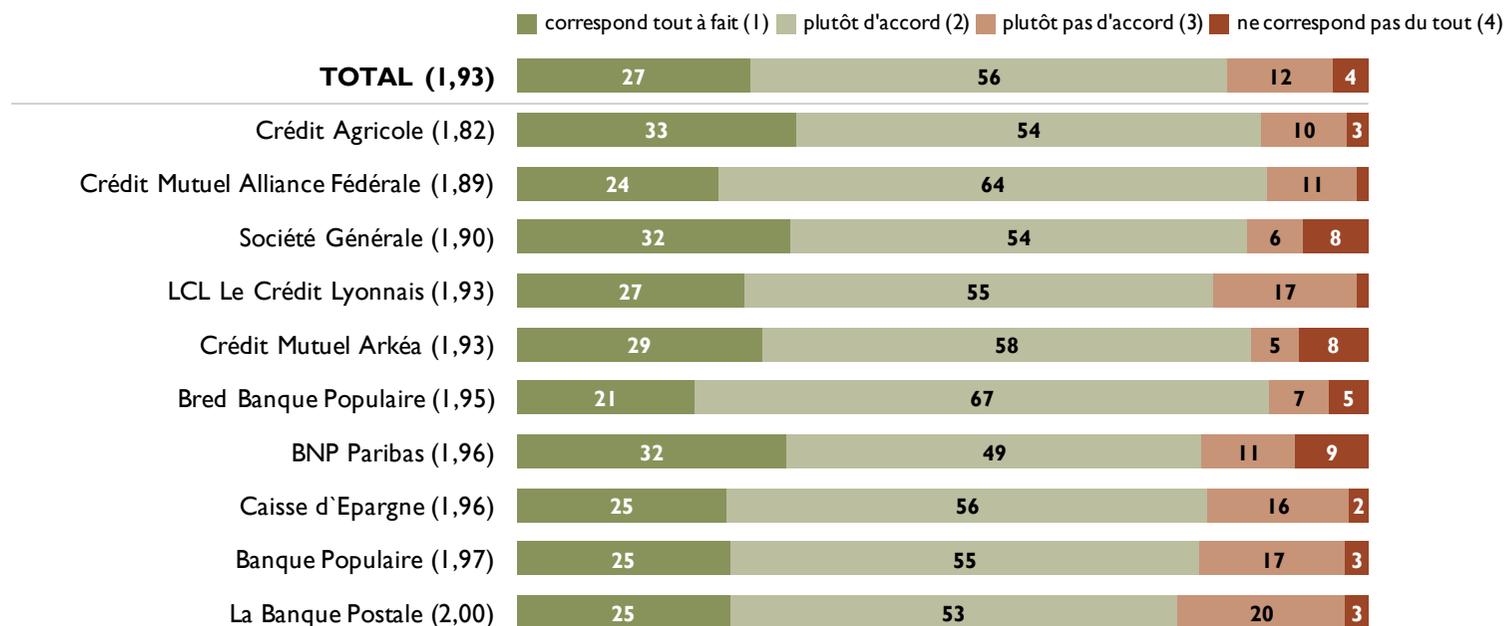
Compétence



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les collaborateurs de (...) sont compétents.

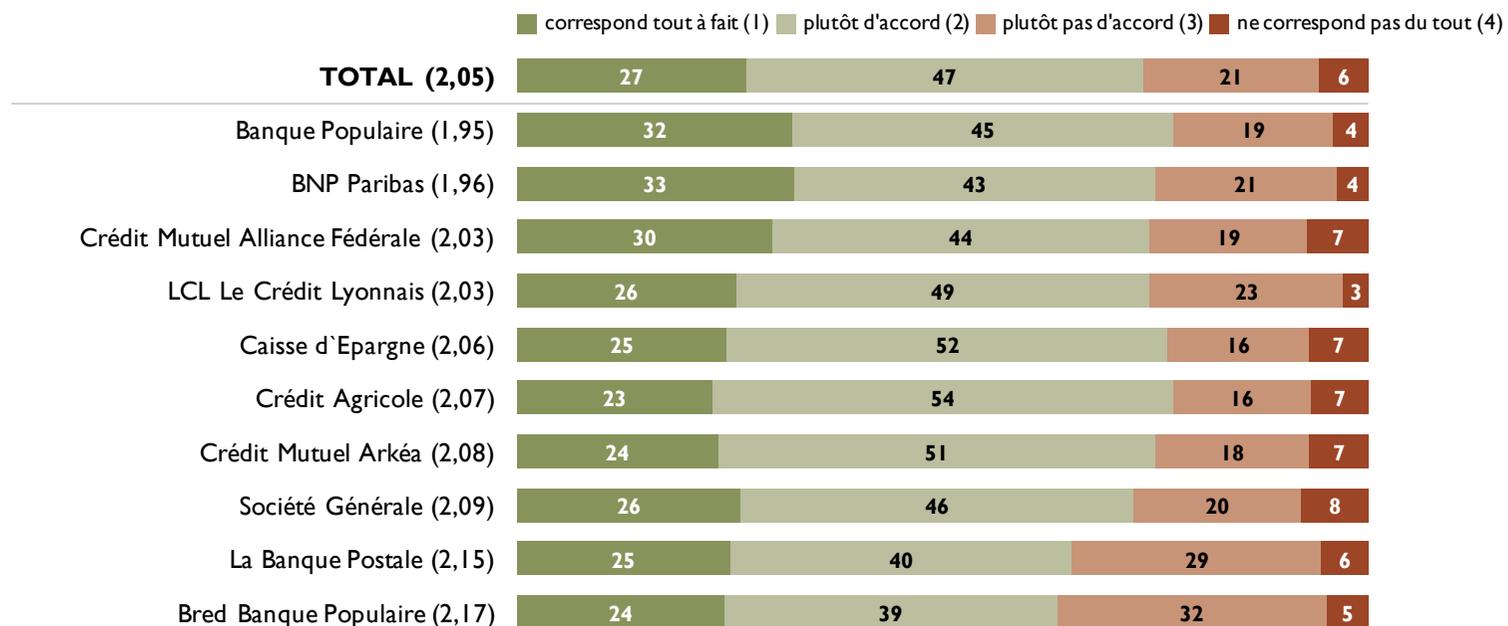
Rigueur du conseil



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). La qualité du conseil de (...) est excellente.

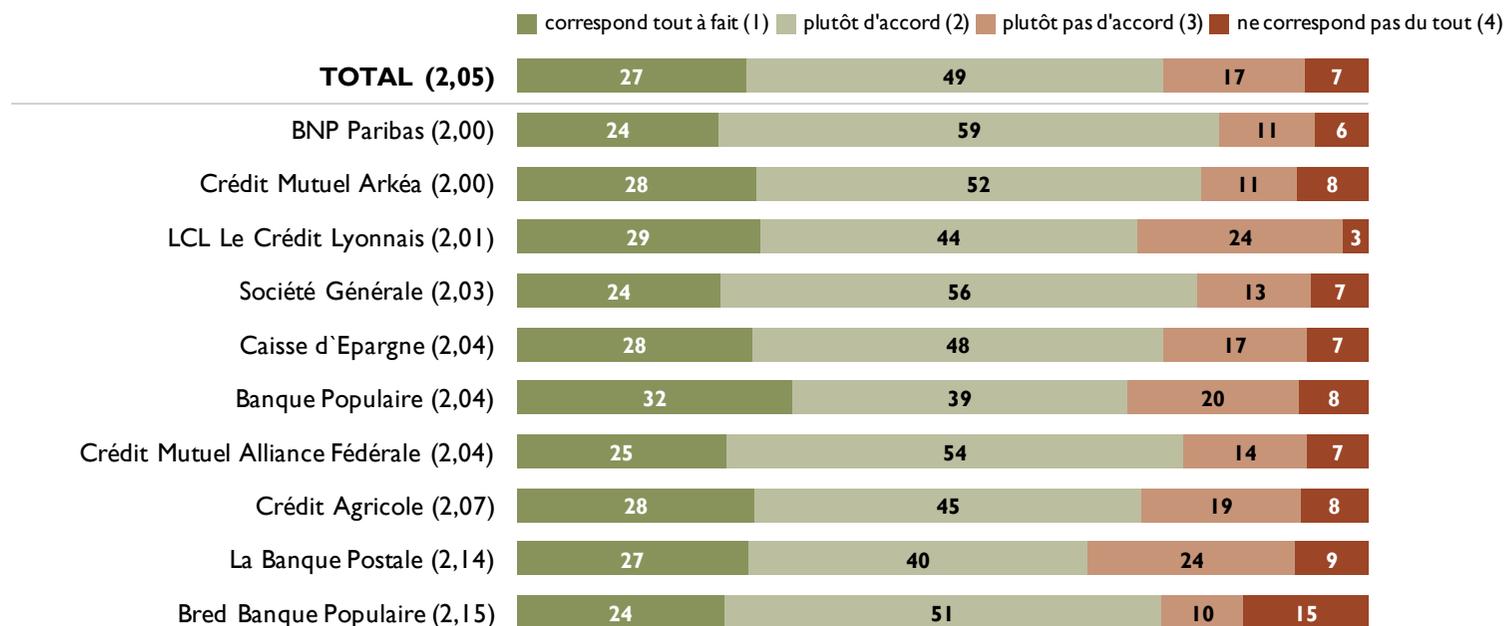
Examen régulier de l'étendue et des cotisations d'assurance



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) vérifie régulièrement la couverture de mon assurance et mes cotisations.

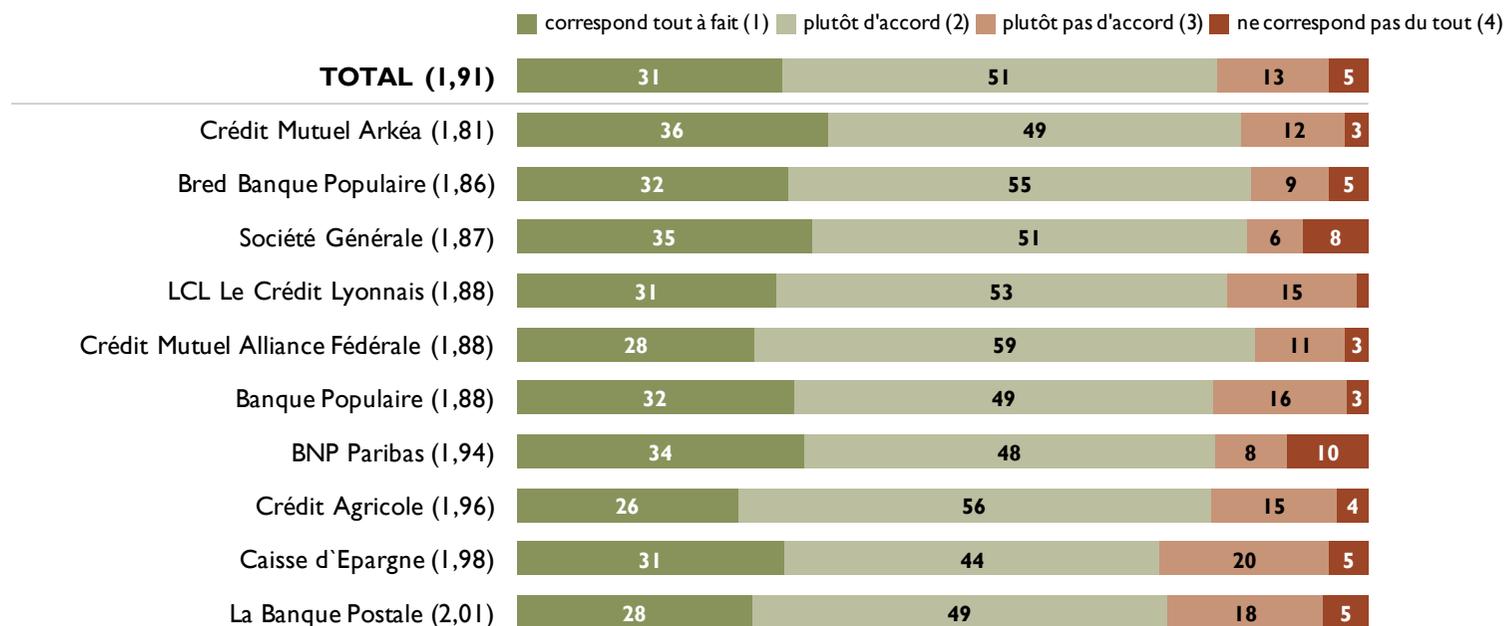
Réactivité -Flexibilité du personnel



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) me permet de changer pour des tarifs plus avantageux en cours de contrat.

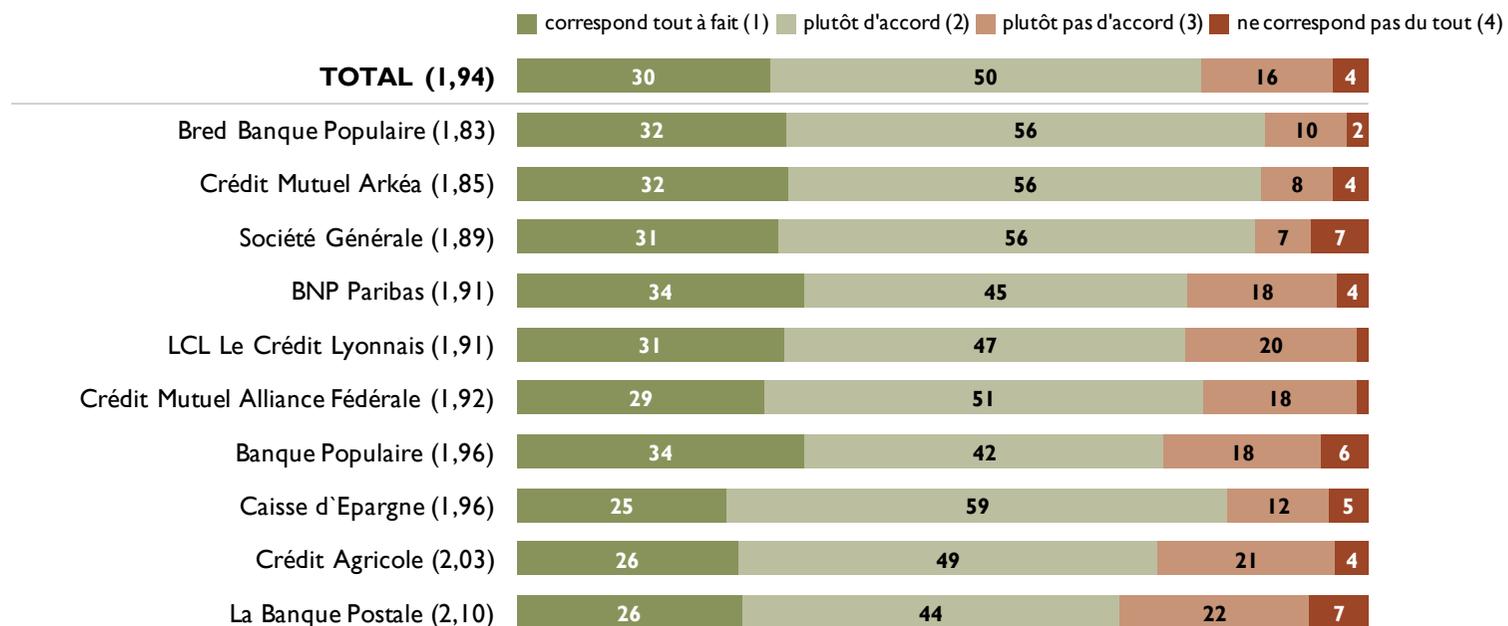
Satisfaction des besoins des clients



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) répond à mes attentes et besoins.

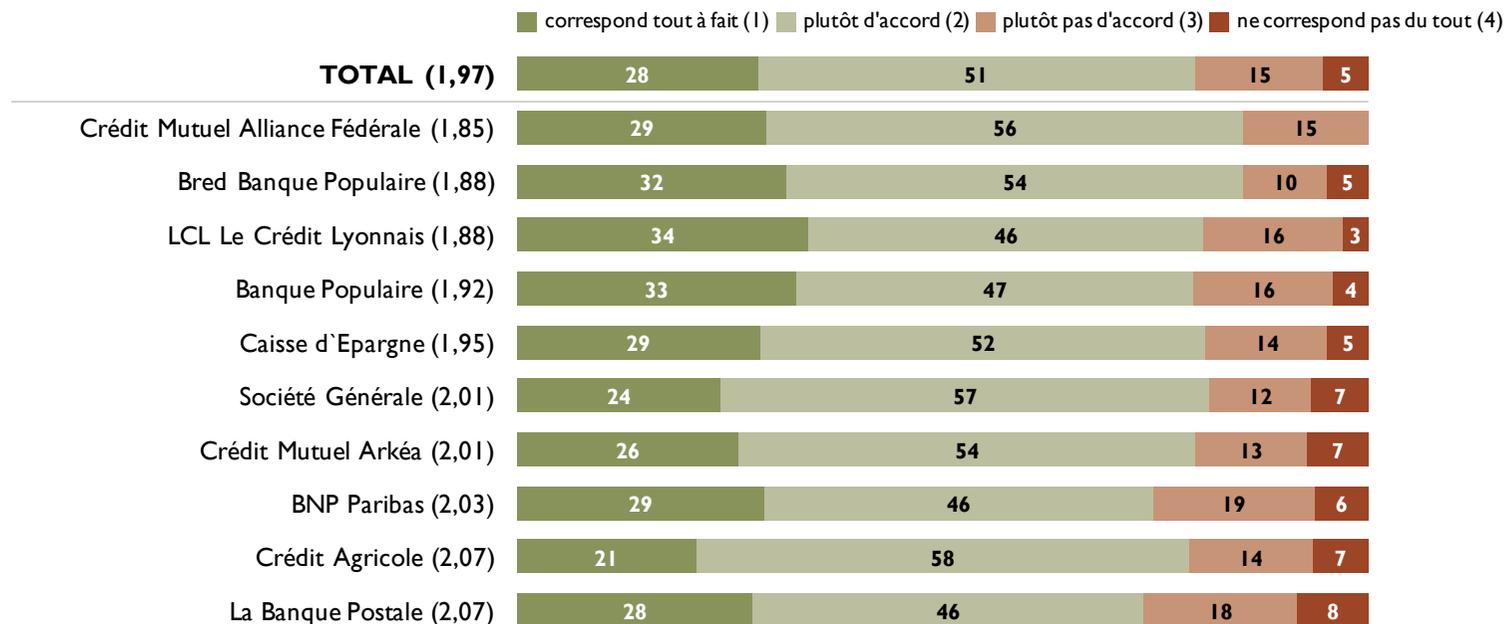
Délais de remboursement



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) rembourse rapidement et intégralement en cas de prestation.

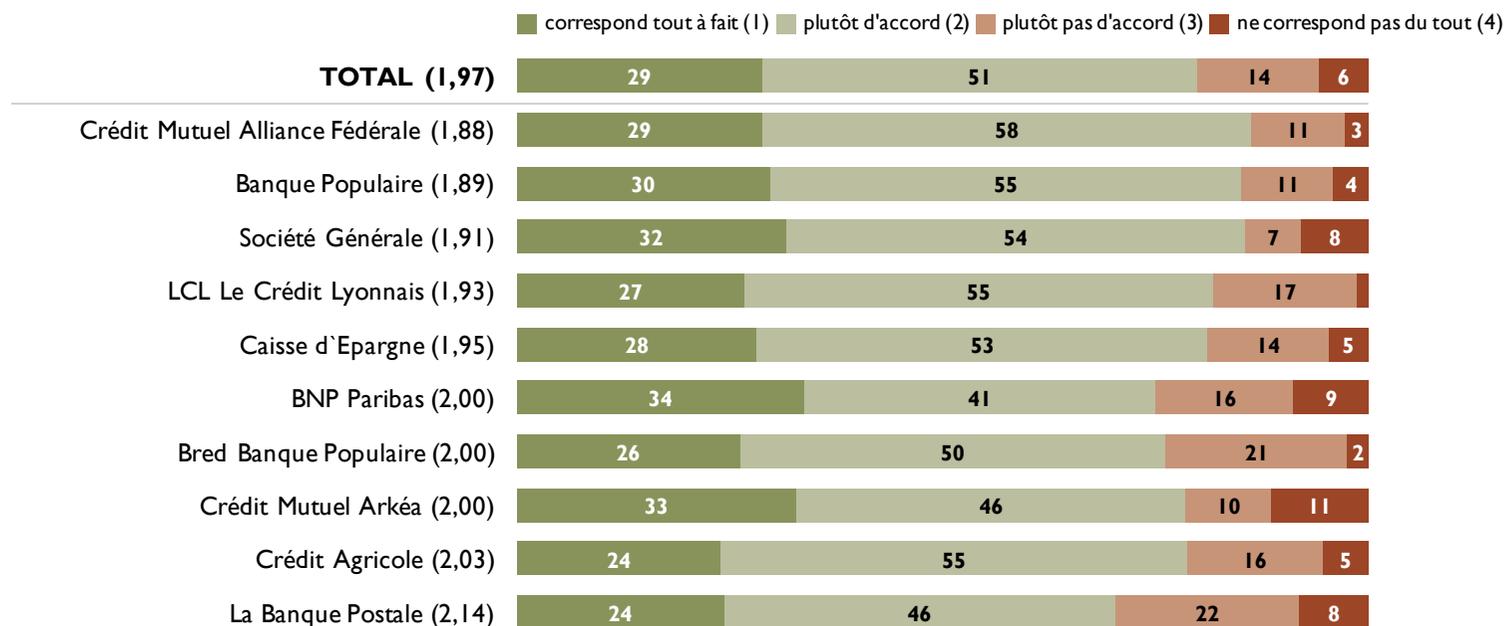
Durée du délai de carence



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Le délai de carence chez (...) est convenable.

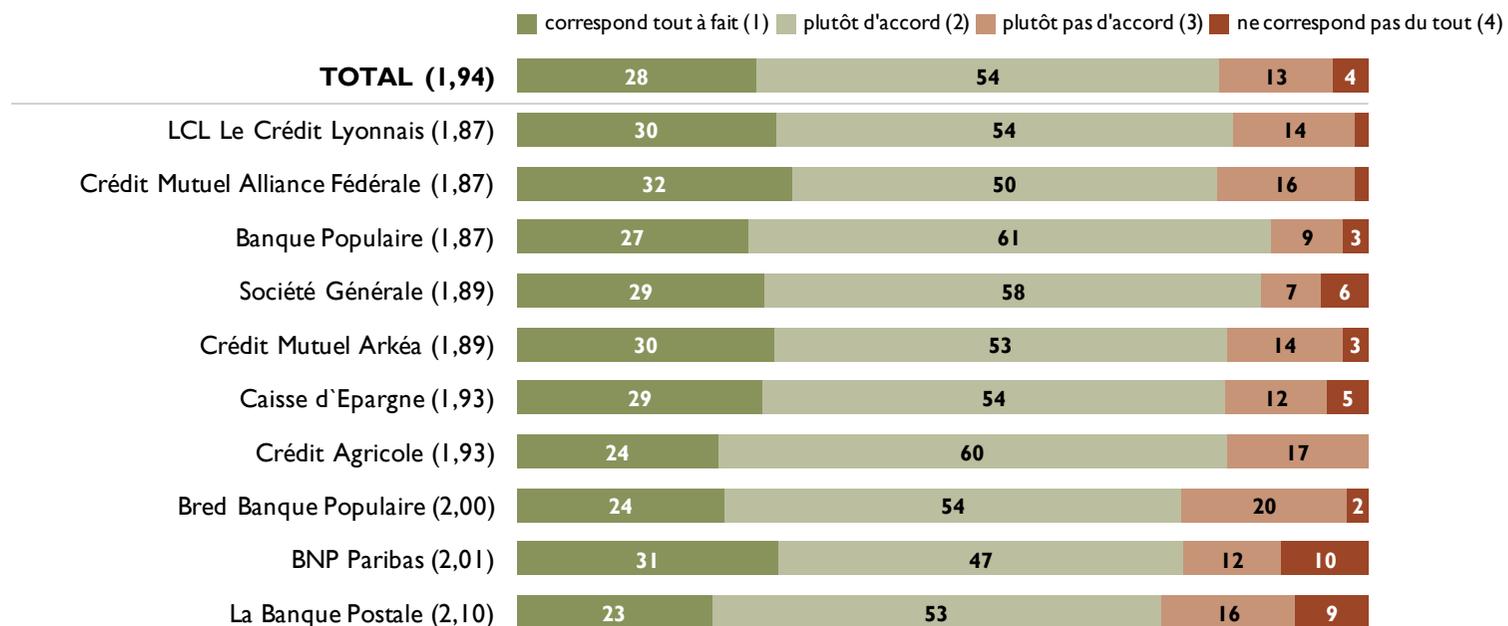
Attitude en cas de litige



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). En cas de réclamations, (...) réagit de manière conciliante.

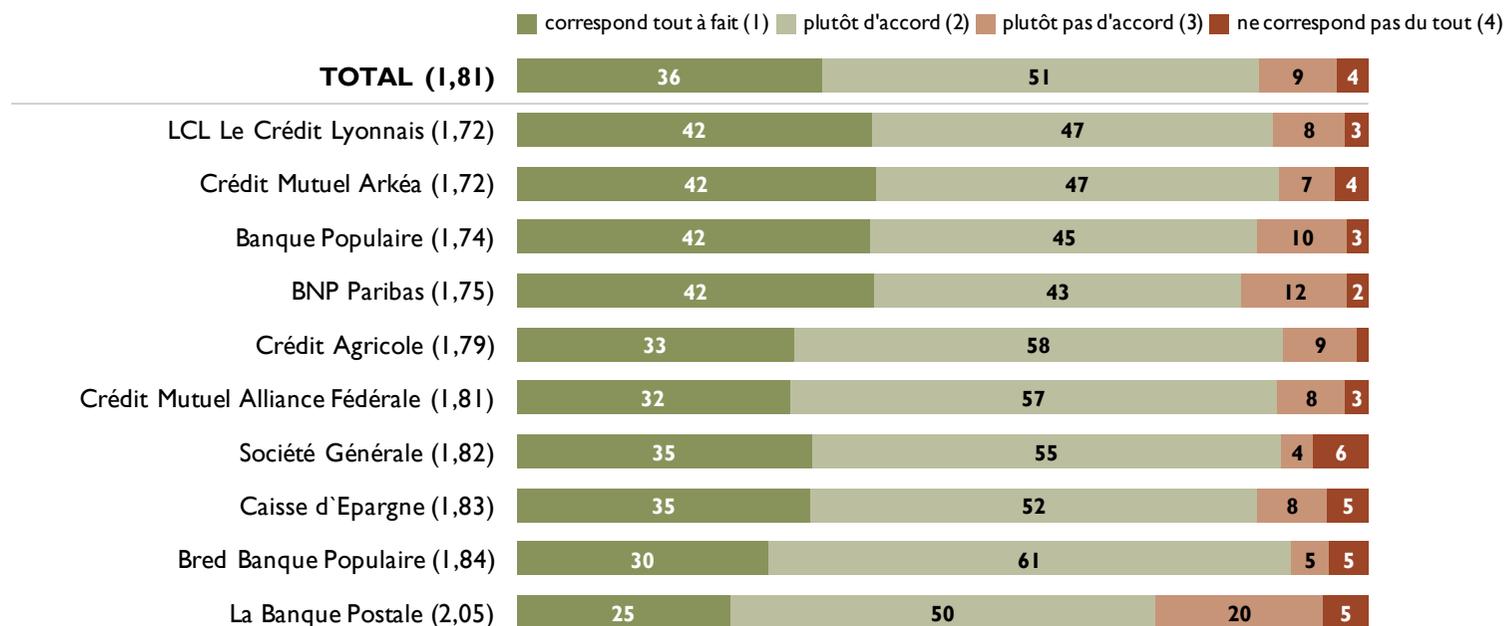
Modalité de résiliation



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), il est facile de résilier le contrat.

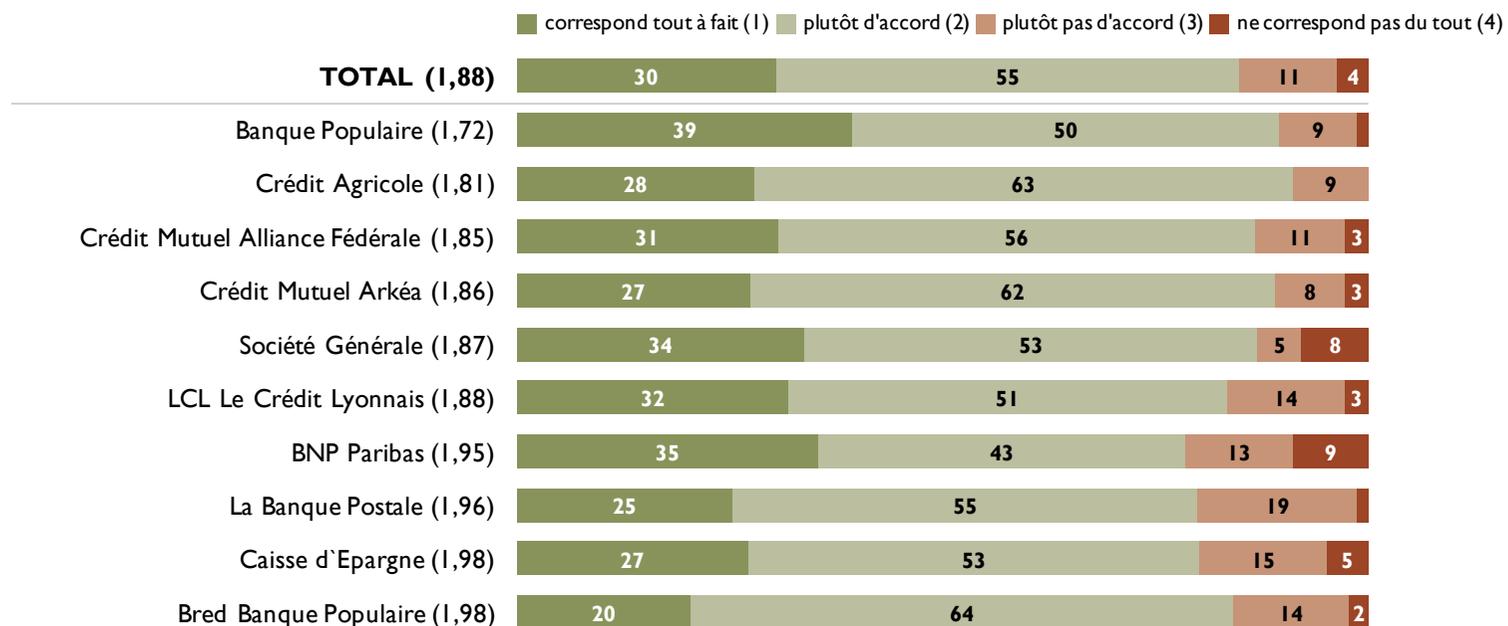
Disponibilité du personnel



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), il est facile de contacter un collaborateur.

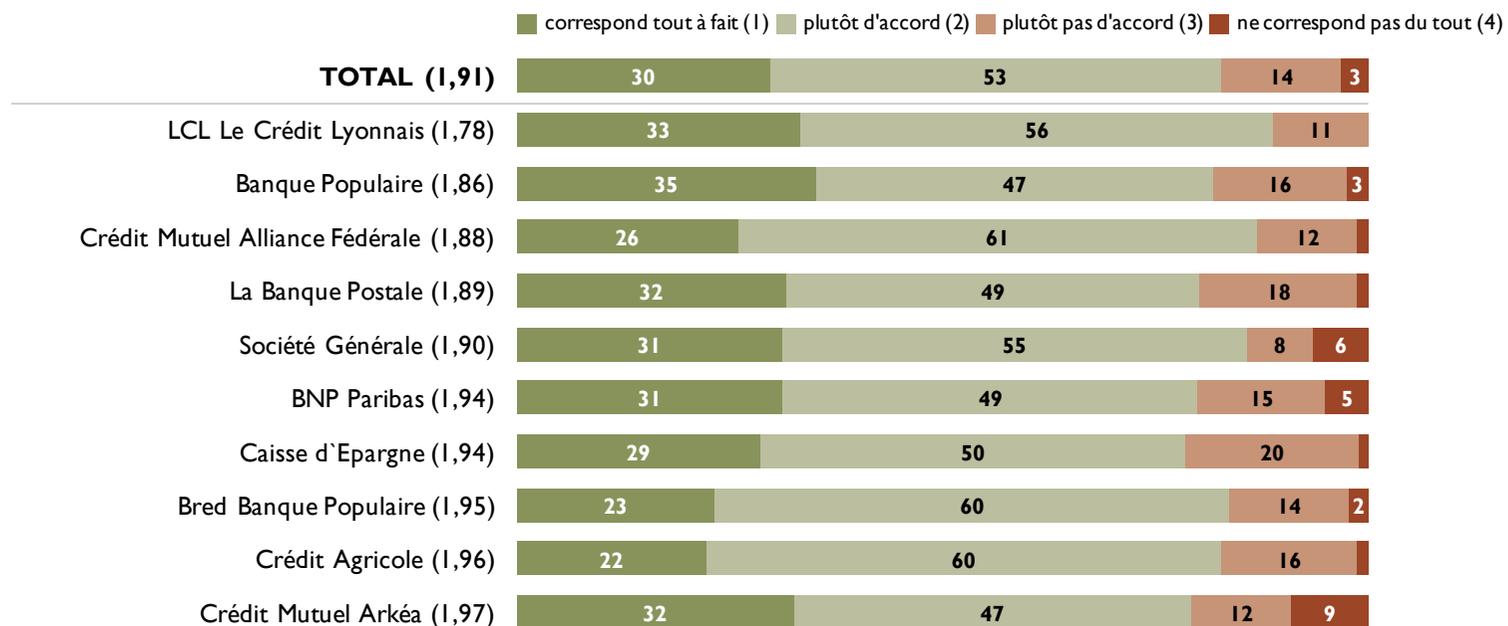
Conformité des déclarations



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Je peux me fier aux déclarations de (...).

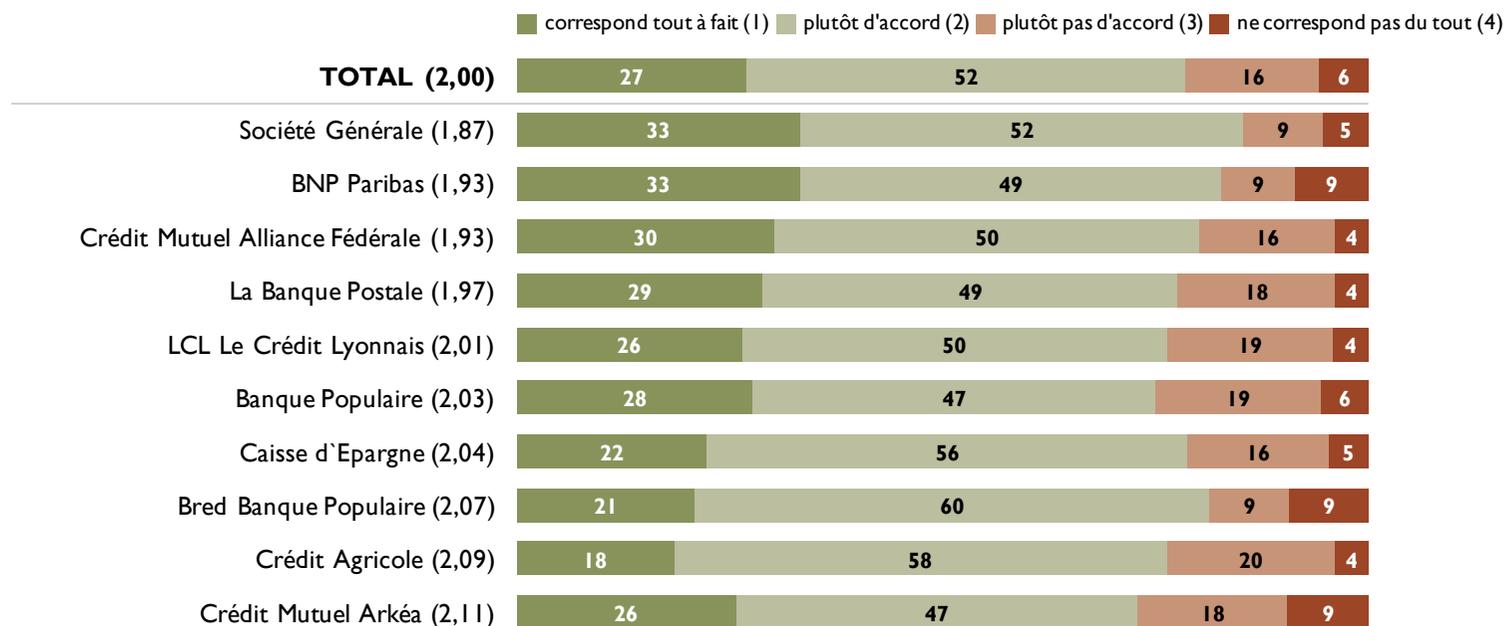
Informations lisibles et claires



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les documents d'offre et de contrat de (...) sont lisibles et compréhensibles.

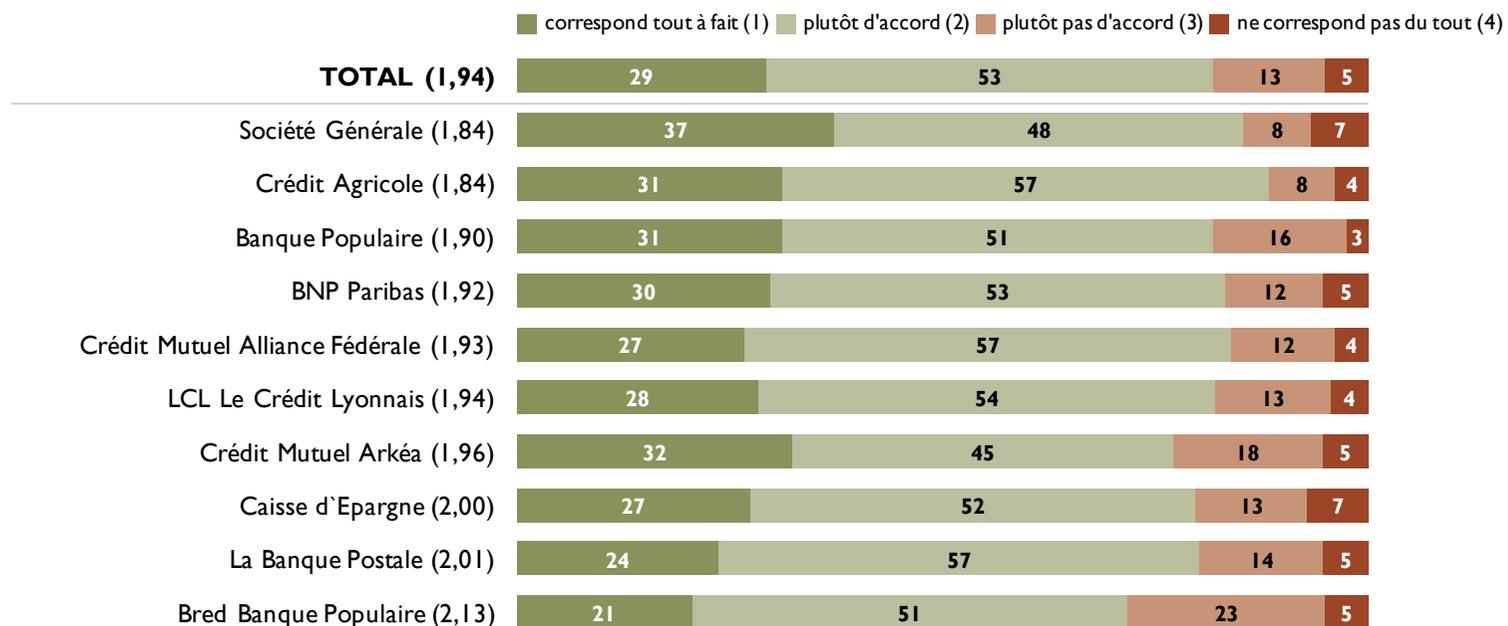
Information en cas d'augmentation des tarifs



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). En cas d'augmentation des tarifs, (...) m'informe à temps et en détails

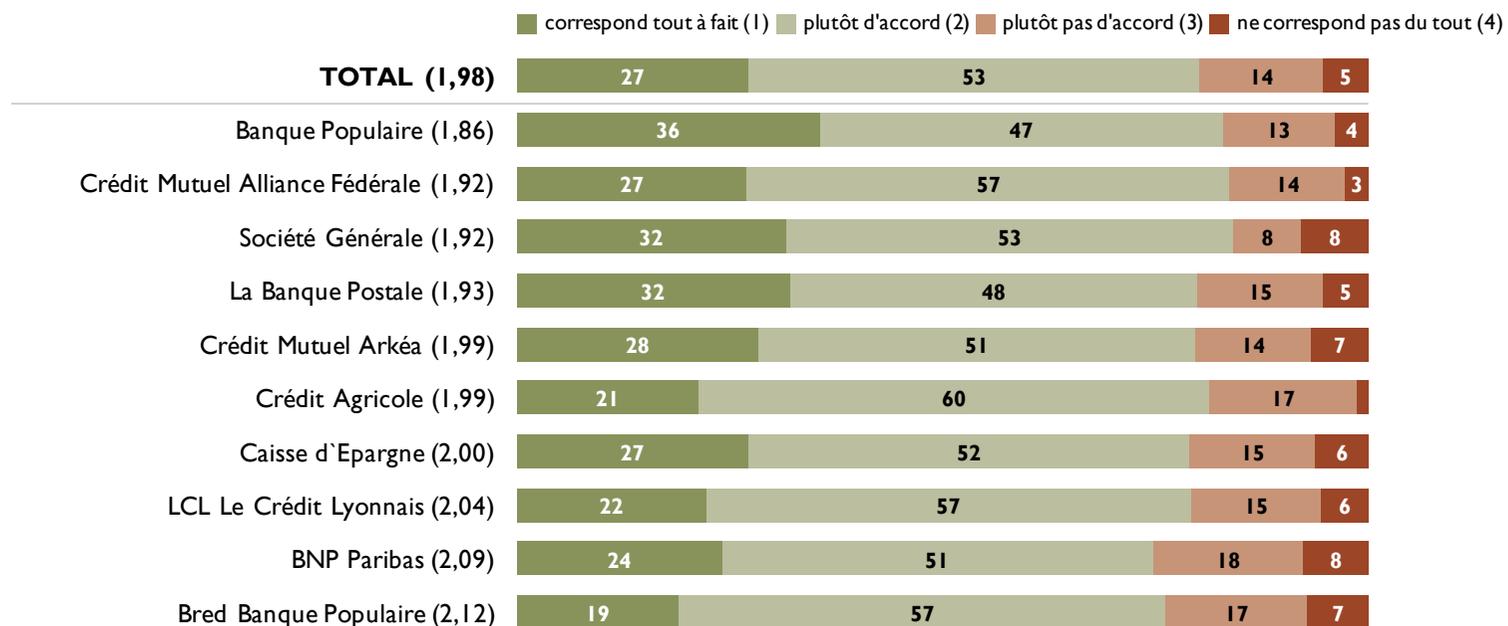
Satisfaction du rapport qualité-prix



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). La qualité et les prestations de l'assurance santé (...) sont excellentes.

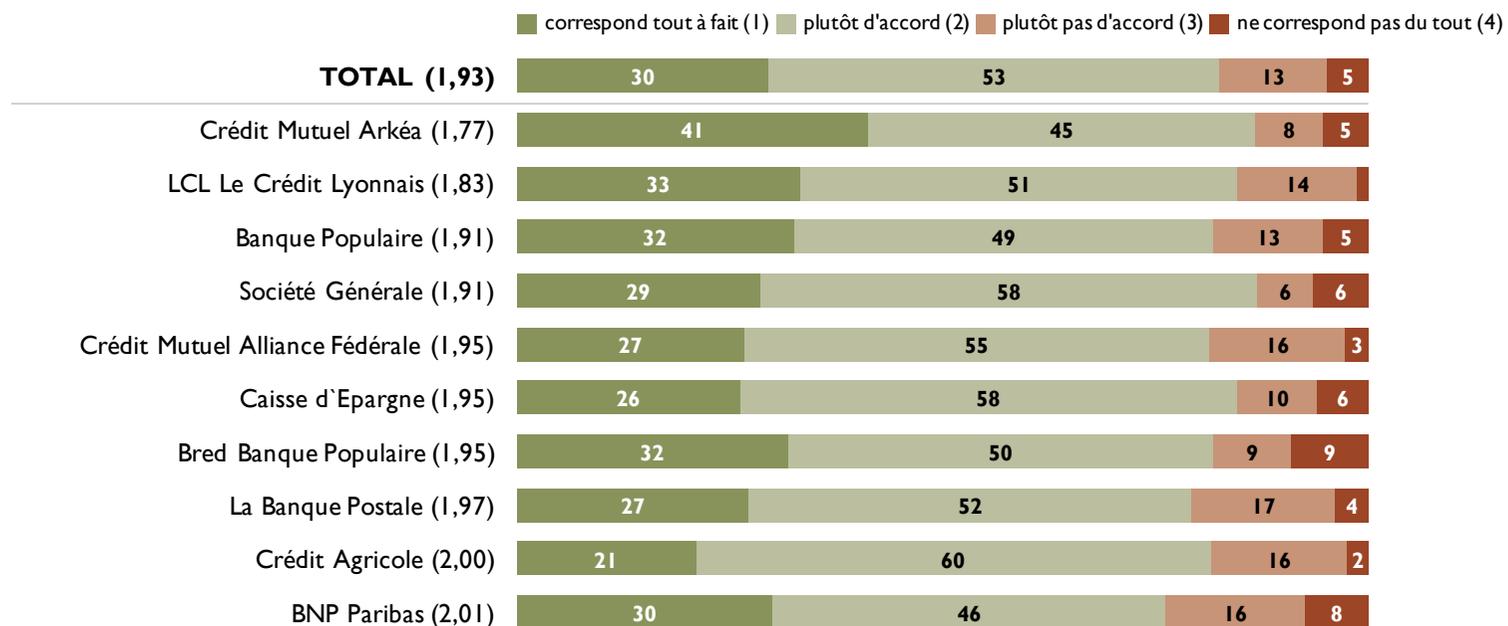
Prestation adéquate



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Pour mon argent, je reçois chez (...) une prestation appropriée.

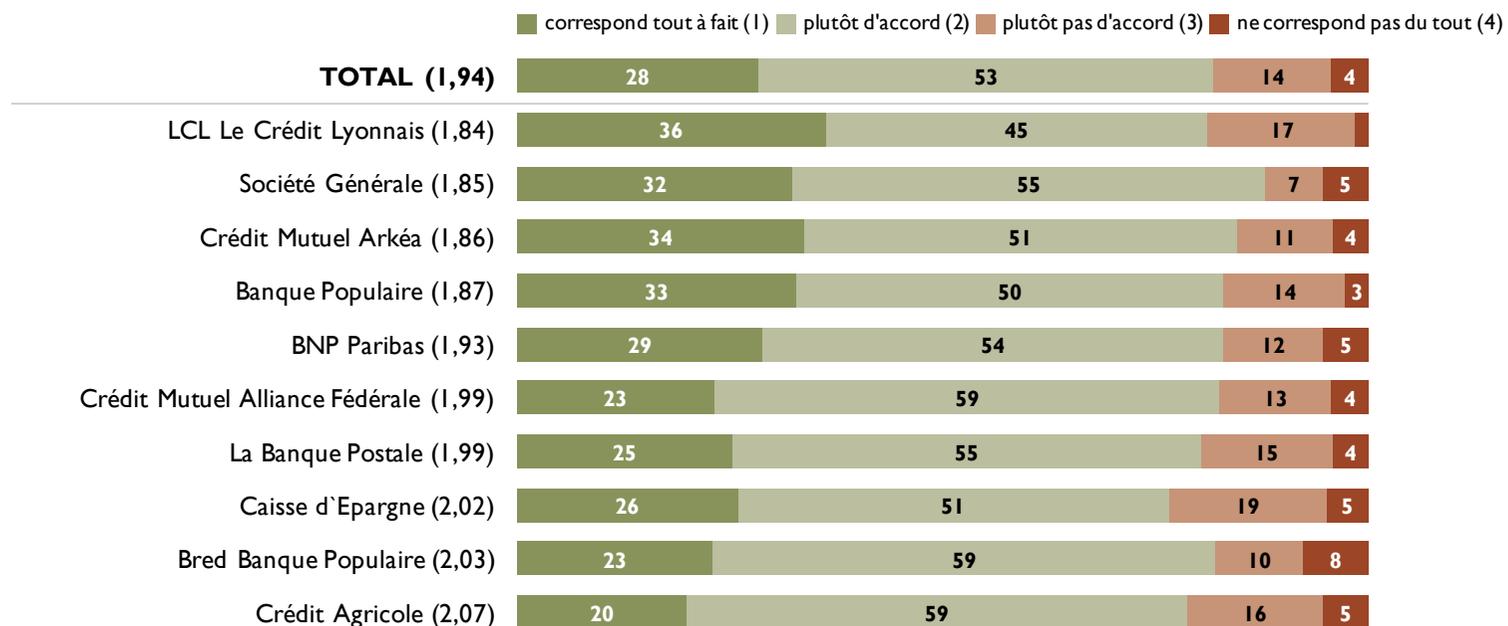
Transparence des coûts



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), je sais exactement ce que je dois payer pour les différentes garanties et prestations.

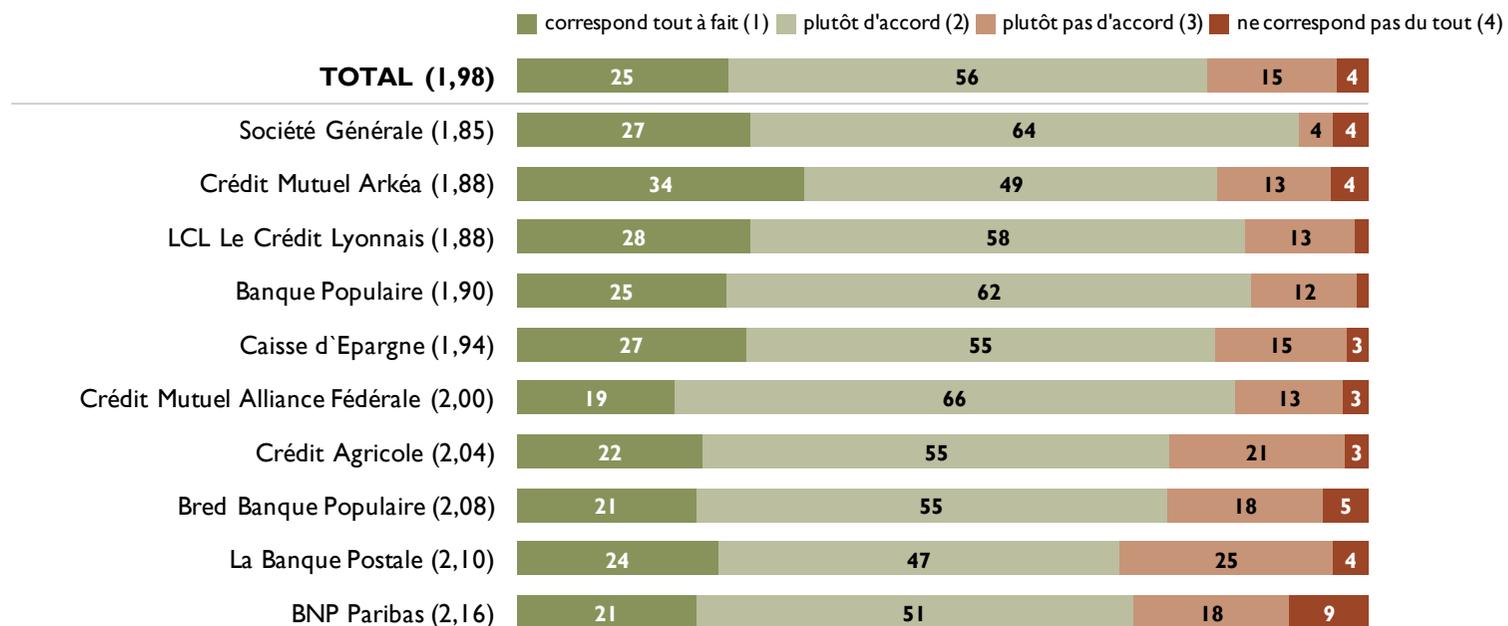
Compétitivité des tarifs



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les tarifs de (...) sont compétitifs par rapport à d'autres sur le marché.

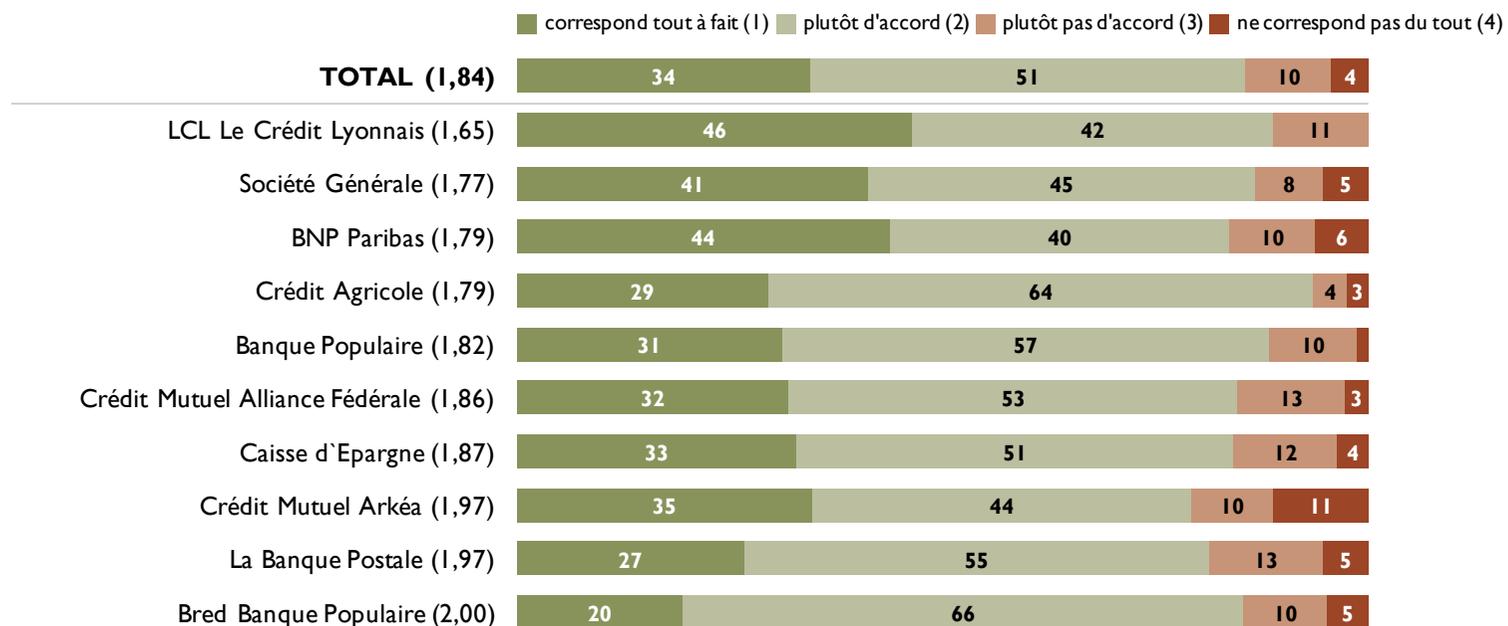
Renouvellement des produits et services



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) renouvelle régulièrement ses produits et ses services.

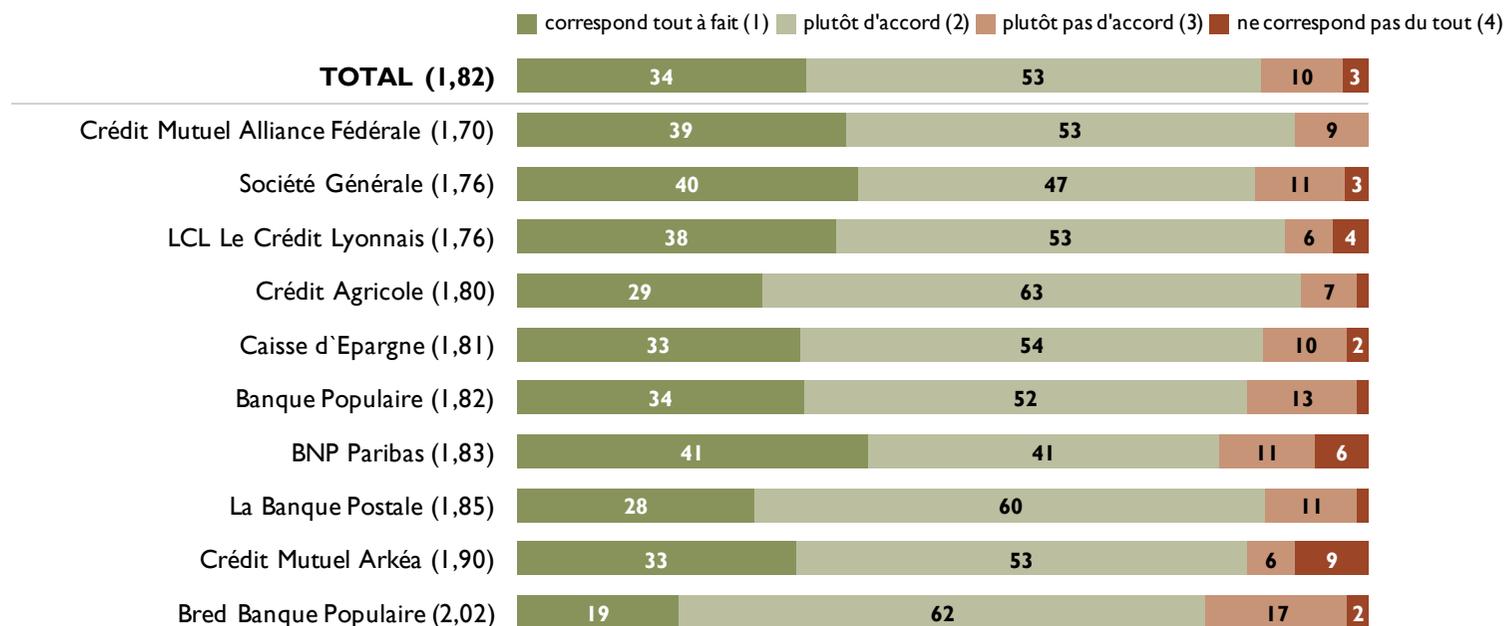
Utilisation des plateformes digitales



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...) il est facile d'utiliser les canaux numériques (site web, application, etc.).

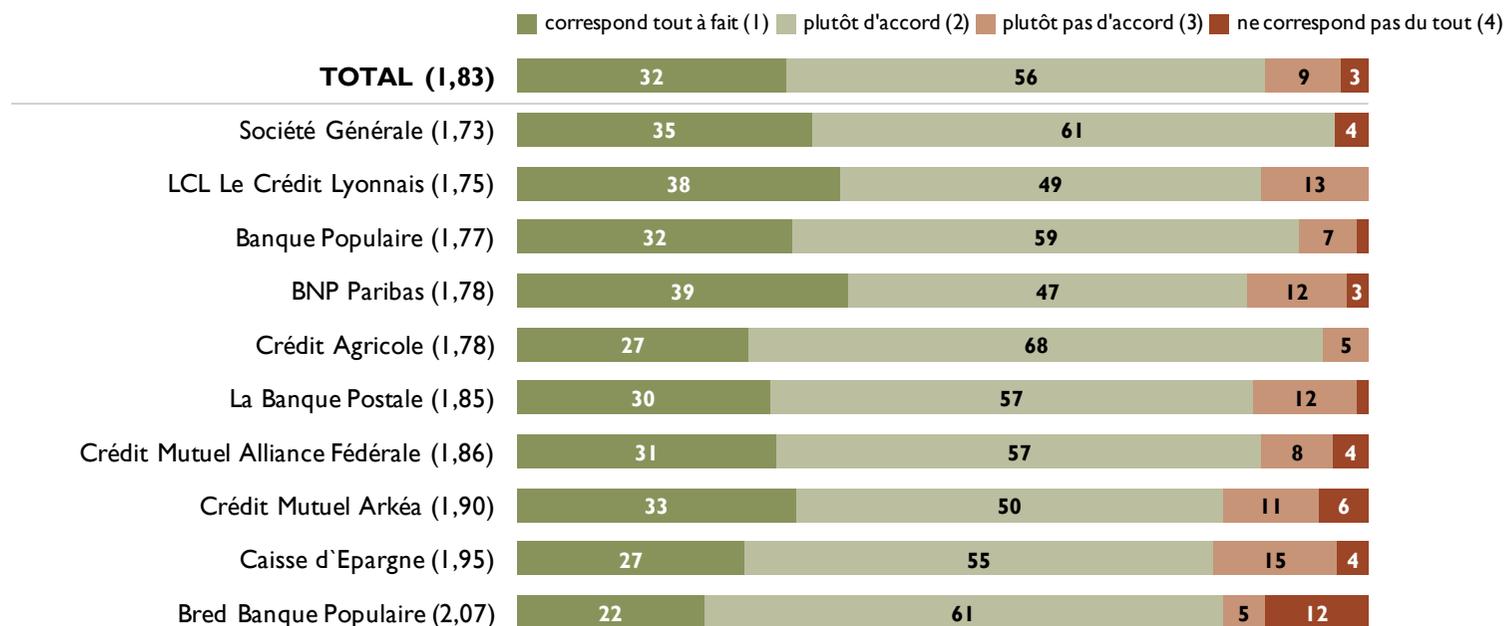
Démarches sur les plateformes digitales



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), je peux effectuer de nombreuses démarches en ligne ou via application (devis, contrats, etc.).

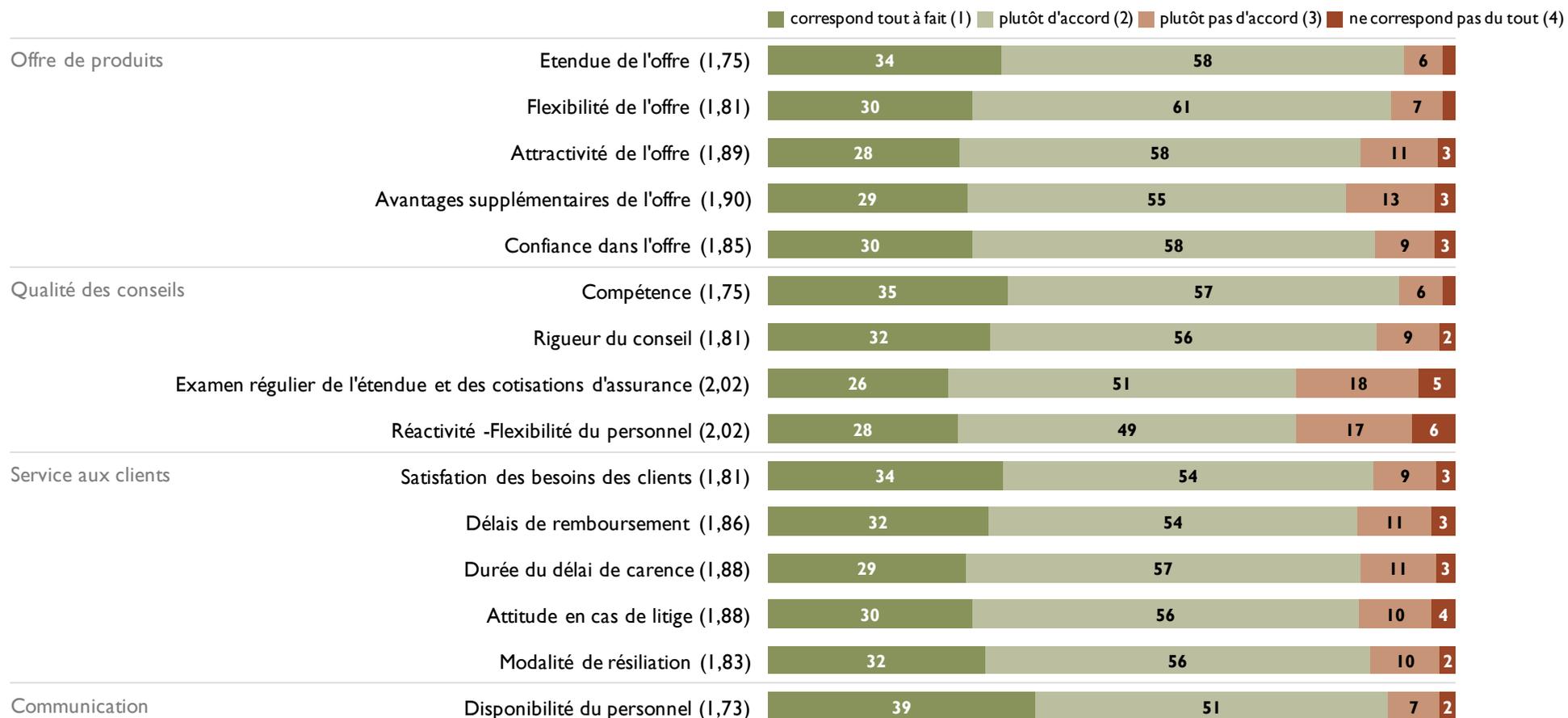
Sécurité des données



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). La communication numérique avec (...) est très bien sécurisée.

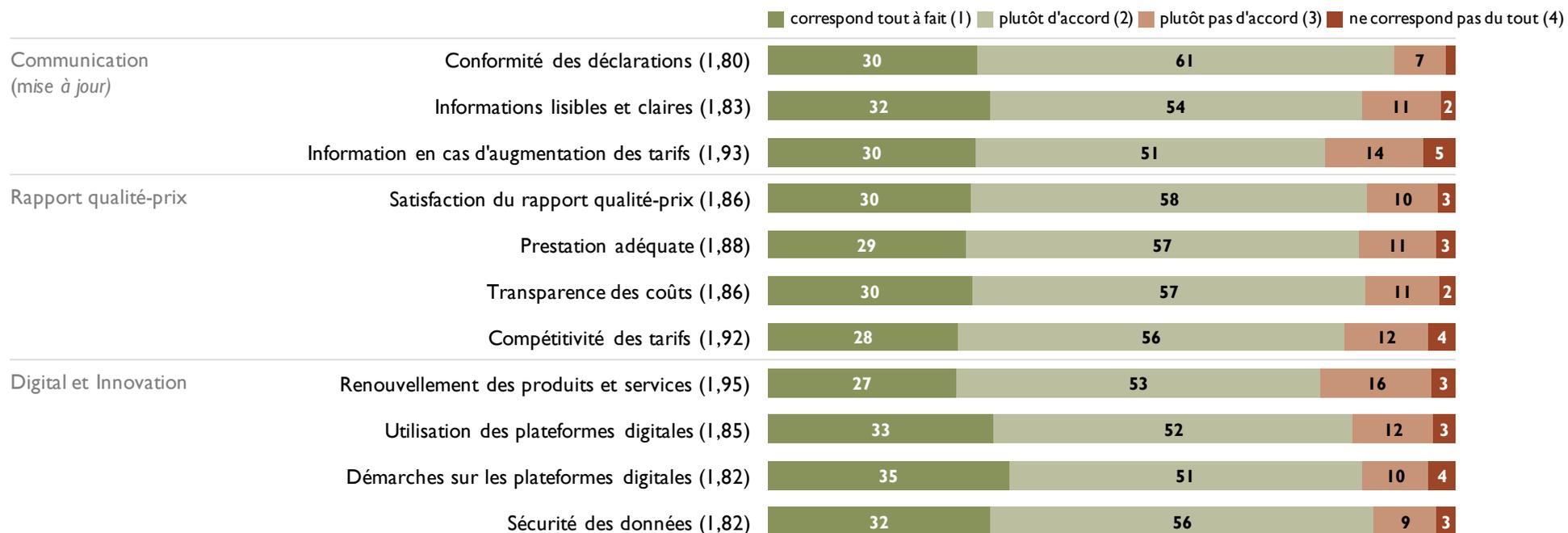
Profil-qualité – Assurances (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

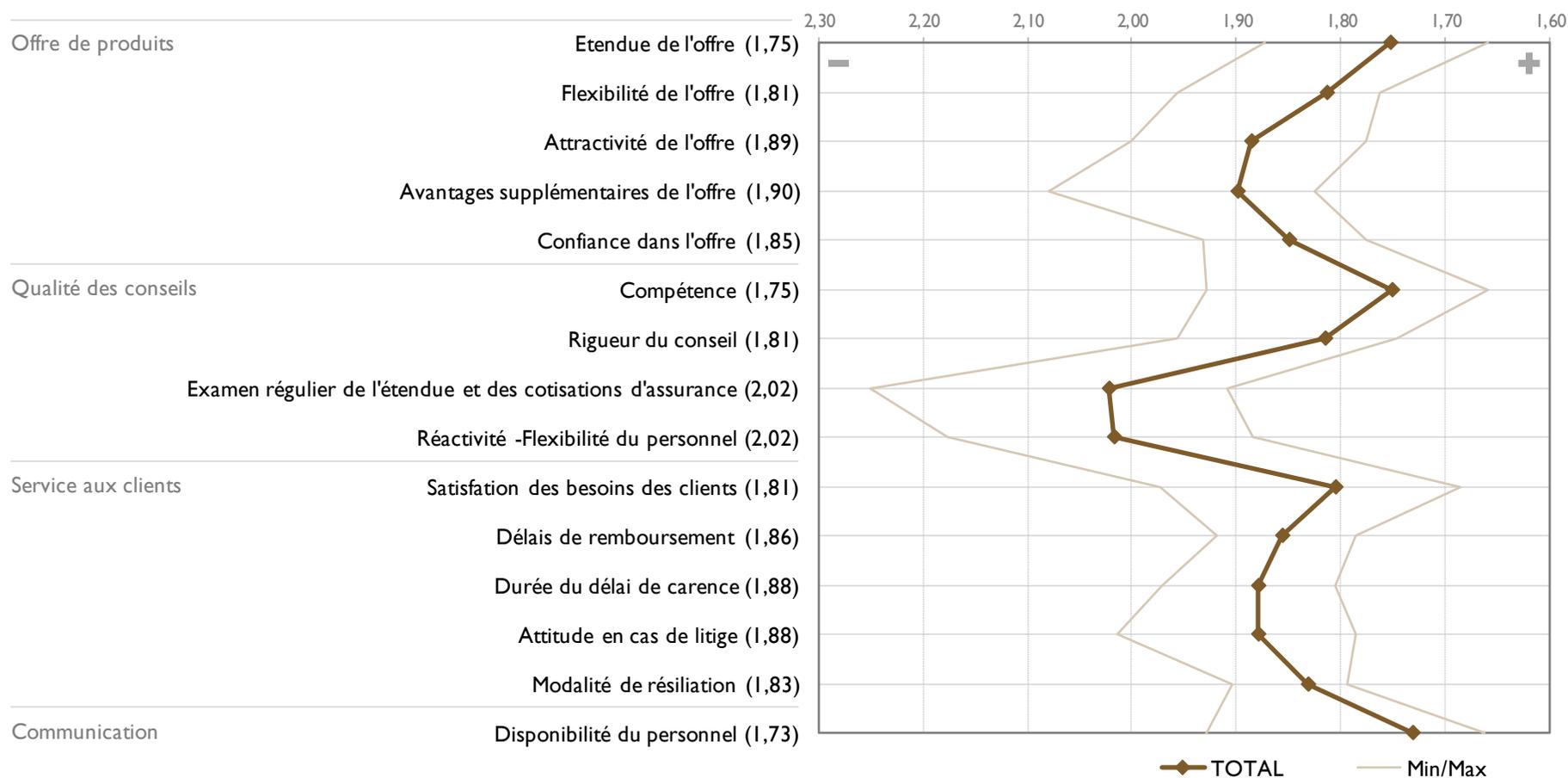
Profil-qualité – Assurances (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

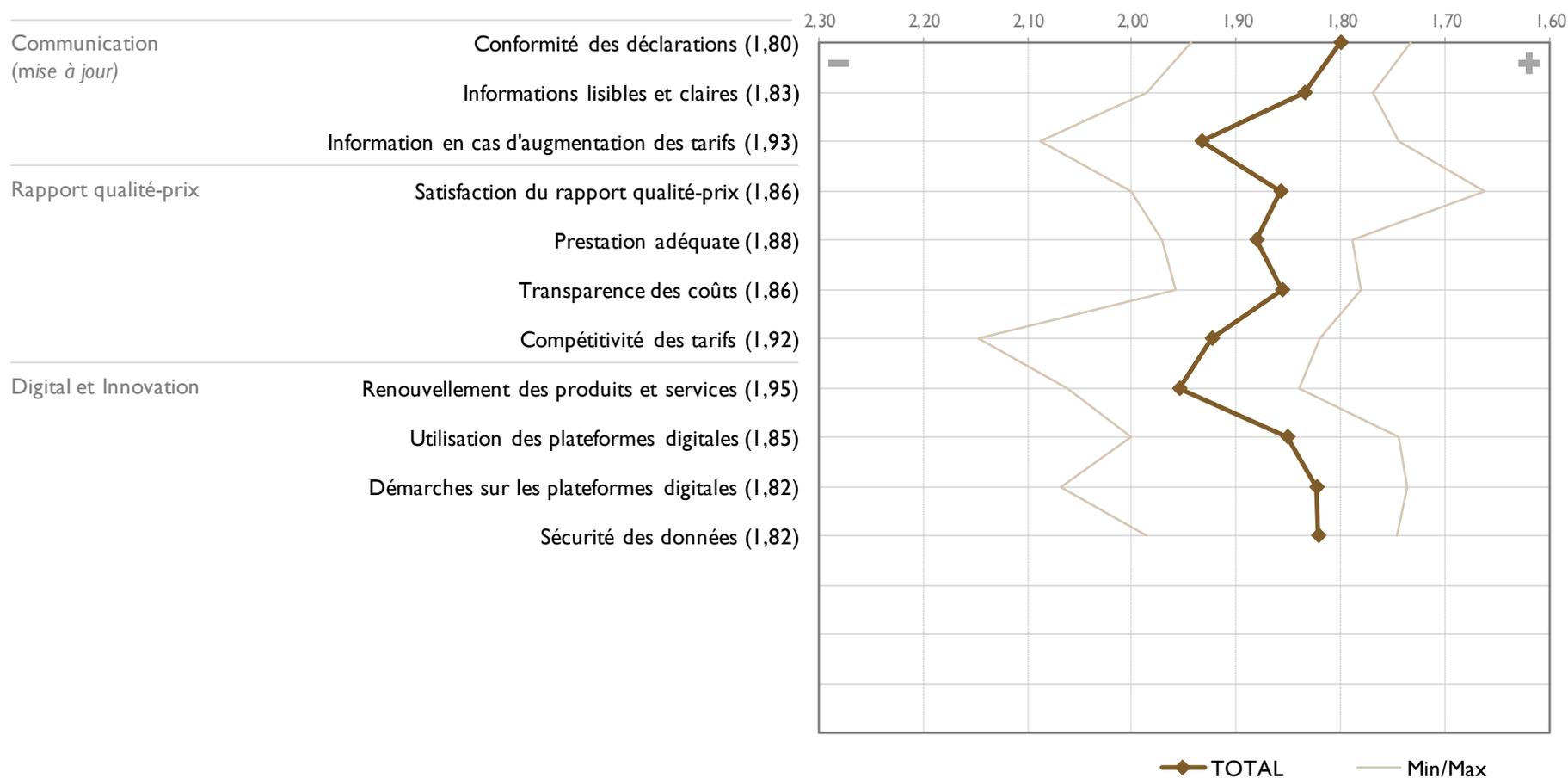
Profil-qualité – Assurances (III)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

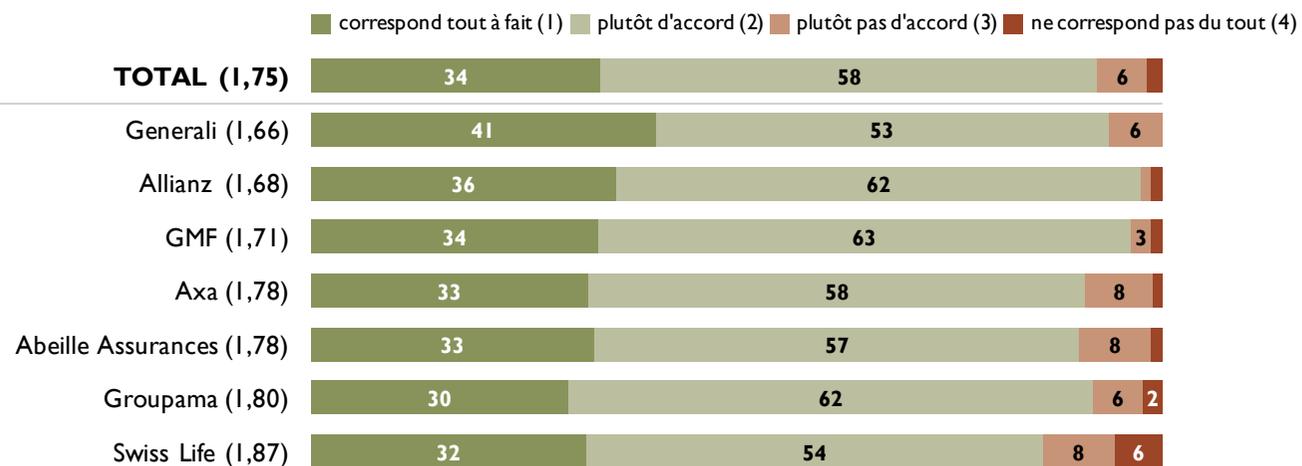
Profil-qualité – Assurances (IV)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

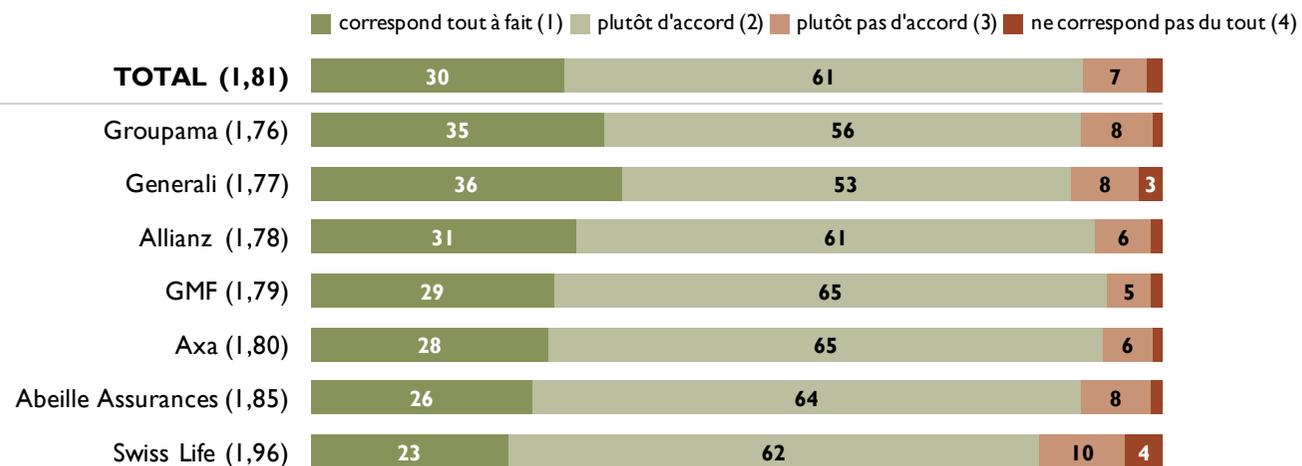
Etendue de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), je peux choisir parmi une gamme complète de produits.

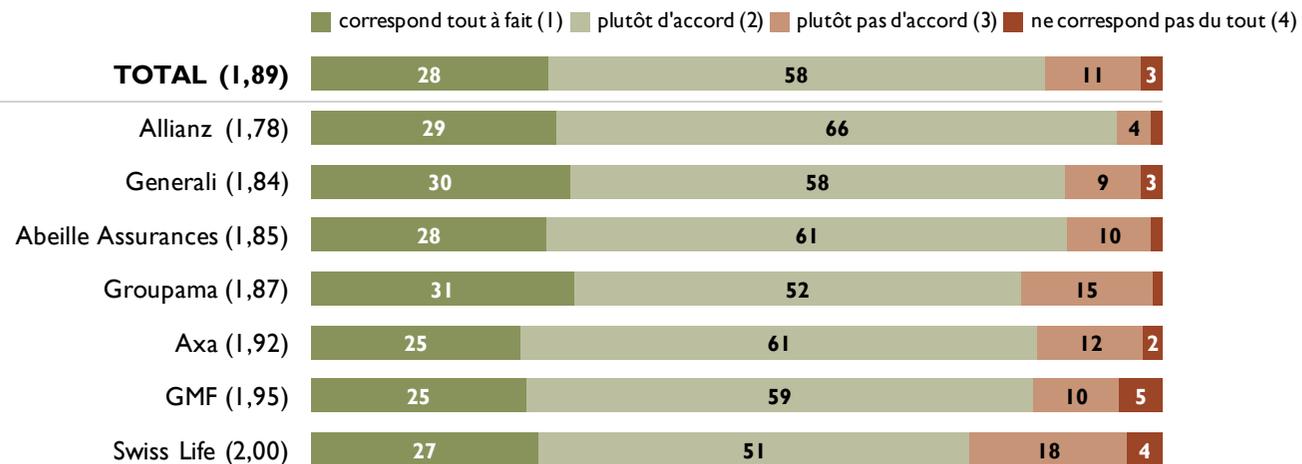
Flexibilité de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) me permet de combiner différentes couvertures selon mes souhaits.

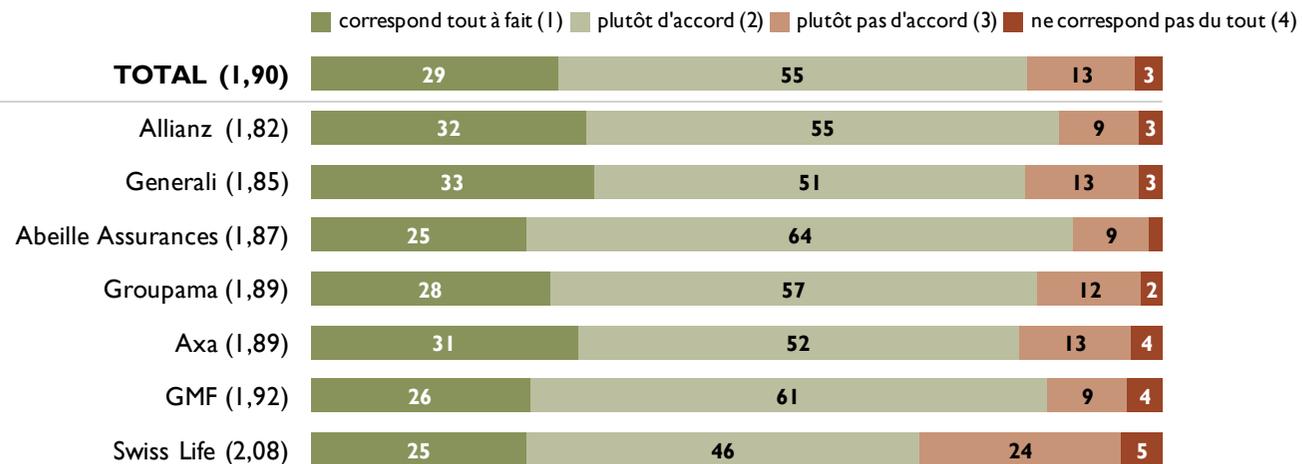
Attractivité de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) a une offre attractive.

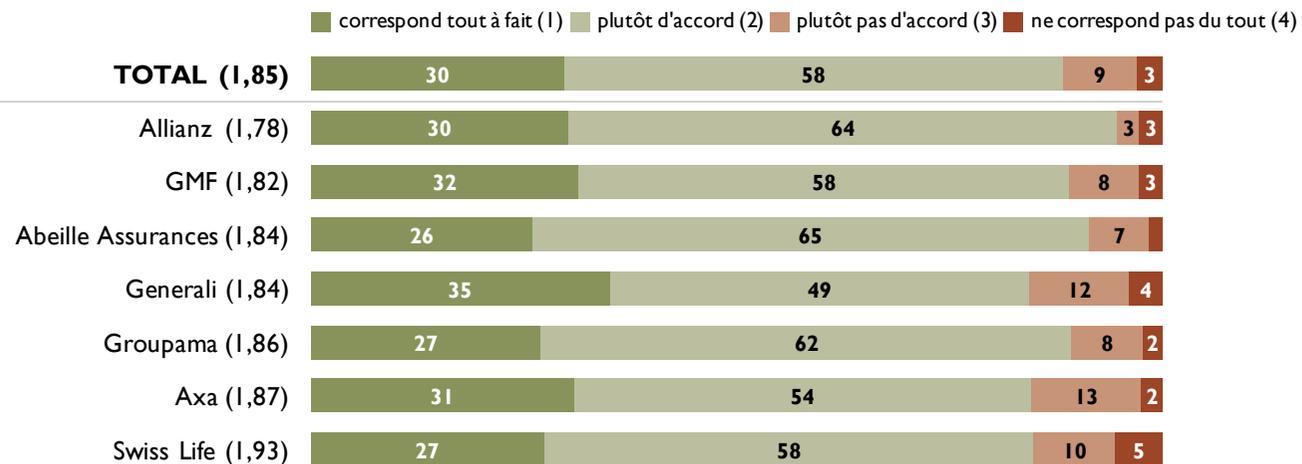
Avantages supplémentaires de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les assurances complémentaires de (...) offrent d'autres bénéfices (réductions, possibilités d

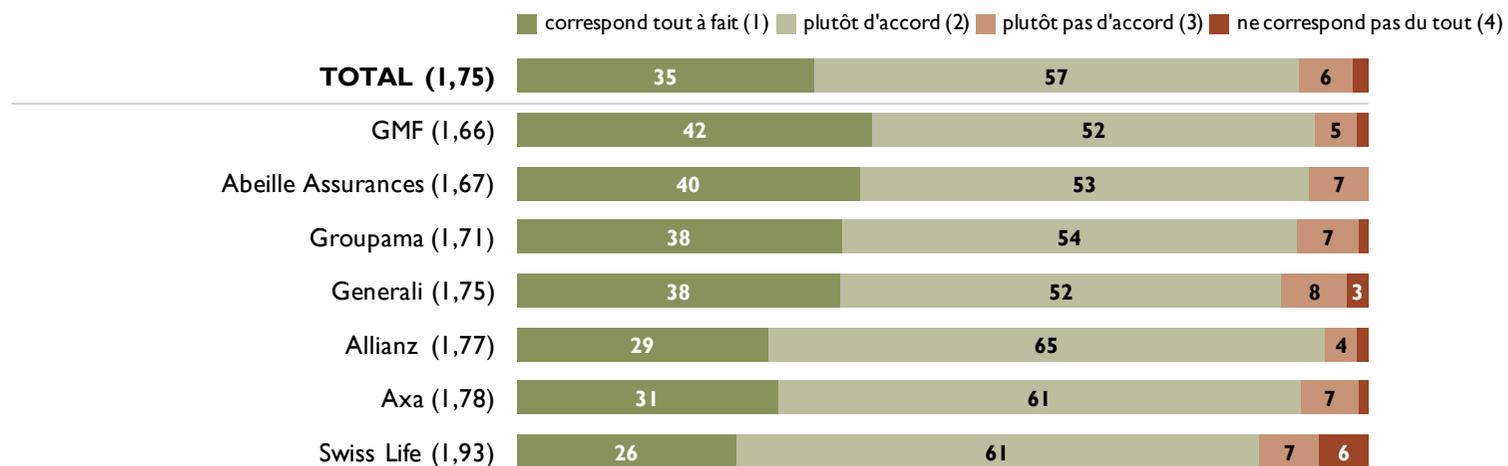
Confiance dans l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les produits et prestations santé de (...) me donnent un sentiment de sécurité.

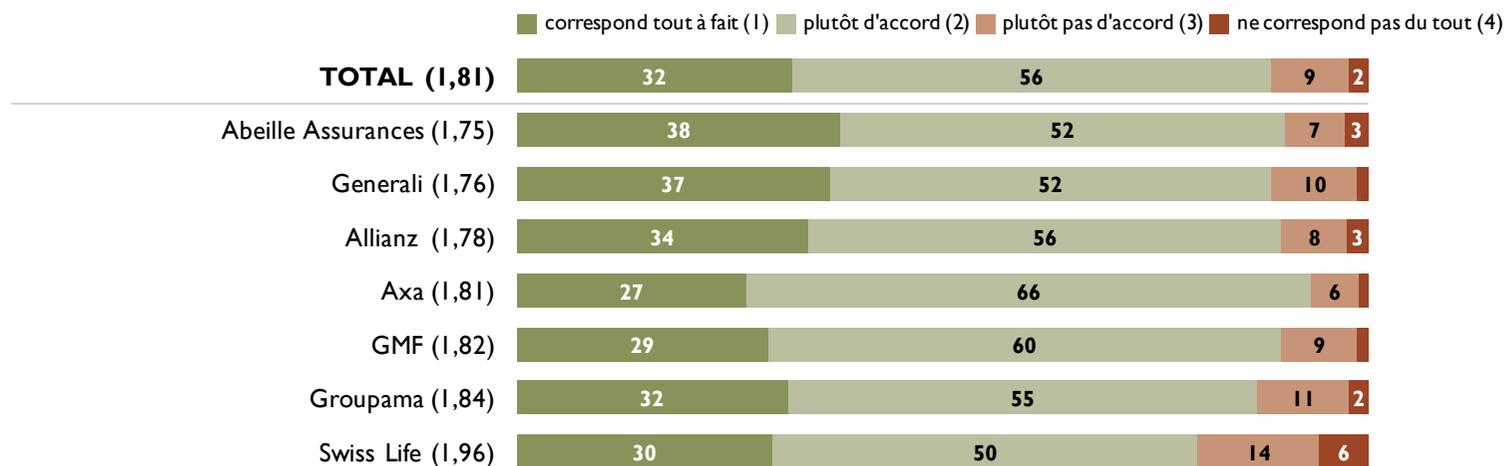
Compétence



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les collaborateurs de (...) sont compétents.

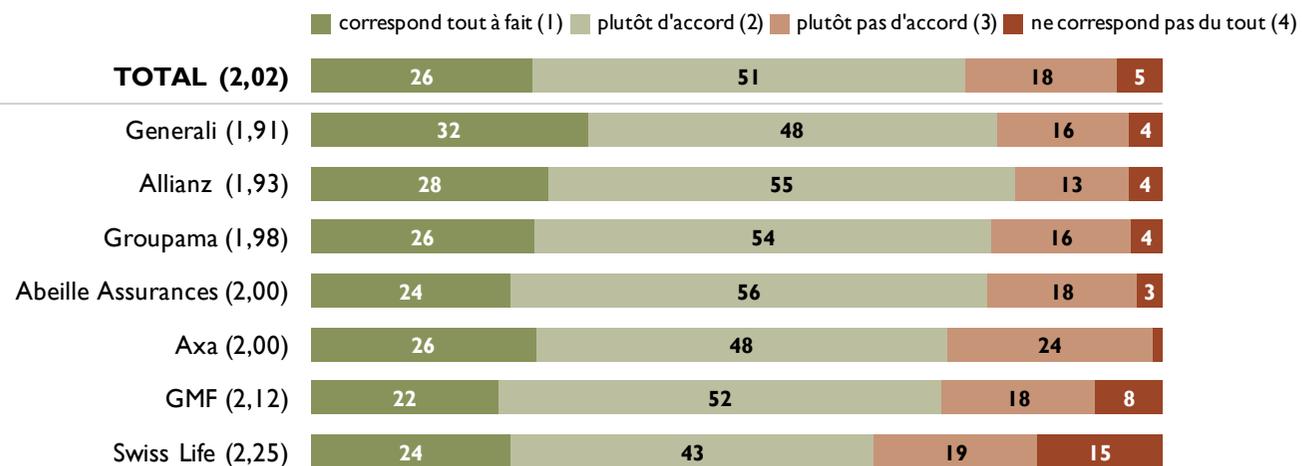
Rigueur du conseil



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). La qualité du conseil de (...) est excellente.

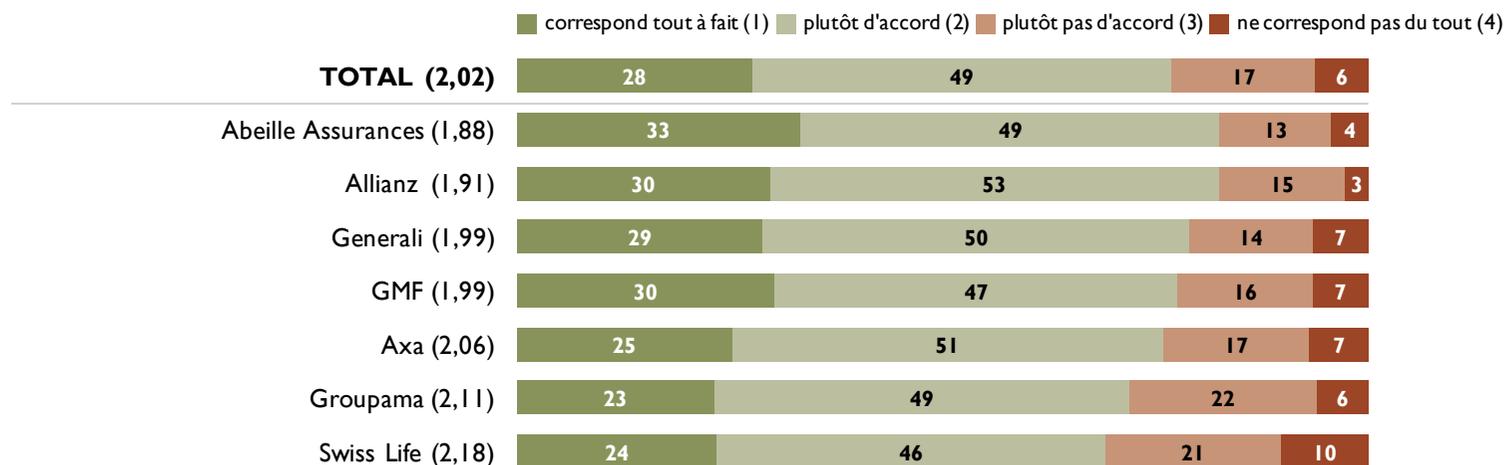
Examen régulier de l'étendue et des cotisations d'assurance



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) vérifie régulièrement la couverture de mon assurance et mes cotisations.

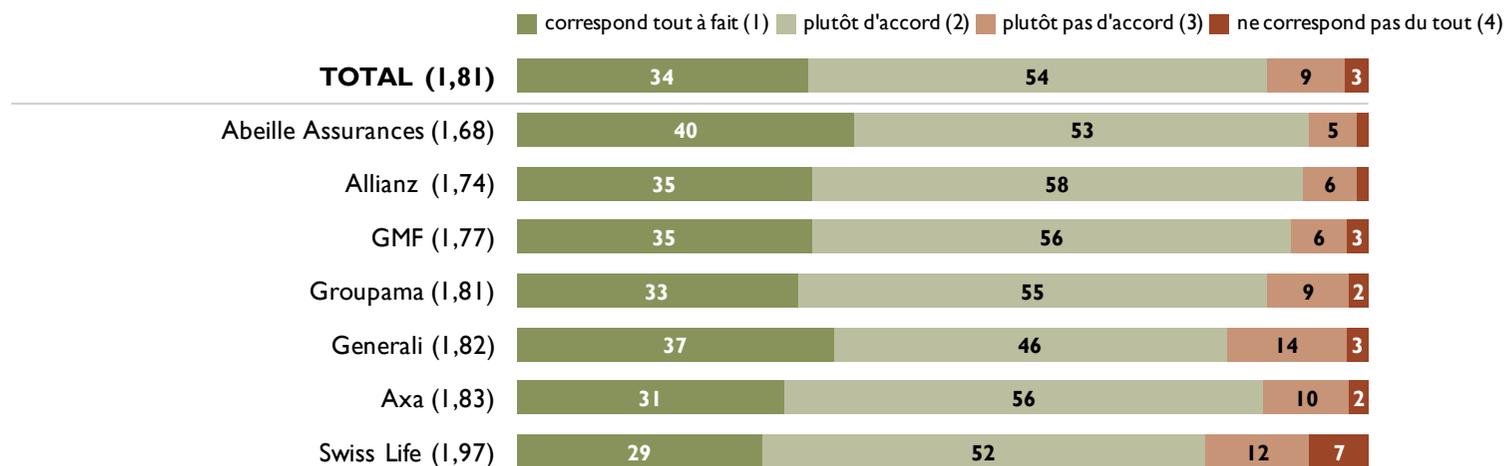
Réactivité -Flexibilité du personnel



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) me permet de changer pour des tarifs plus avantageux en cours de contrat.

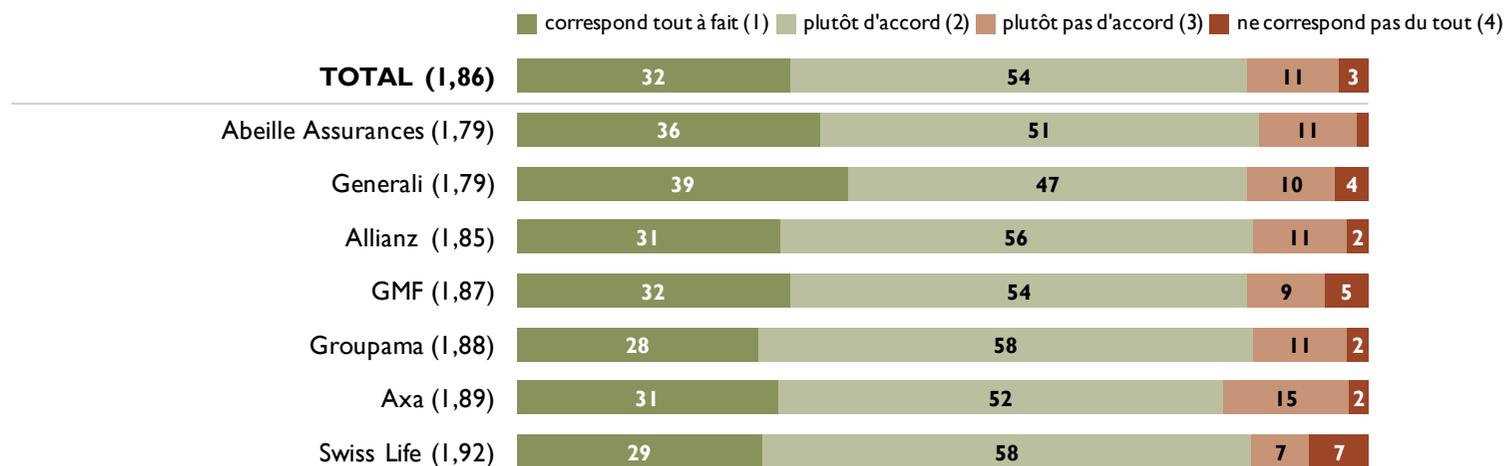
Satisfaction des besoins des clients



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) répond à mes attentes et besoins.

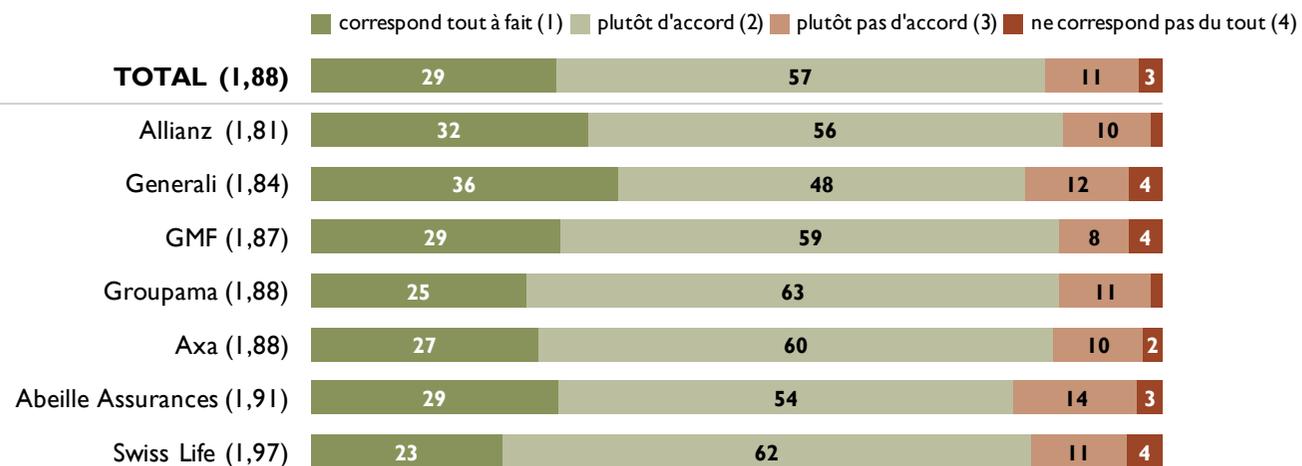
Délais de remboursement



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) rembourse rapidement et intégralement en cas de prestation.

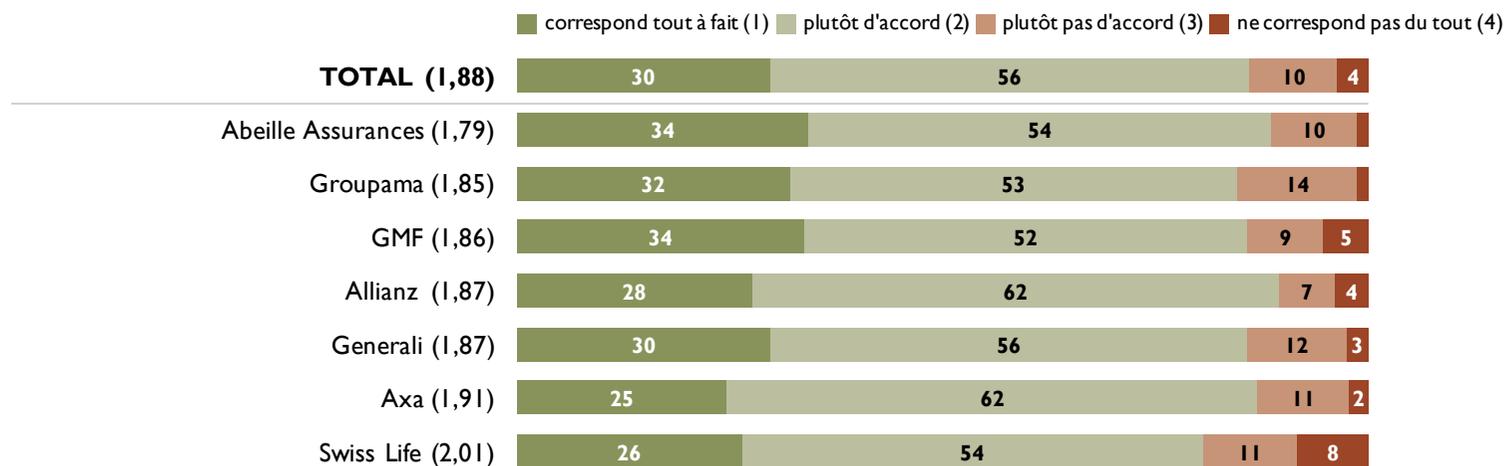
Durée du délai de carence



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Le délai de carence chez (...) est convenable.

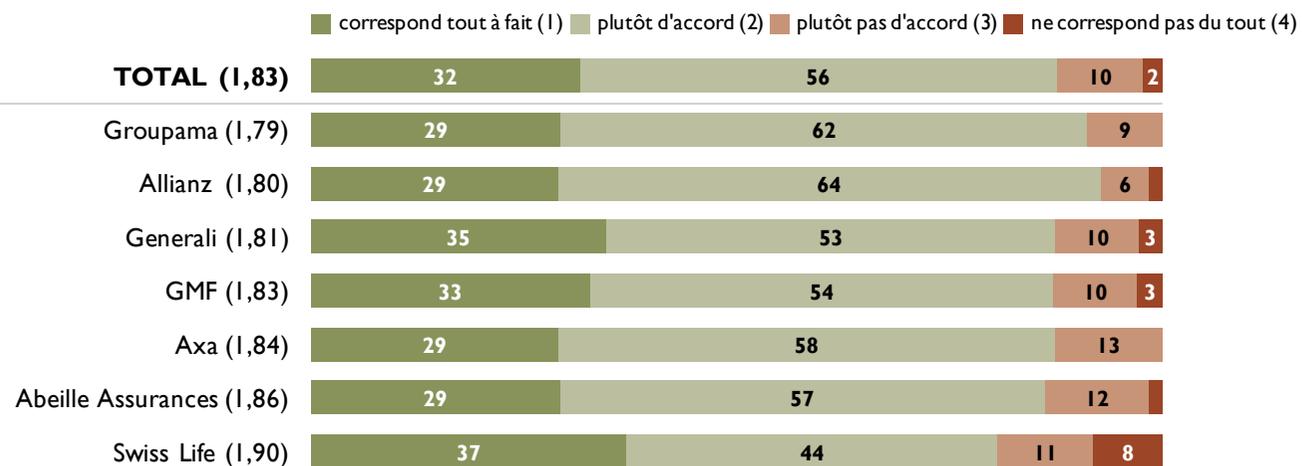
Attitude en cas de litige



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). En cas de réclamations, (...) réagit de manière conciliante.

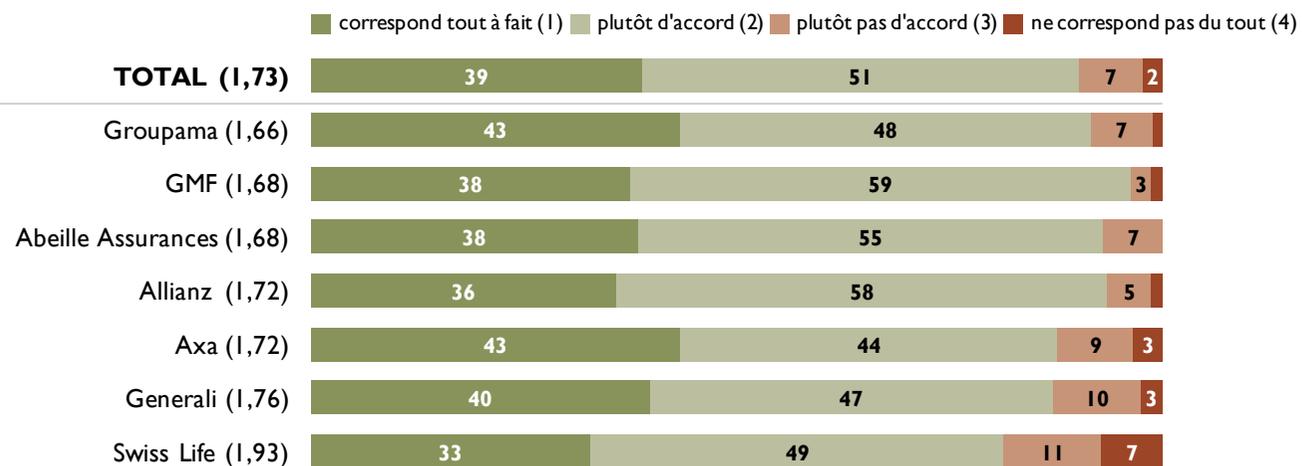
Modalité de résiliation



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), il est facile de résilier le contrat.

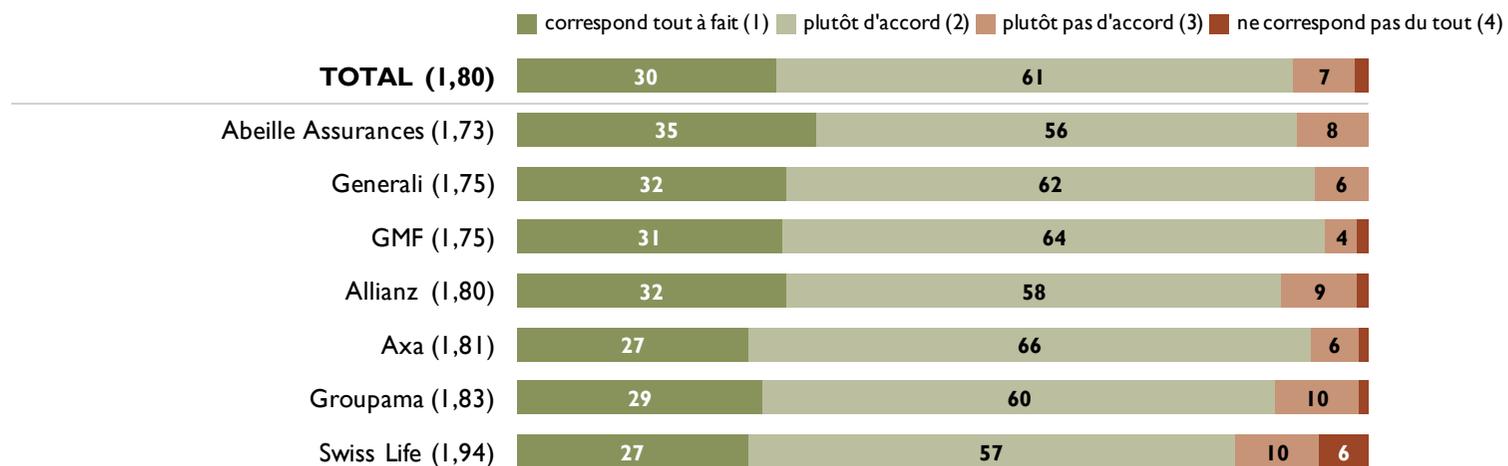
Disponibilité du personnel



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), il est facile de contacter un collaborateur.

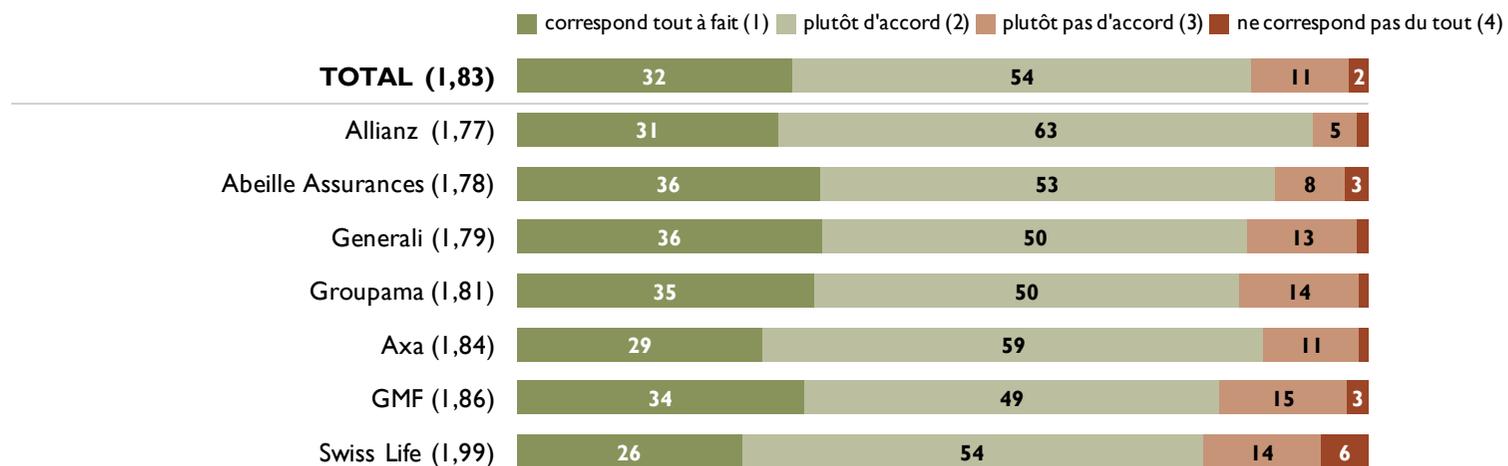
Conformité des déclarations



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Je peux me fier aux déclarations de (...).

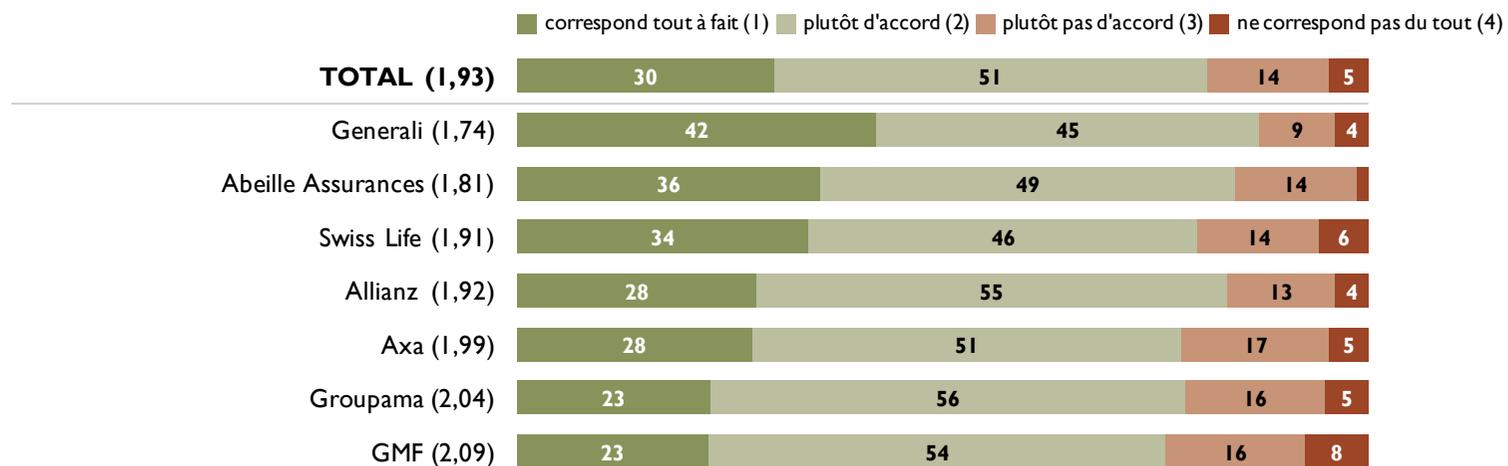
Informations lisibles et claires



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les documents d'offre et de contrat de (...) sont lisibles et compréhensibles.

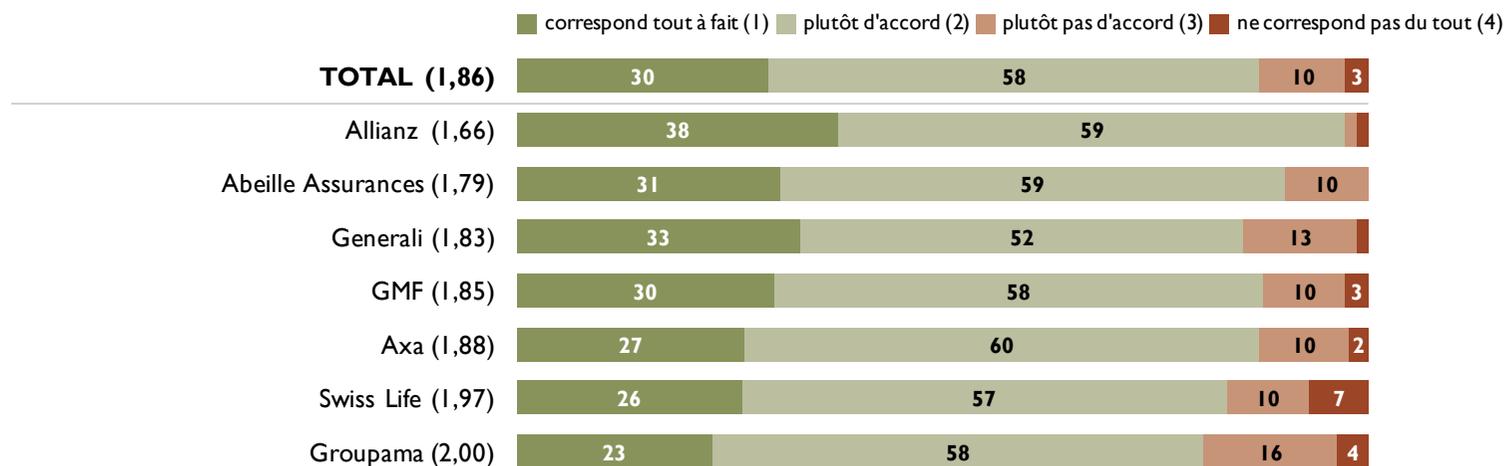
Information en cas d'augmentation des tarifs



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). En cas d'augmentation des tarifs, (...) m'informe à temps et en détails

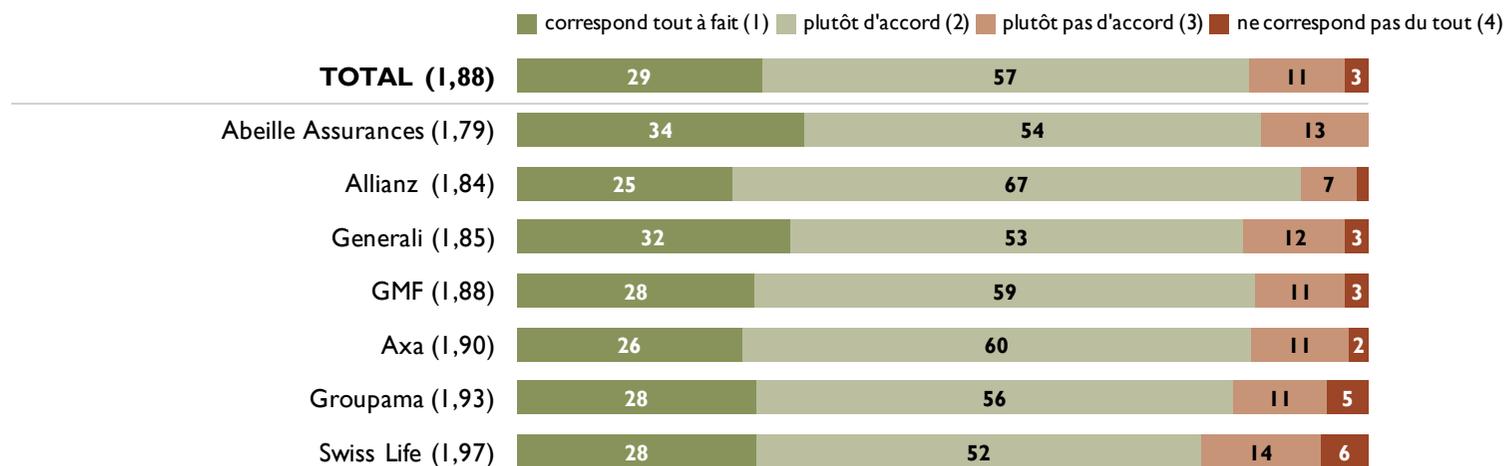
Satisfaction du rapport qualité-prix



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). La qualité et les prestations de l'assurance santé (...) sont excellentes.

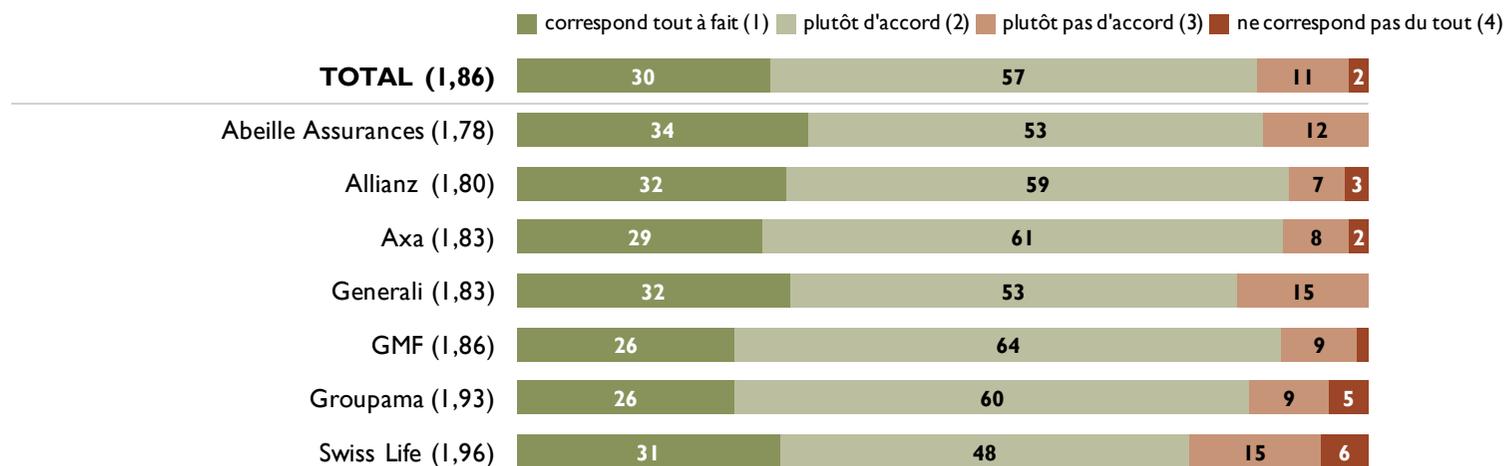
Prestation adéquate



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Pour mon argent, je reçois chez (...) une prestation appropriée.

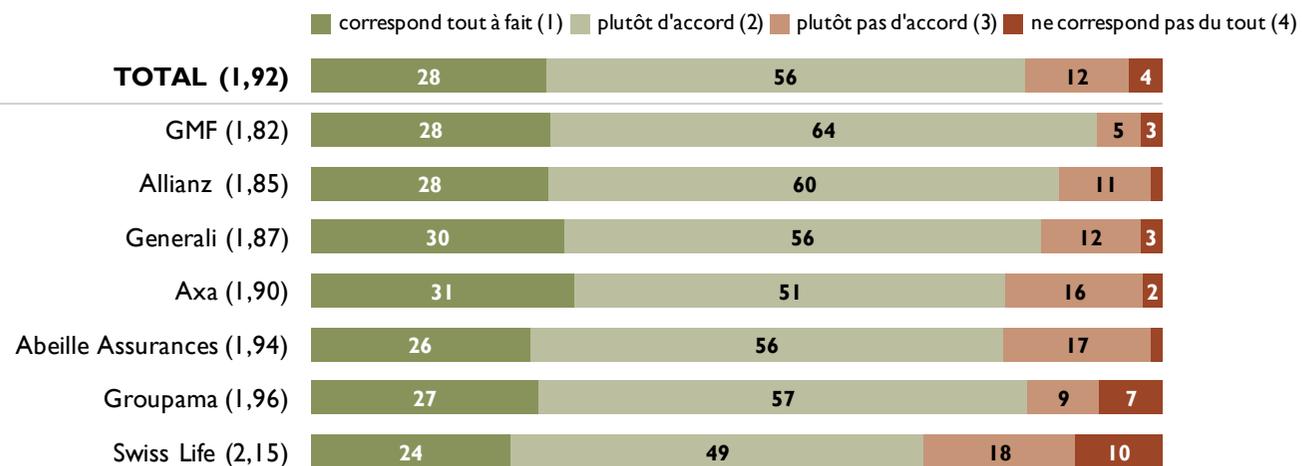
Transparence des coûts



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), je sais exactement ce que je dois payer pour les différentes garanties et prestations.

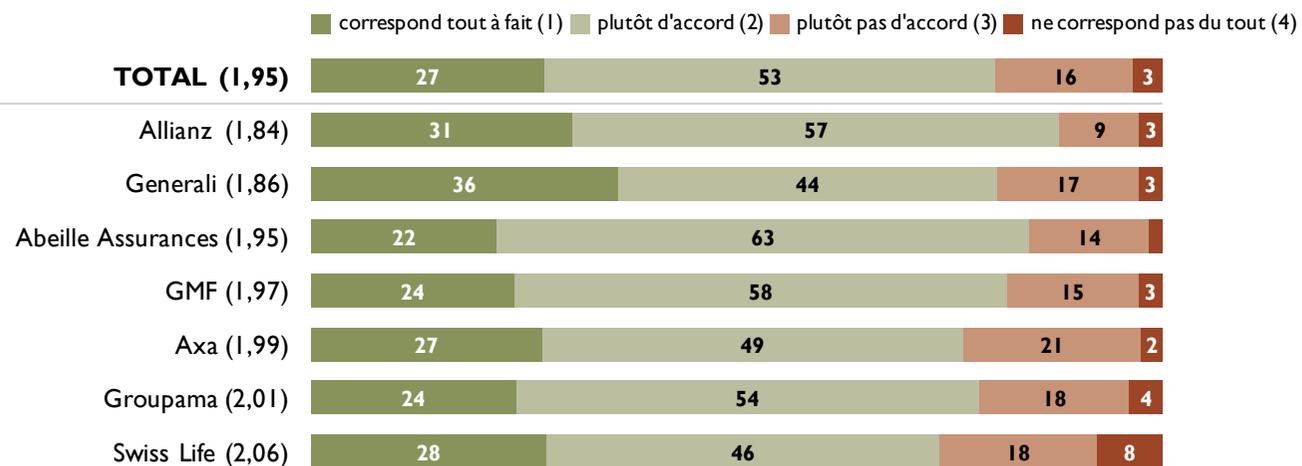
Compétitivité des tarifs



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les tarifs de (...) sont compétitifs par rapport à d'autres sur le marché.

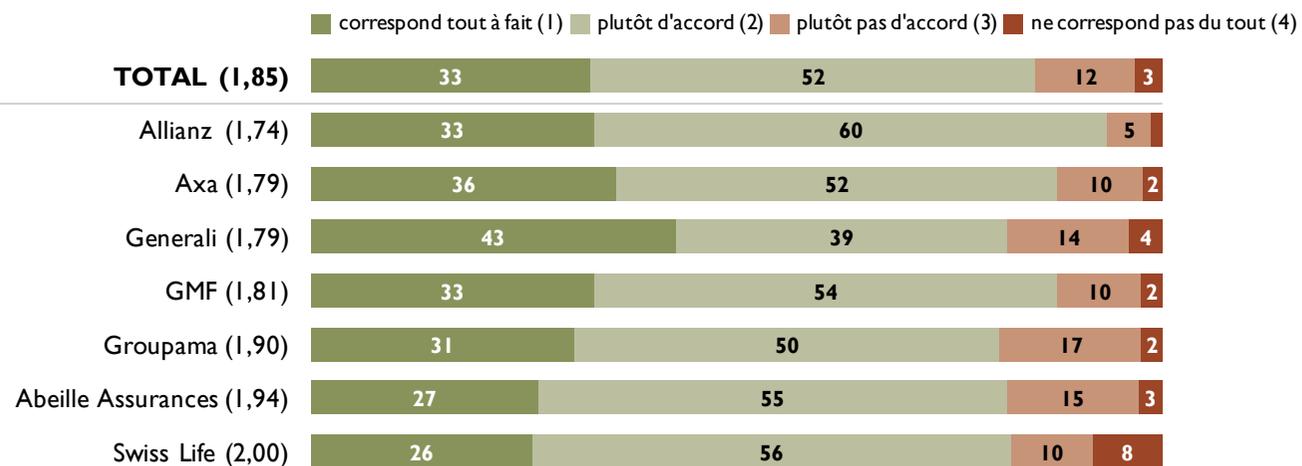
Renouvellement des produits et services



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) renouvelle régulièrement ses produits et ses services.

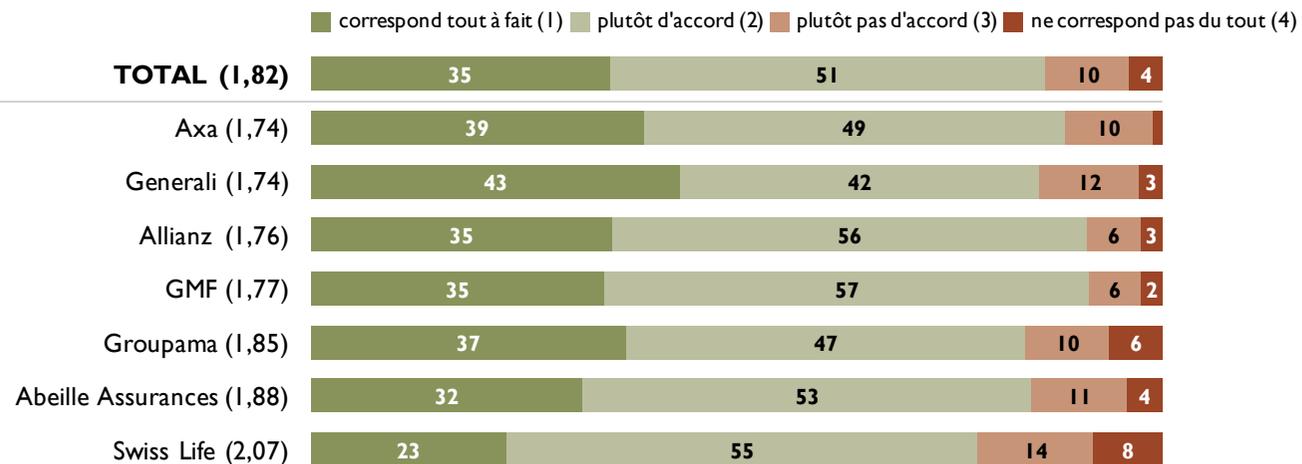
Utilisation des plateformes digitales



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...) il est facile d'utiliser les canaux numériques (site web, application, etc.).

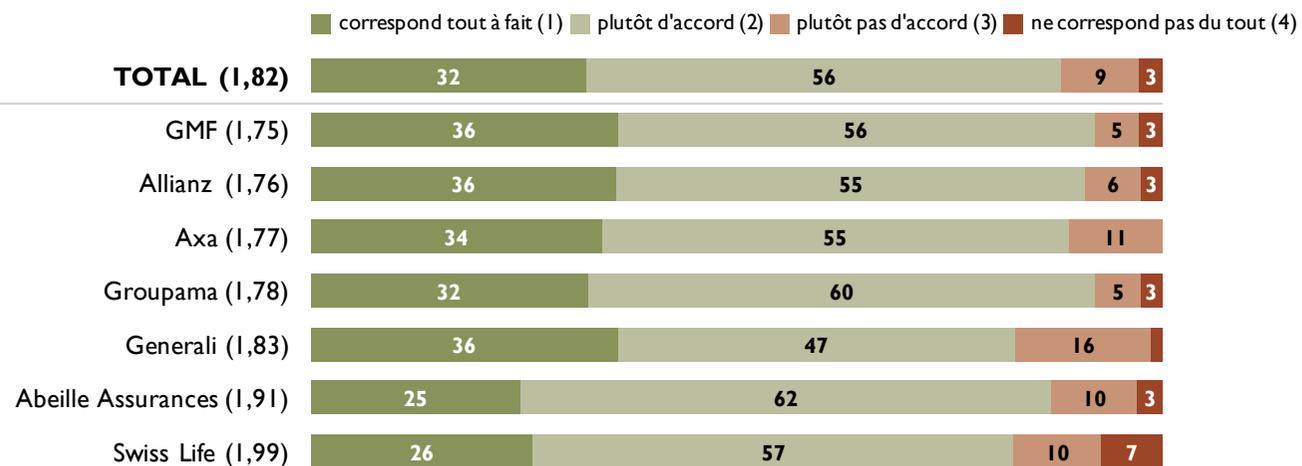
Démarches sur les plateformes digitales



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), je peux effectuer de nombreuses démarches en ligne ou via application (devis, contrats, etc.).

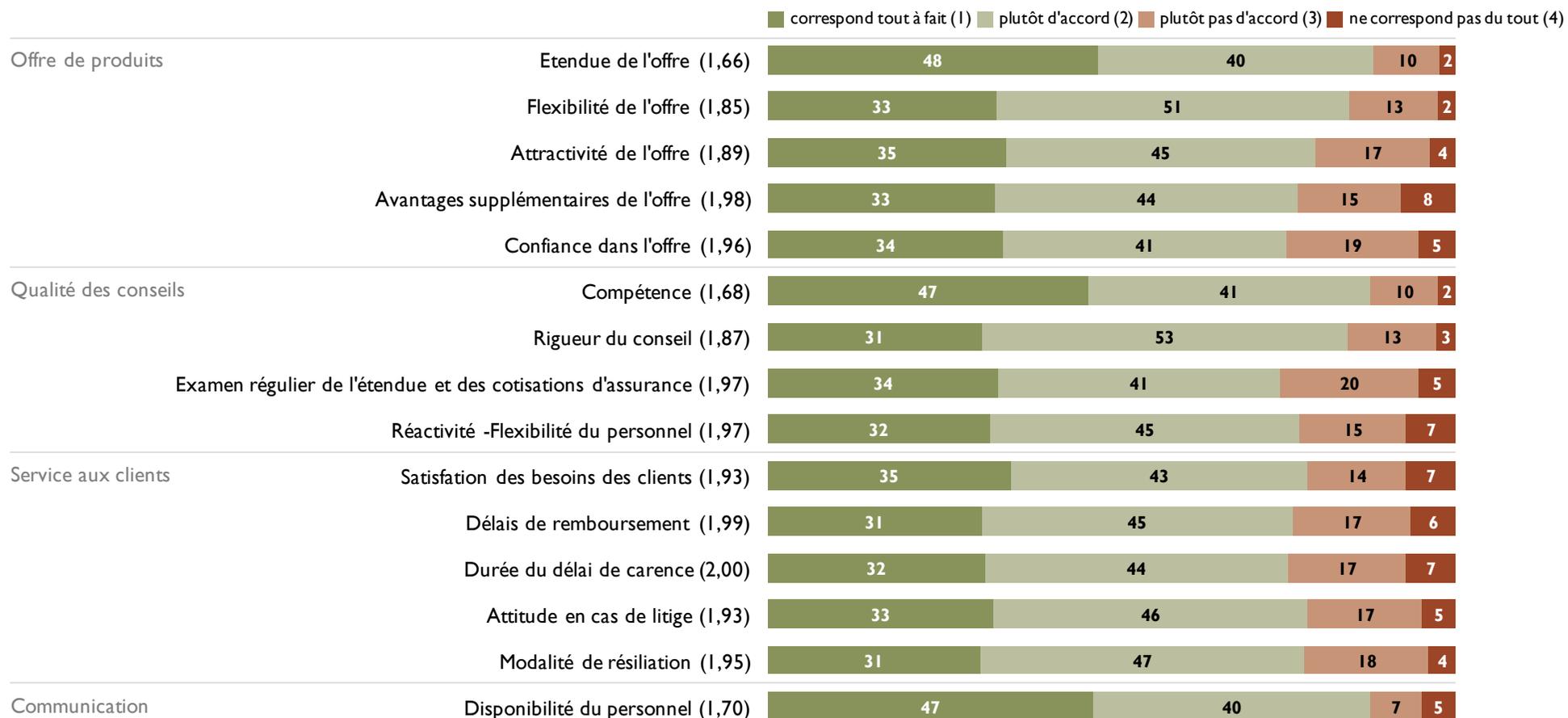
Sécurité des données



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). La communication numérique avec (...) est très bien sécurisée.

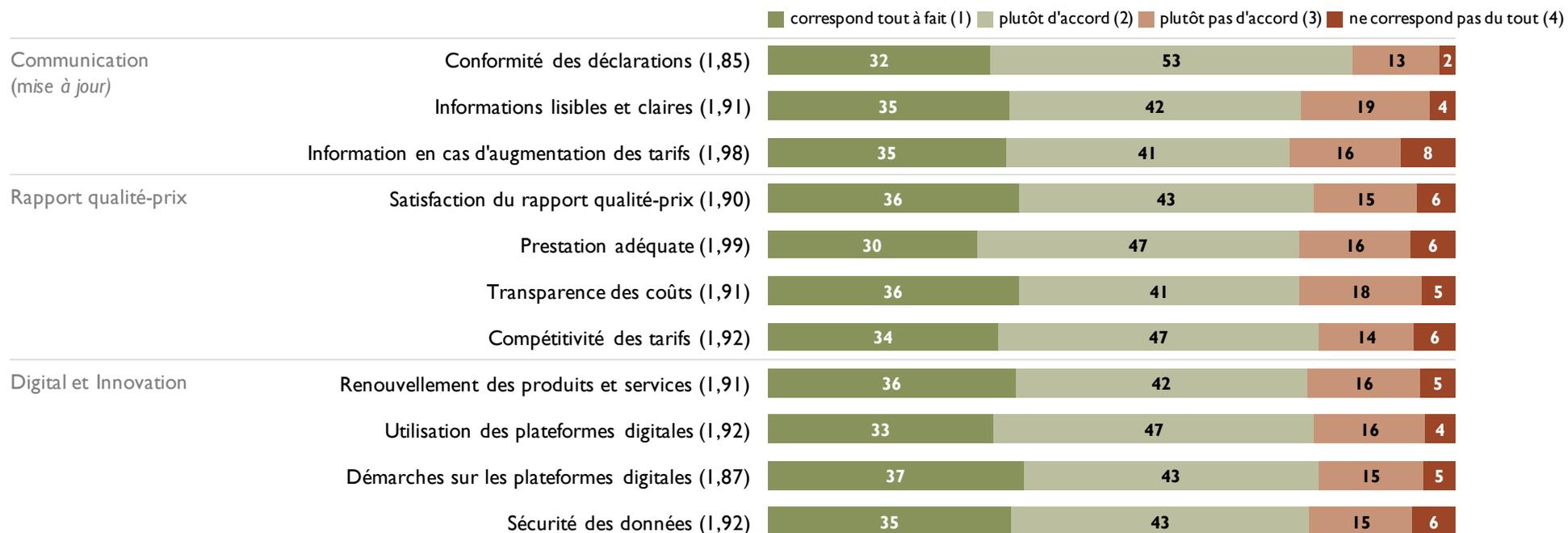
Profil-qualité – Assurances chien et chat (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

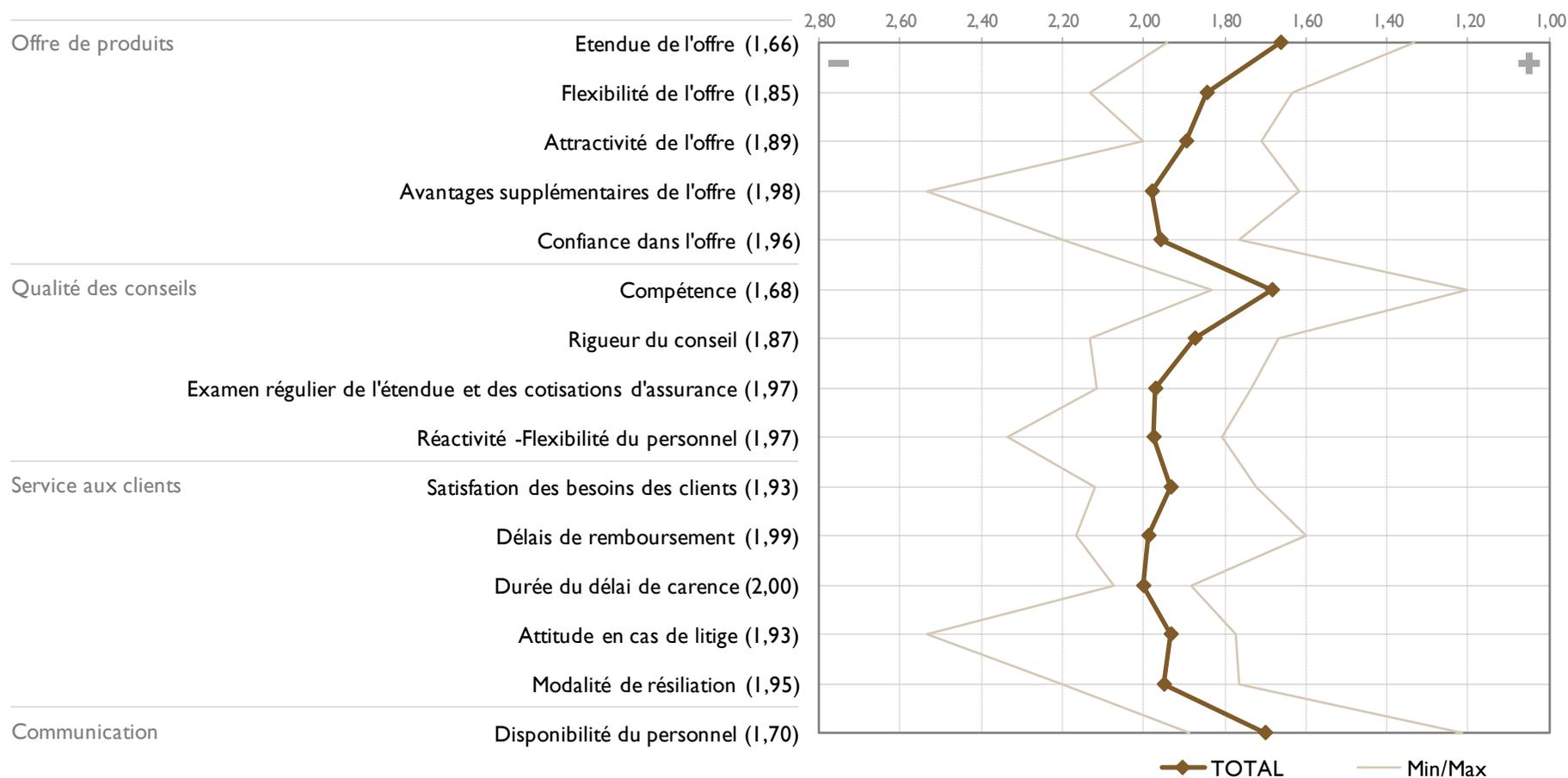
Profil-qualité – Assurances chien et chat (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

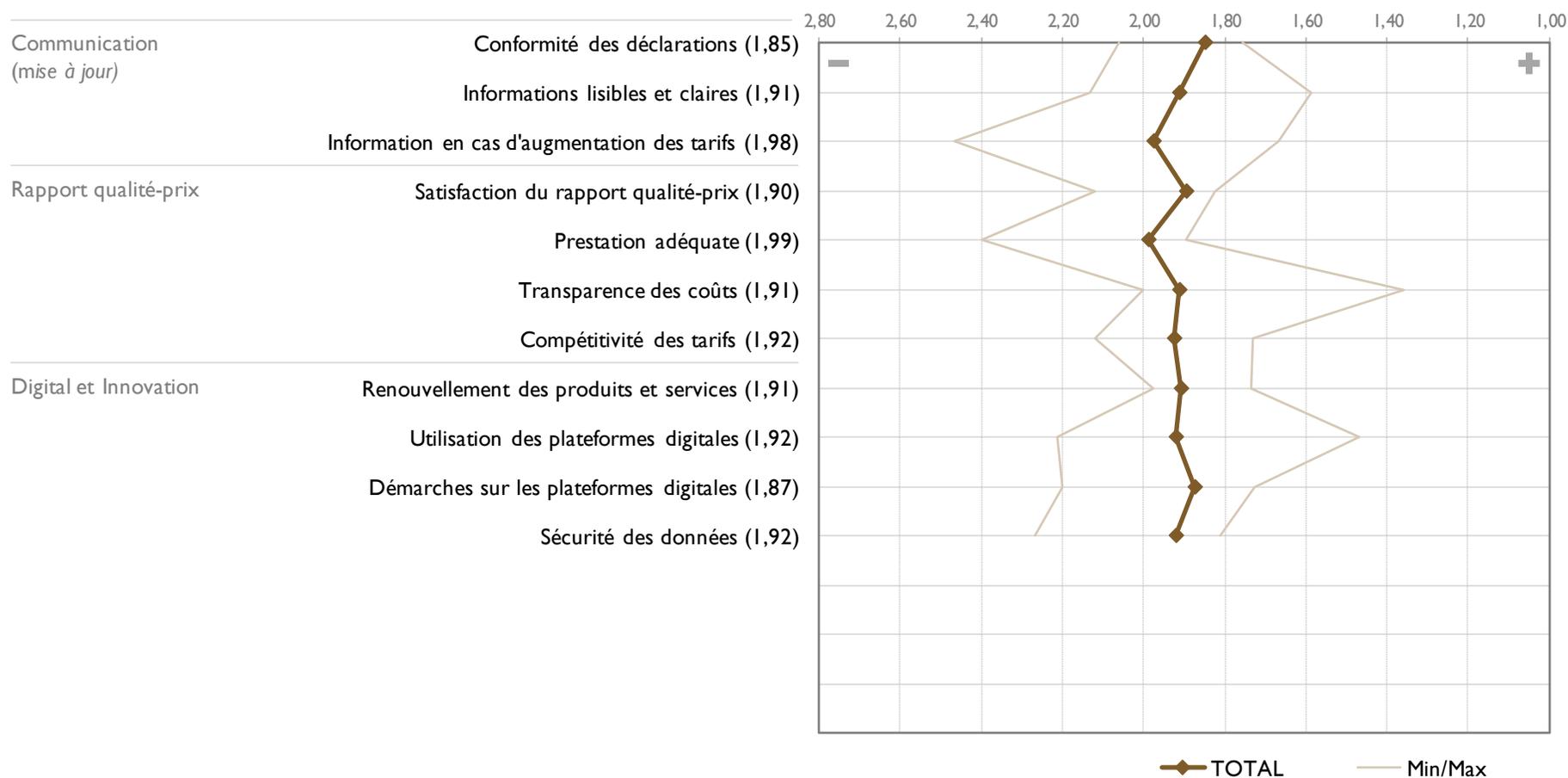
Profil-qualité – Assurances chien et chat (III)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

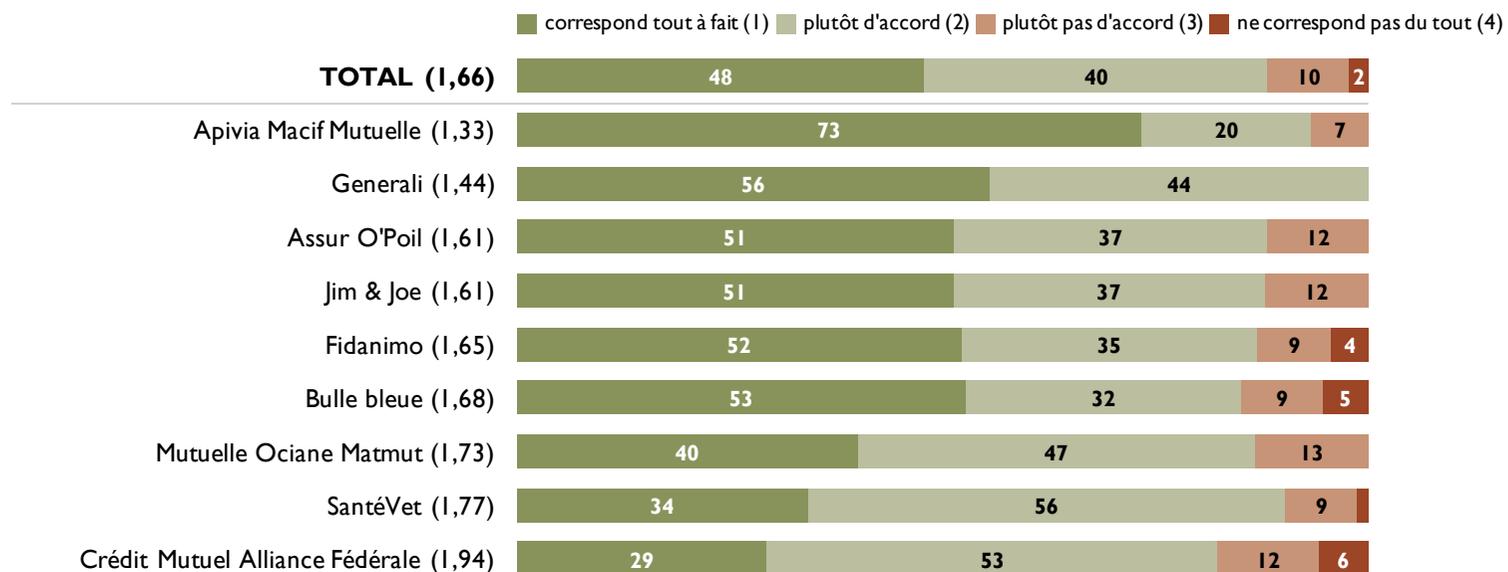
Profil-qualité – Assurances chien et chat (IV)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...).

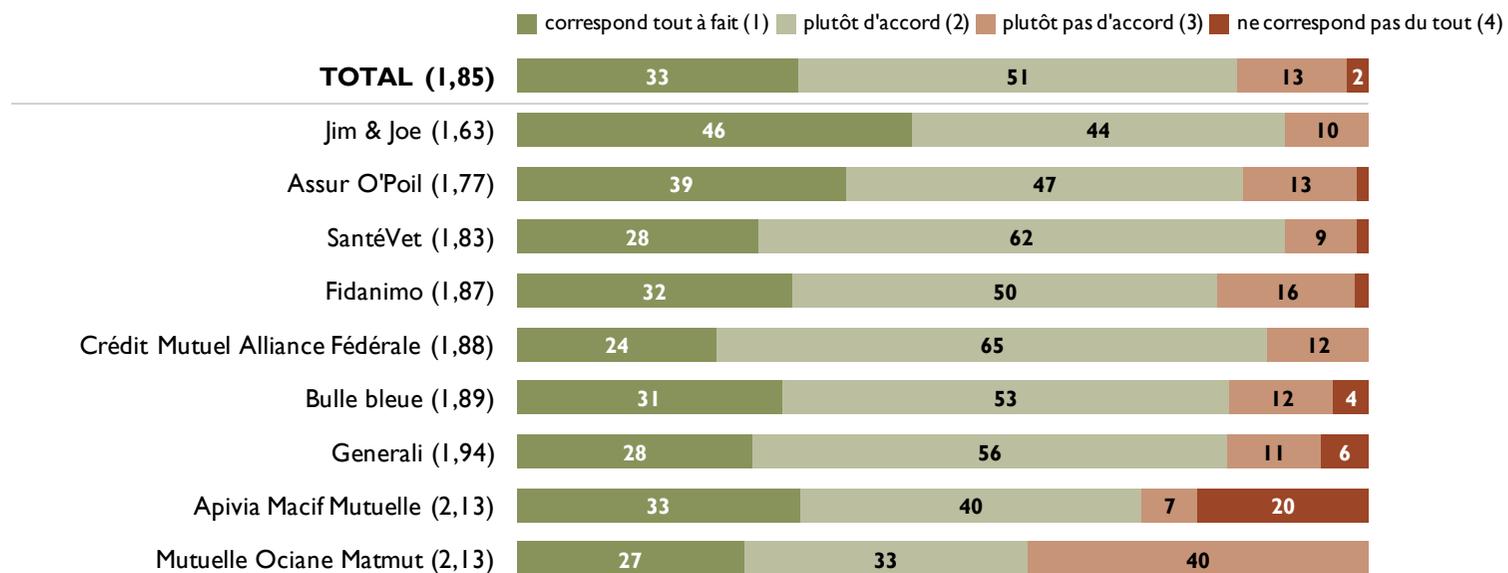
Etendue de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), je peux choisir parmi une gamme complète de produits.

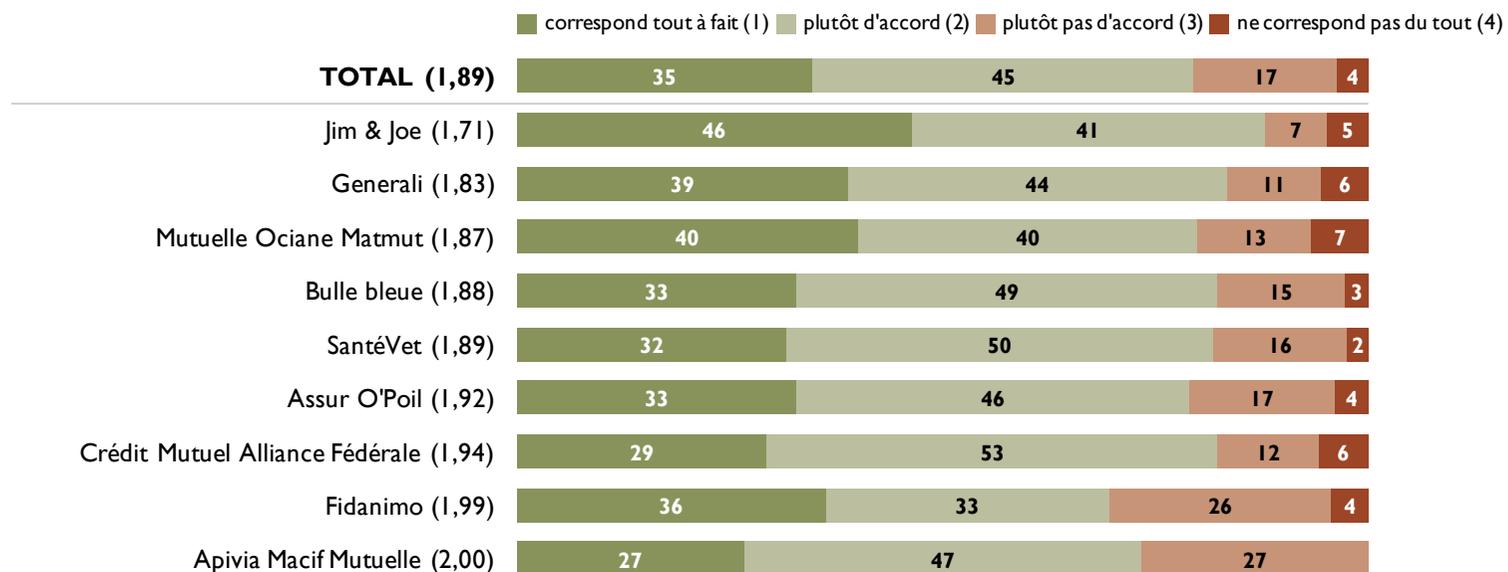
Flexibilité de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) me permet de combiner différentes couvertures selon mes souhaits.

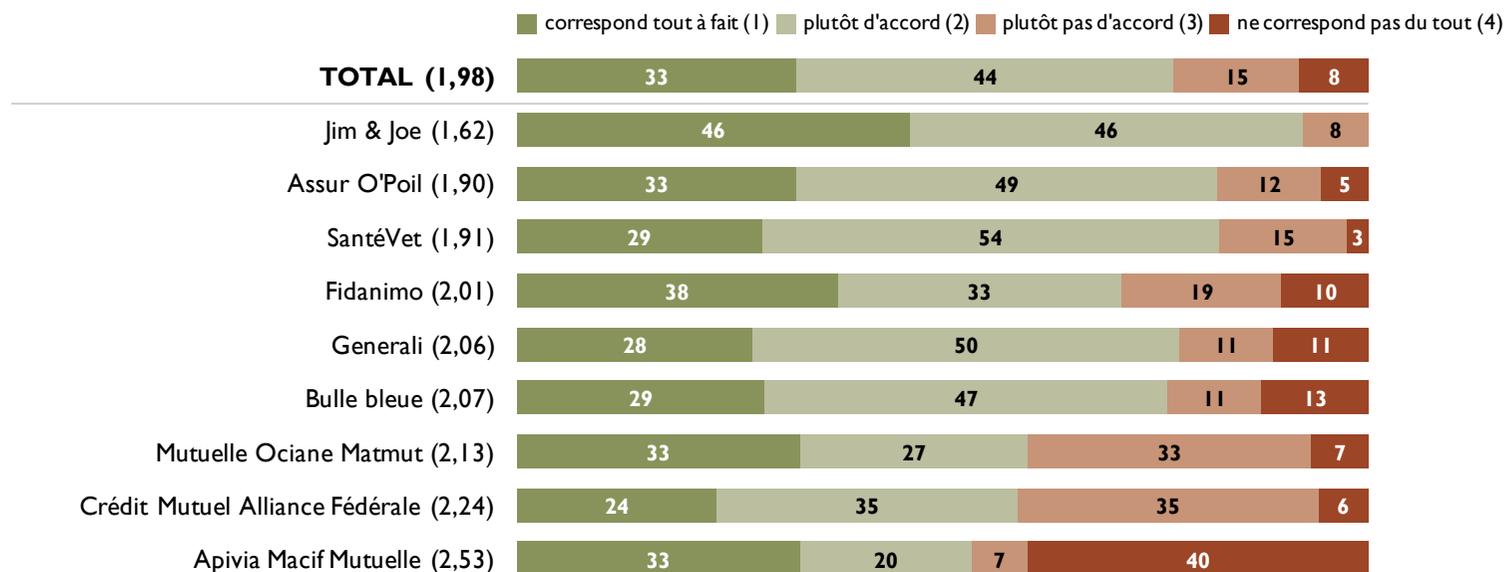
Attractivité de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) a une offre attractive.

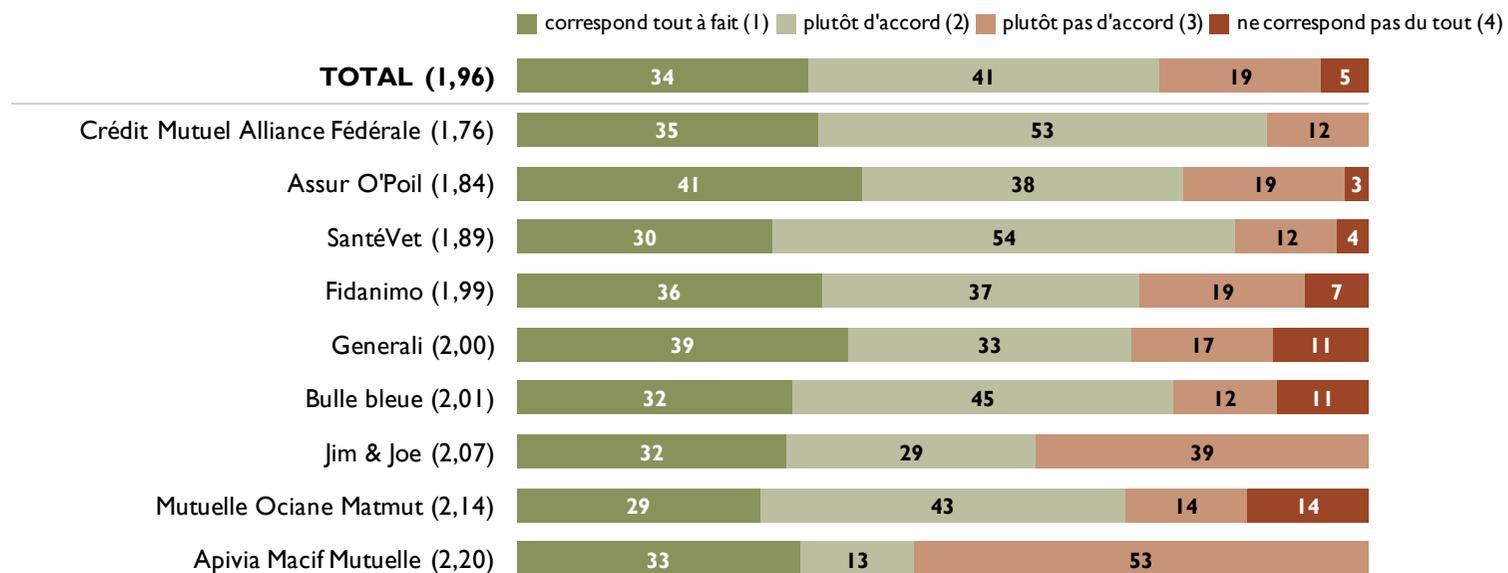
Avantages supplémentaires de l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les assurances complémentaires de (...) offrent d'autres bénéfices (réductions, possibilités d

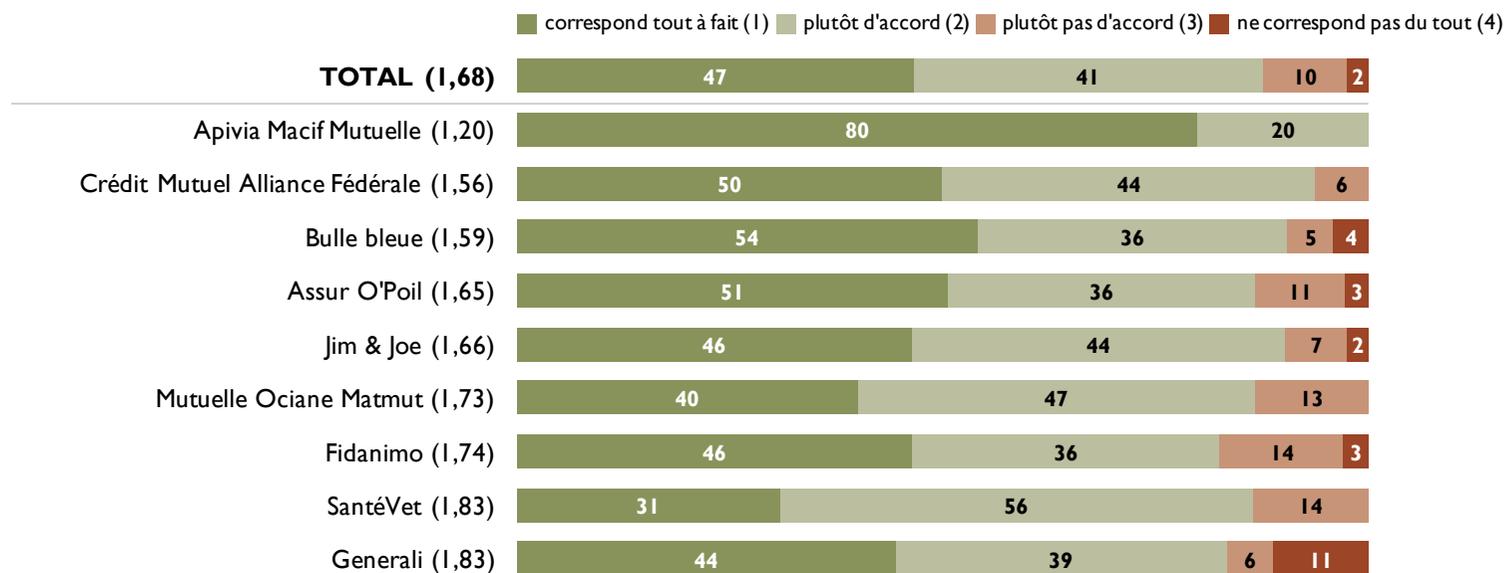
Confiance dans l'offre



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les produits et prestations santé de (...) me donnent un sentiment de sécurité.

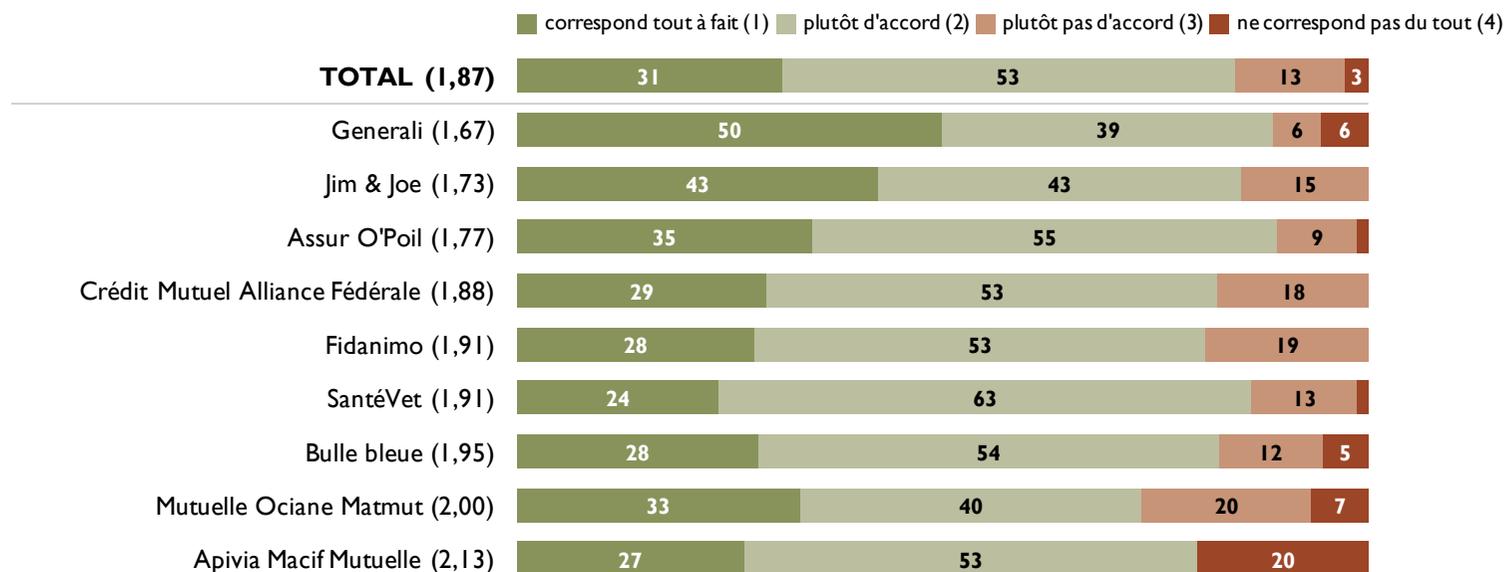
Compétence



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les collaborateurs de (...) sont compétents.

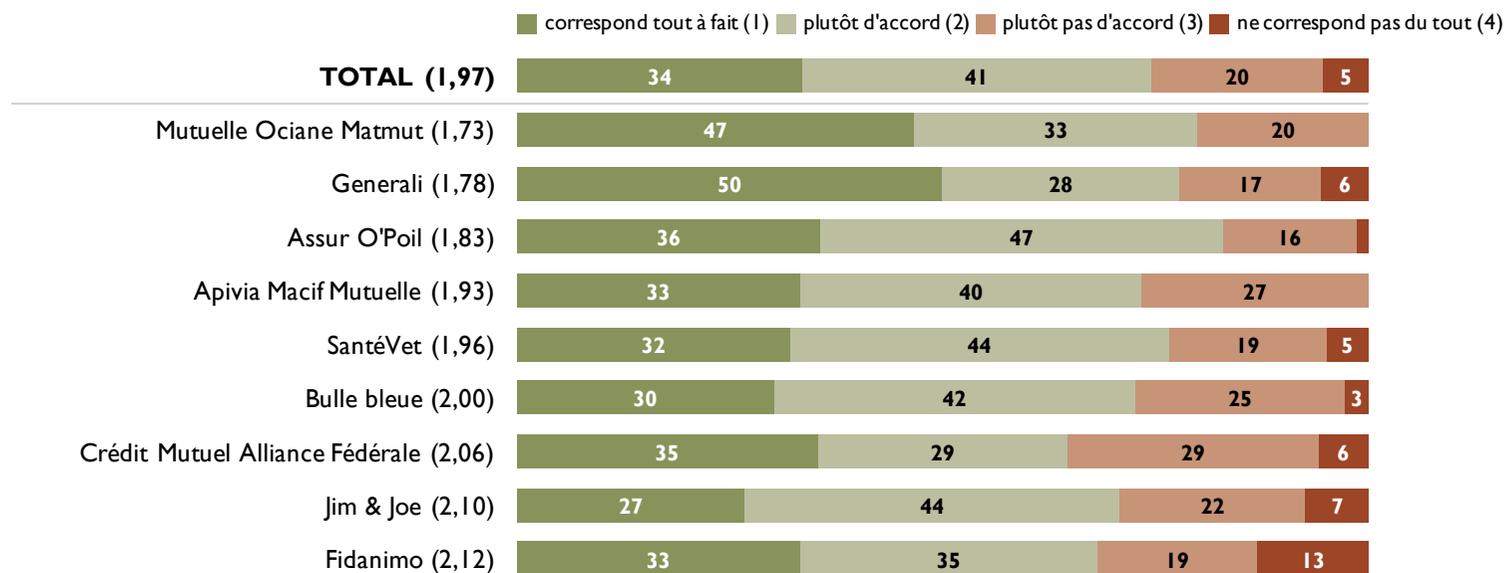
Rigueur du conseil



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). La qualité du conseil de (...) est excellente.

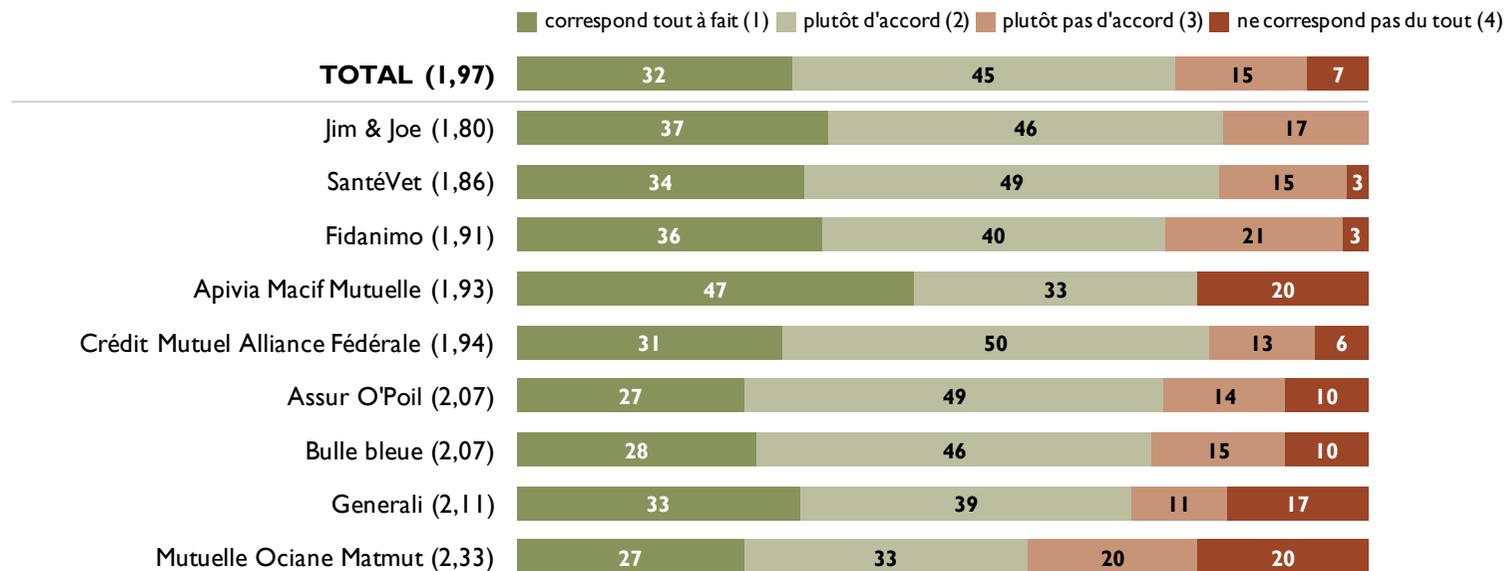
Examen régulier de l'étendue et des cotisations d'assurance



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) vérifie régulièrement la couverture de mon assurance et mes cotisations.

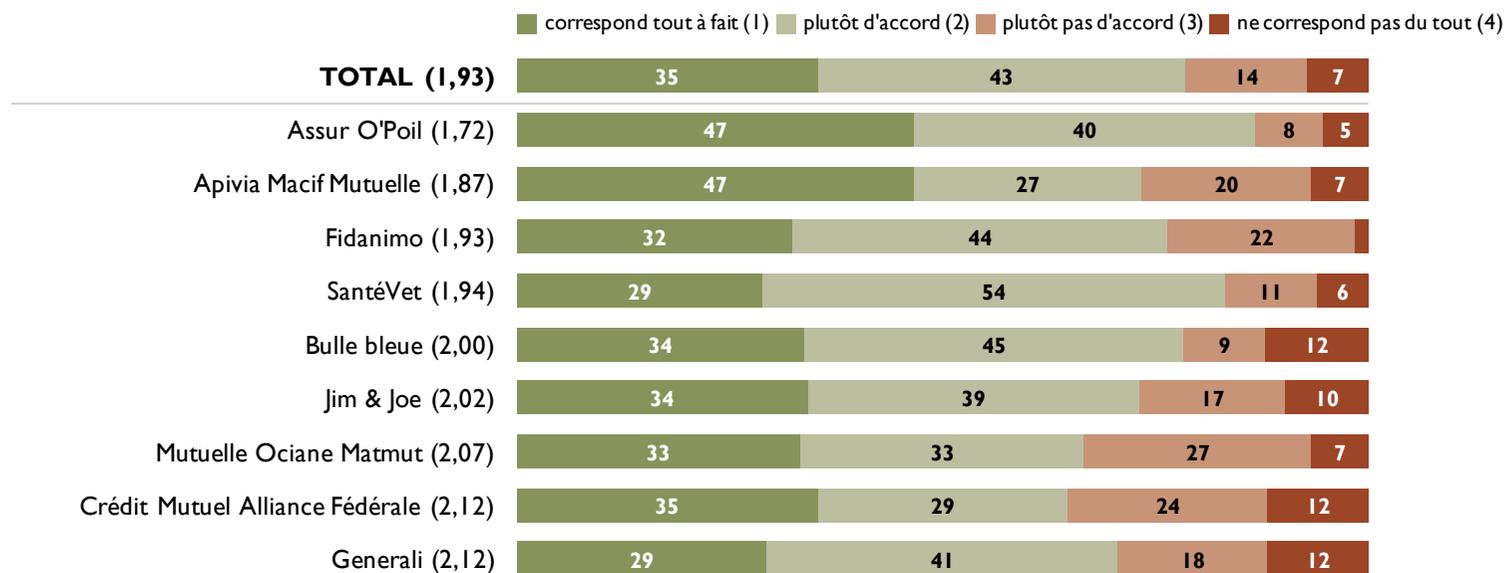
Réactivité -Flexibilité du personnel



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) me permet de changer pour des tarifs plus avantageux en cours de contrat.

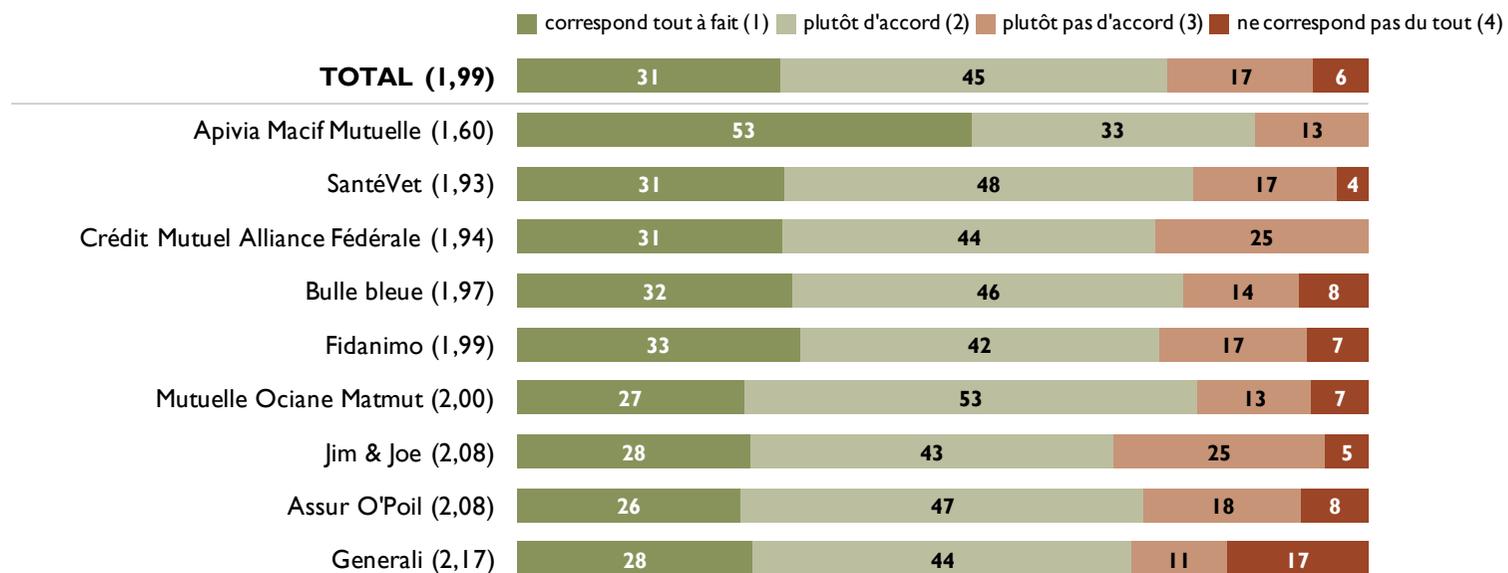
Satisfaction des besoins des clients



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) répond à mes attentes et besoins.

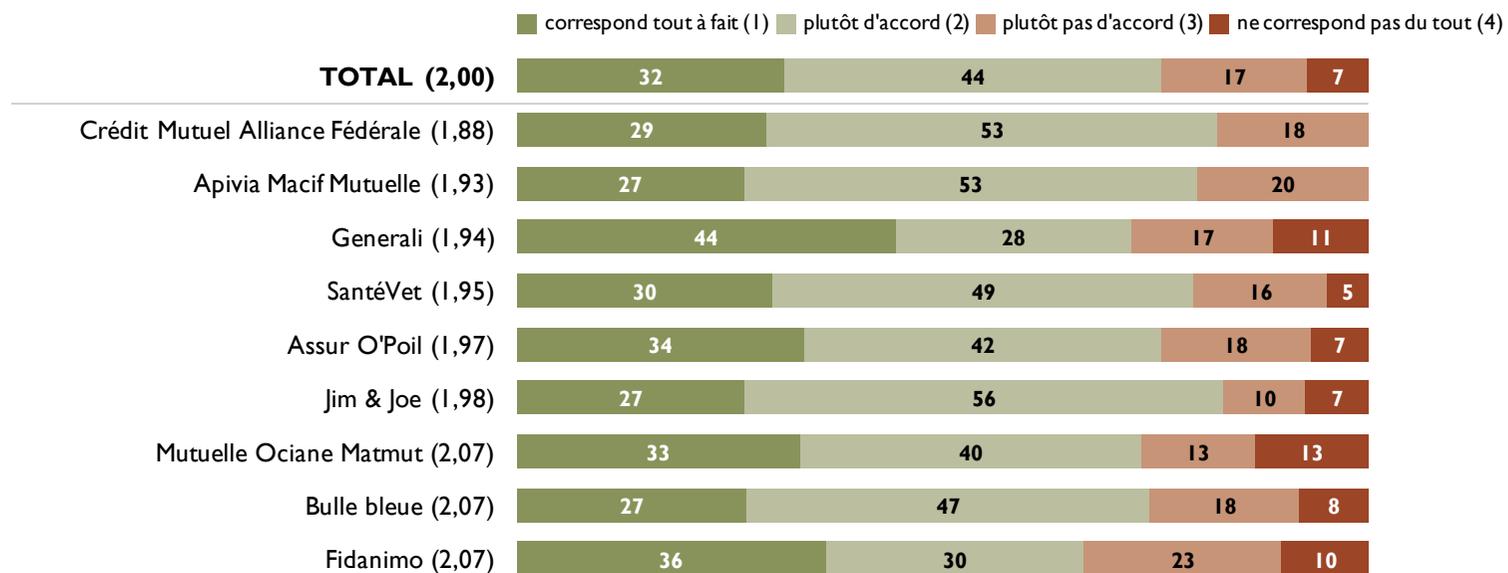
Délais de remboursement



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) rembourse rapidement et intégralement en cas de prestation.

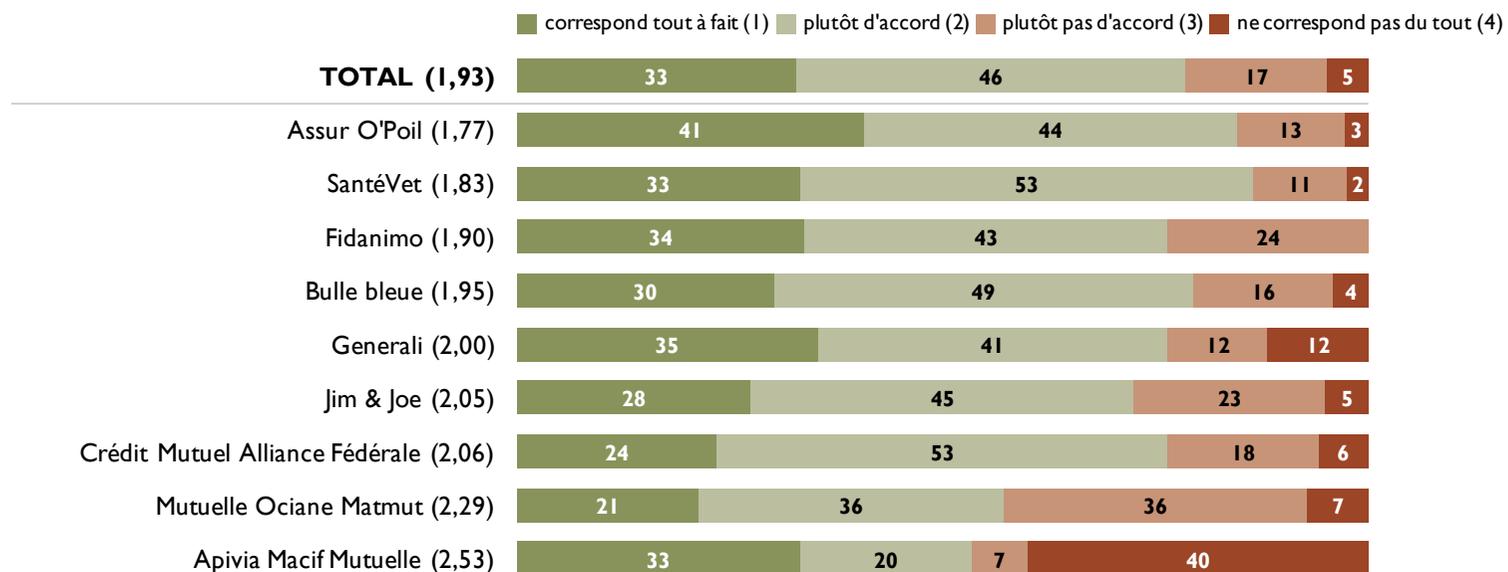
Durée du délai de carence



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Le délai de carence chez (...) est convenable.

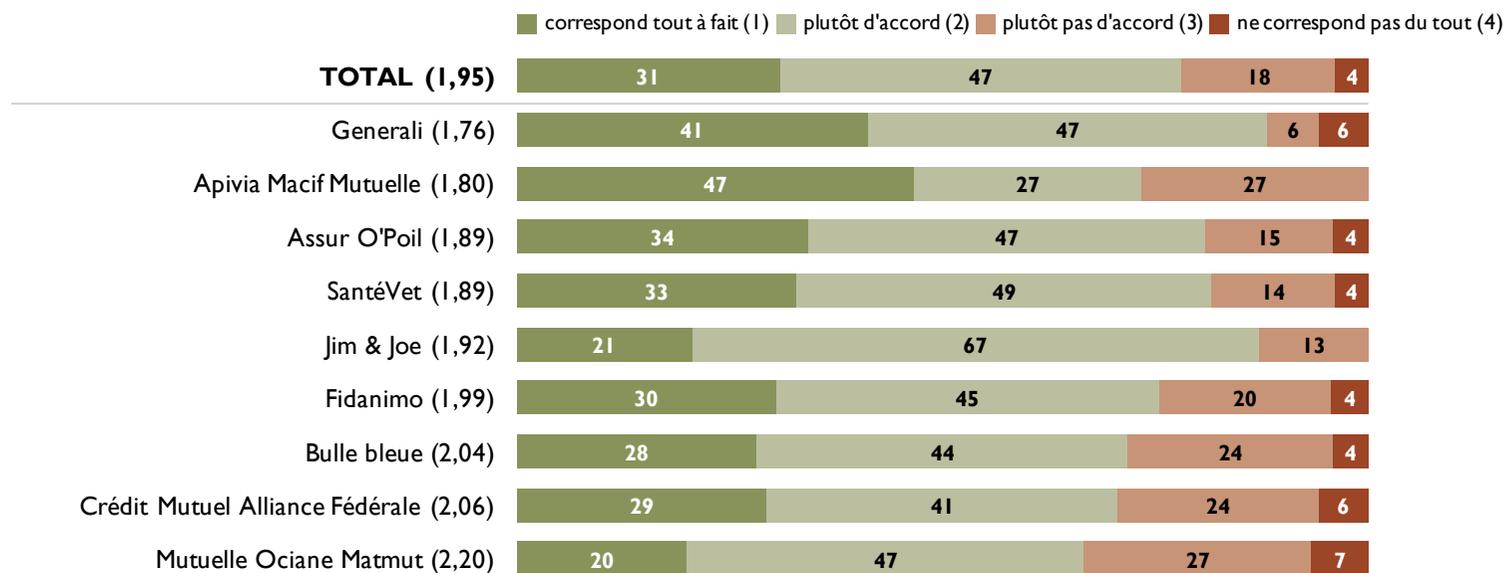
Attitude en cas de litige



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). En cas de réclamations, (...) réagit de manière conciliante.

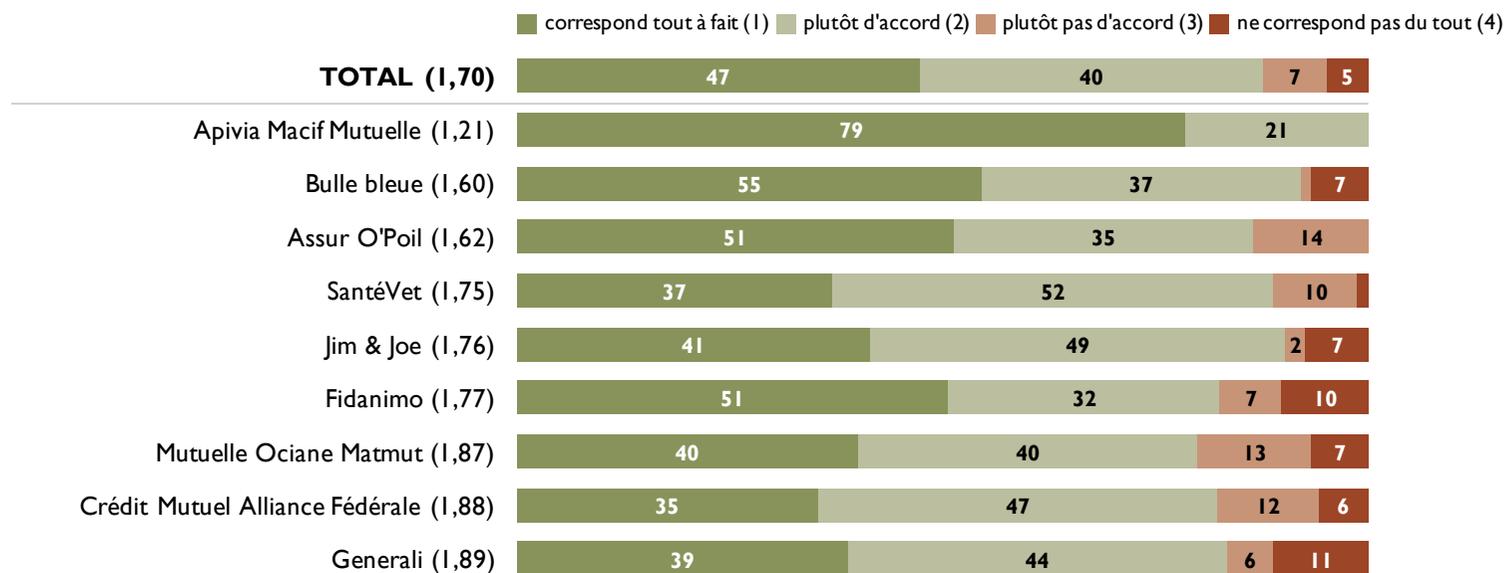
Modalité de résiliation



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), il est facile de résilier le contrat.

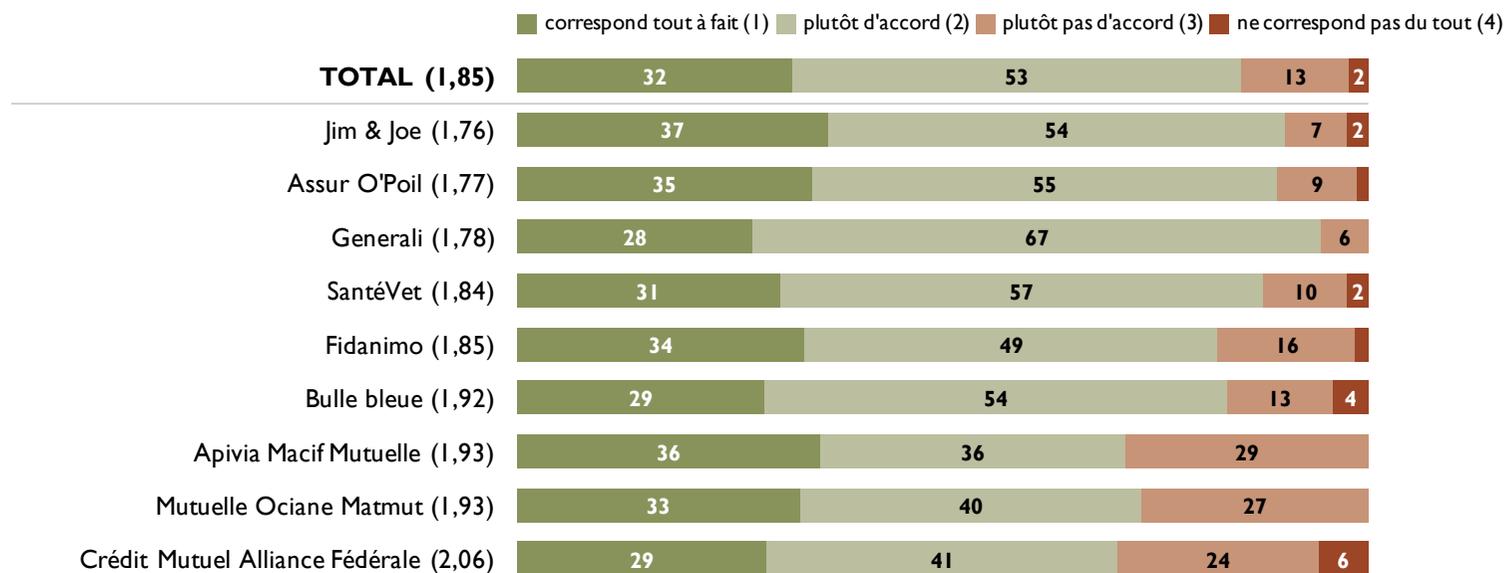
Disponibilité du personnel



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), il est facile de contacter un collaborateur.

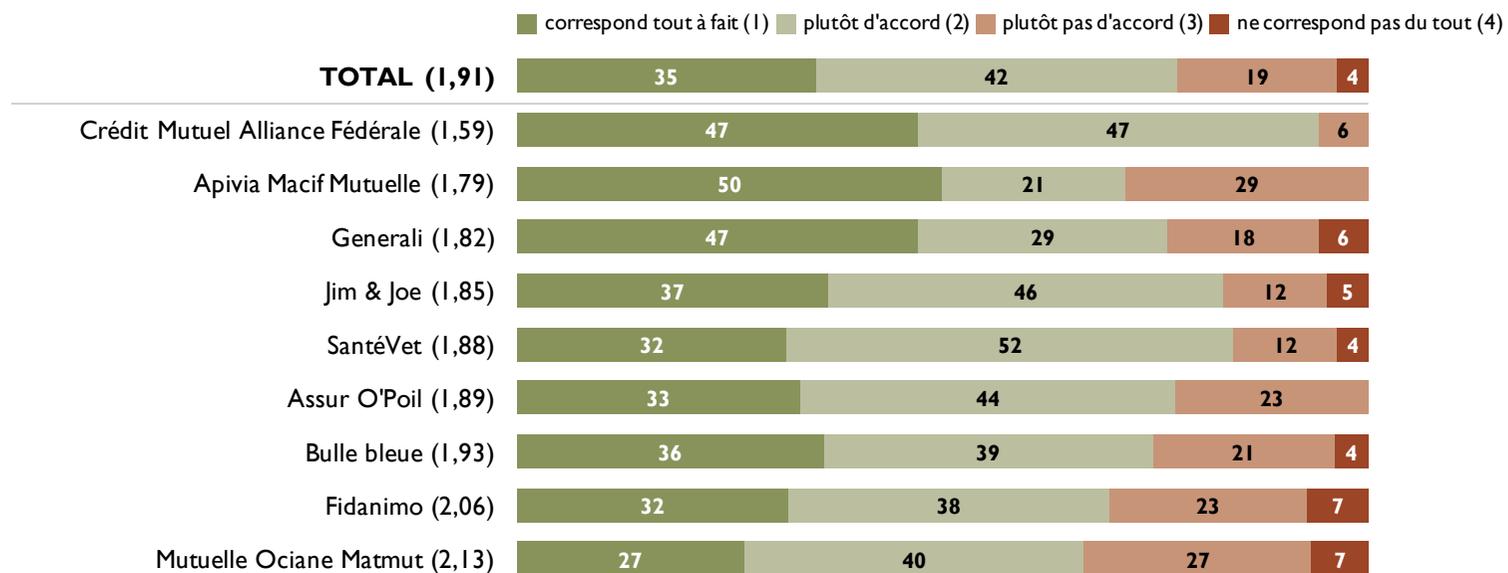
Conformité des déclarations



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Je peux me fier aux déclarations de (...).

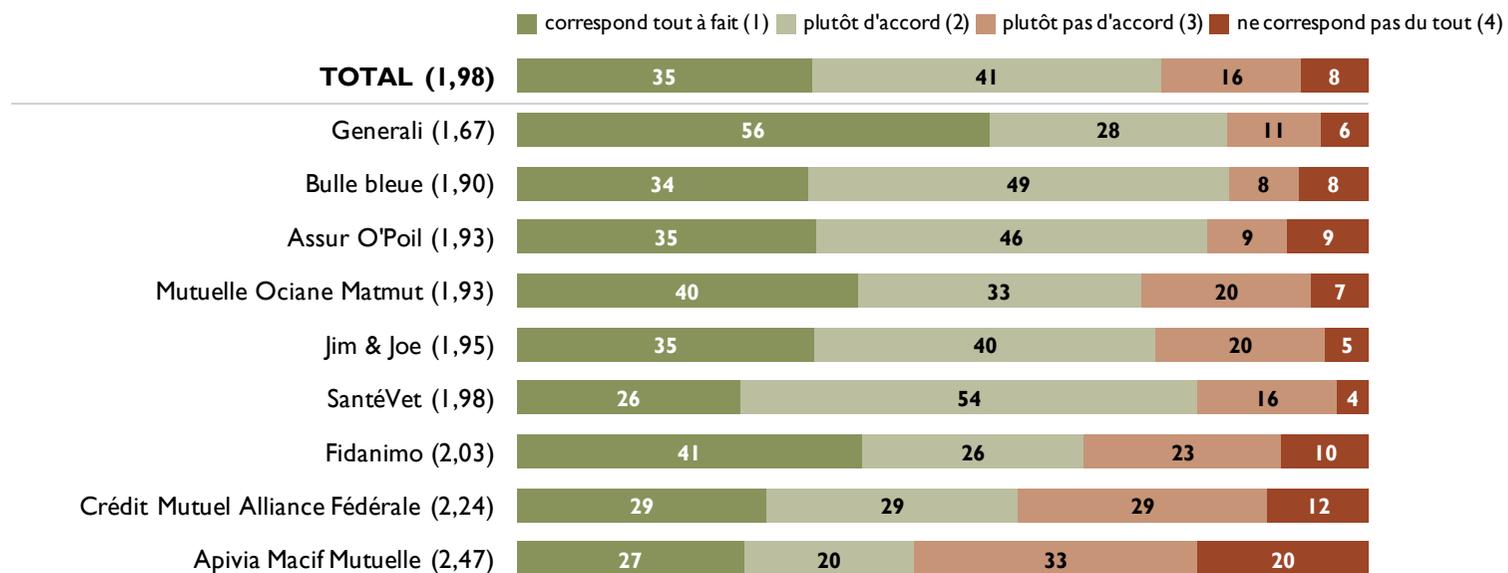
Informations lisibles et claires



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les documents d'offre et de contrat de (...) sont lisibles et compréhensibles.

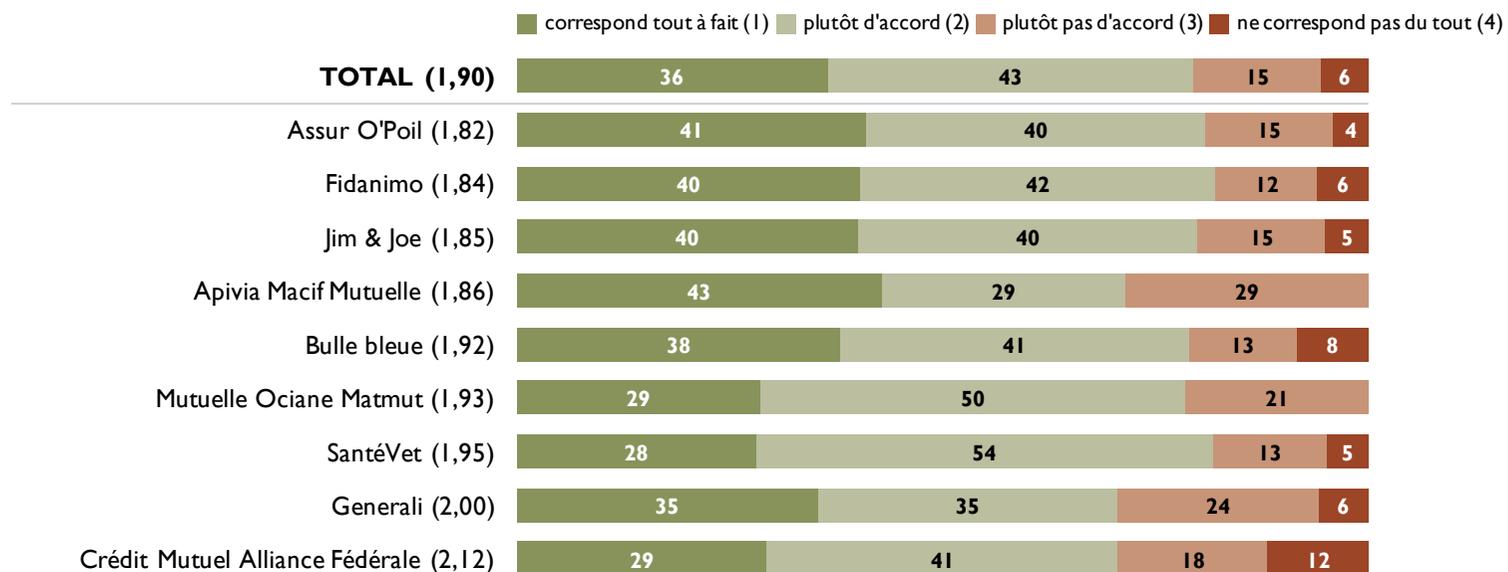
Information en cas d'augmentation des tarifs



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). En cas d'augmentation des tarifs, (...) m'informe à temps et en détails

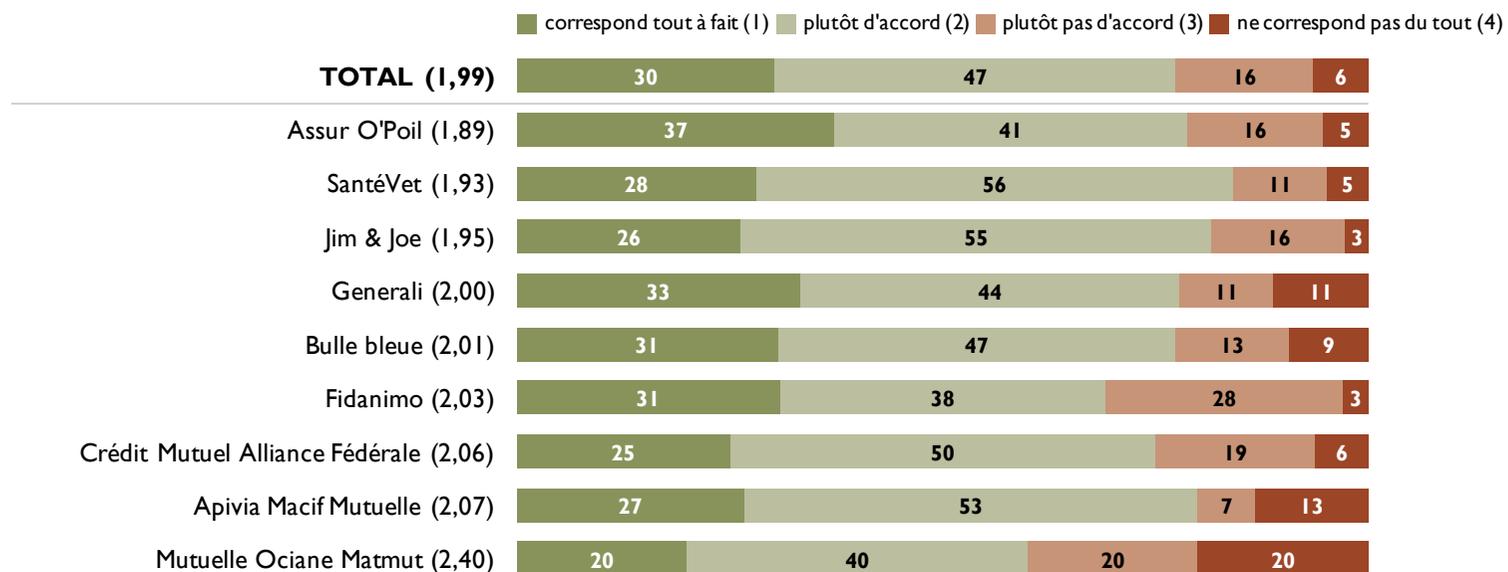
Satisfaction du rapport qualité-prix



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). La qualité et les prestations de l'assurance santé (...) sont excellentes.

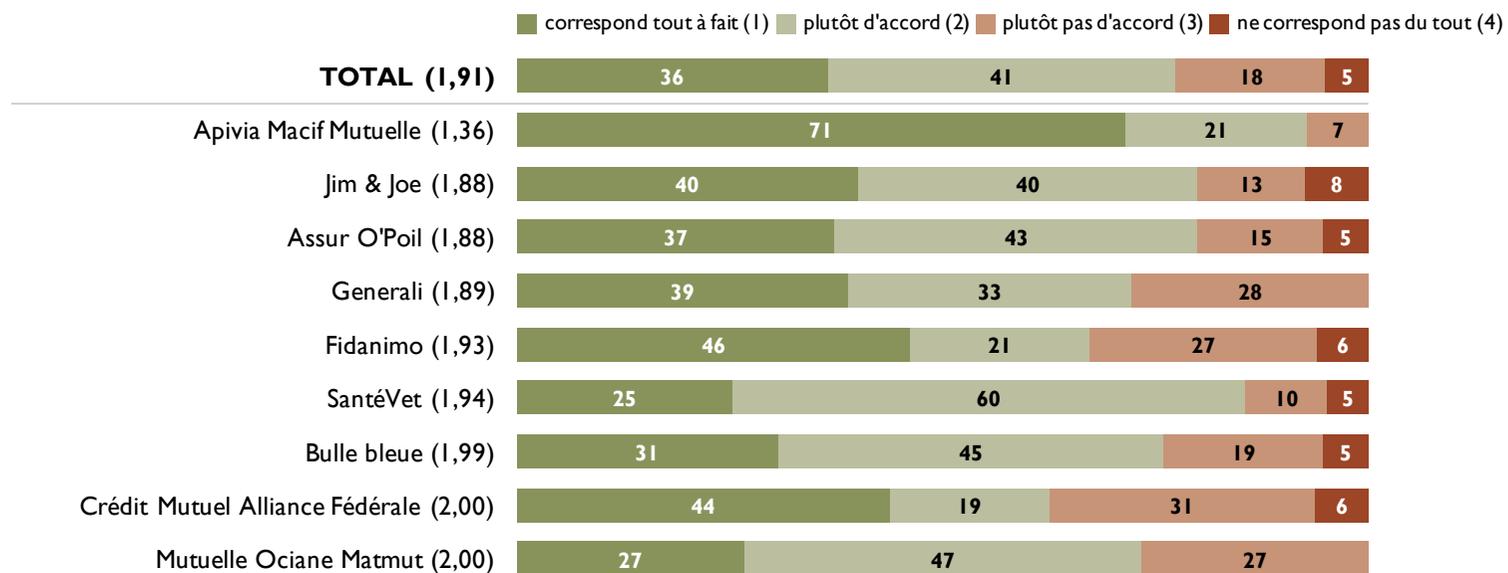
Prestation adéquate



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Pour mon argent, je reçois chez (...) une prestation appropriée.

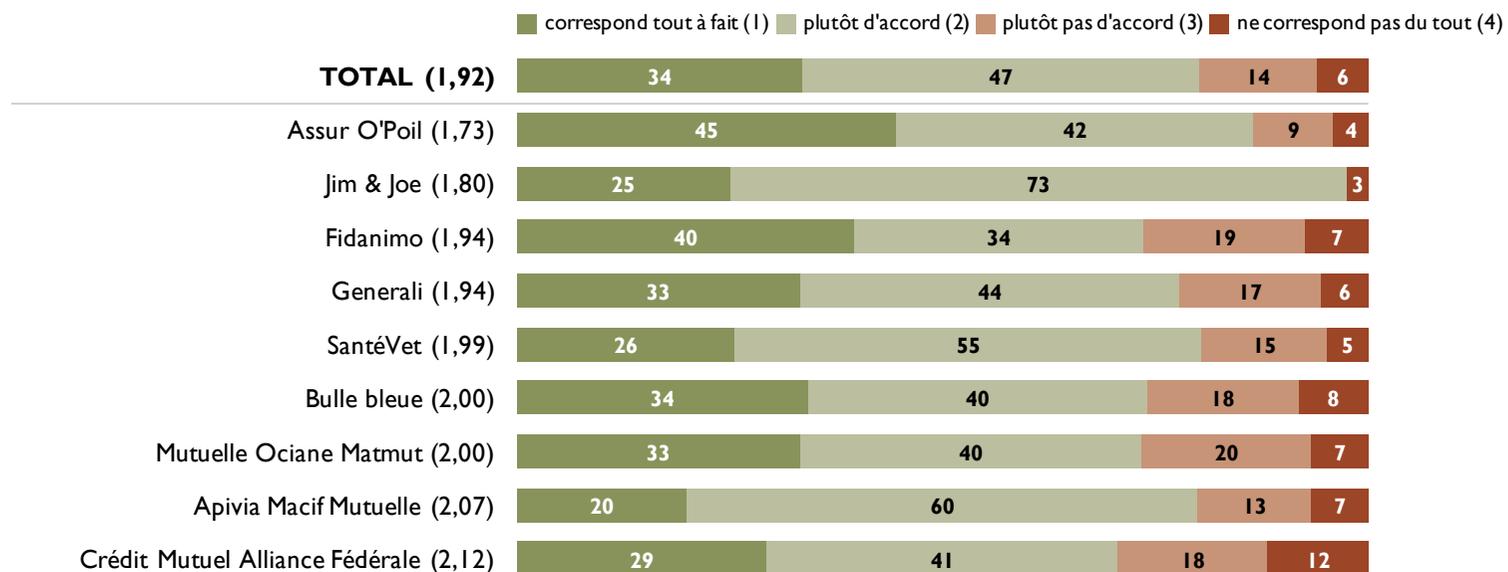
Transparence des coûts



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), je sais exactement ce que je dois payer pour les différentes garanties et prestations.

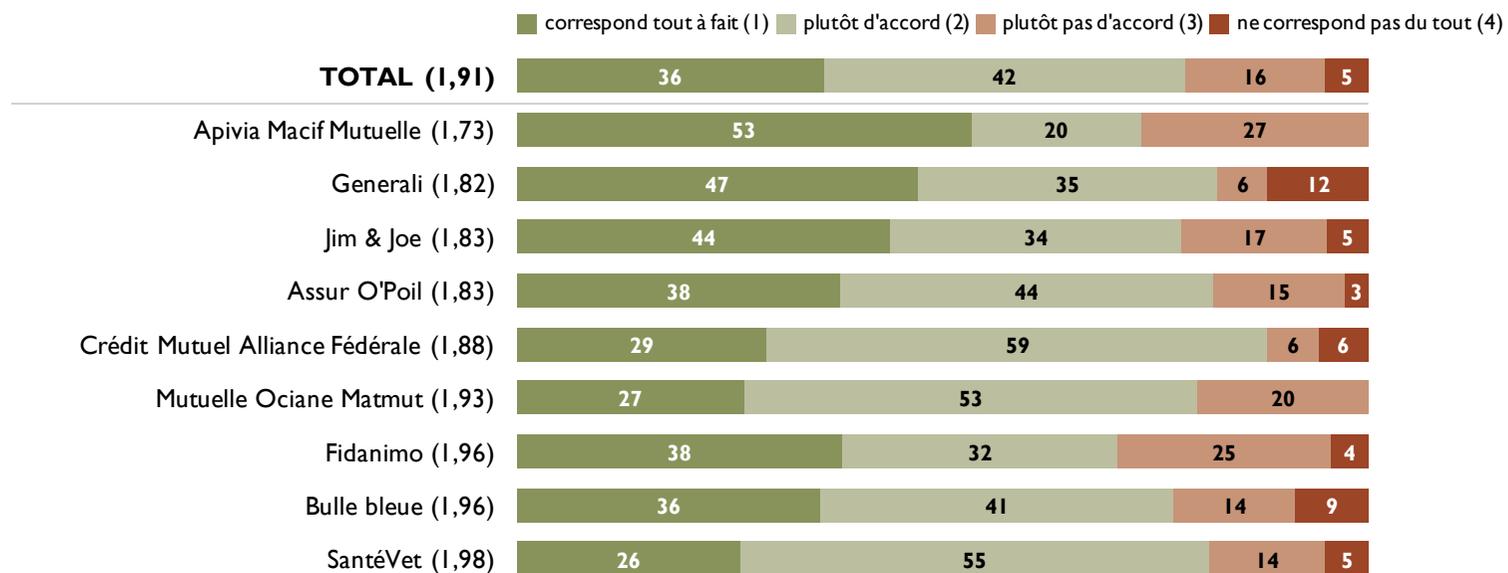
Compétitivité des tarifs



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Les tarifs de (...) sont compétitifs par rapport à d'autres sur le marché.

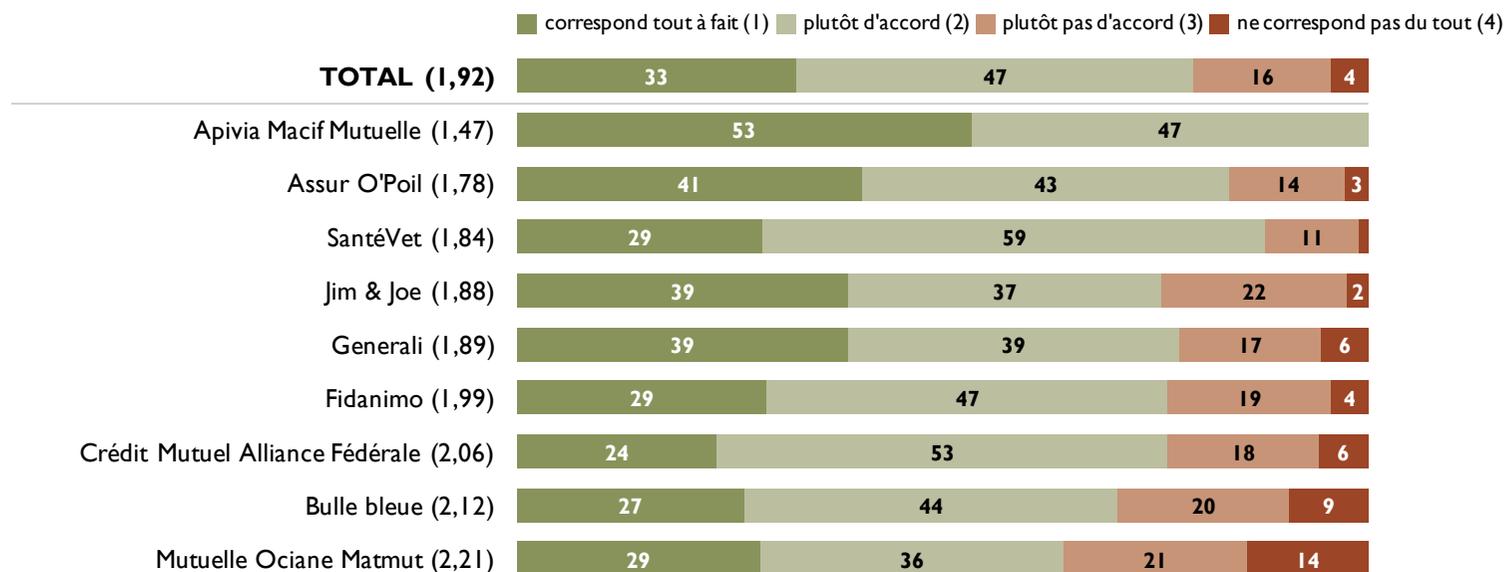
Renouvellement des produits et services



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). (...) renouvelle régulièrement ses produits et ses services.

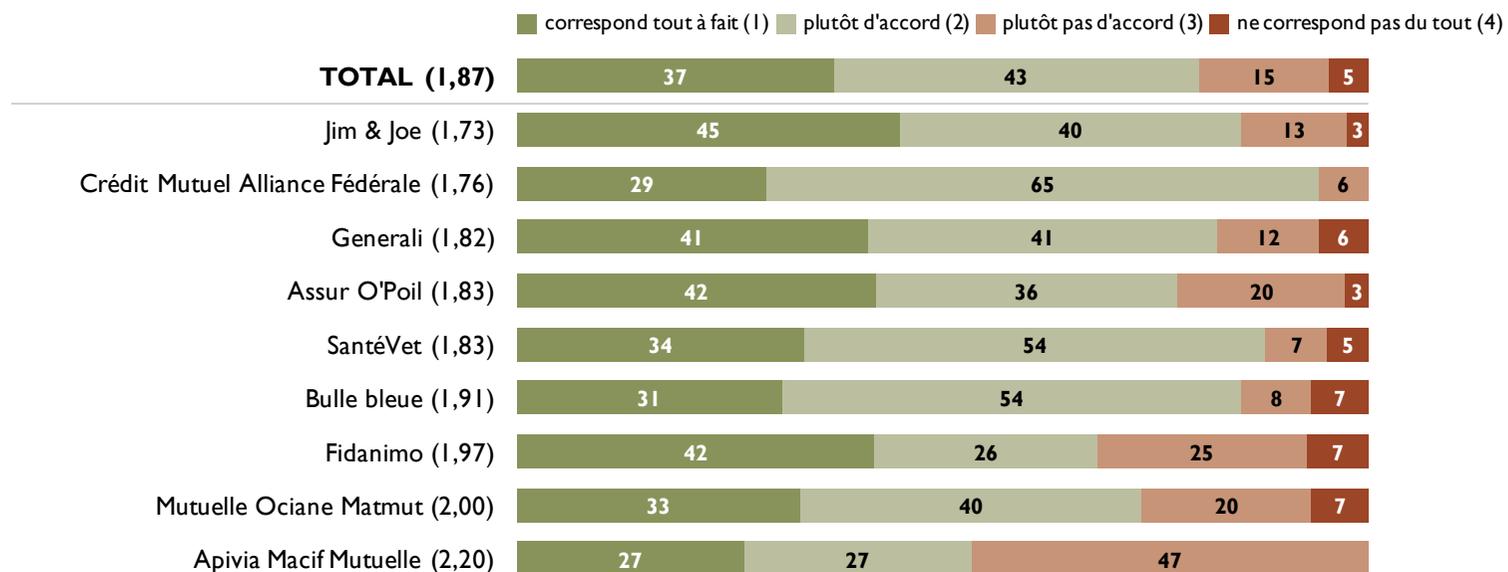
Utilisation des plateformes digitales



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...) il est facile d'utiliser les canaux numériques (site web, application, etc.).

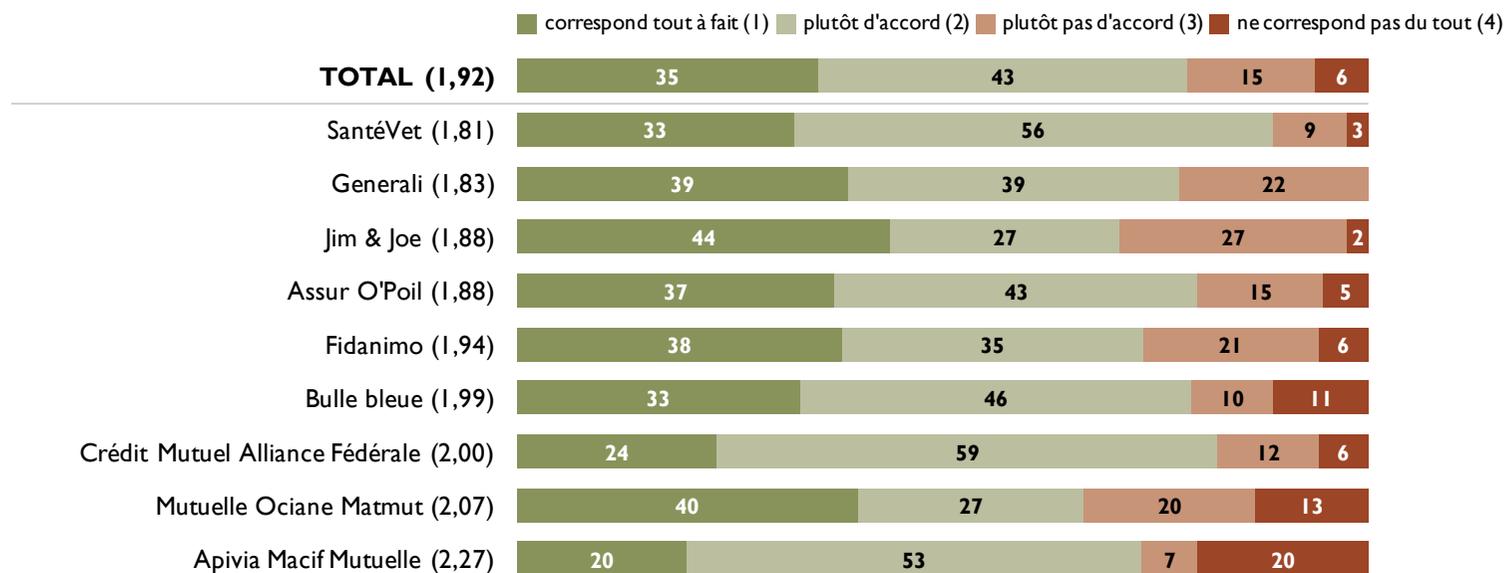
Démarches sur les plateformes digitales



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). Chez (...), je peux effectuer de nombreuses démarches en ligne ou via application (devis, contrats, etc.).

Sécurité des données



Données en pourcentage, arrondies; Classement par valeur moyenne

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à (...). La communication numérique avec (...) est très bien sécurisée.

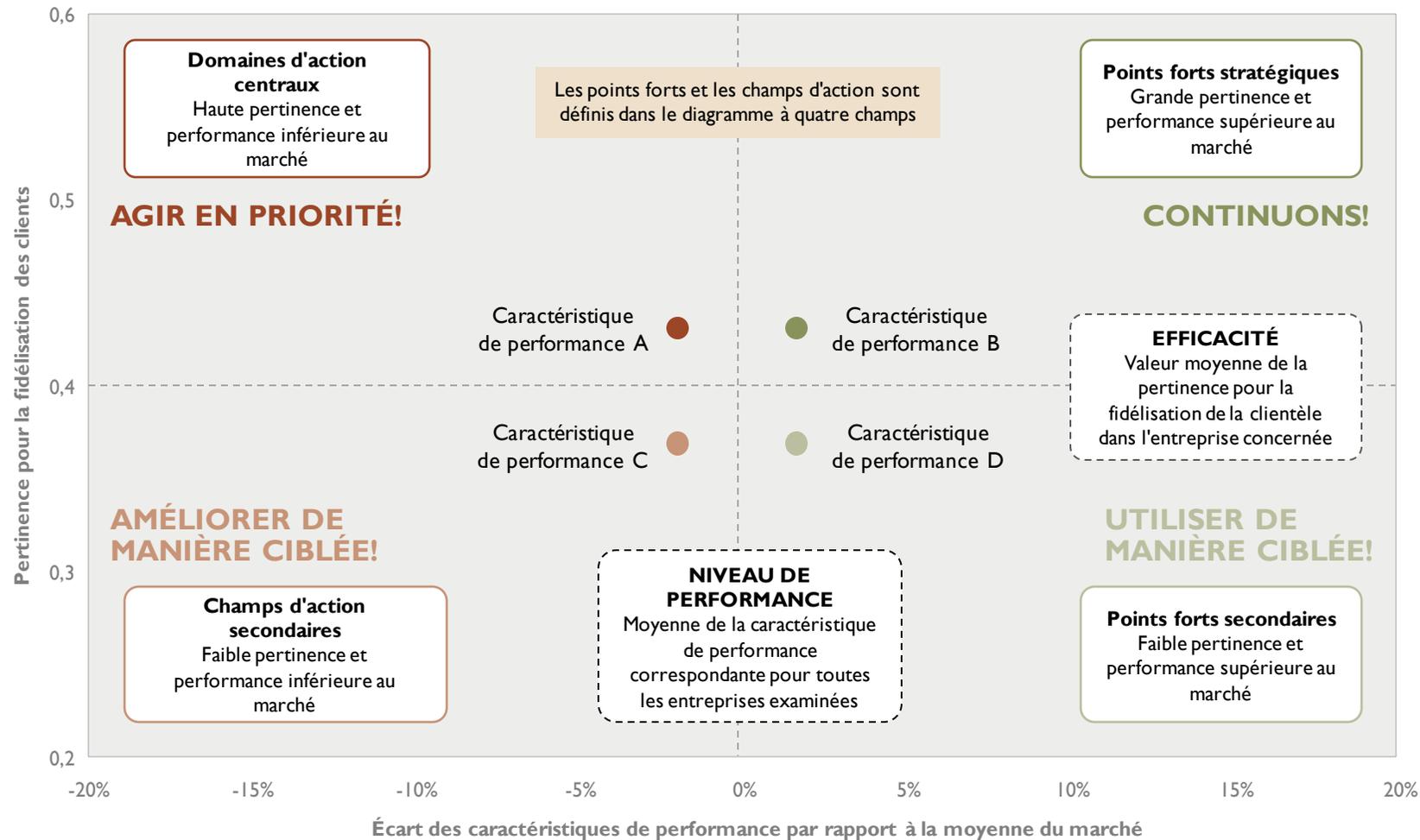
1. Annexe de l'enquête
2. INSTITUT DE LA QUALITÉ Appréciations des clients: Classements de qualité
3. Satisfaction globale, Orientation client et fidélisation
4. Aperçu global de toutes les caractéristiques de service et de performance
5. Profil-qualité
- 5.1 Profil-qualité des Mutuelles
- 5.2 Profil-qualité des Bancassurances
- 5.3 Profil-qualité des Assurances
- 5.4 Profil-qualité des Assurances chien et chat
6. Annexe: Explication de l'échantillon

Profil de qualité des différents prestataires

Les pages suivantes présentent les résultats des différentes entreprises par ordre alphabétique. Les aspects suivants sont présentés:

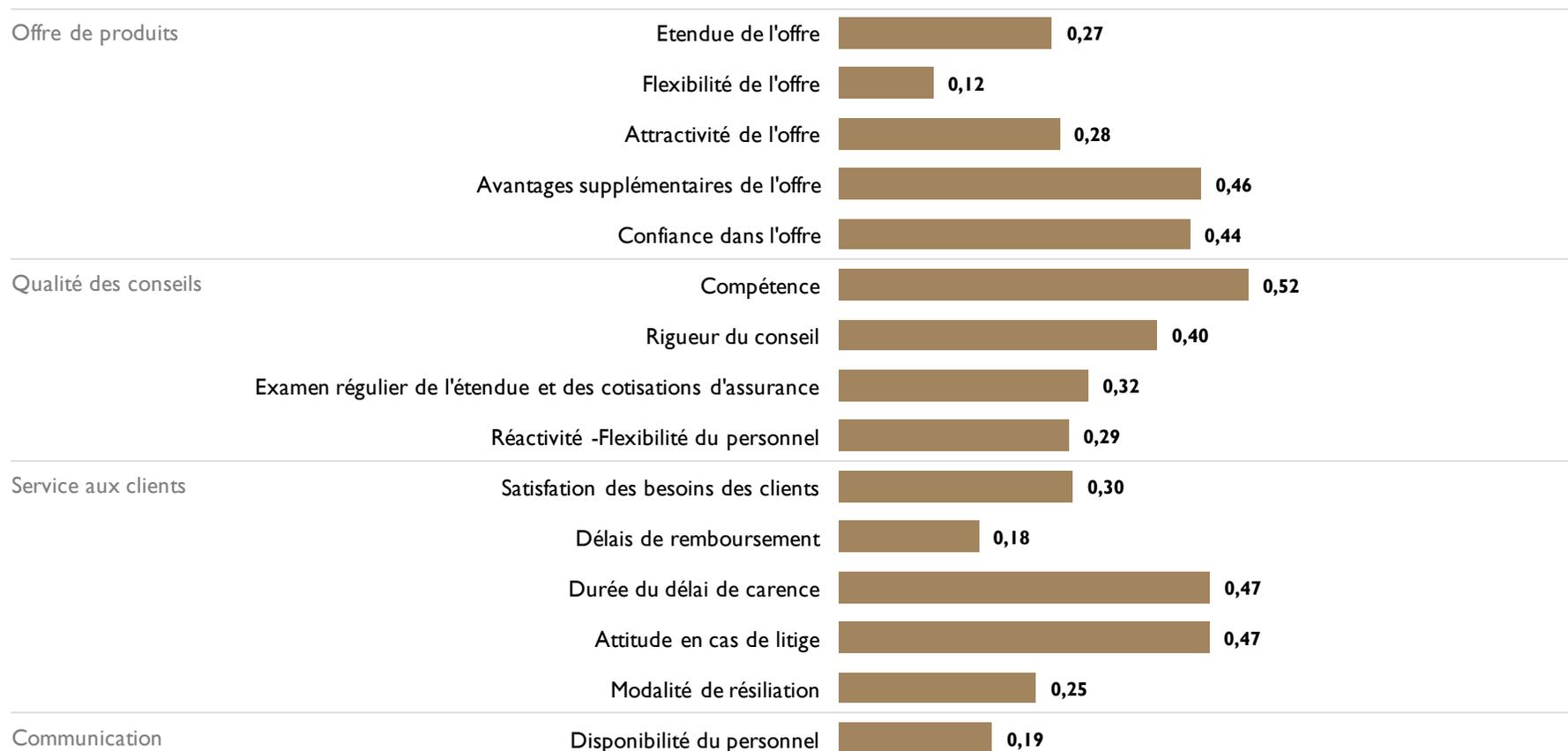
- **Moteurs de la fidélisation de la clientèle:** influence des caractéristiques de service et de performance sur la fidélisation individuelle de la clientèle (= analyse de corrélation)
- **Profil-qualité:** Évaluation par les clients des prestations examinées
- **Comparaison des profils-qualité sur le marché:** Positionnement de chaque prestataire par rapport à l'ensemble du marché en ce qui concerne les attributs de service et de prestation
- **Matrice action-pertinence:** Ecart des évaluations par rapport à la moyenne du marché, en tenant compte de la pertinence pour la fidélisation de la clientèle

Exemple de lecture de la matrice action-pertinence pour les analyses individuelles



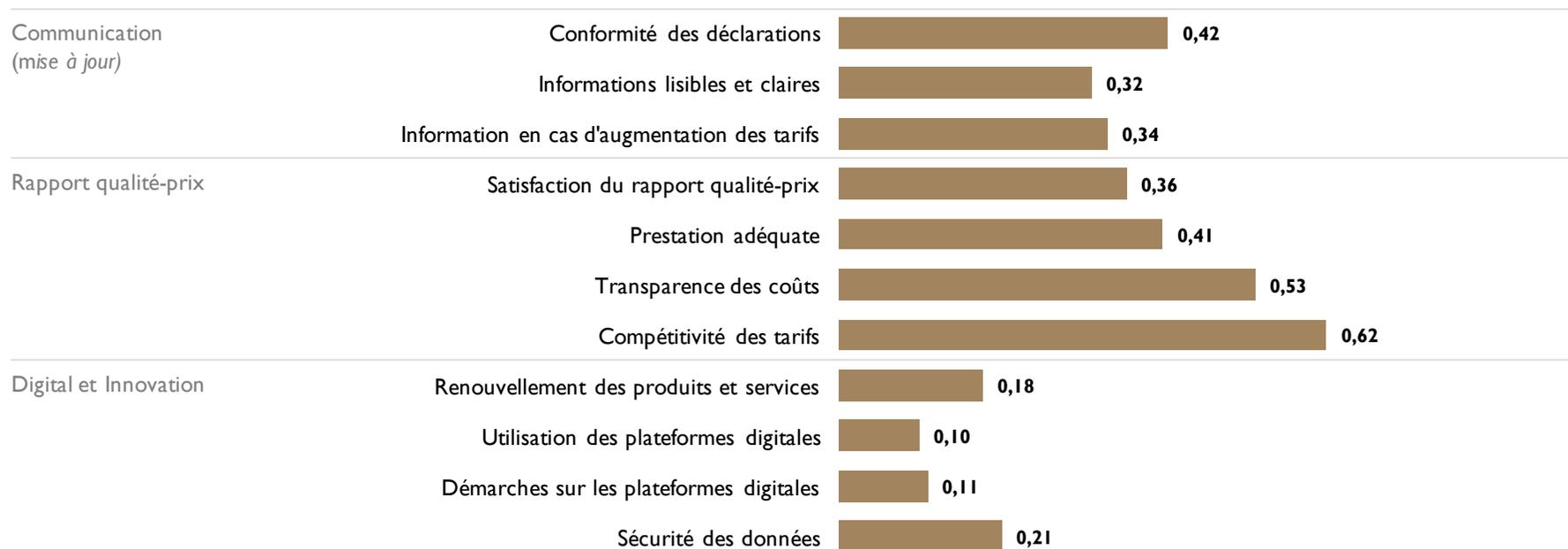
1. Annexe de l'enquête
2. INSTITUT ALLEMAND Appréciations des clients: Classements de qualité
3. Satisfaction globale, Orientation client et fidélisation
4. Aperçu global de toutes les caractéristiques de service et de performance
5. Profil-qualité
 - 5.1 Profil-qualité des Mutuelles
 - 5.2 Profil-qualité des Bancassurances
 - 5.3 Profil-qualité des Assurances
 - 5.4 Profil-qualité des Assurances chien et chat
6. Annexe: Explication de l'échantillon

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Aésio Mutuelle (I)



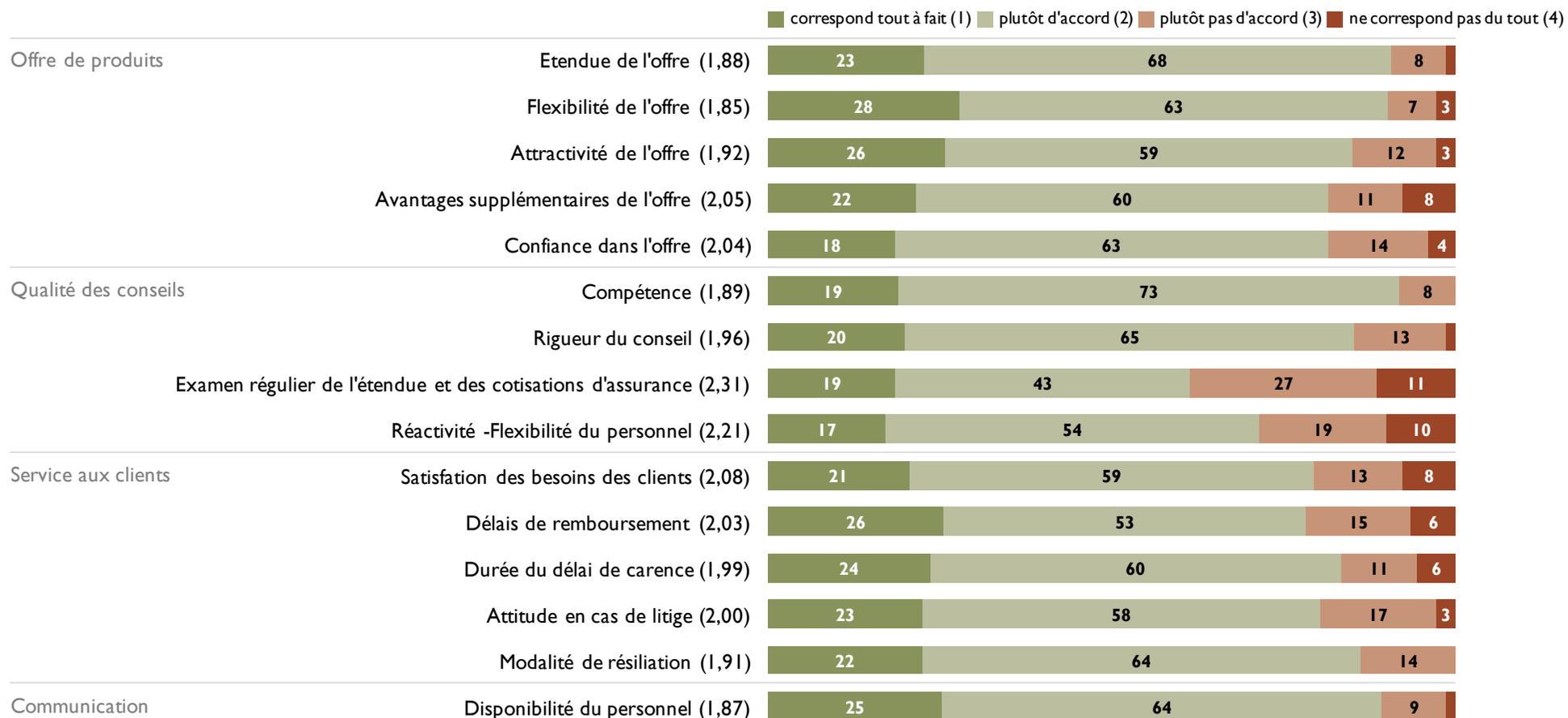
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Aésio Mutuelle (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

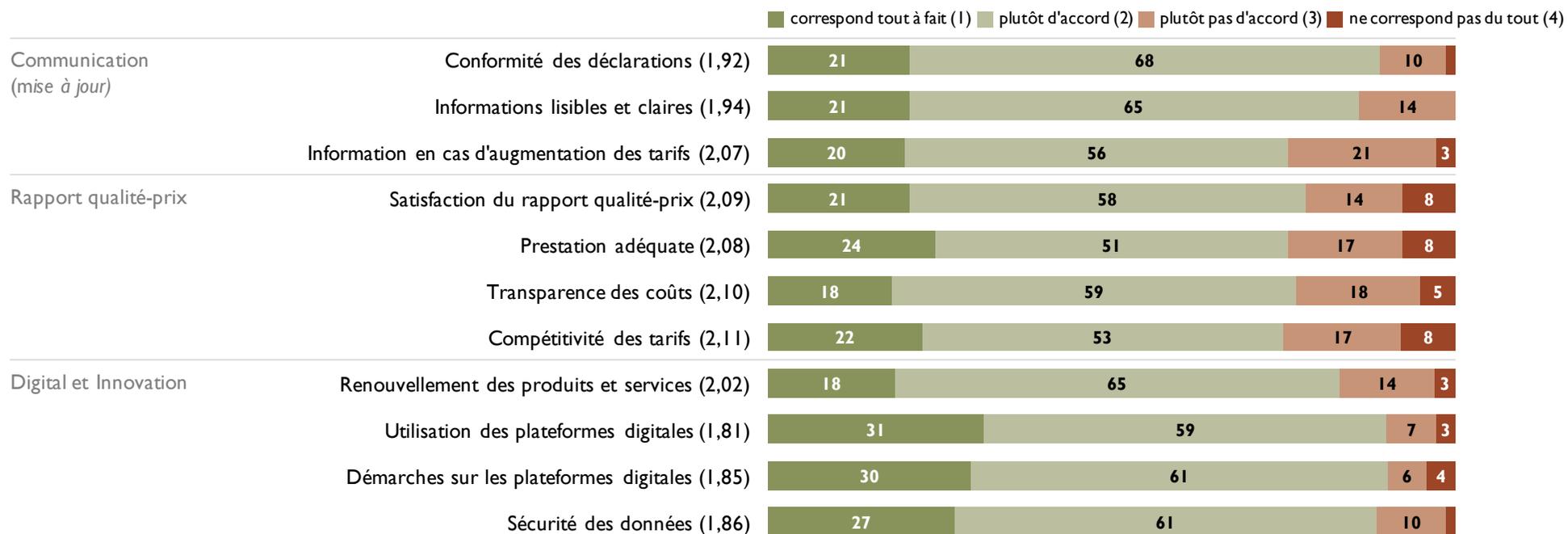
Profil-qualité – Aésio Mutuelle (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Aésio Mutuelle.

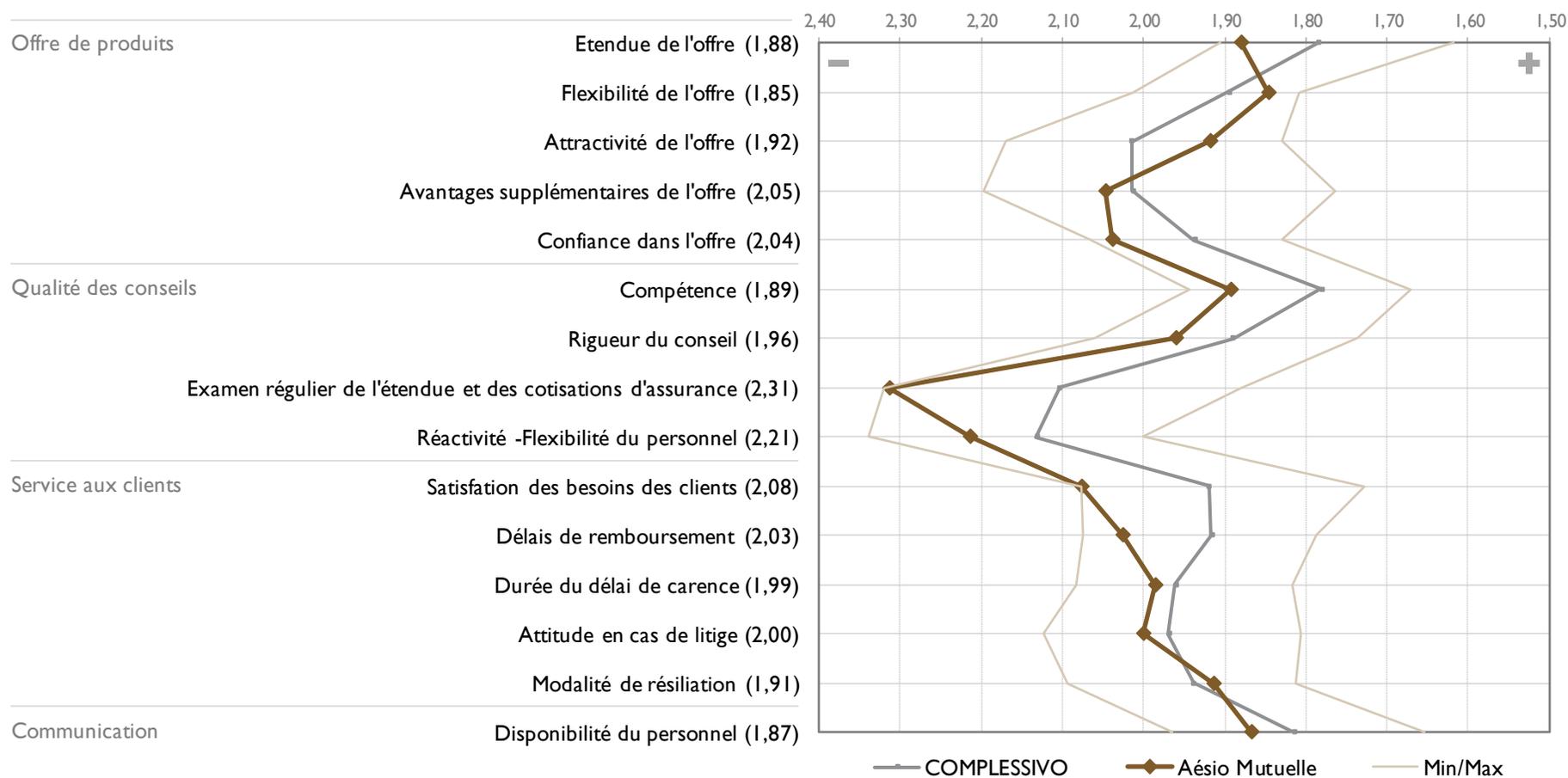
Profil-qualité – Aésio Mutuelle (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Aésio Mutuelle.

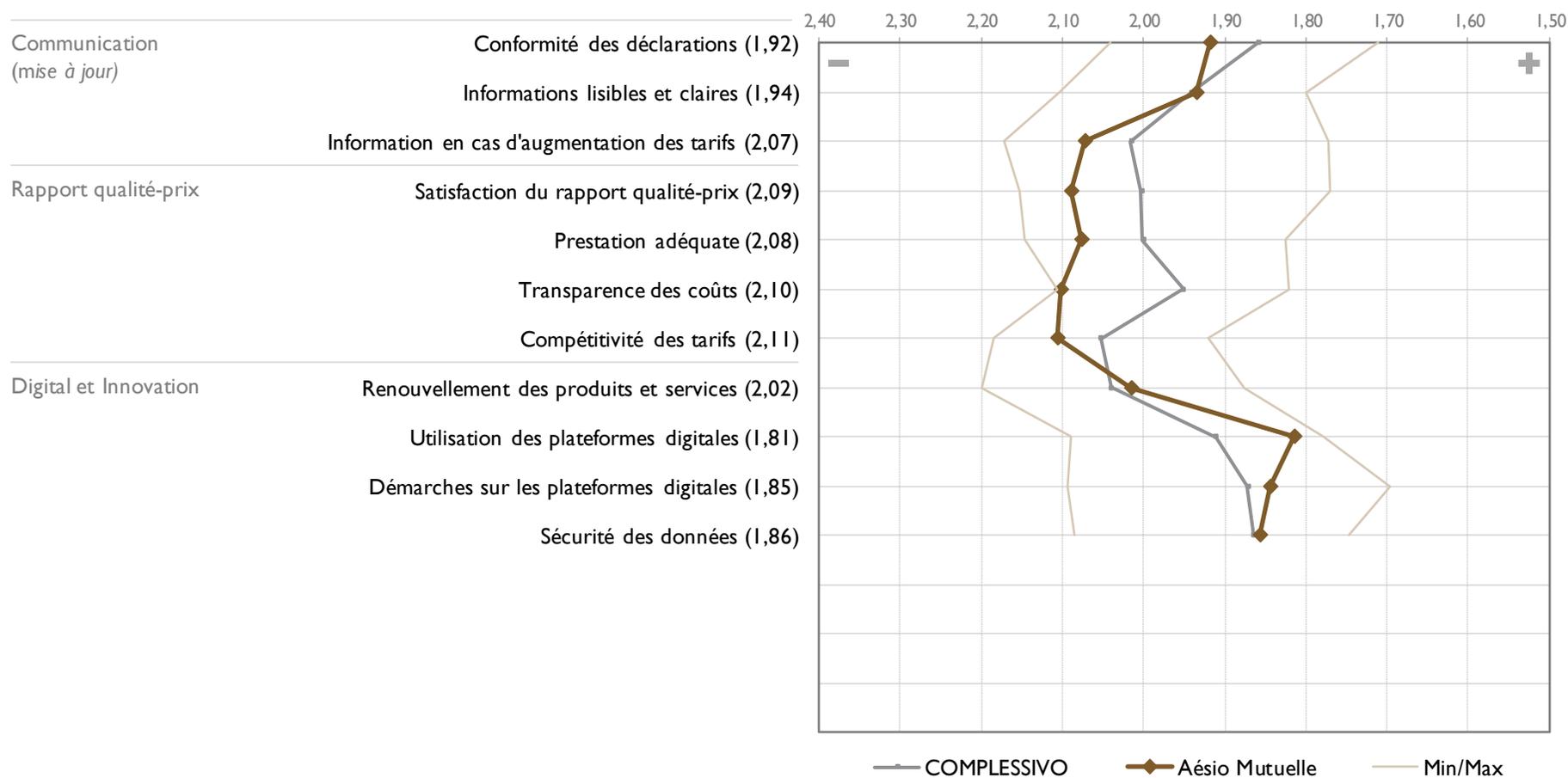
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Aésio Mutuelle (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Aésio Mutuelle.

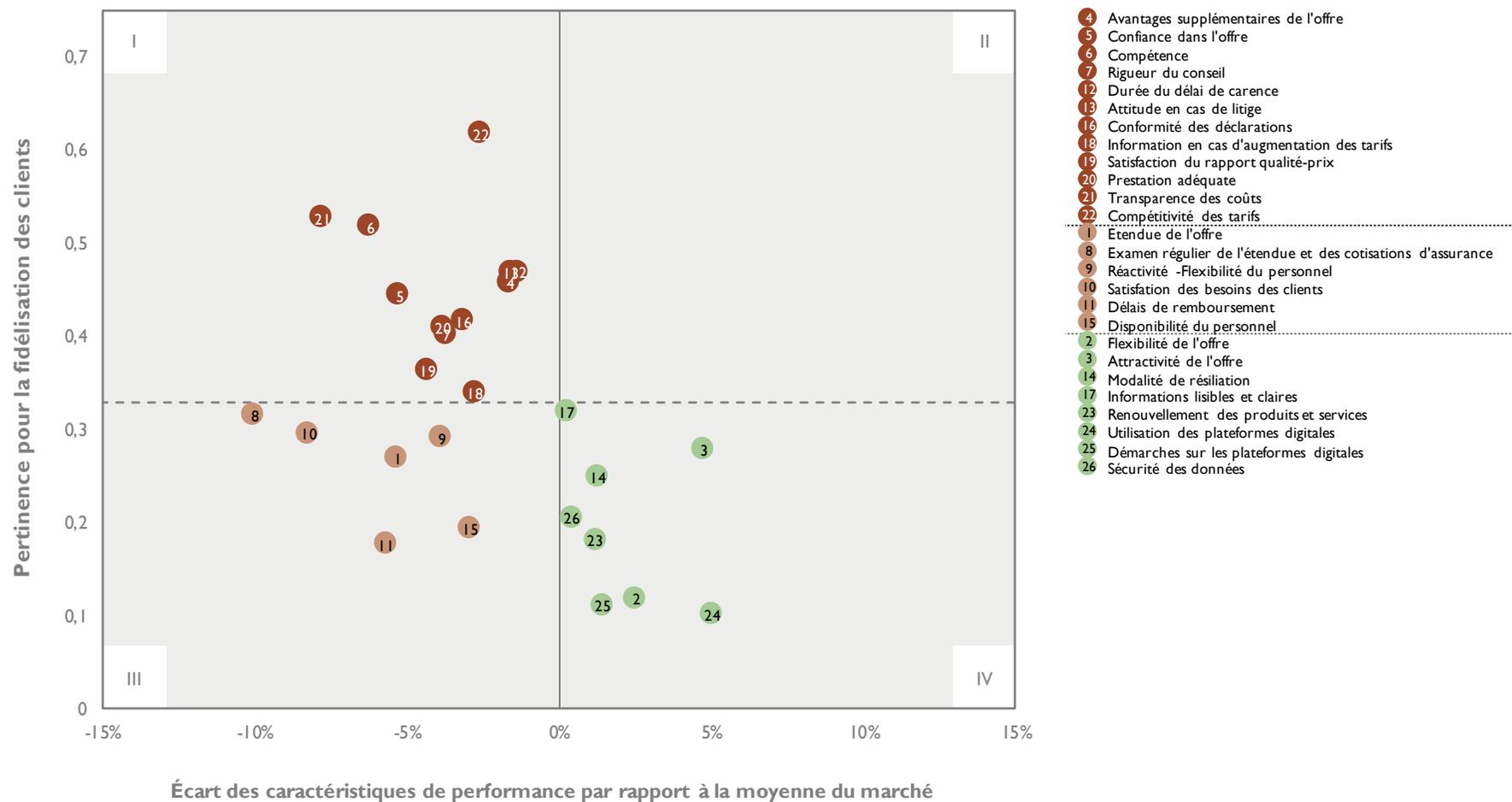
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Aésio Mutuelle (II)



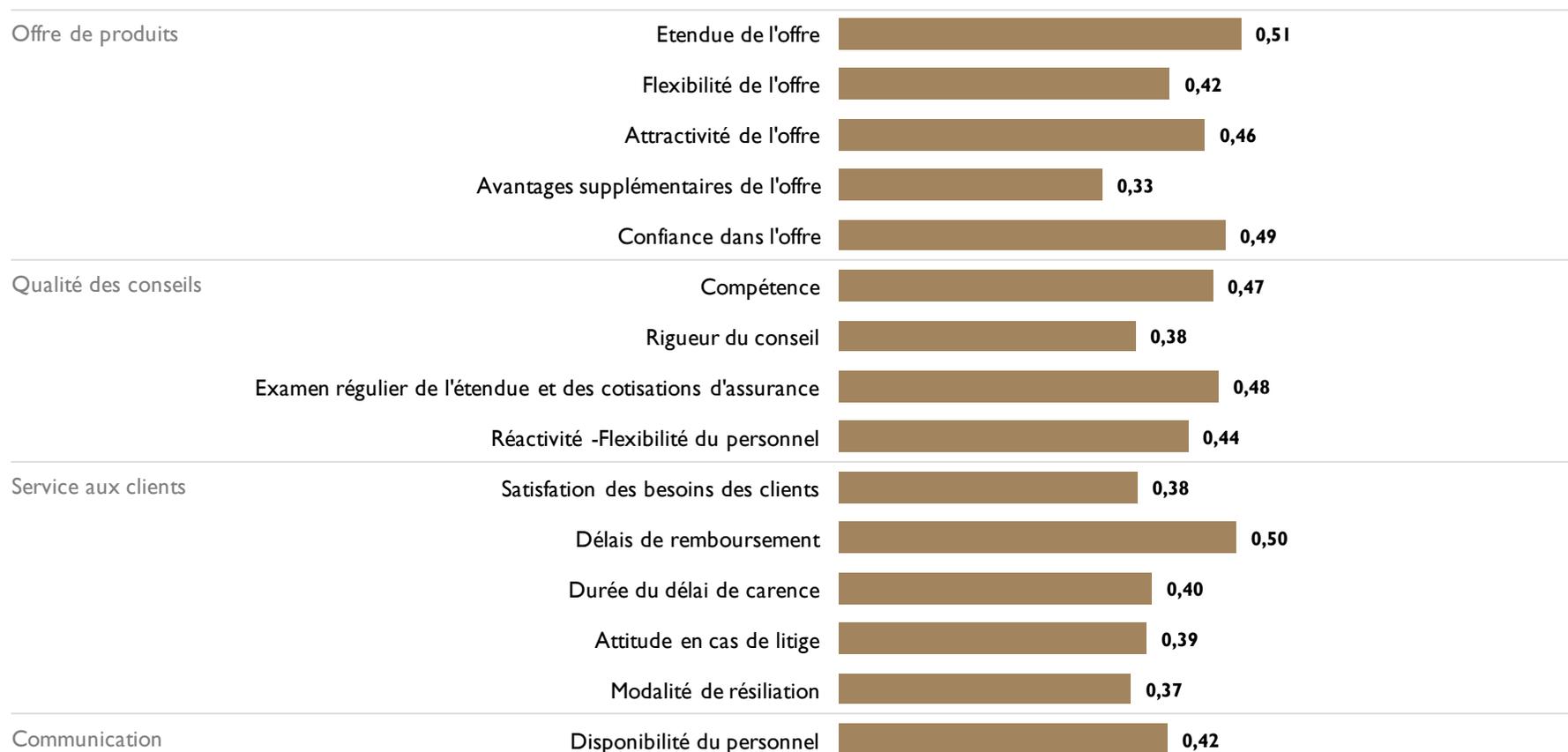
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Aésio Mutuelle.

Matrice action-pertinence – Aésio Mutuelle

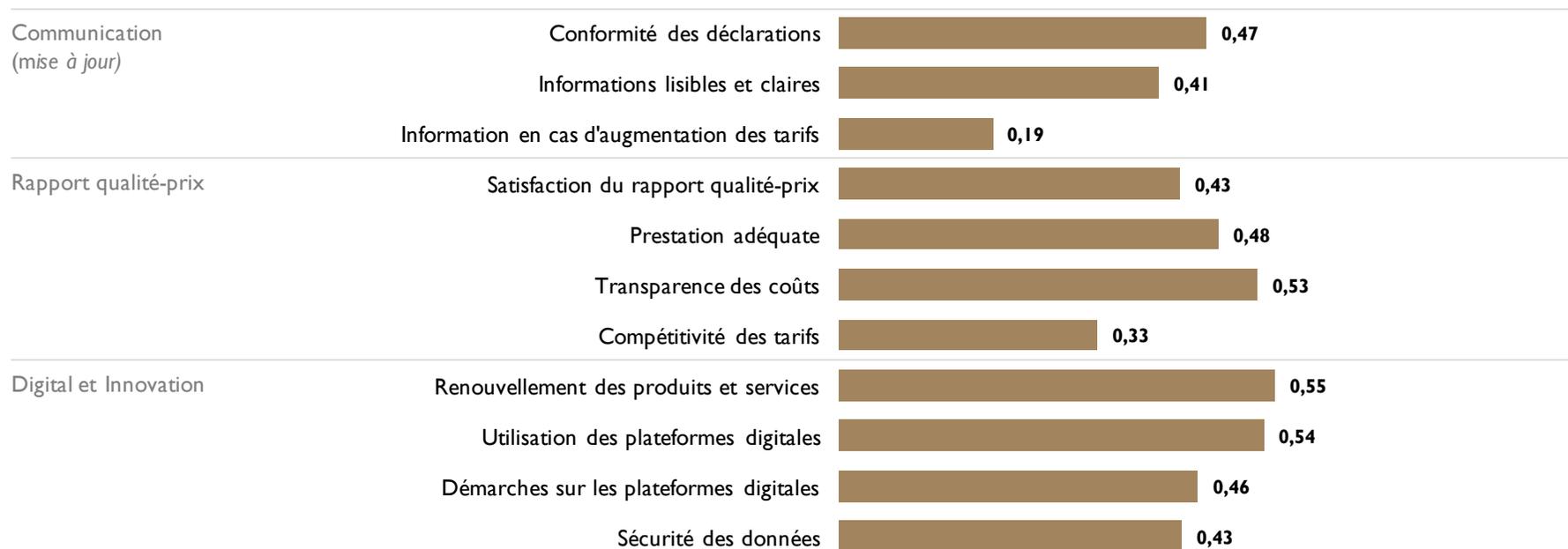


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Apivia Macif Mutuelle (I)



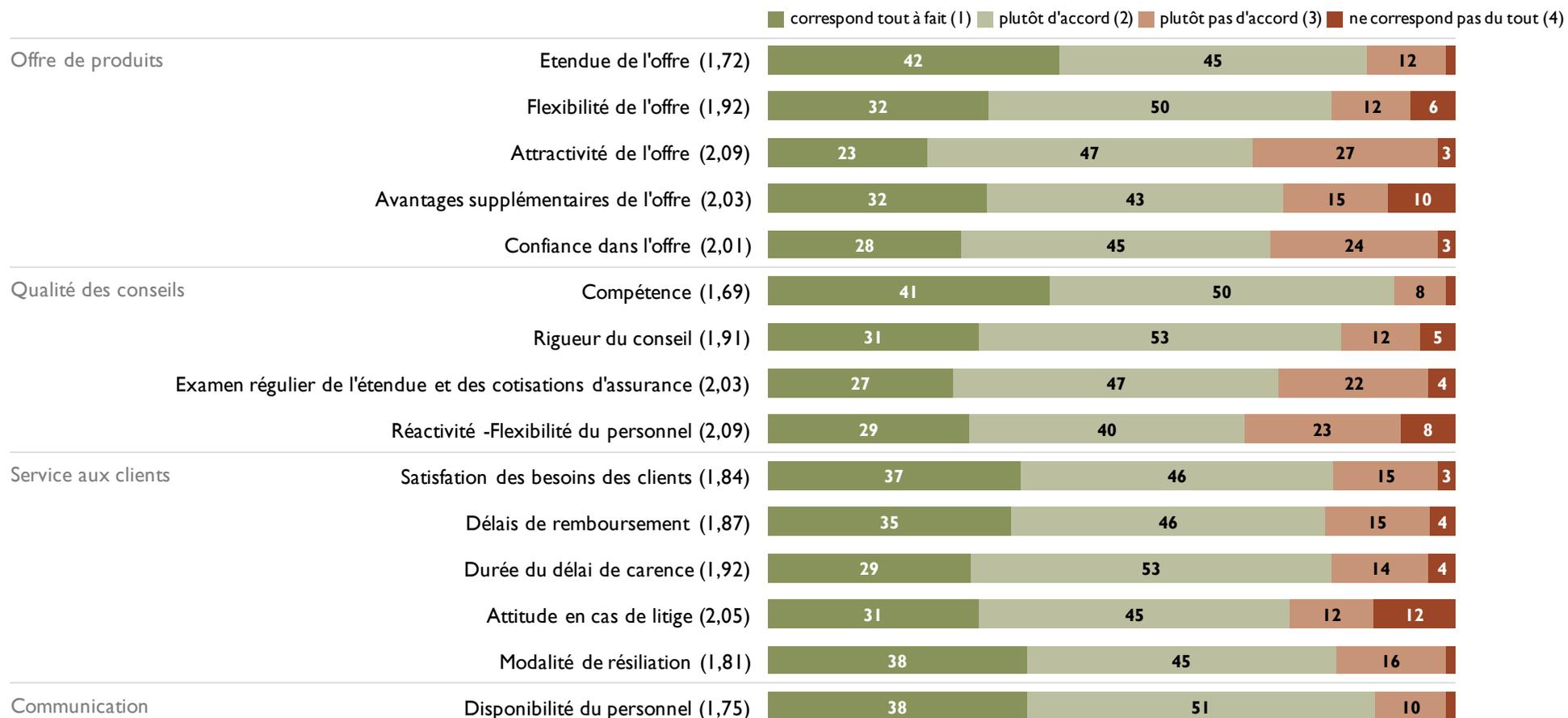
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Apivia Macif Mutuelle (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

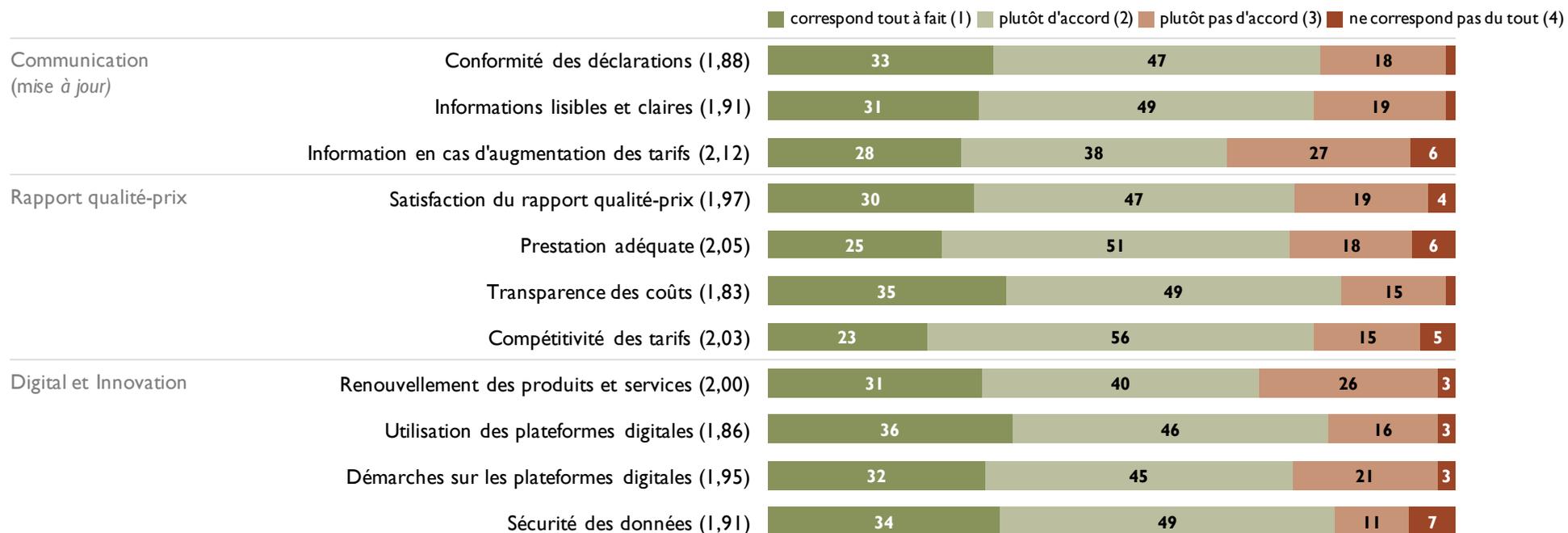
Profil-qualité – Apivia Macif Mutuelle (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Apivia Macif Mutuelle.

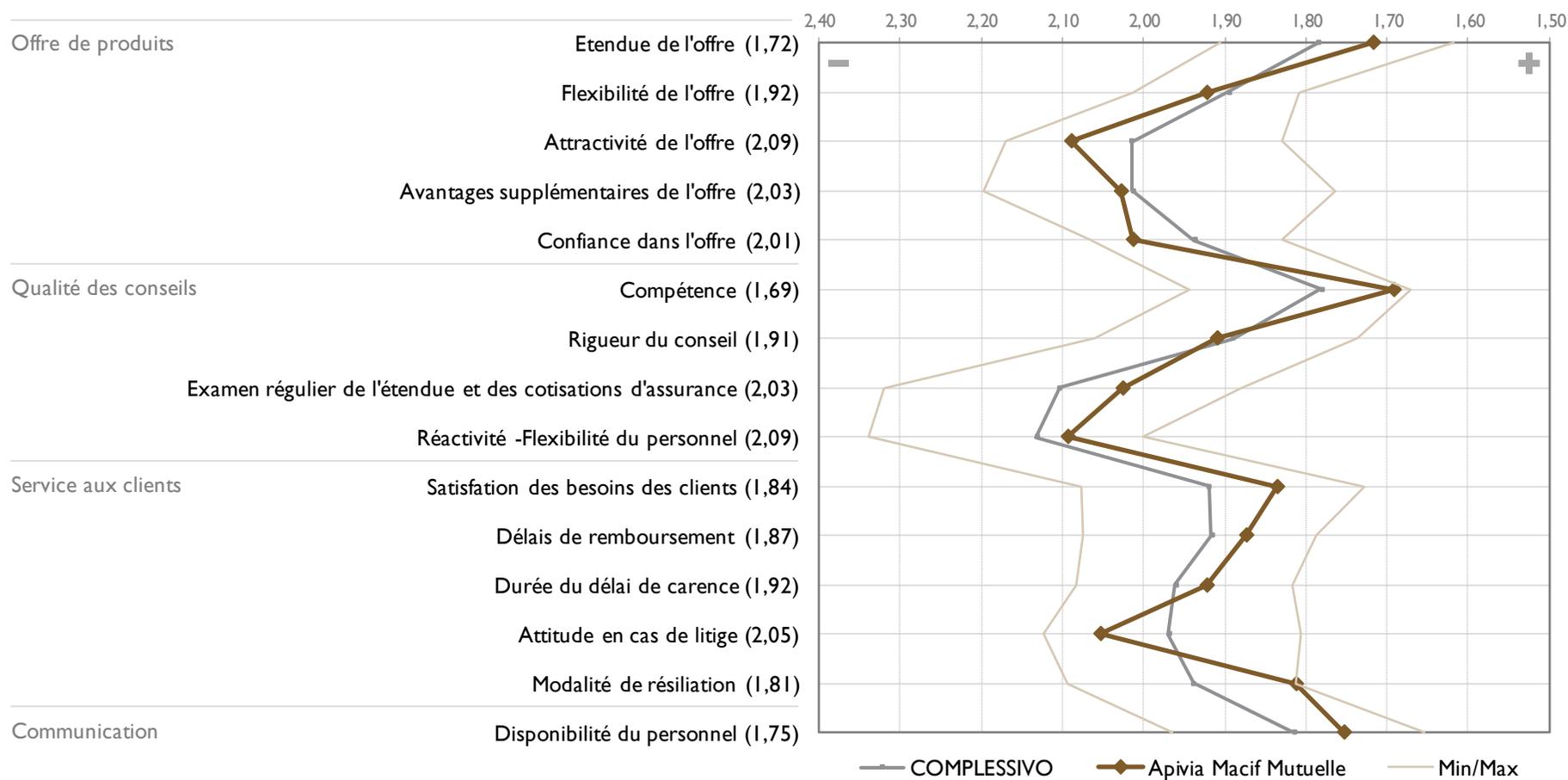
Profil-qualité – Apivia Macif Mutuelle (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Apivia Macif Mutuelle.

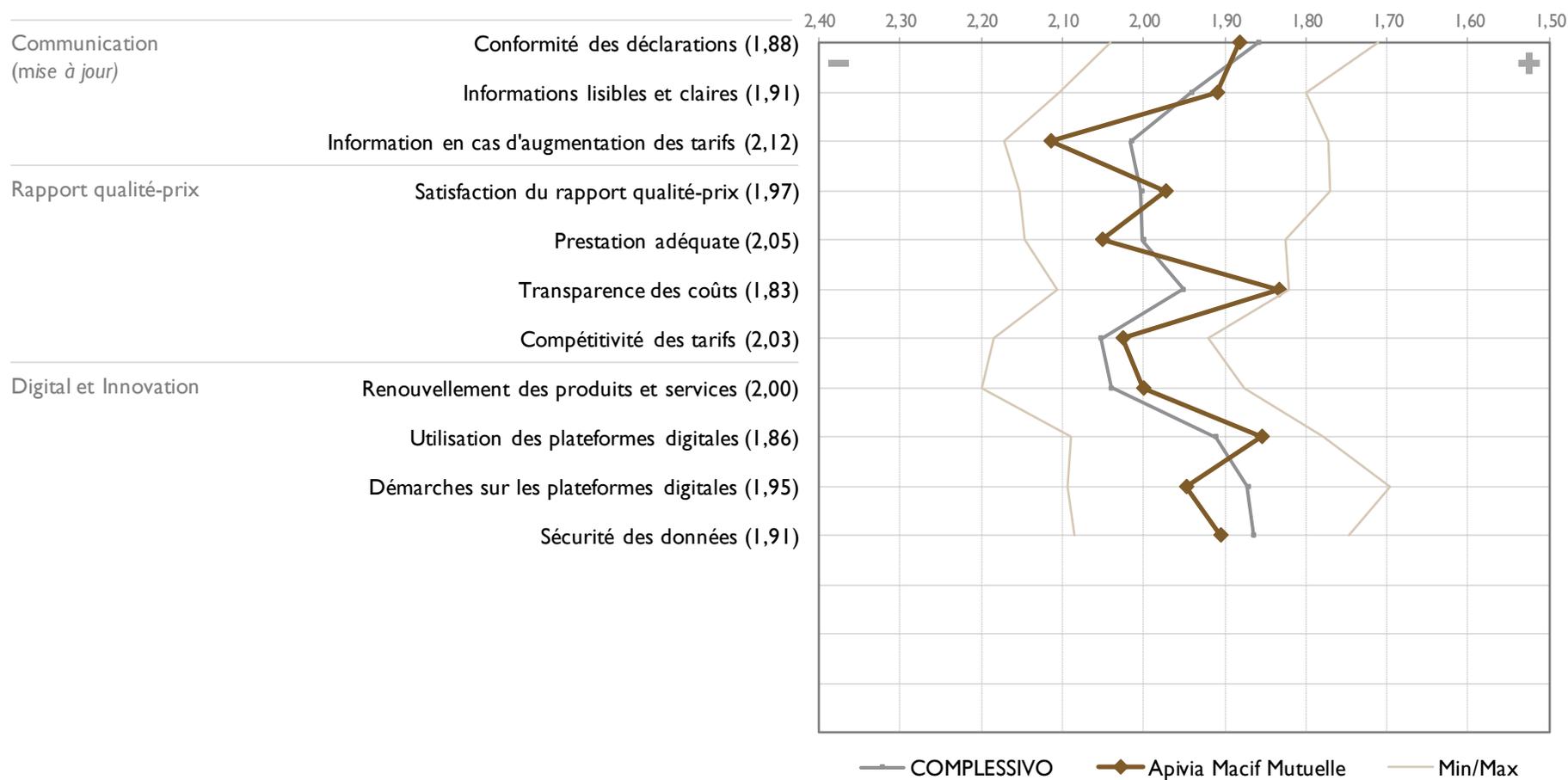
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Apivia Macif Mutuelle (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Apivia Macif Mutuelle.

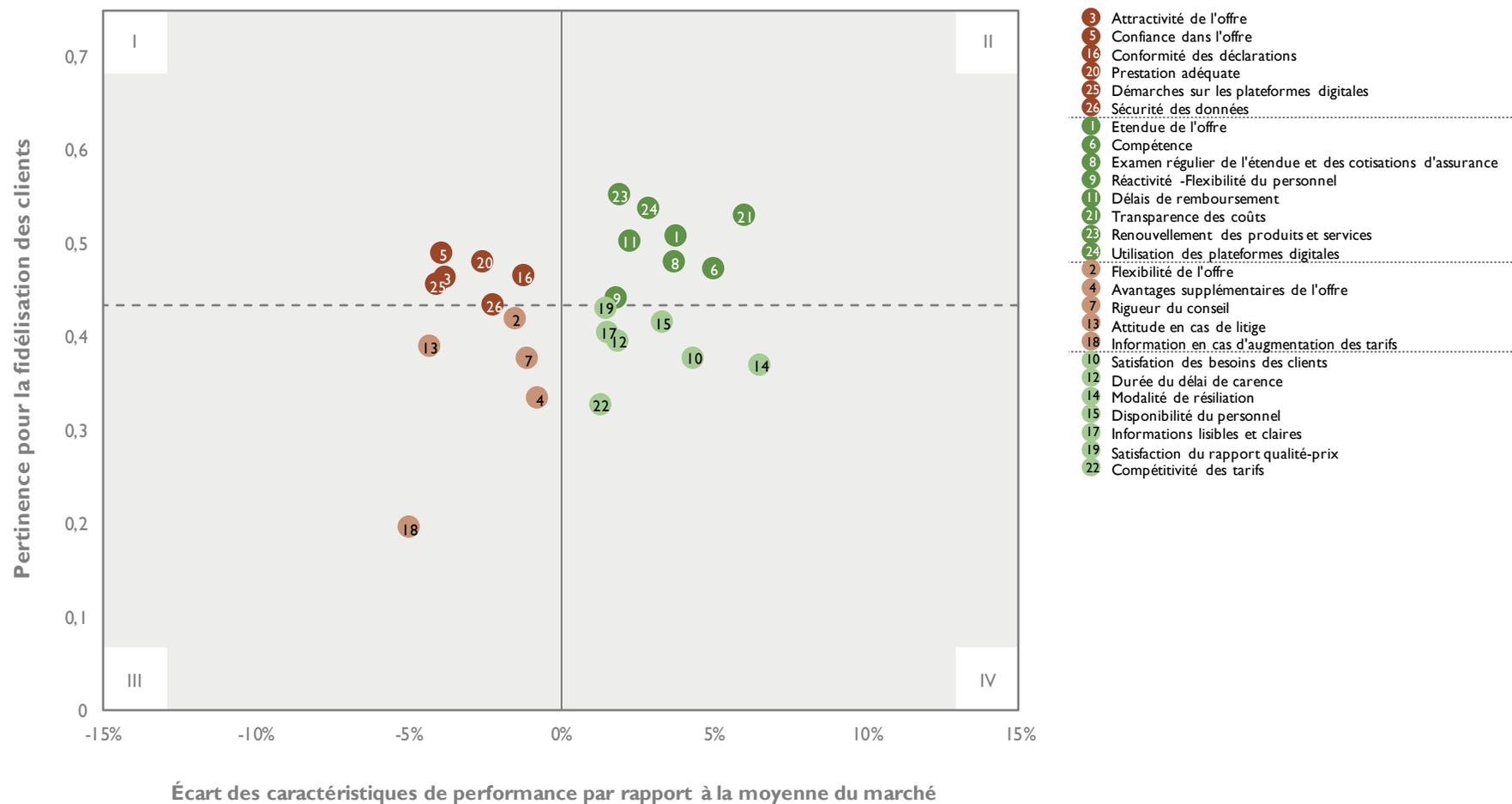
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Apivia Macif Mutuelle (II)



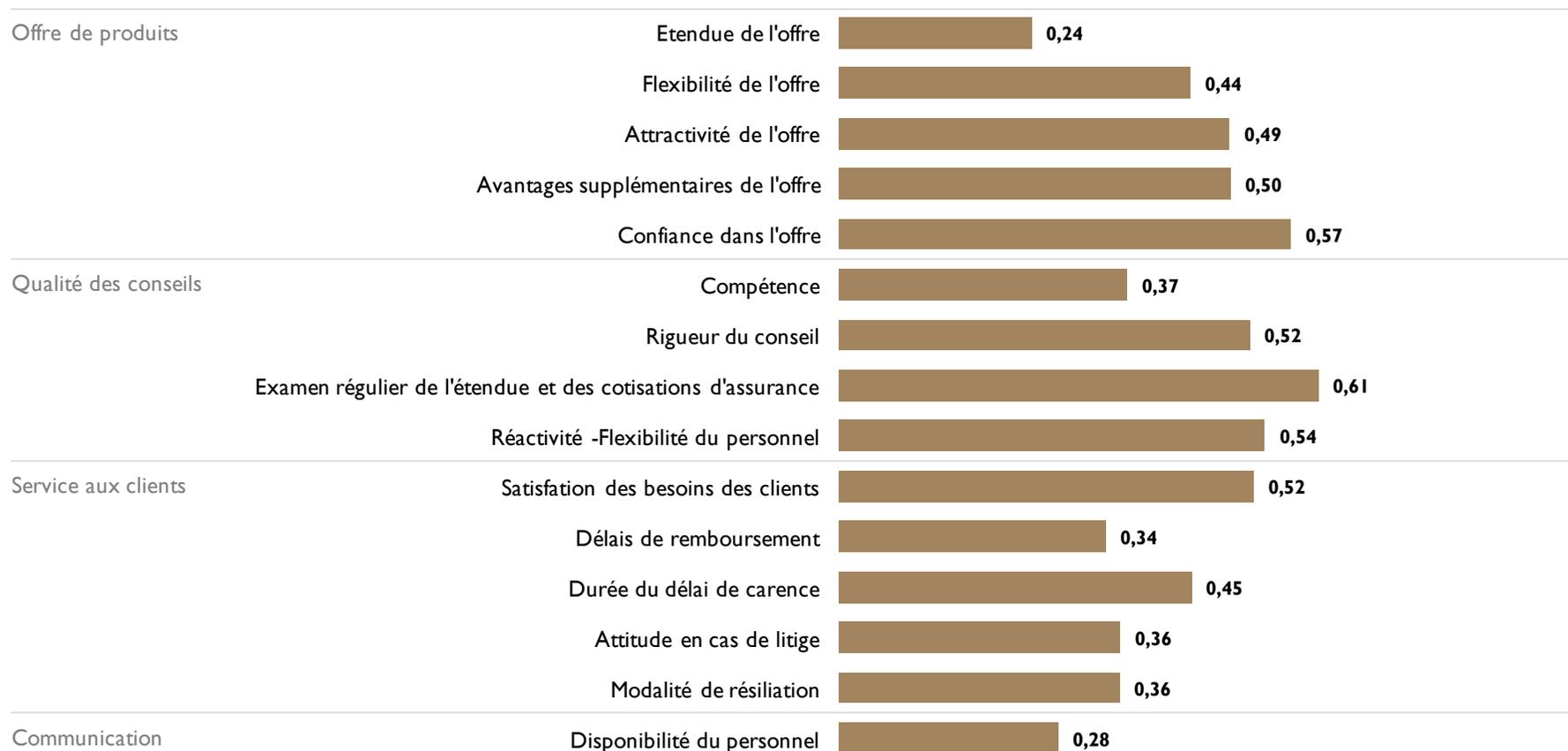
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Apivia Macif Mutuelle.

Matrice action-pertinence – Apivia Macif Mutuelle

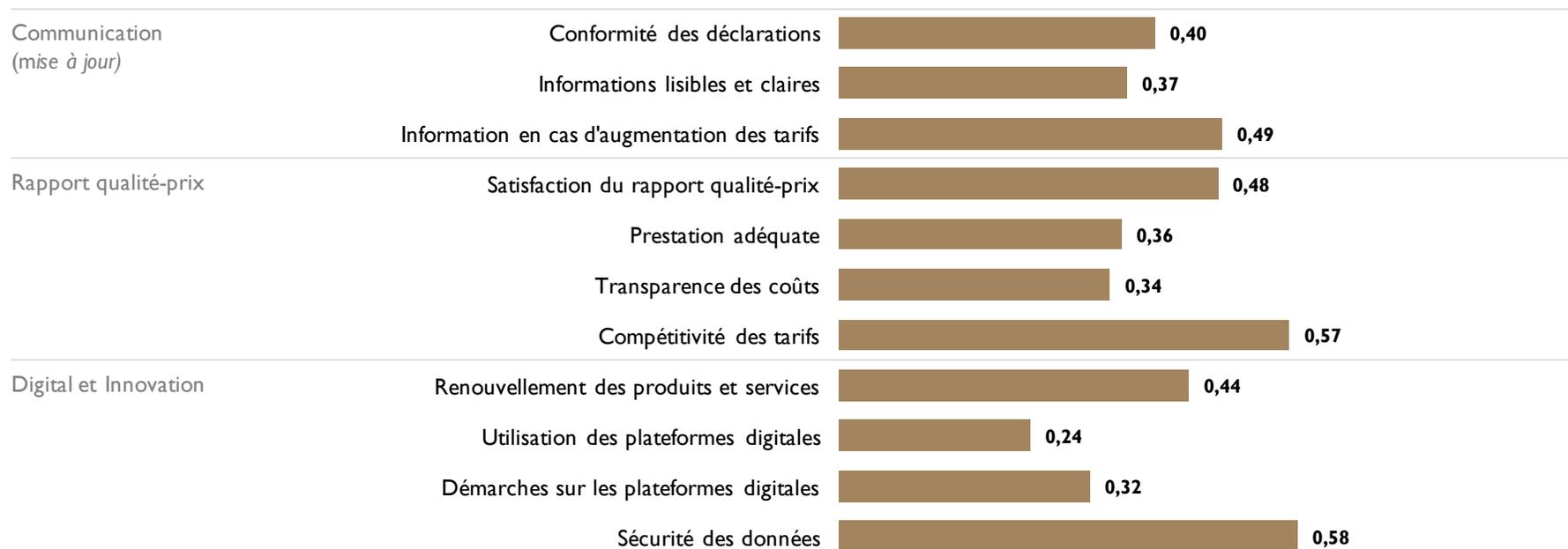


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Harmonie Mutuelle (I)



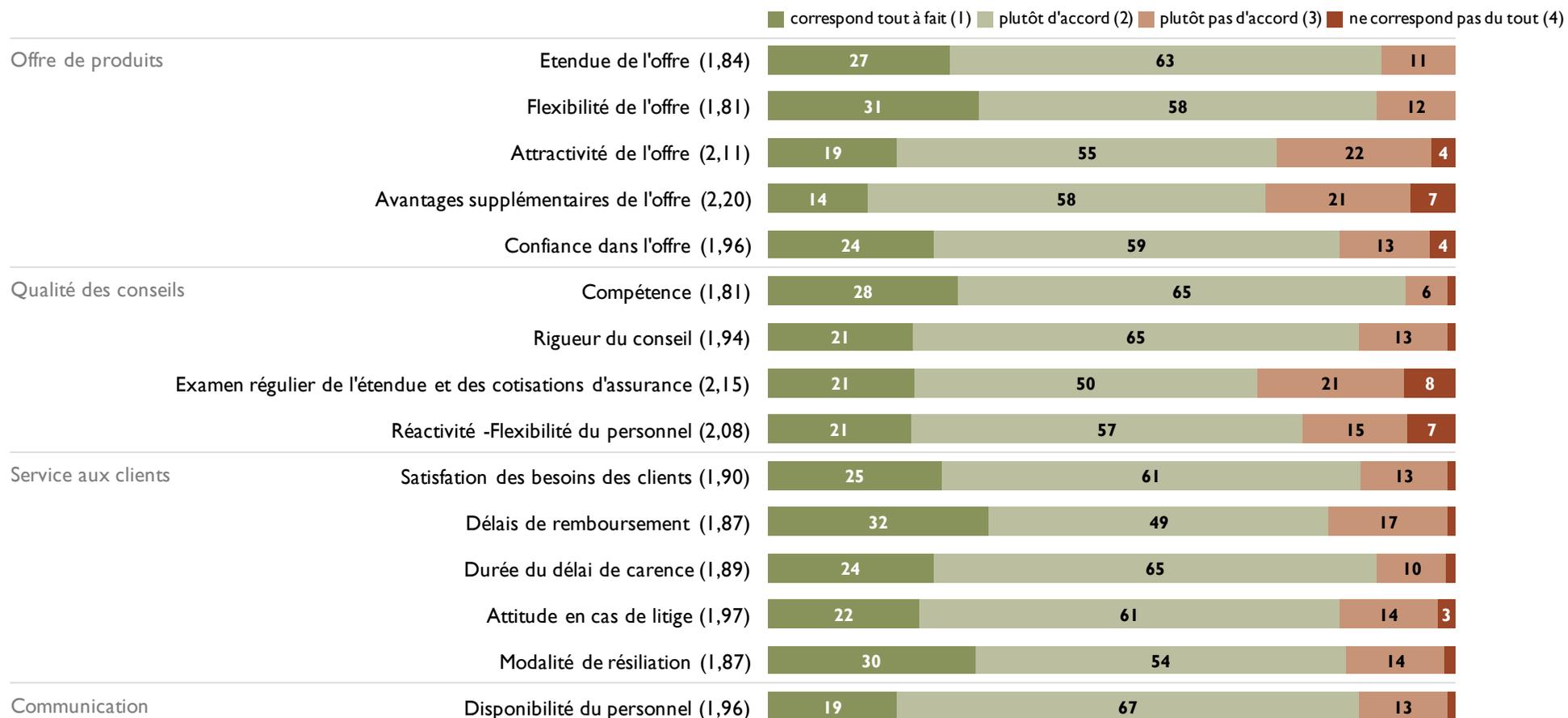
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Harmonie Mutuelle (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

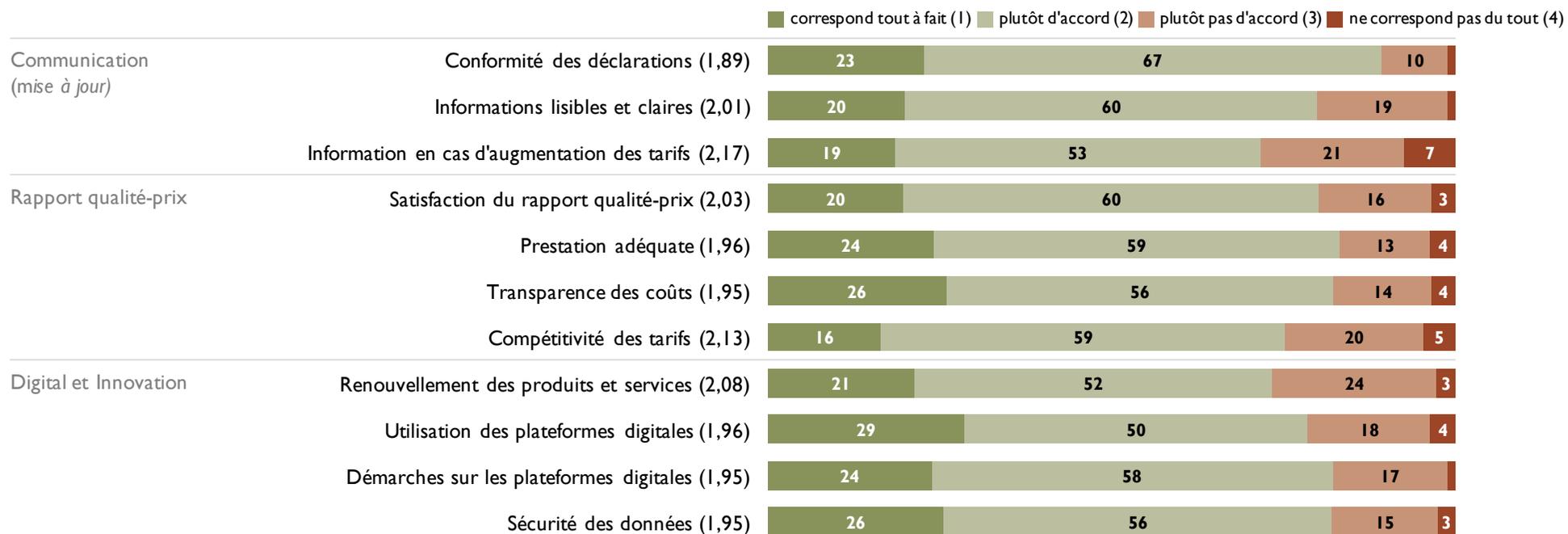
Profil-qualité – Harmonie Mutuelle (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Harmonie Mutuelle.

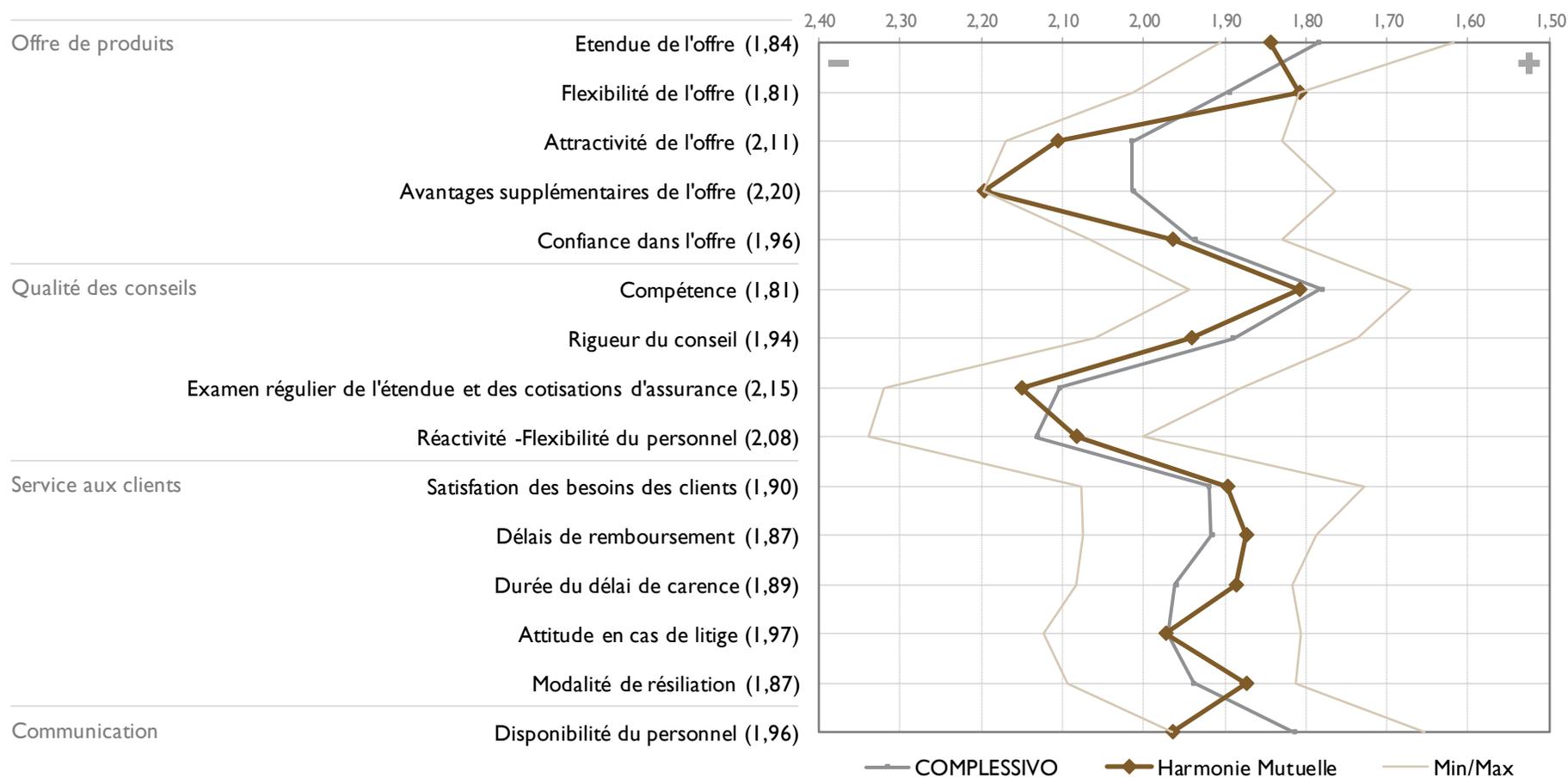
Profil-qualité – Harmonie Mutuelle (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Harmonie Mutuelle.

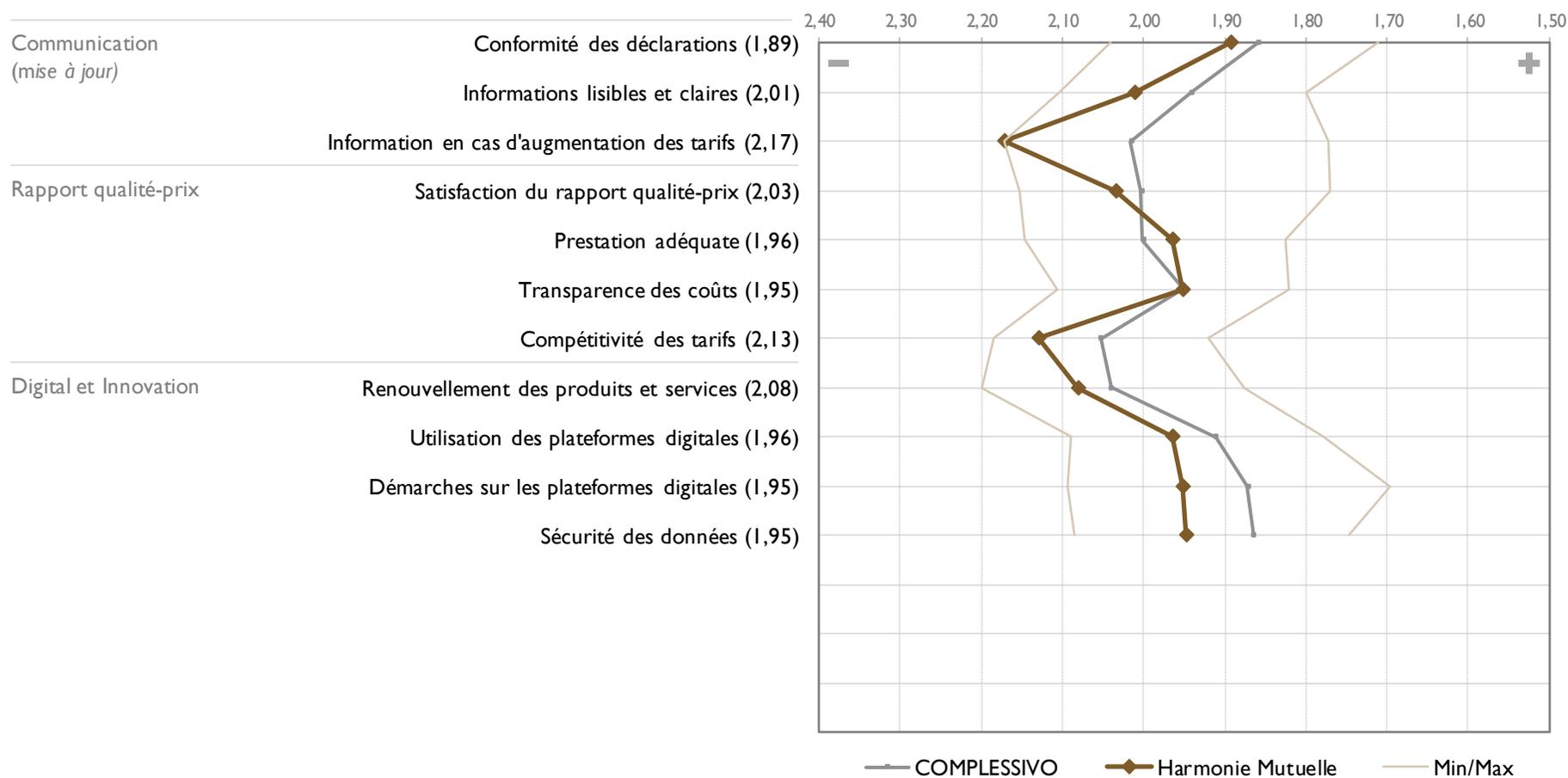
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Harmonie Mutuelle (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Harmonie Mutuelle.

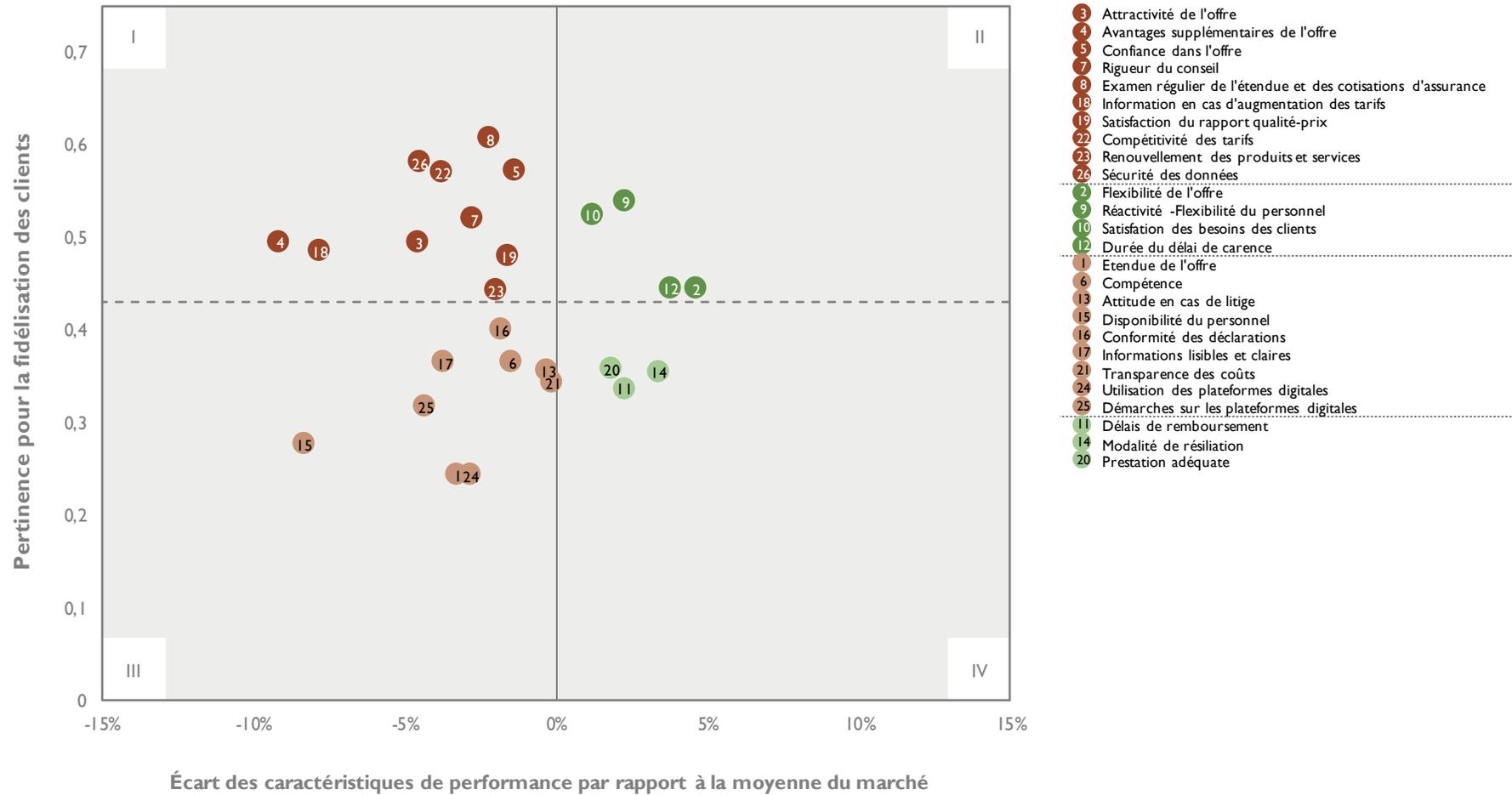
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Harmonie Mutuelle (II)



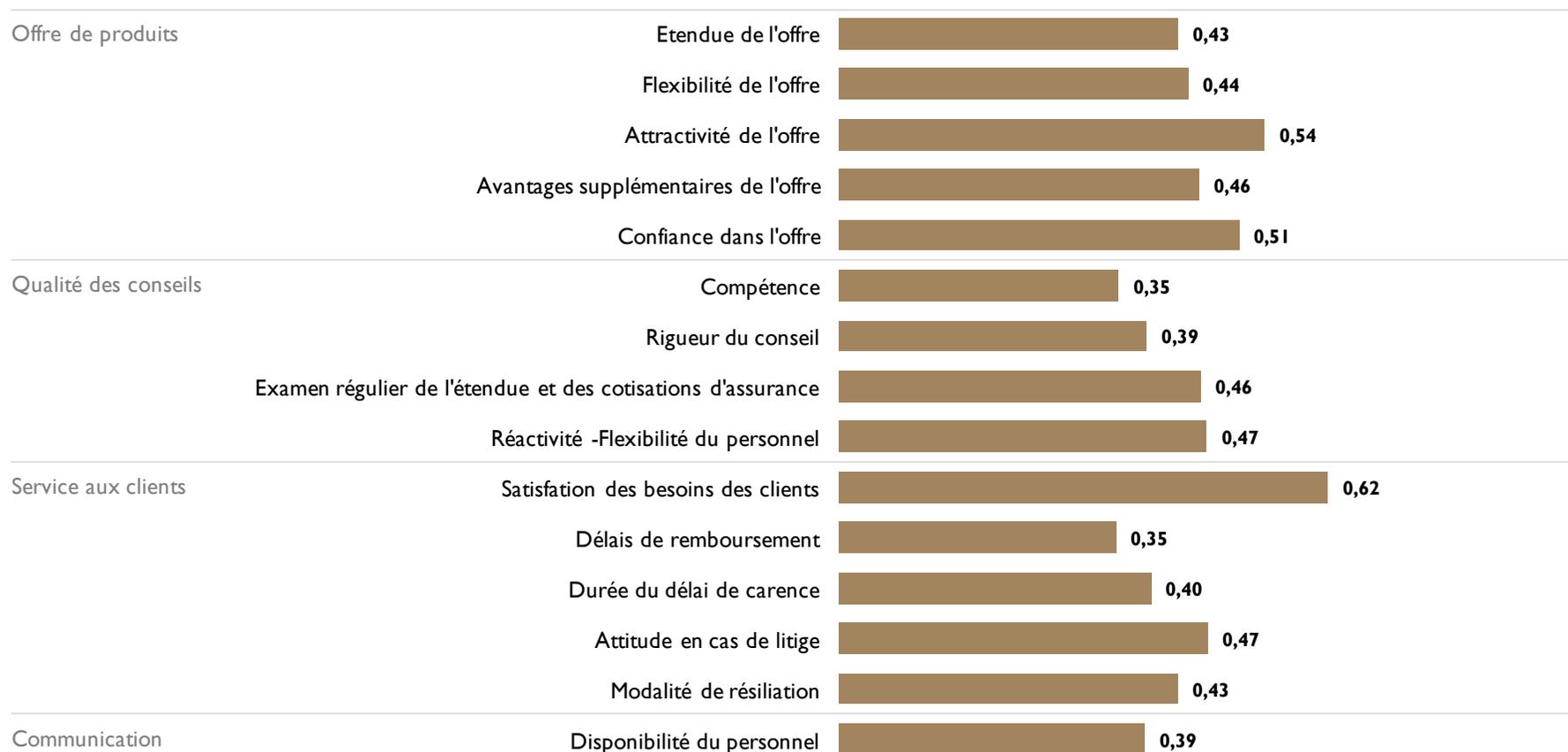
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Harmonie Mutuelle.

Matrice action-pertinence – Harmonie Mutuelle

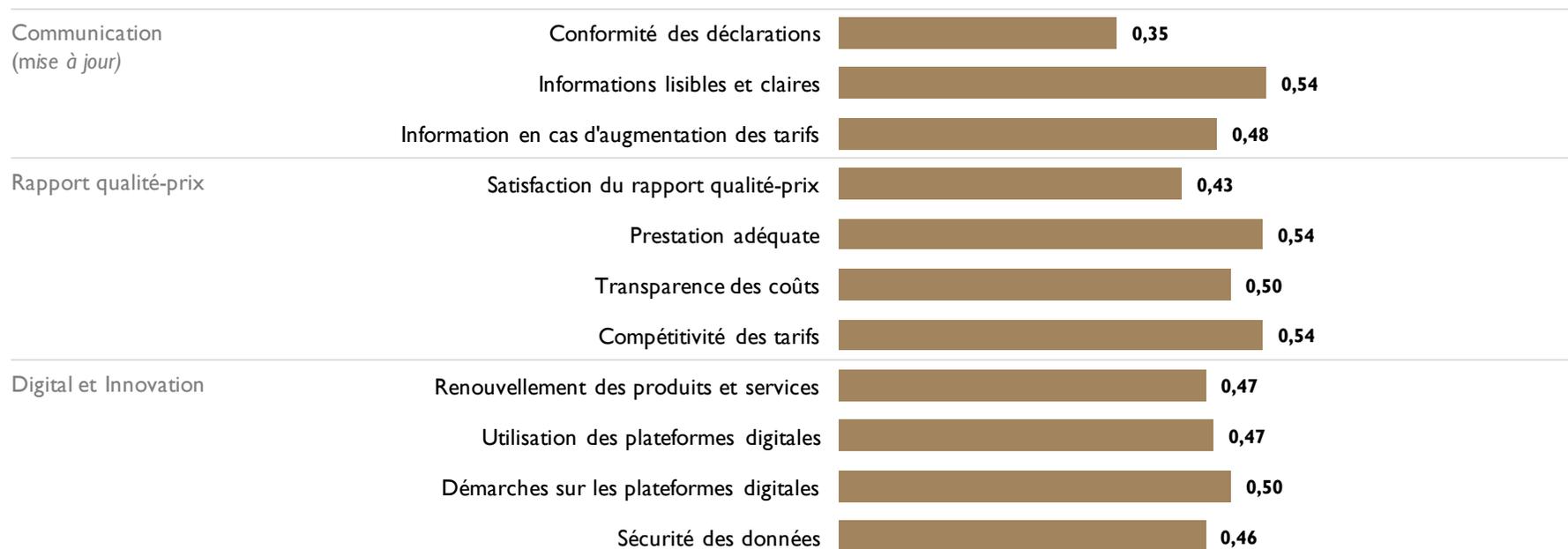


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Klesia Mut` (I)



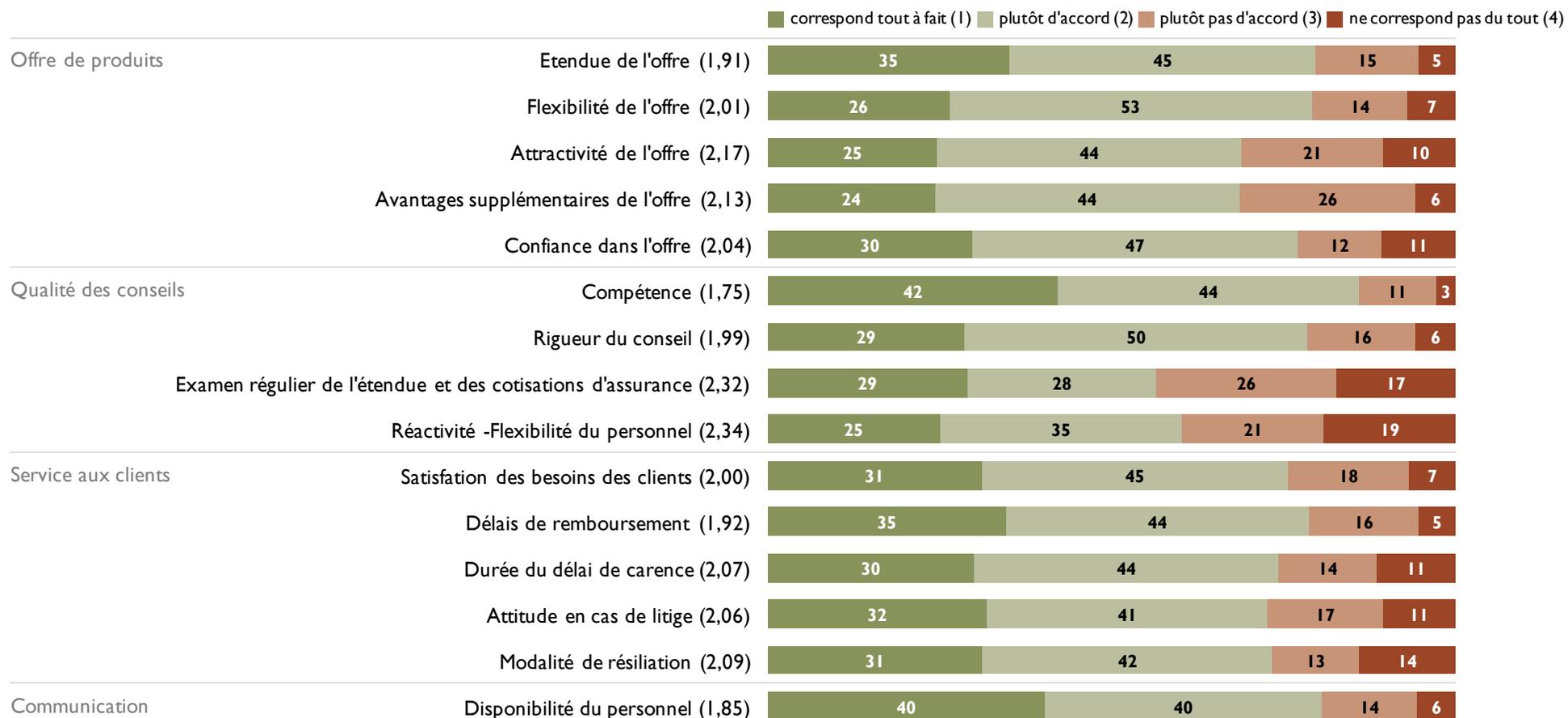
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Klesia Mut` (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

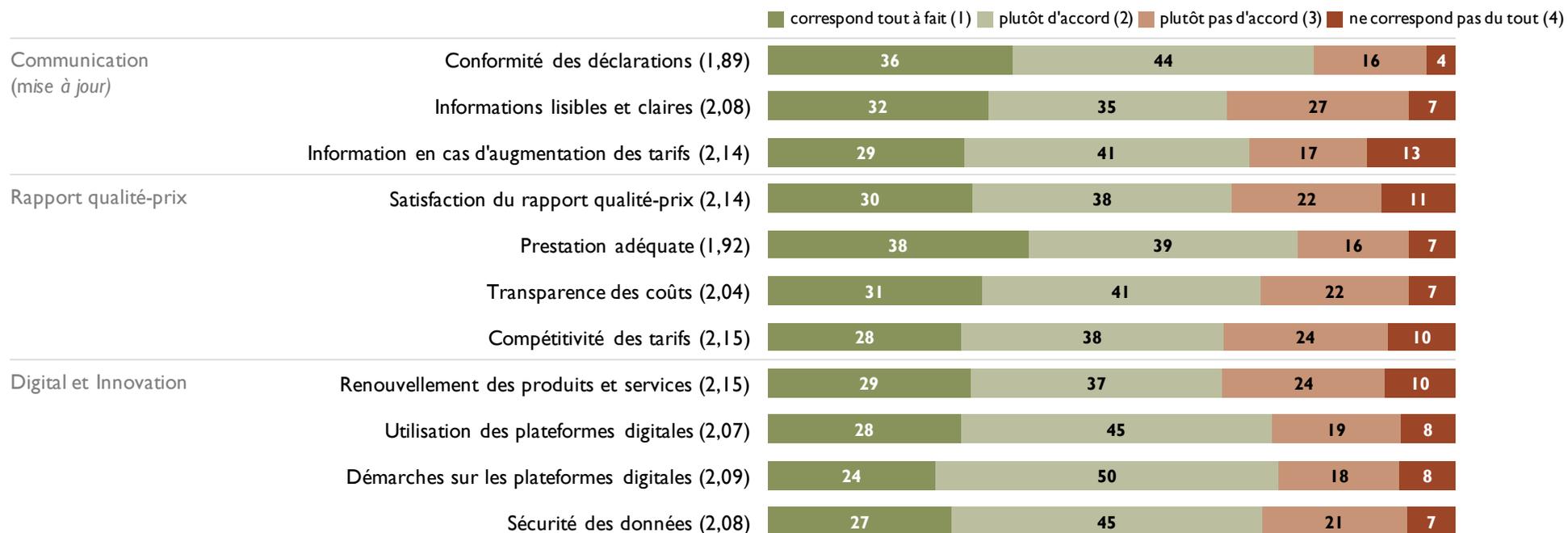
Profil-qualité – Klesia Mut` (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Klesia Mut`.

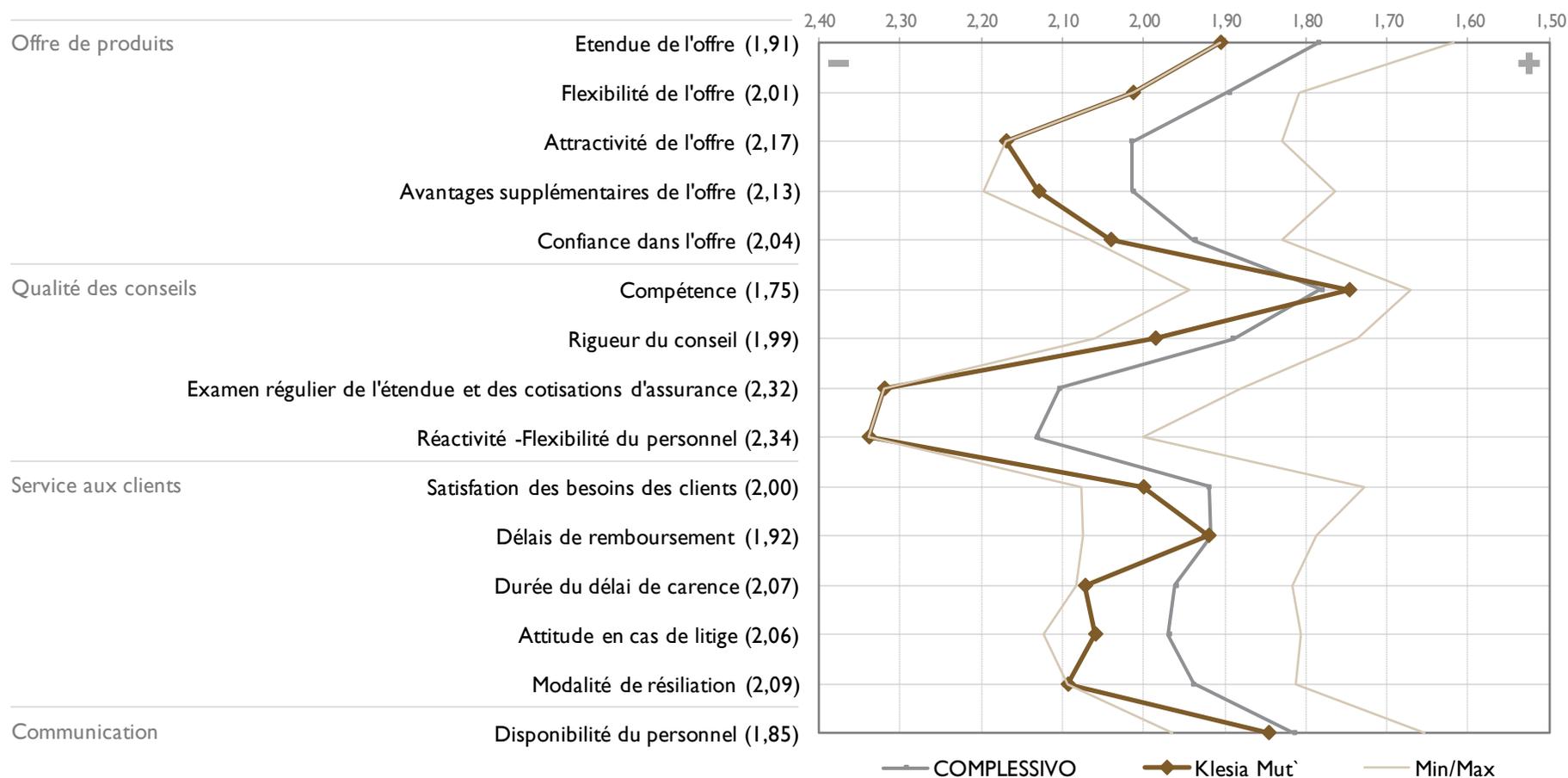
Profil-qualité – Klesia Mut` (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Klesia Mut`.

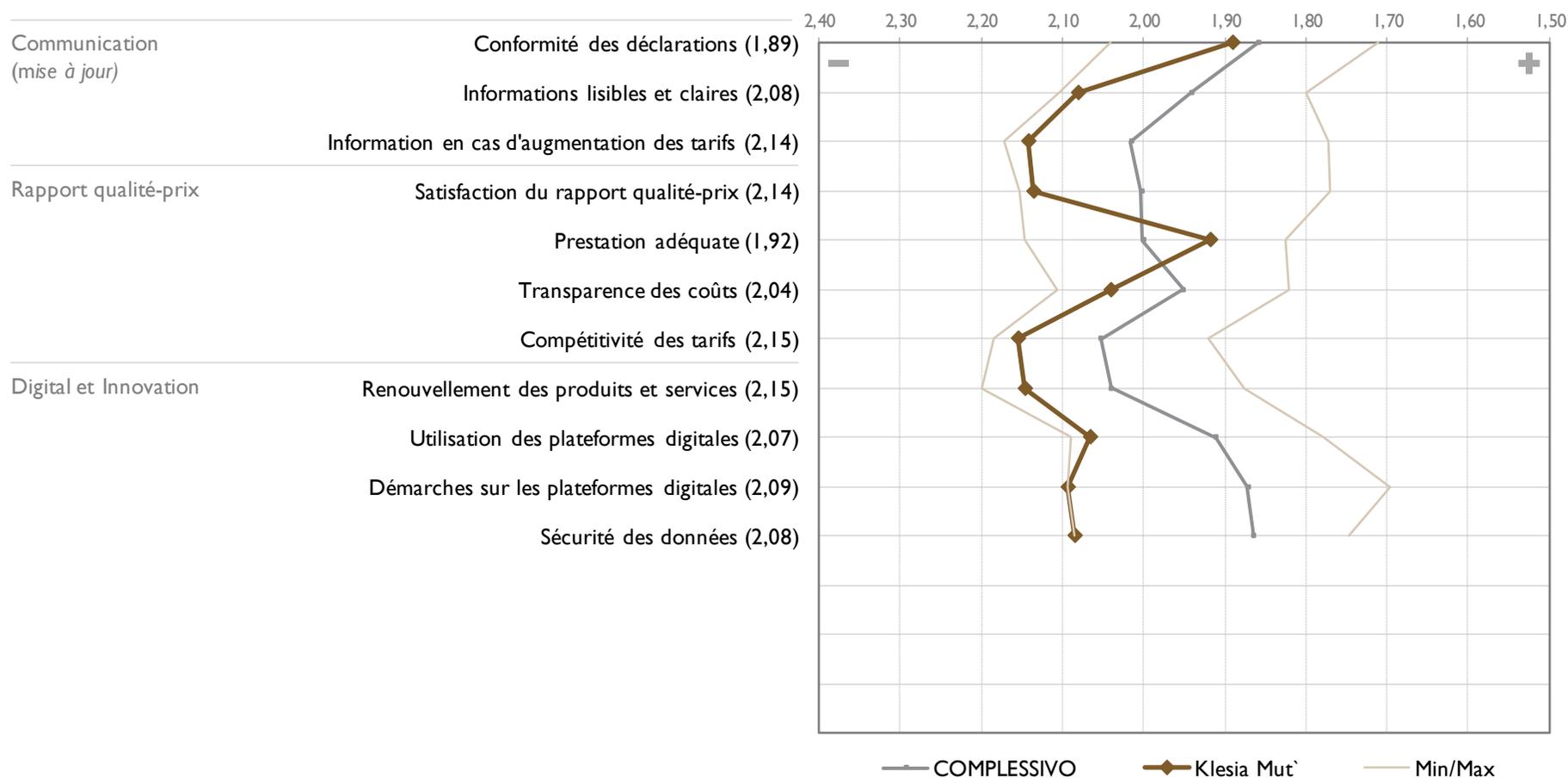
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Klesia Mut` (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Klesia Mut`.

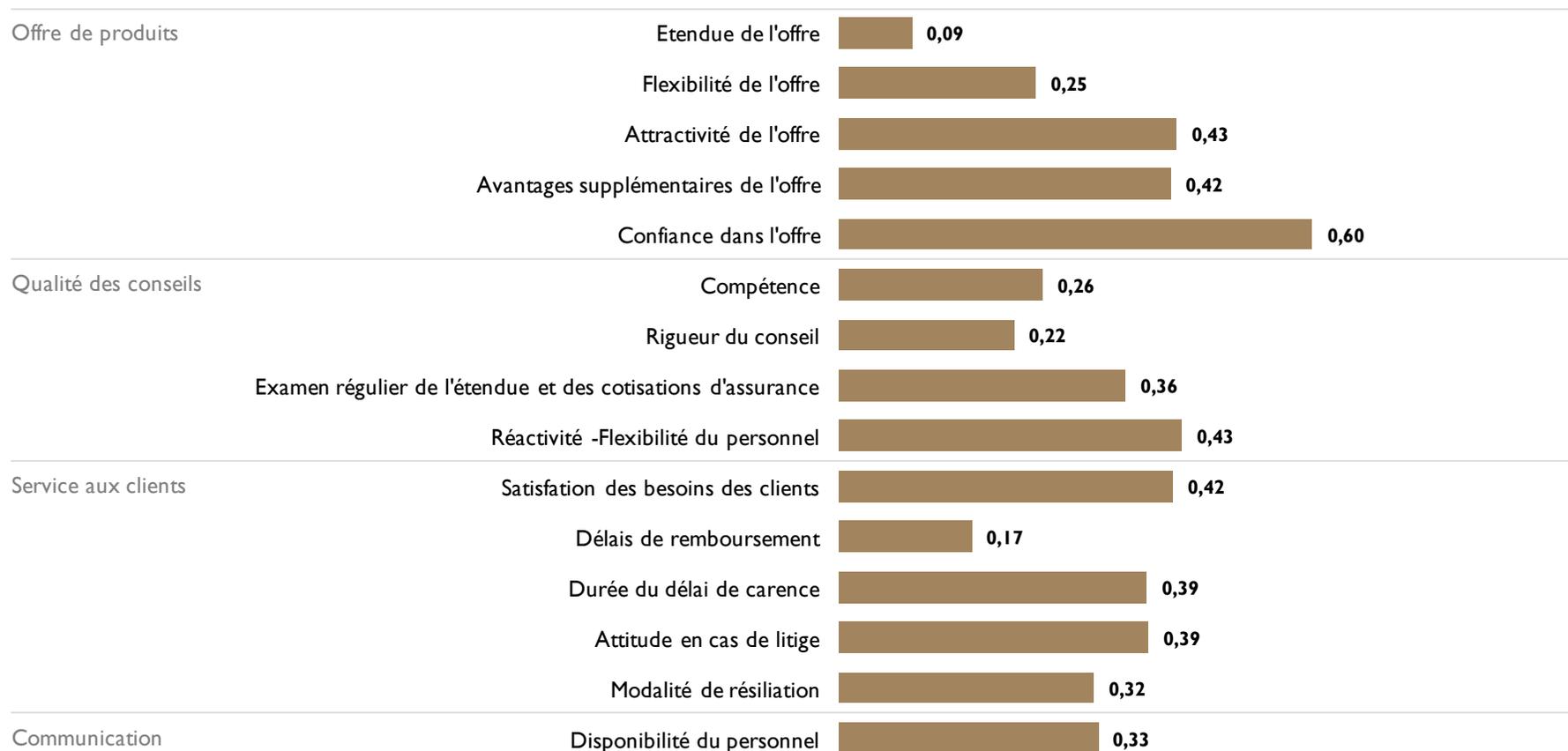
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Klesia Mut` (II)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

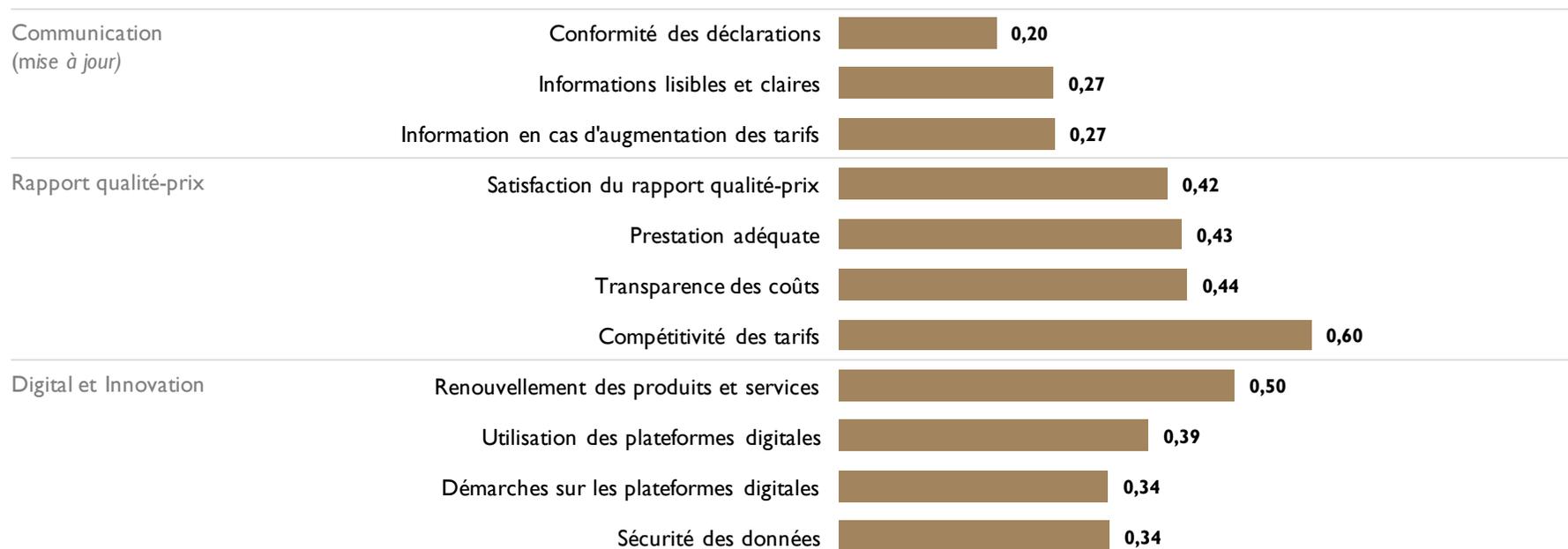
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Klesia Mut`.

Moteurs de fidélisation de la clientèle – La Mutuelle Générale (I)



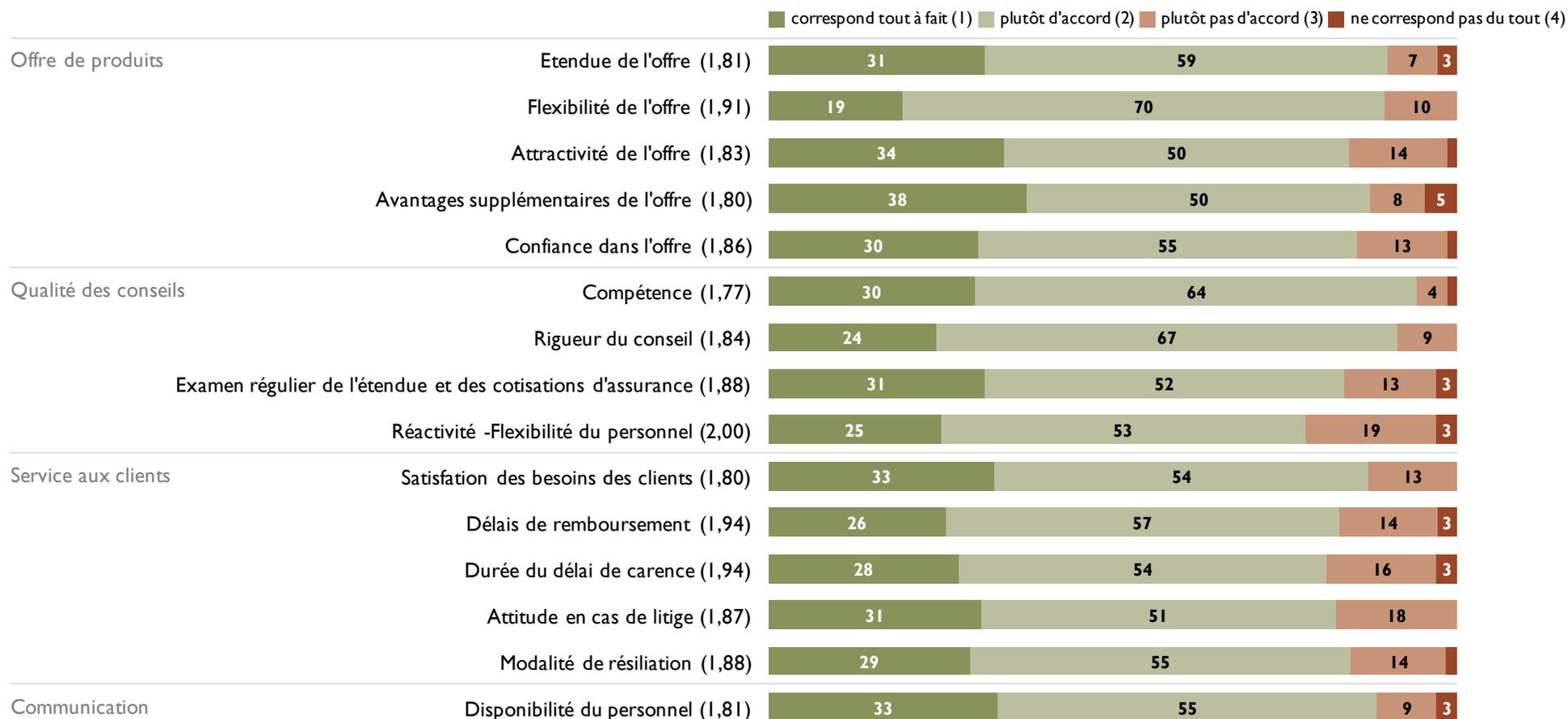
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – La Mutuelle Générale (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

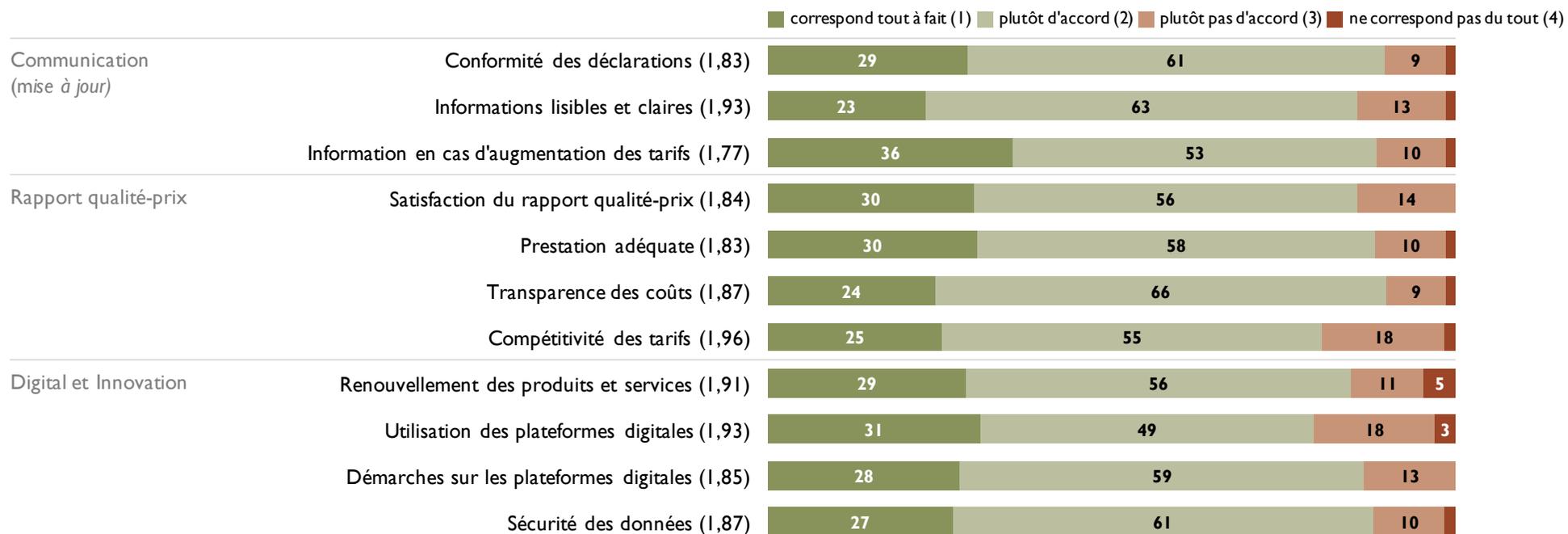
Profil-qualité – La Mutuelle Générale (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à La Mutuelle Générale.

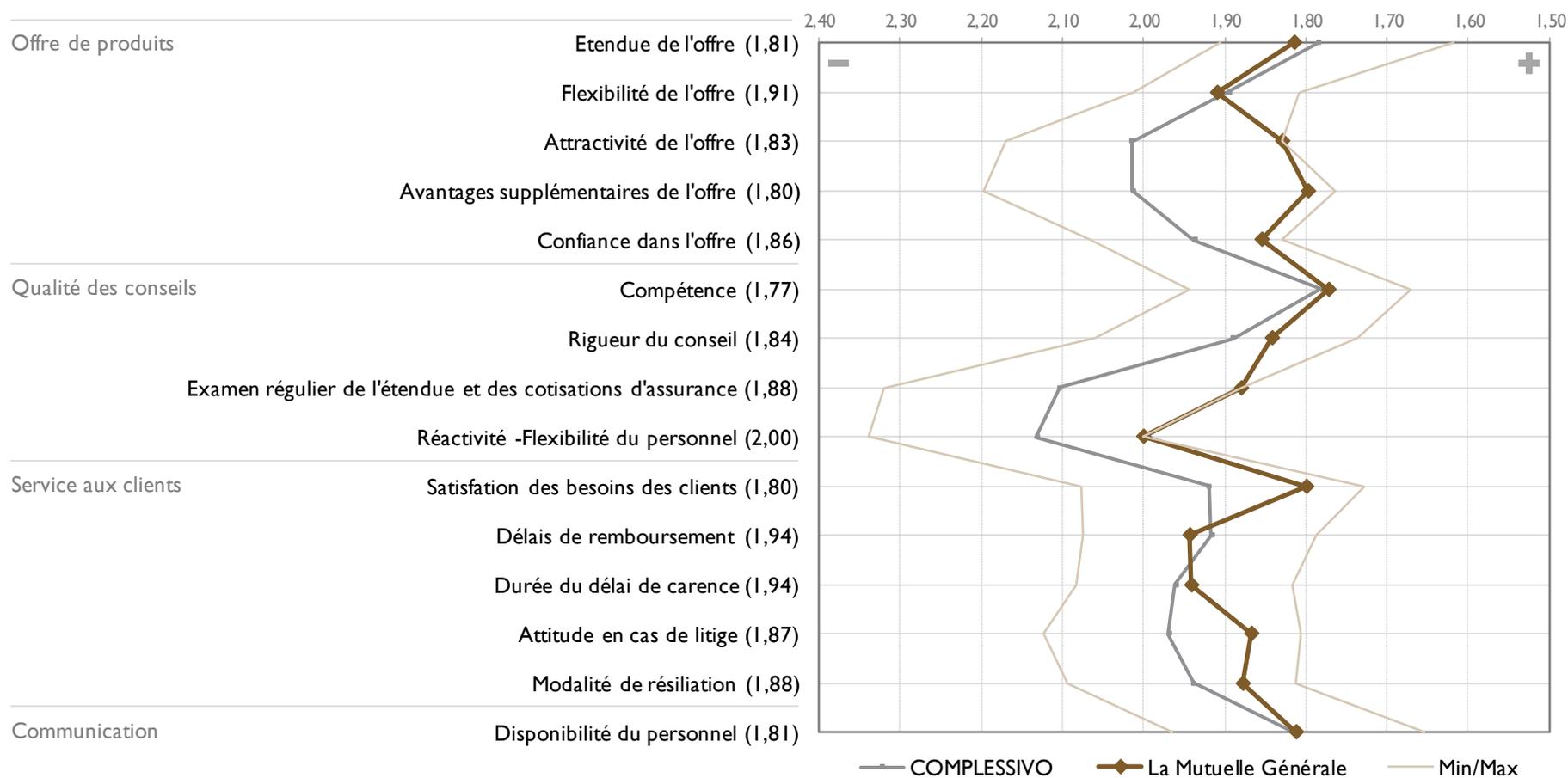
Profil-qualité – La Mutuelle Générale (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à La Mutuelle Générale.

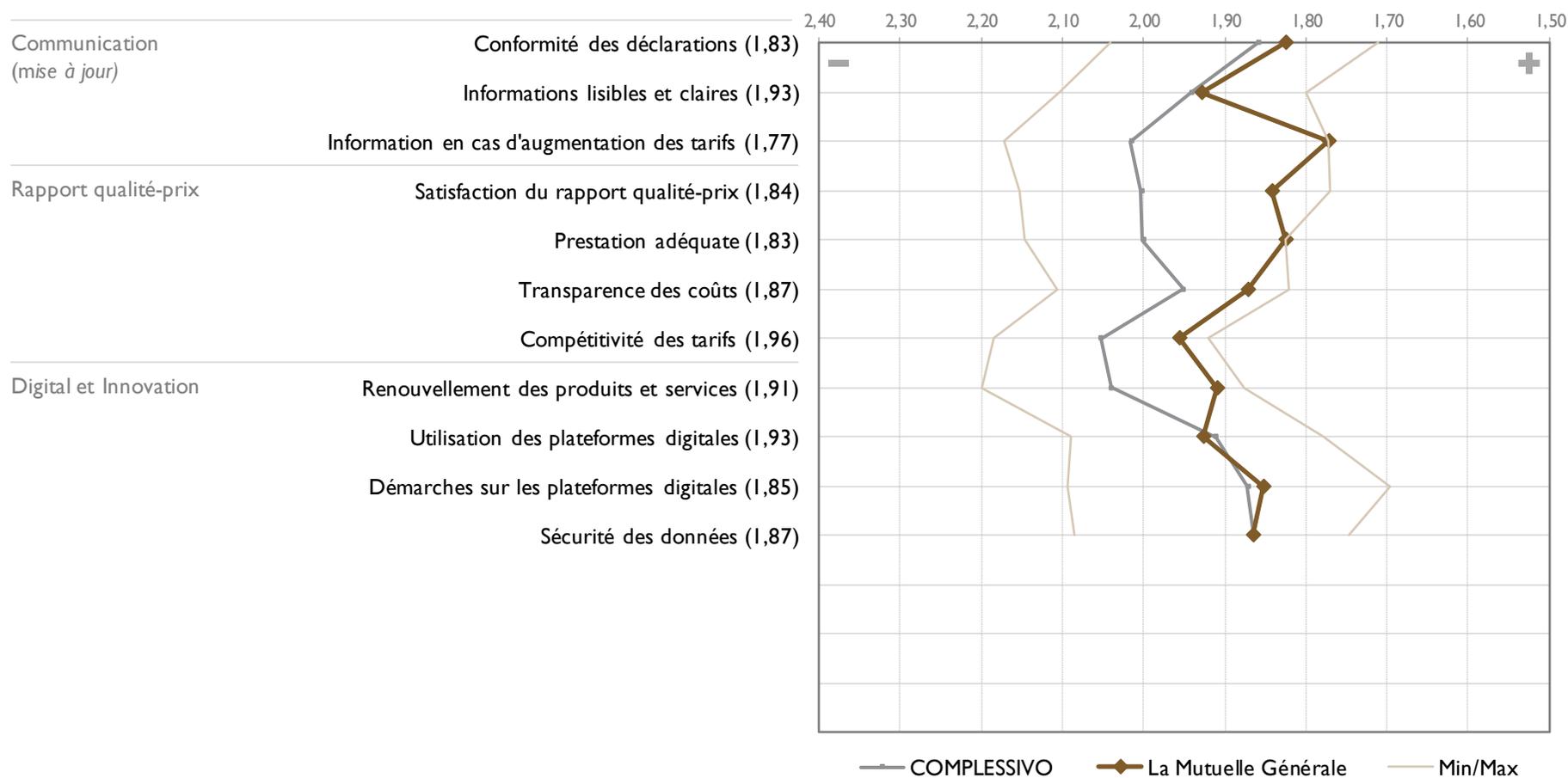
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – La Mutuelle Générale (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à La Mutuelle Générale.

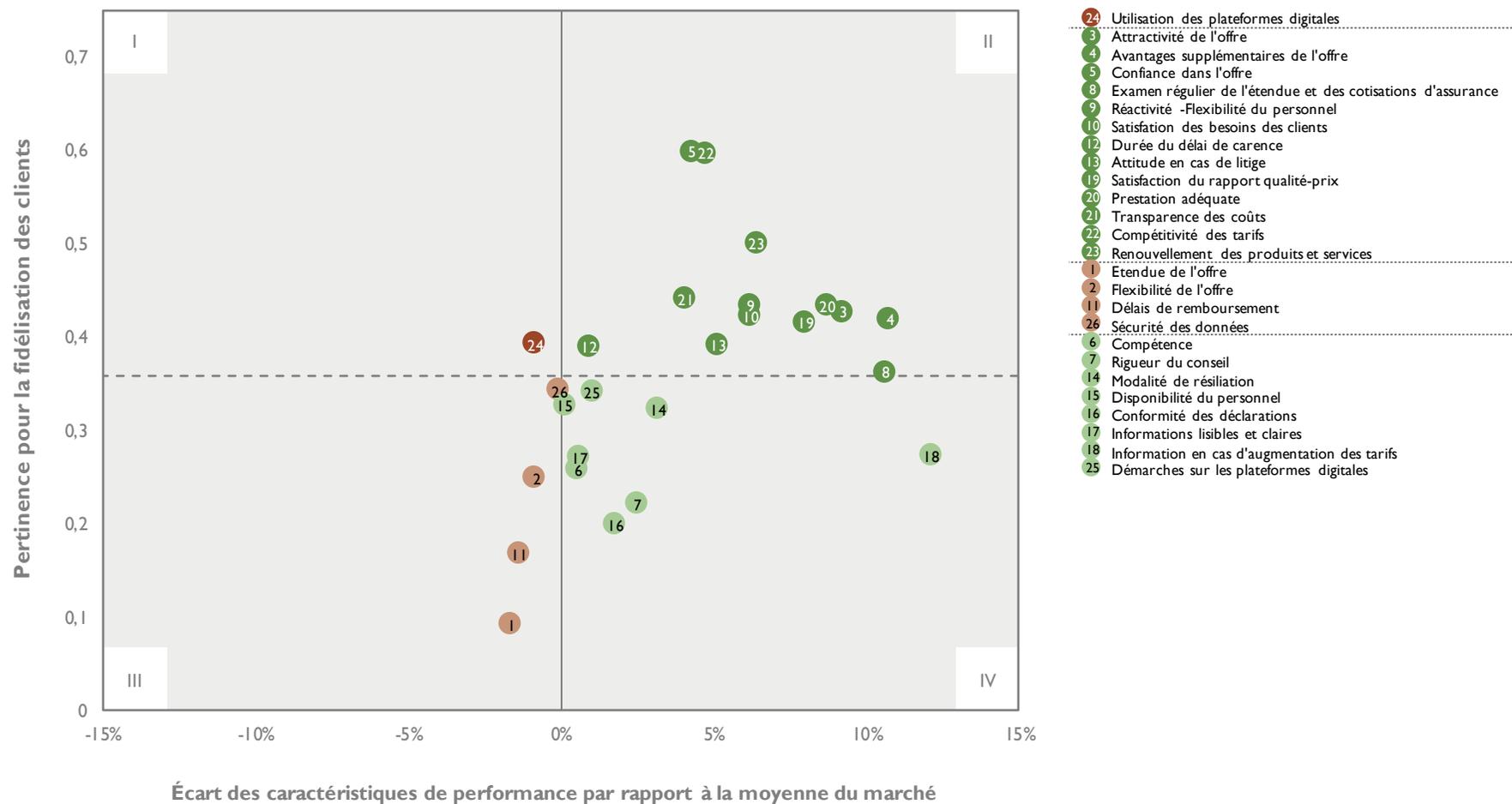
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – La Mutuelle Générale (II)



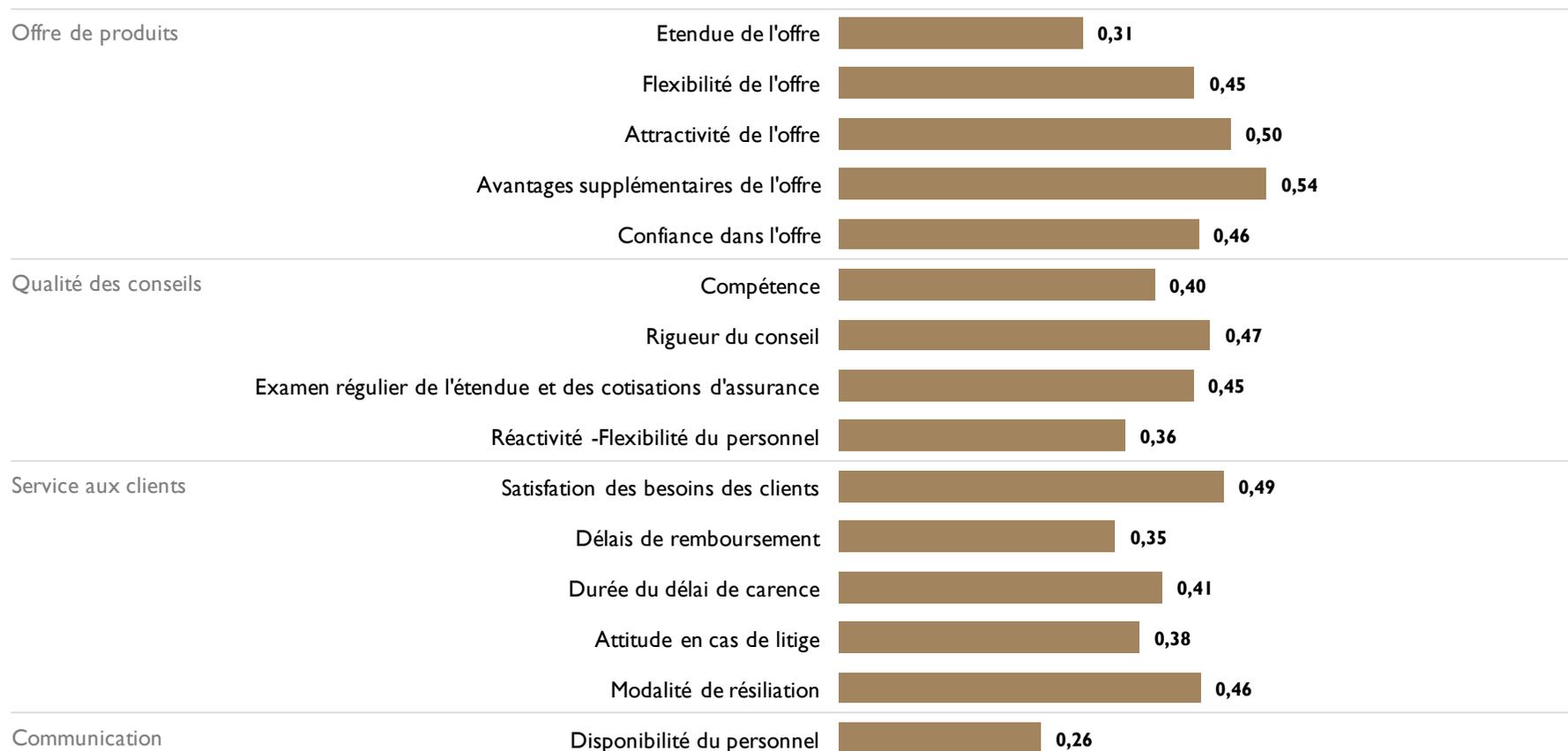
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à La Mutuelle Générale.

Matrice action-pertinence – La Mutuelle Générale

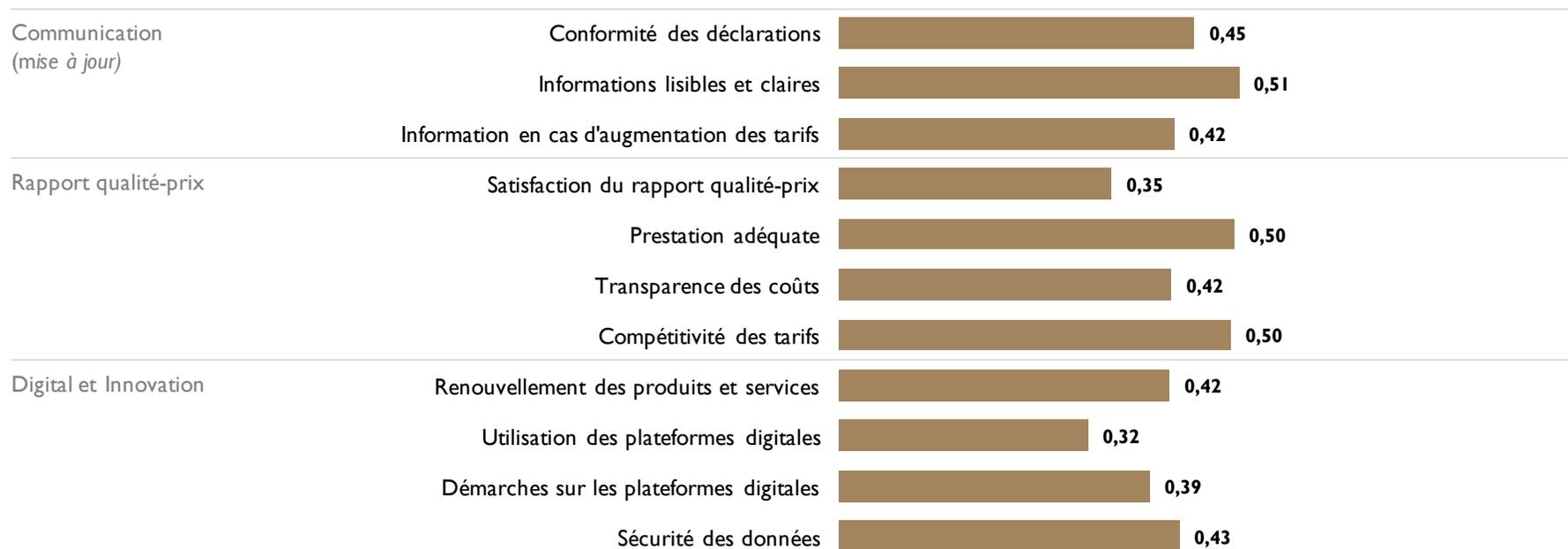


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Maaf Santé (I)



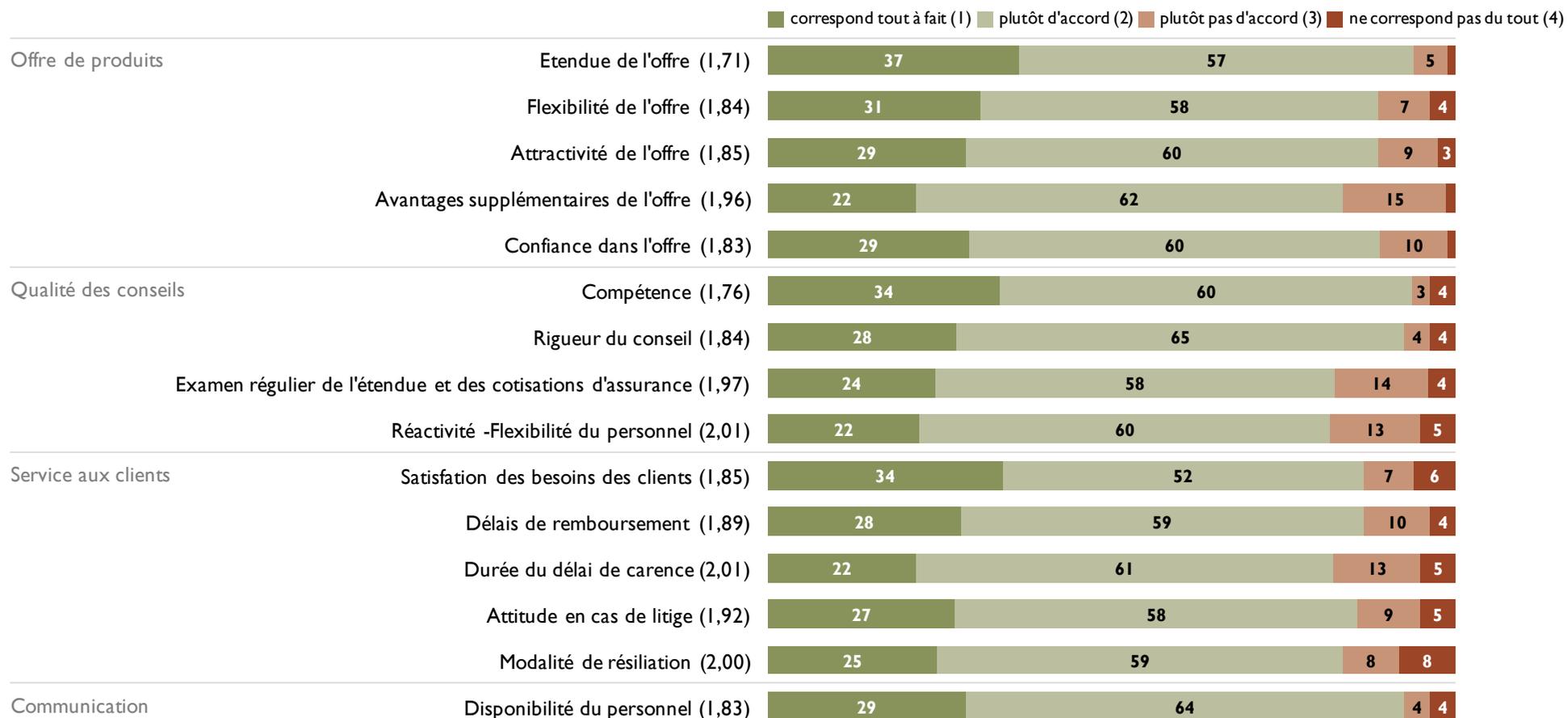
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Maaf Santé (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

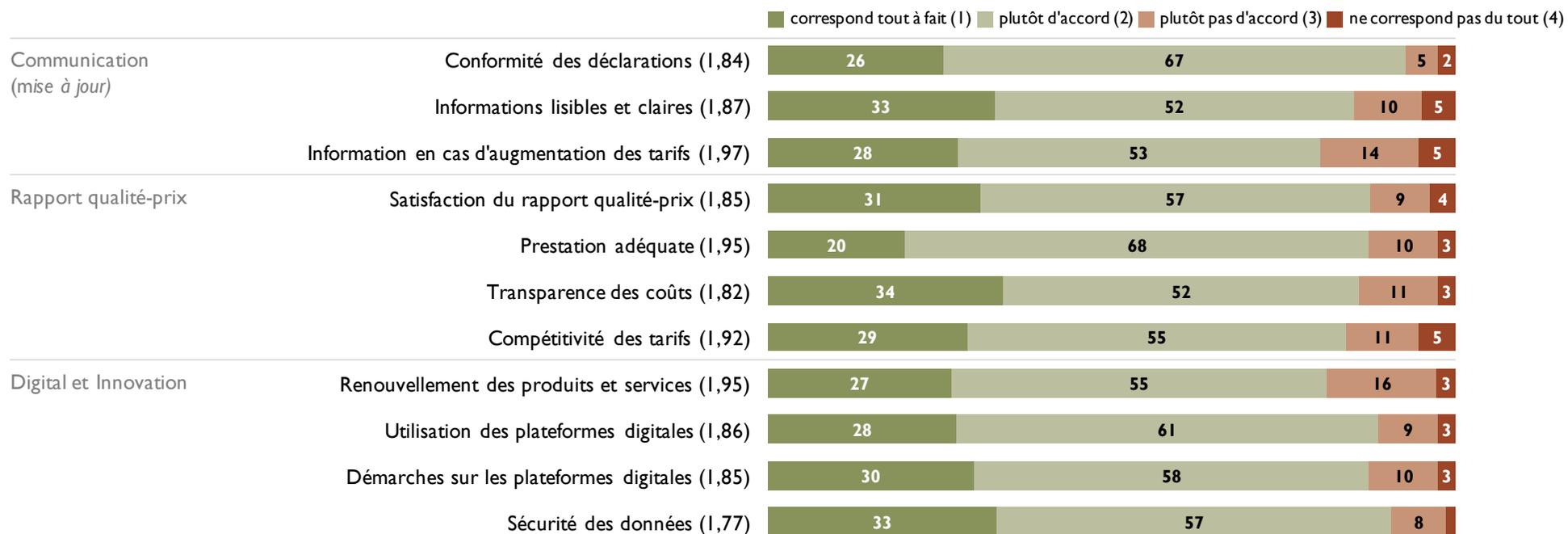
Profil-qualité – Maaf Santé (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Maaf Santé.

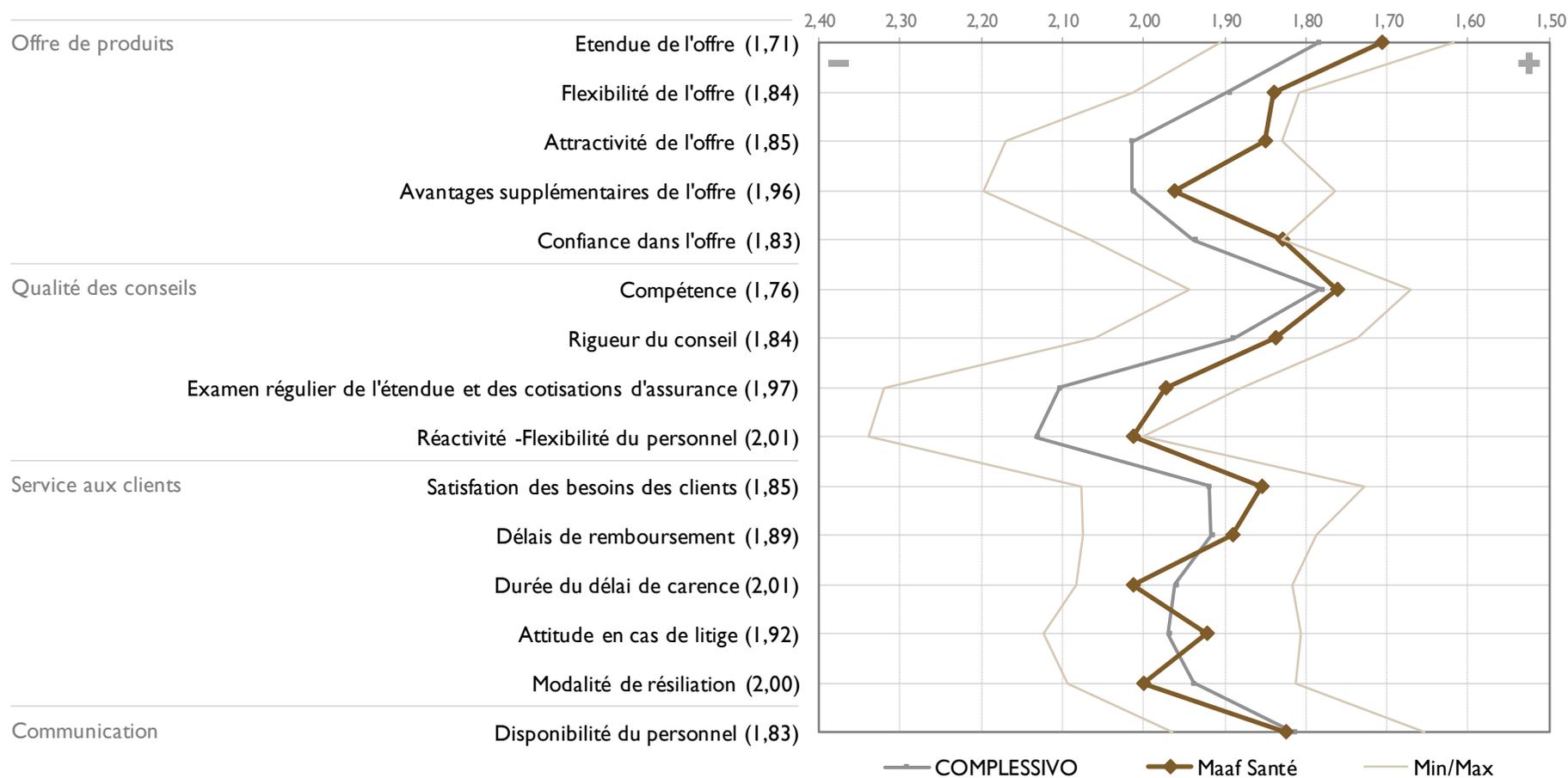
Profil-qualité – Maaf Santé (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Maaf Santé.

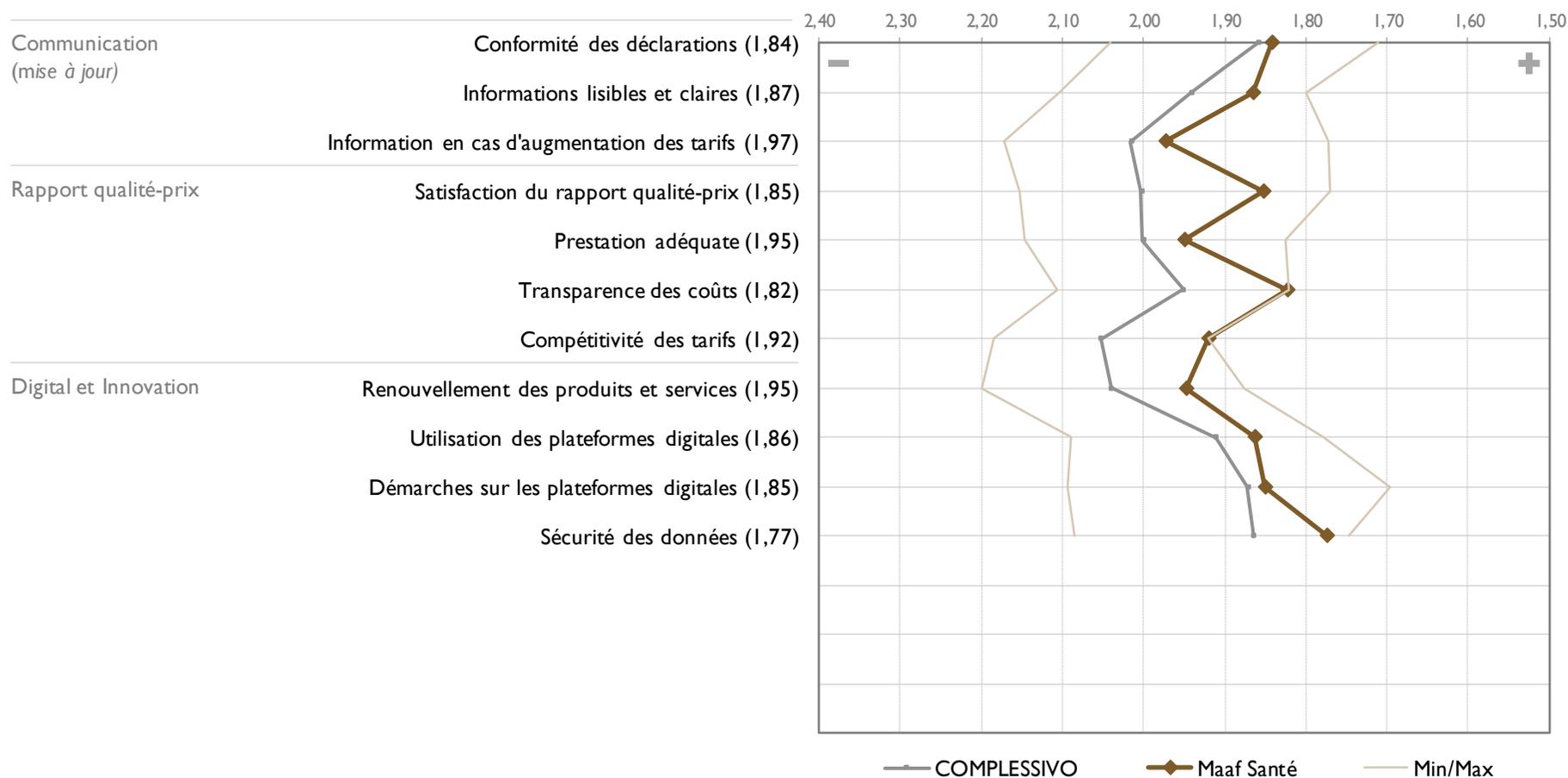
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Maaf Santé (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Maaf Santé.

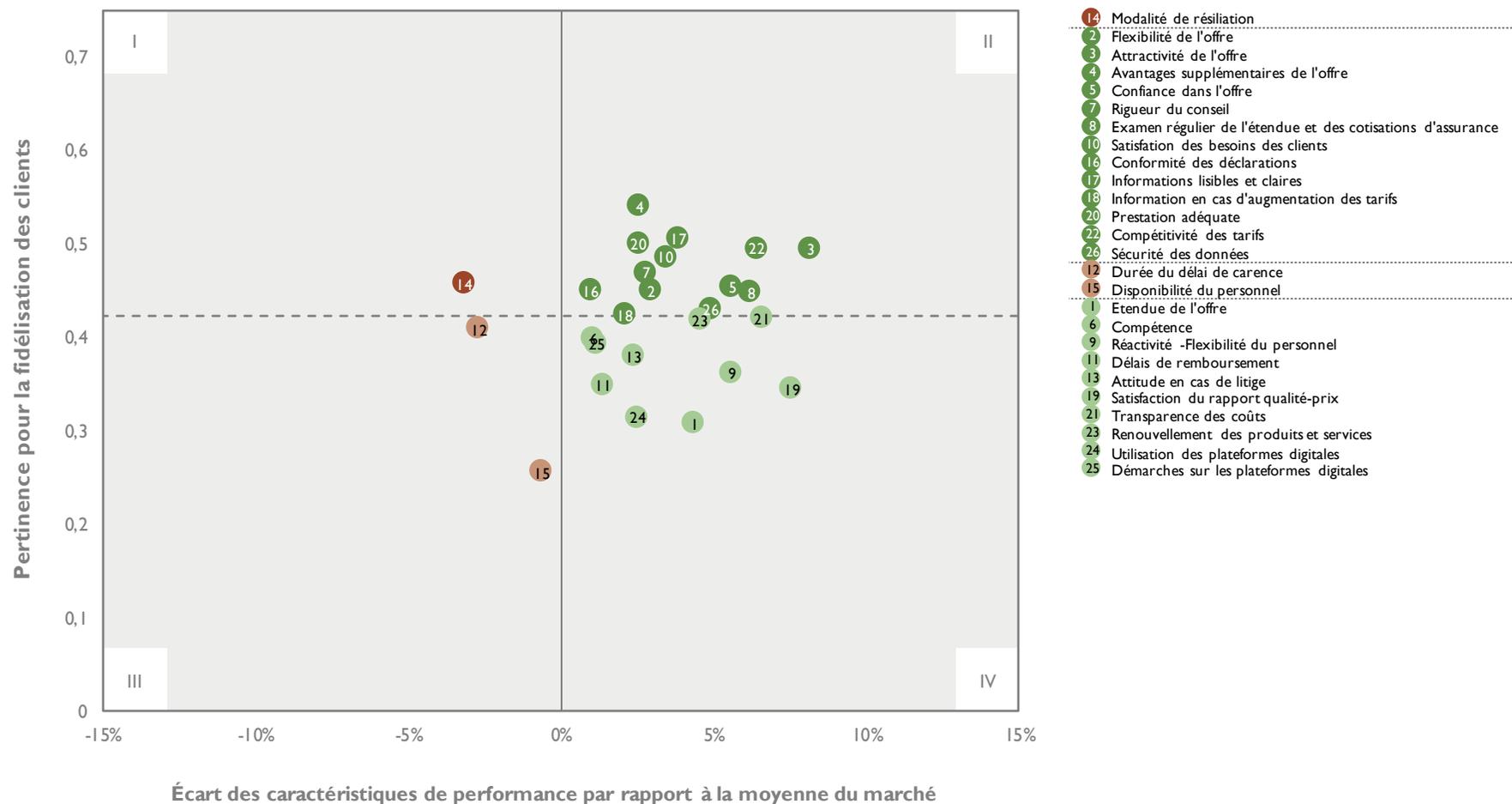
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Maaf Santé (II)



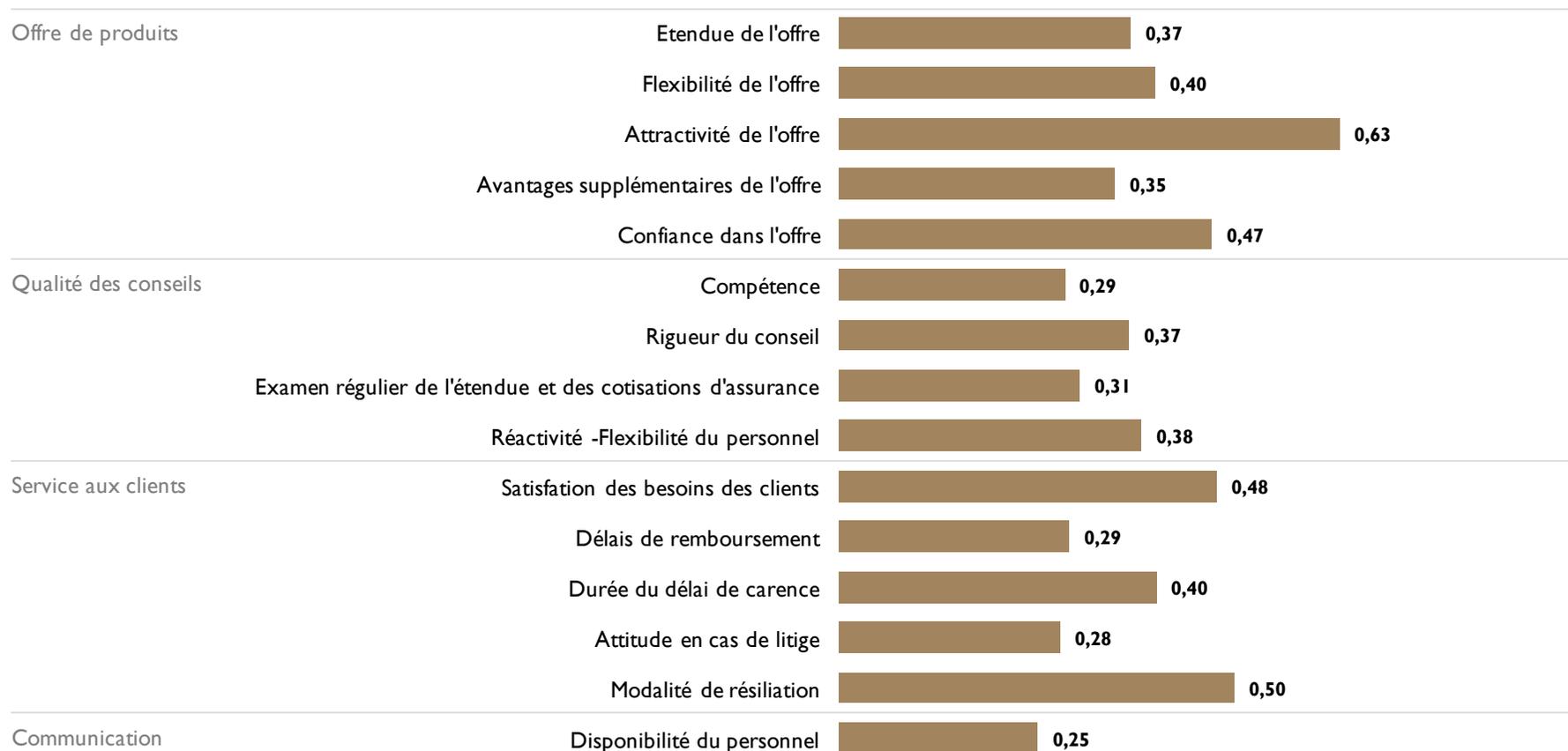
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Maaf Santé.

Matrice action-pertinence – Maaf Santé

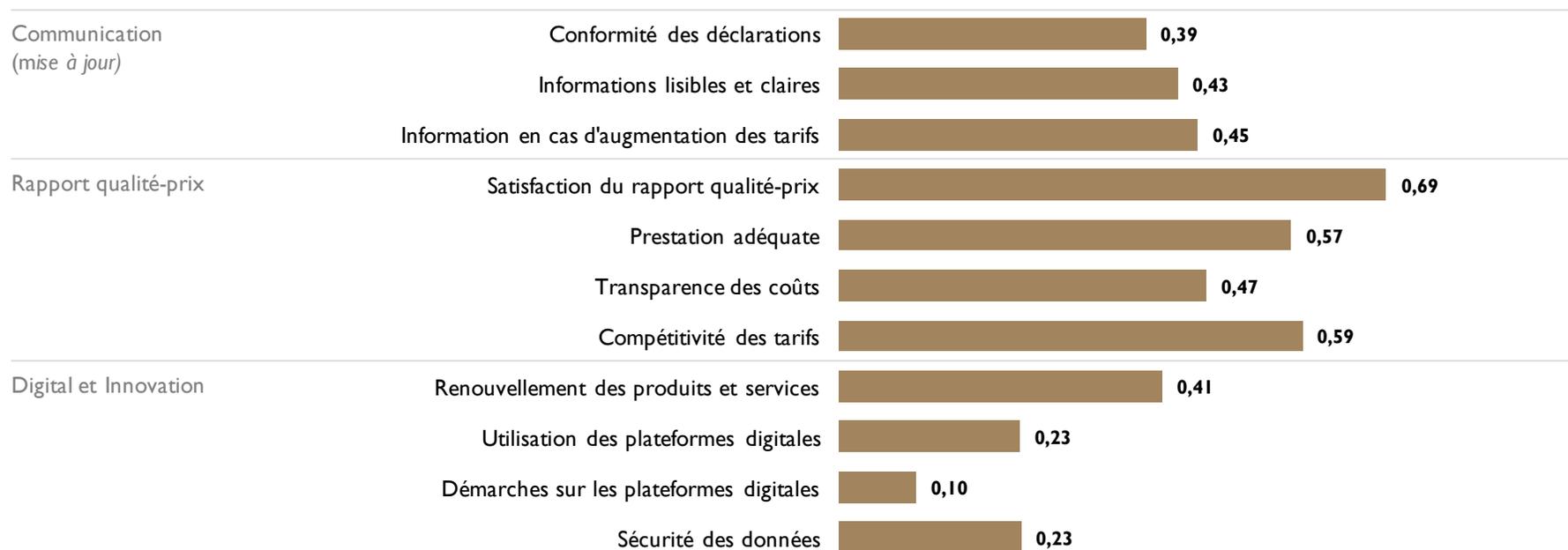


Moteurs de fidélisation de la clientèle – MGEN (I)



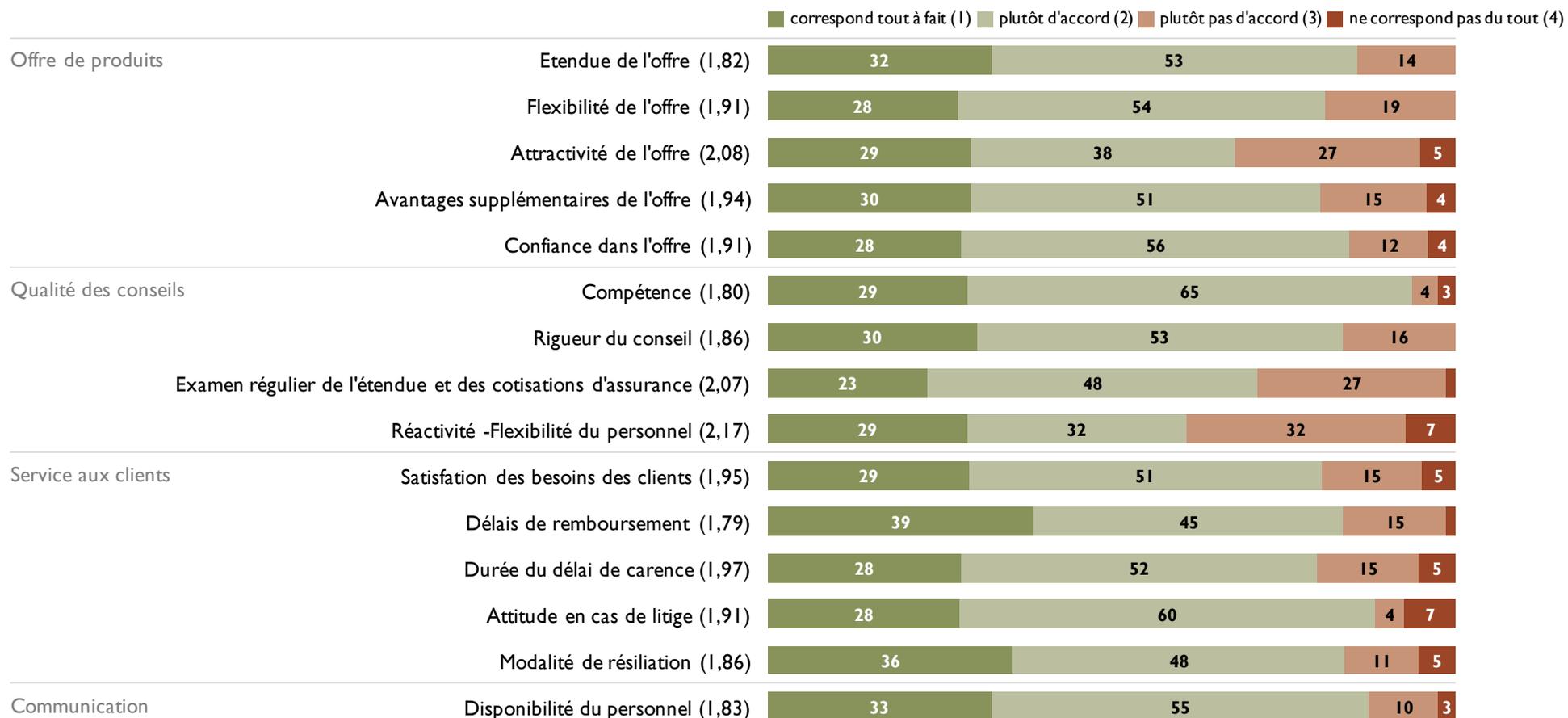
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – MGEN (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

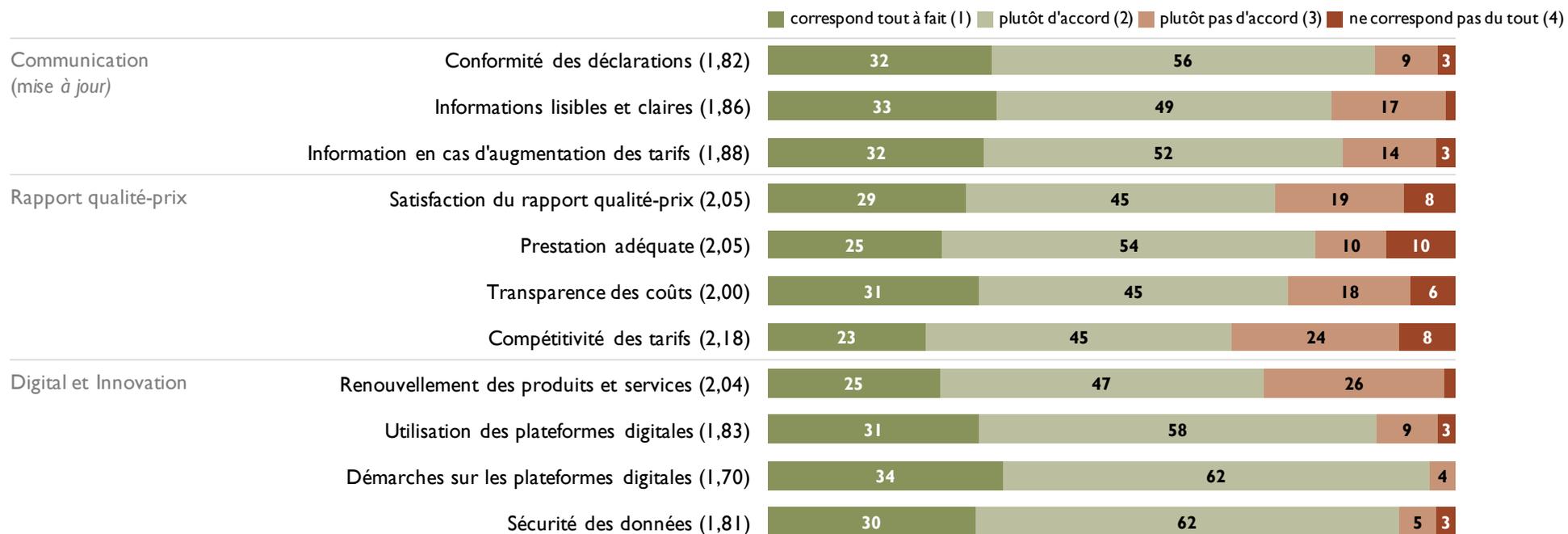
Profil-qualité – MGEN (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à MGEN.

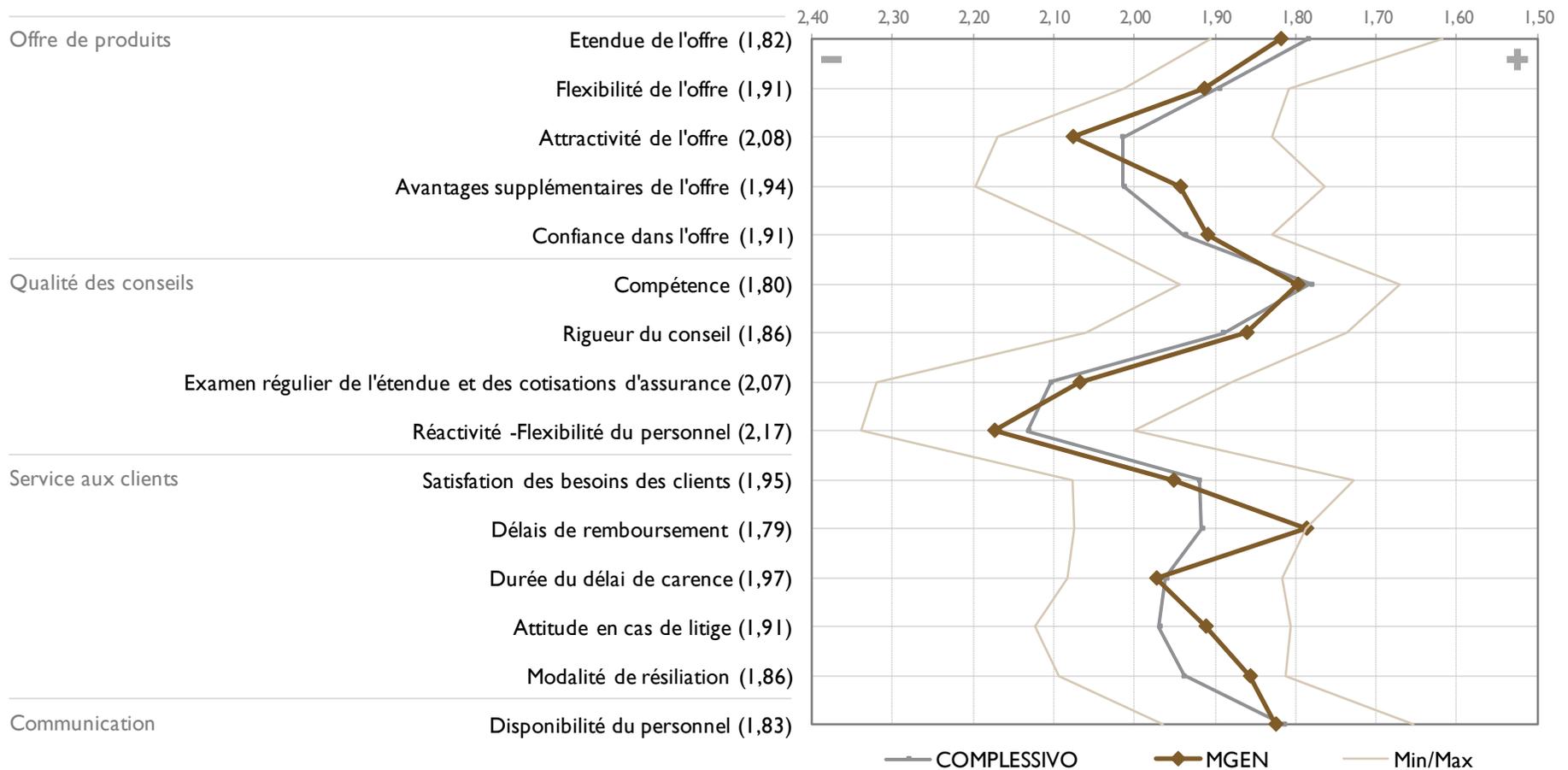
Profil-qualité – MGEN (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à MGEN.

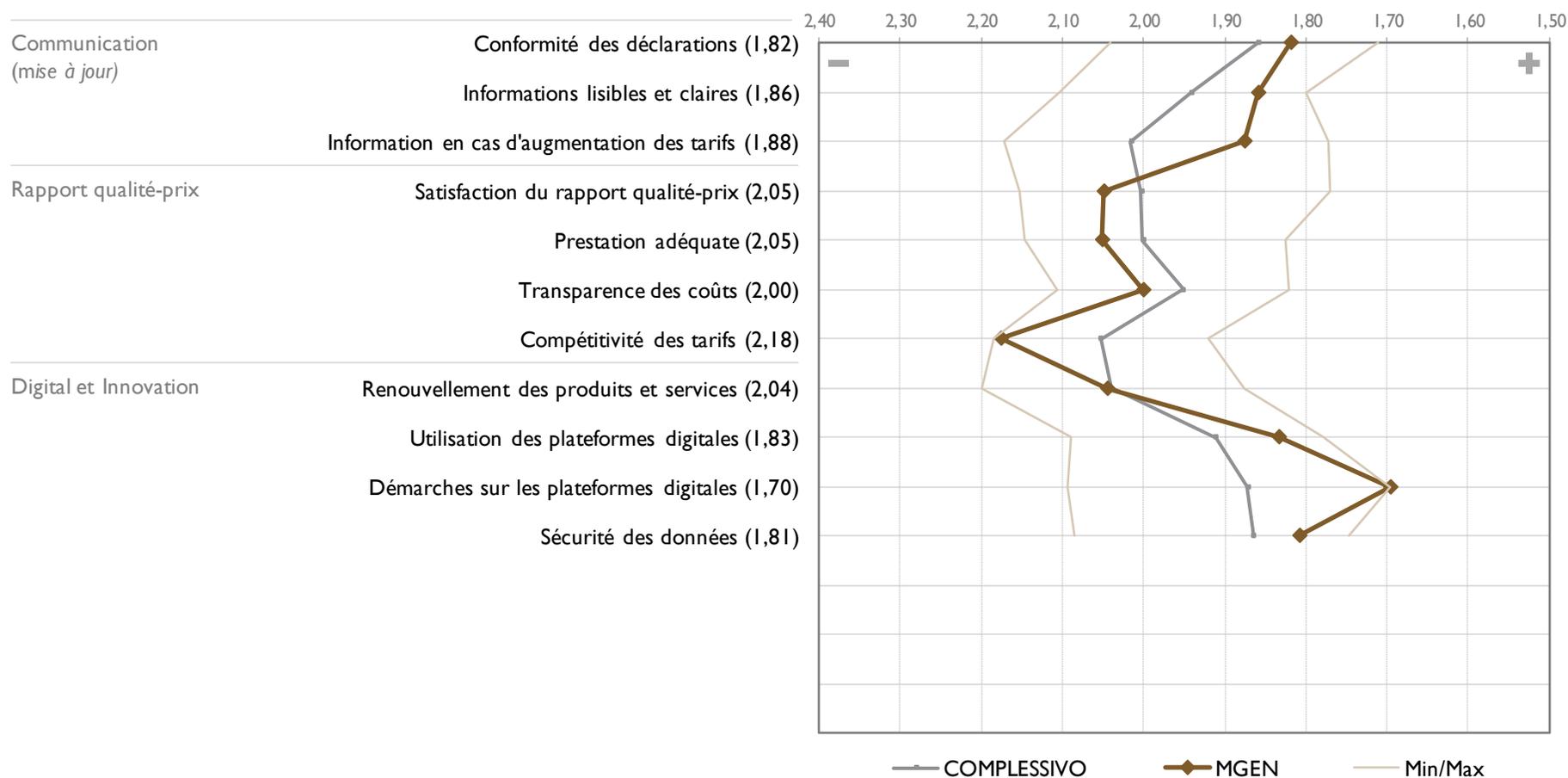
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – MGEN (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à MGEN.

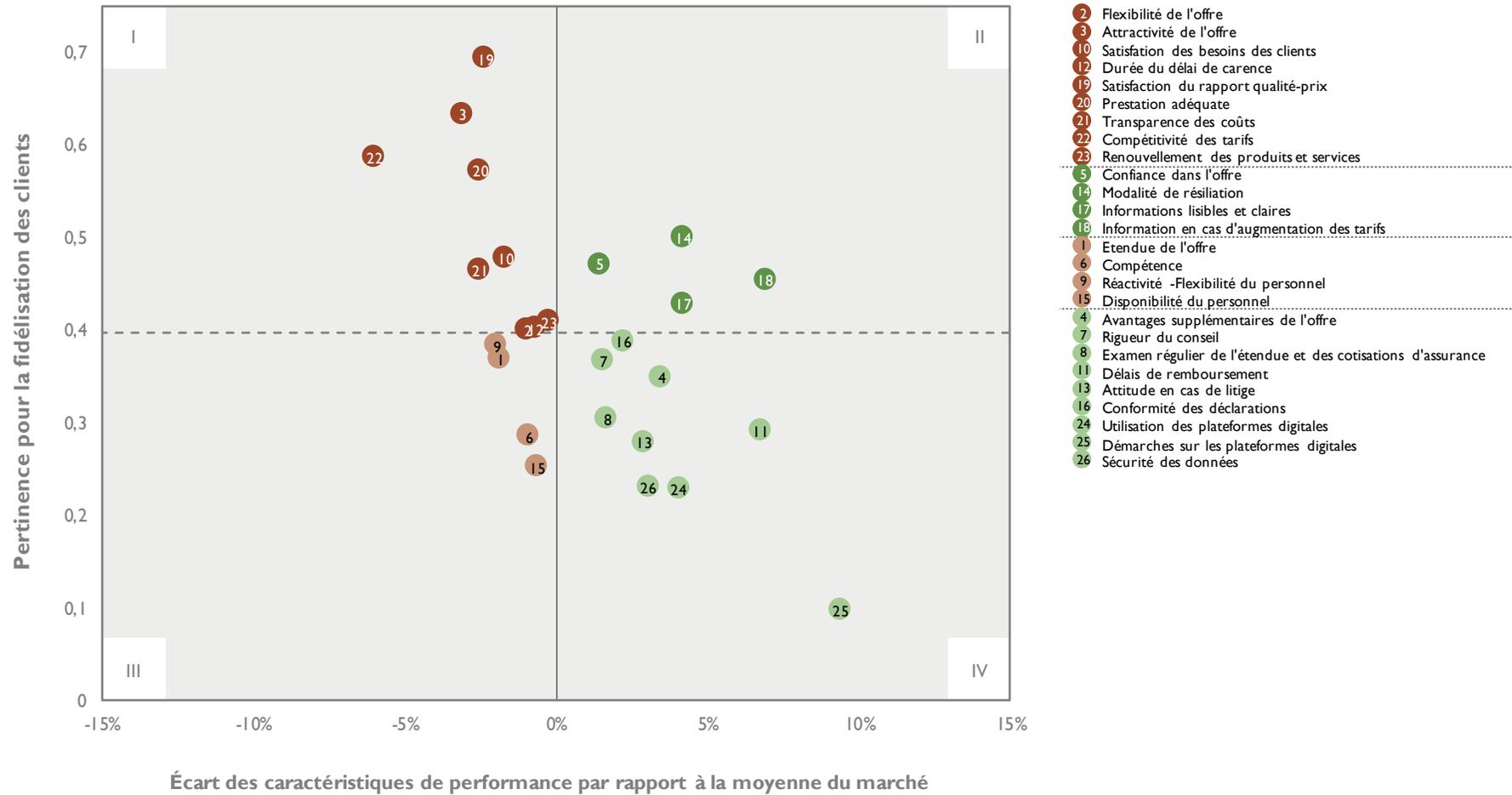
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – MGEN (II)



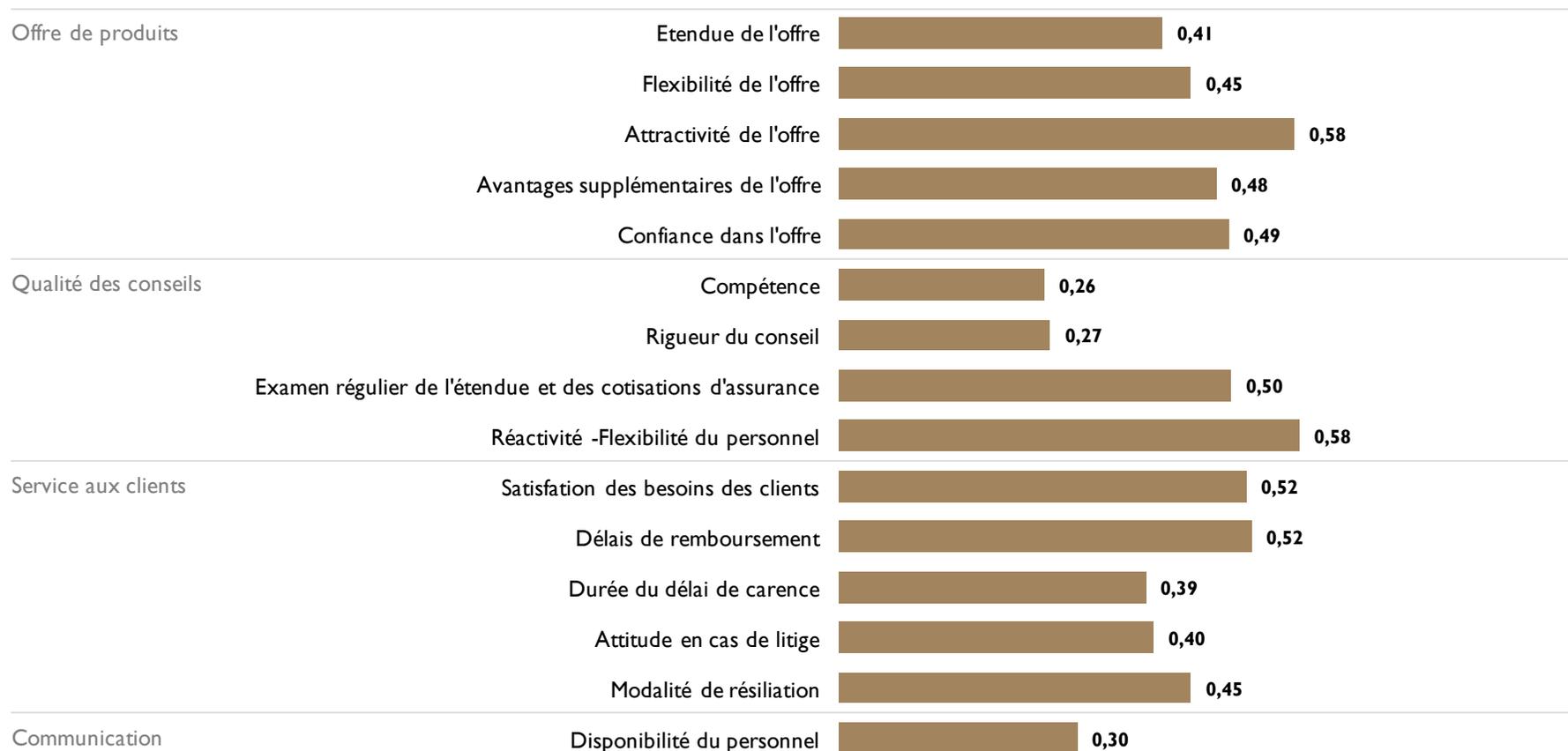
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à MGEN.

Matrice action-pertinence – MGEN

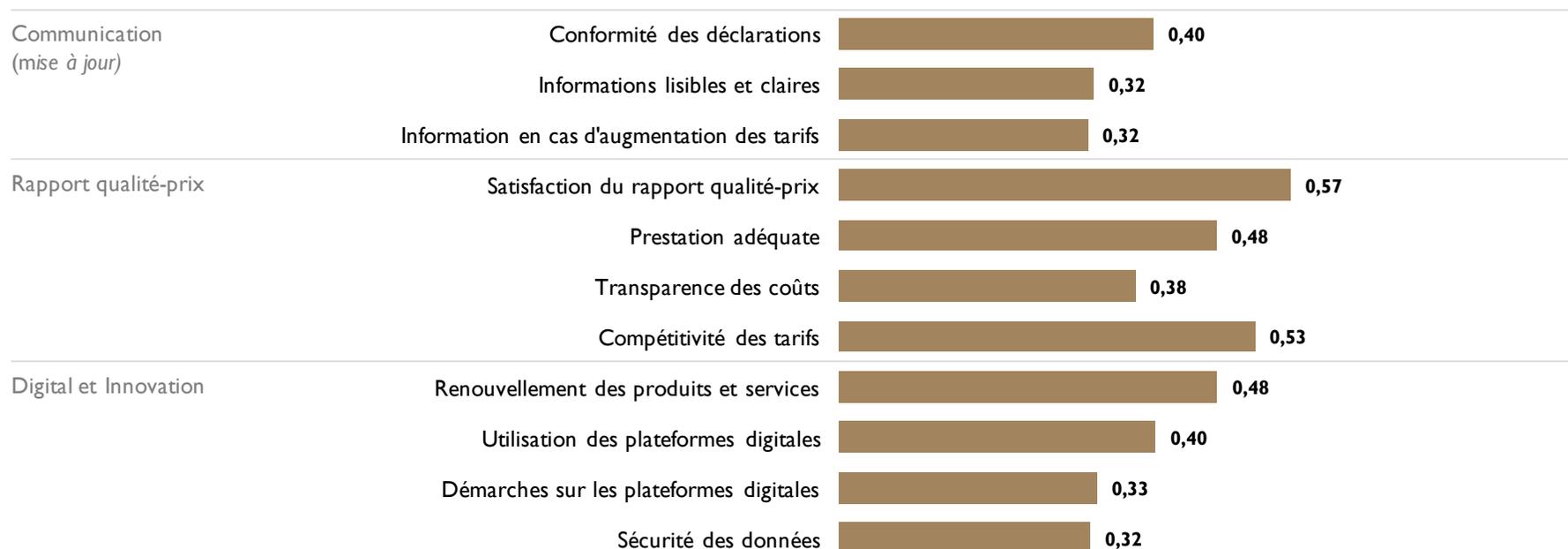


Moteurs de fidélisation de la clientèle – MNH (I)



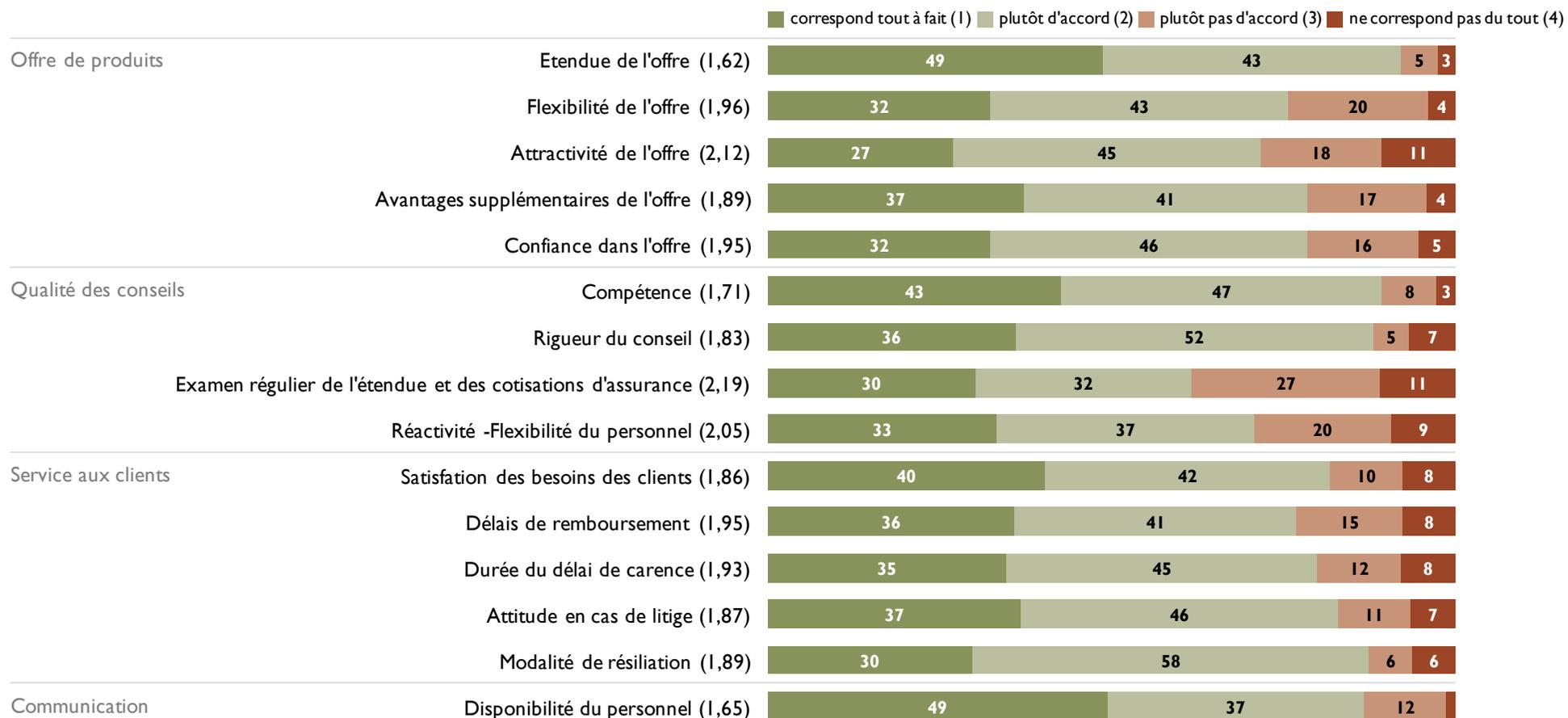
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – MNH (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

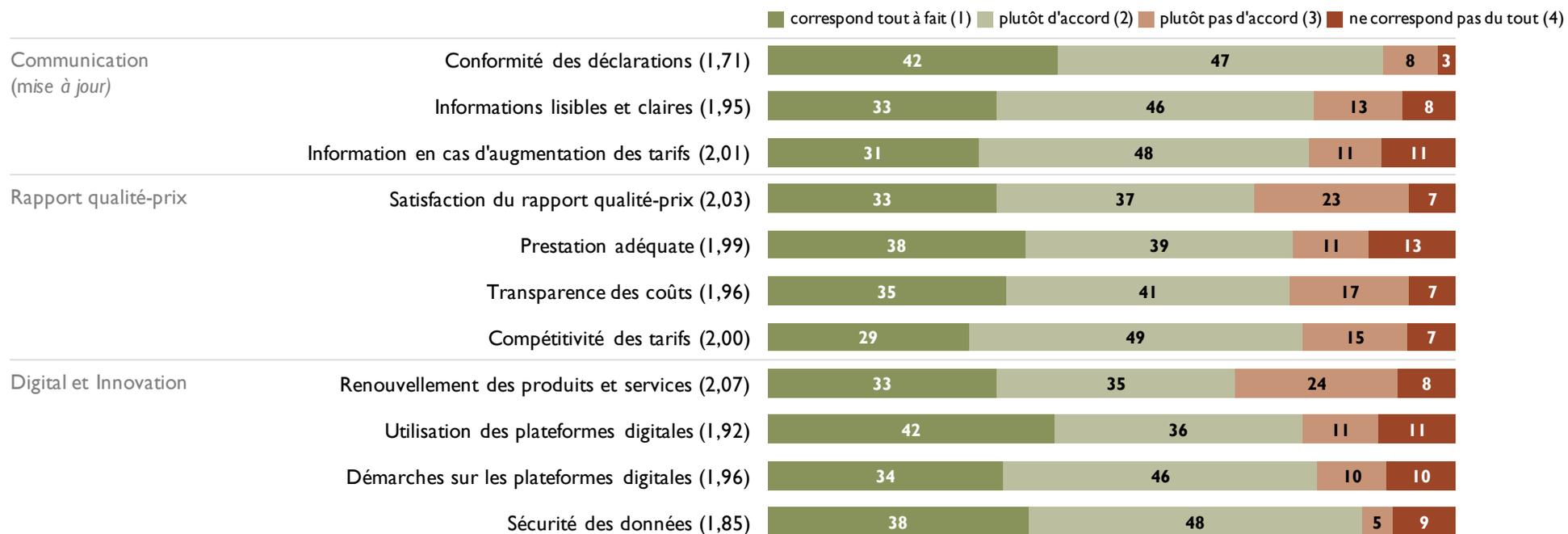
Profil-qualité – MNH (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à MNH.

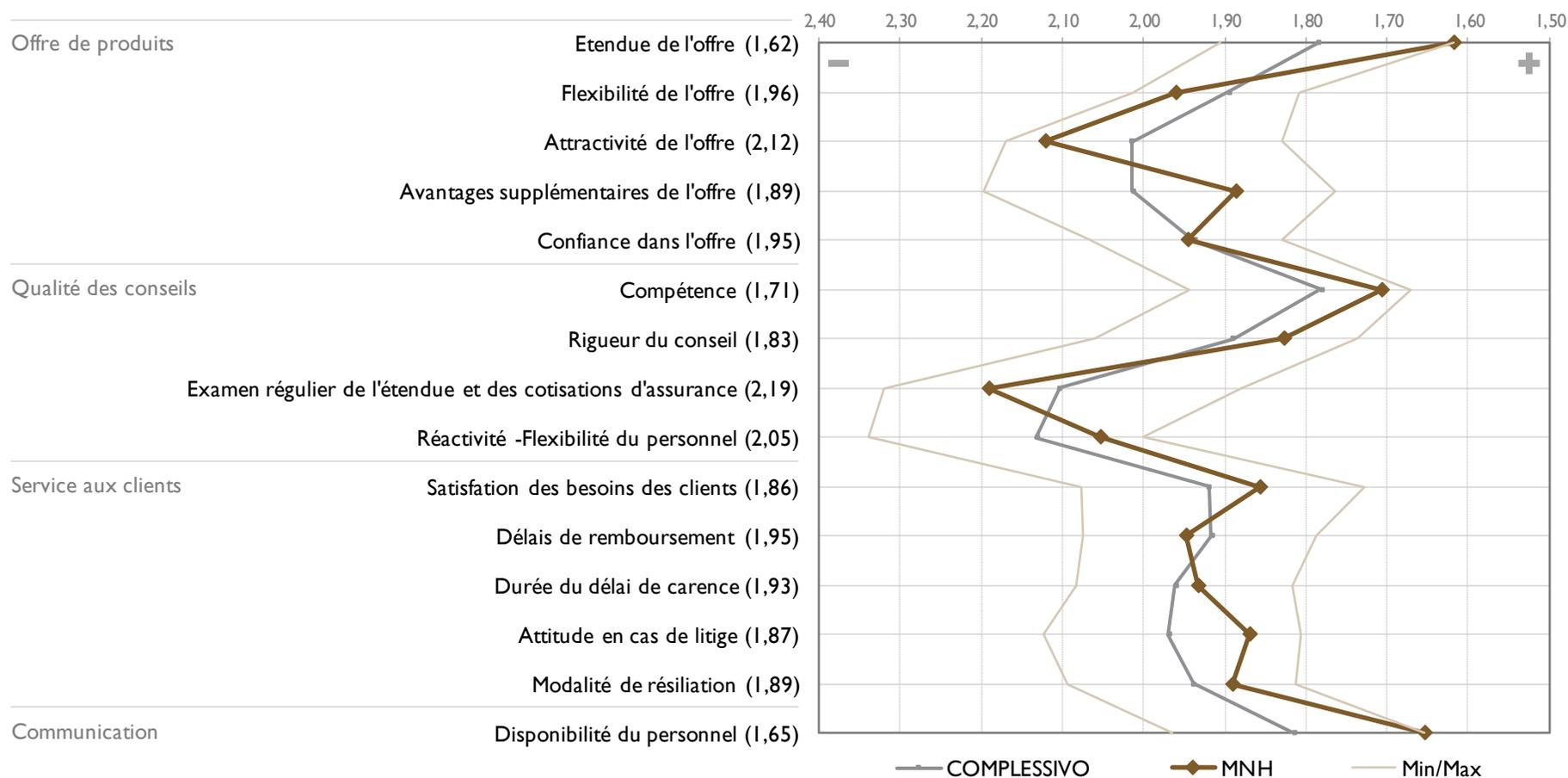
Profil-qualité – MNH (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à MNH.

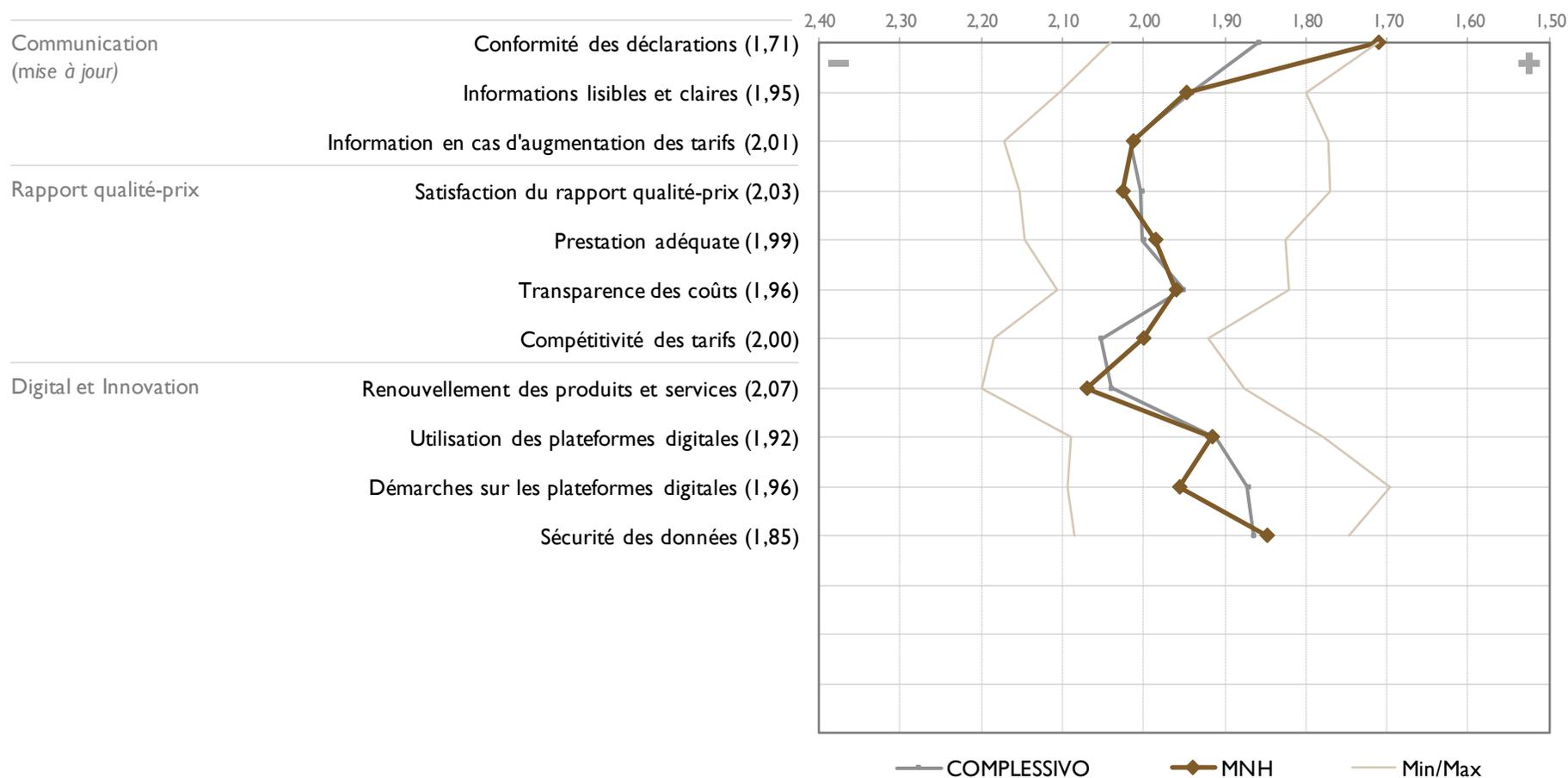
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – MNH (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à MNH.

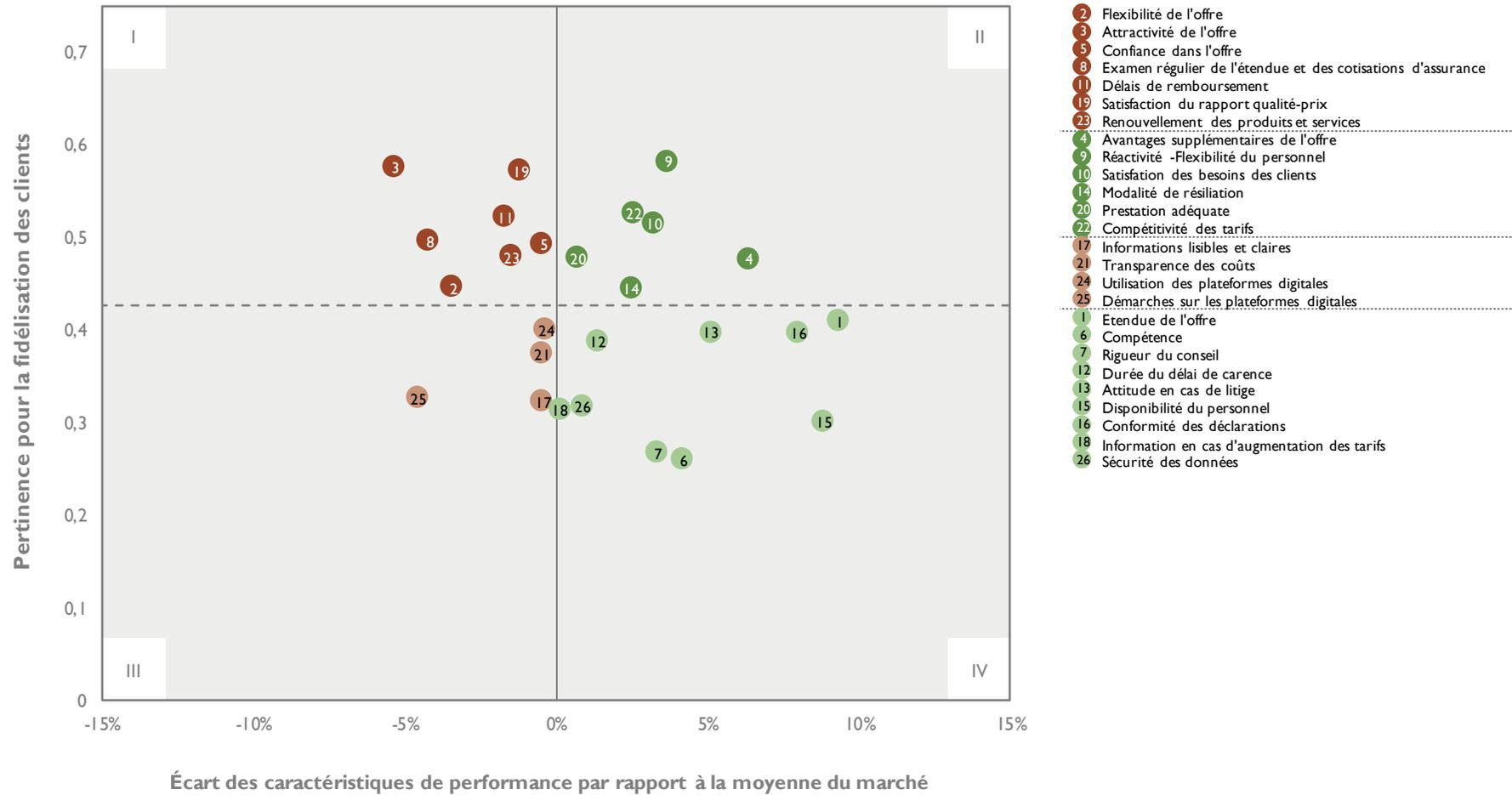
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – MNH (II)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

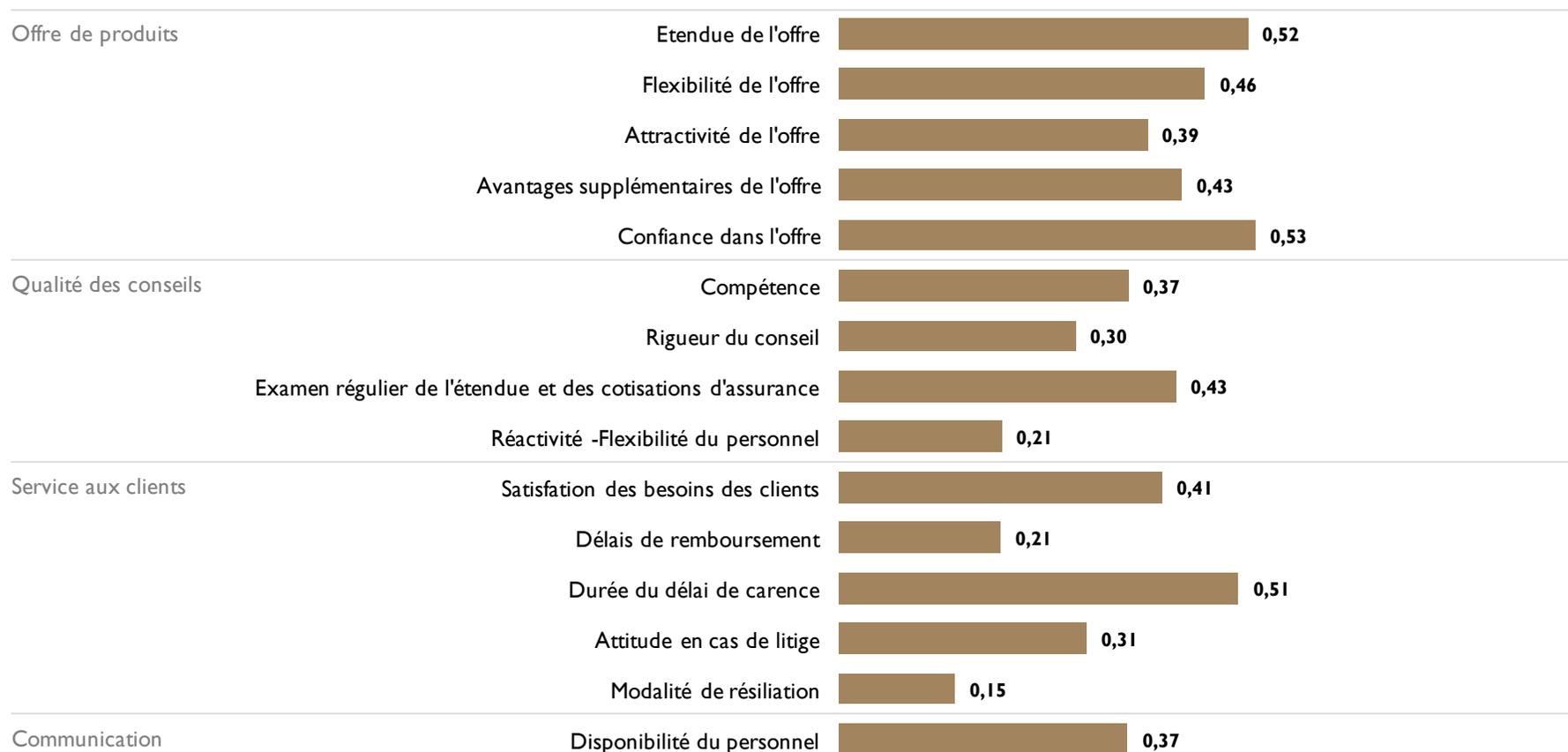
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à MNH.

Matrice action-pertinence – MNH



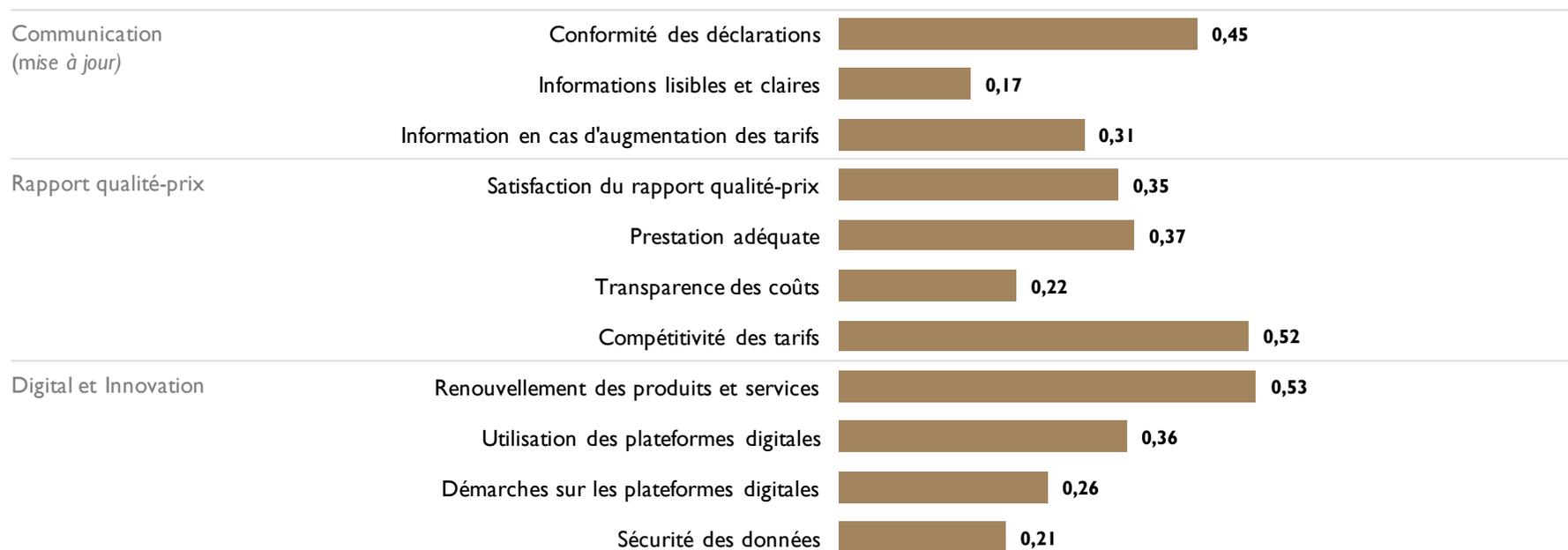
- 2 Flexibilité de l'offre
- 3 Attractivité de l'offre
- 5 Confiance dans l'offre
- 8 Examen régulier de l'étendue et des cotisations d'assurance
- 11 Délais de remboursement
- 19 Satisfaction du rapport qualité-prix
- 23 Renouvellement des produits et services
- 4 Avantages supplémentaires de l'offre
- 9 Réactivité -Flexibilité du personnel
- 10 Satisfaction des besoins des clients
- 14 Modalité de résiliation
- 20 Prestation adéquate
- 22 Compétitivité des tarifs
- 17 Informations lisibles et claires
- 21 Transparence des coûts
- 24 Utilisation des plateformes digitales
- 25 Démarches sur les plateformes digitales
- 1 Etendue de l'offre
- 6 Compétence
- 7 Rigueur du conseil
- 12 Durée du délai de carence
- 13 Attitude en cas de litige
- 15 Disponibilité du personnel
- 16 Conformité des déclarations
- 18 Information en cas d'augmentation des tarifs
- 26 Sécurité des données

Moteurs de fidélisation de la clientèle – MNT (I)



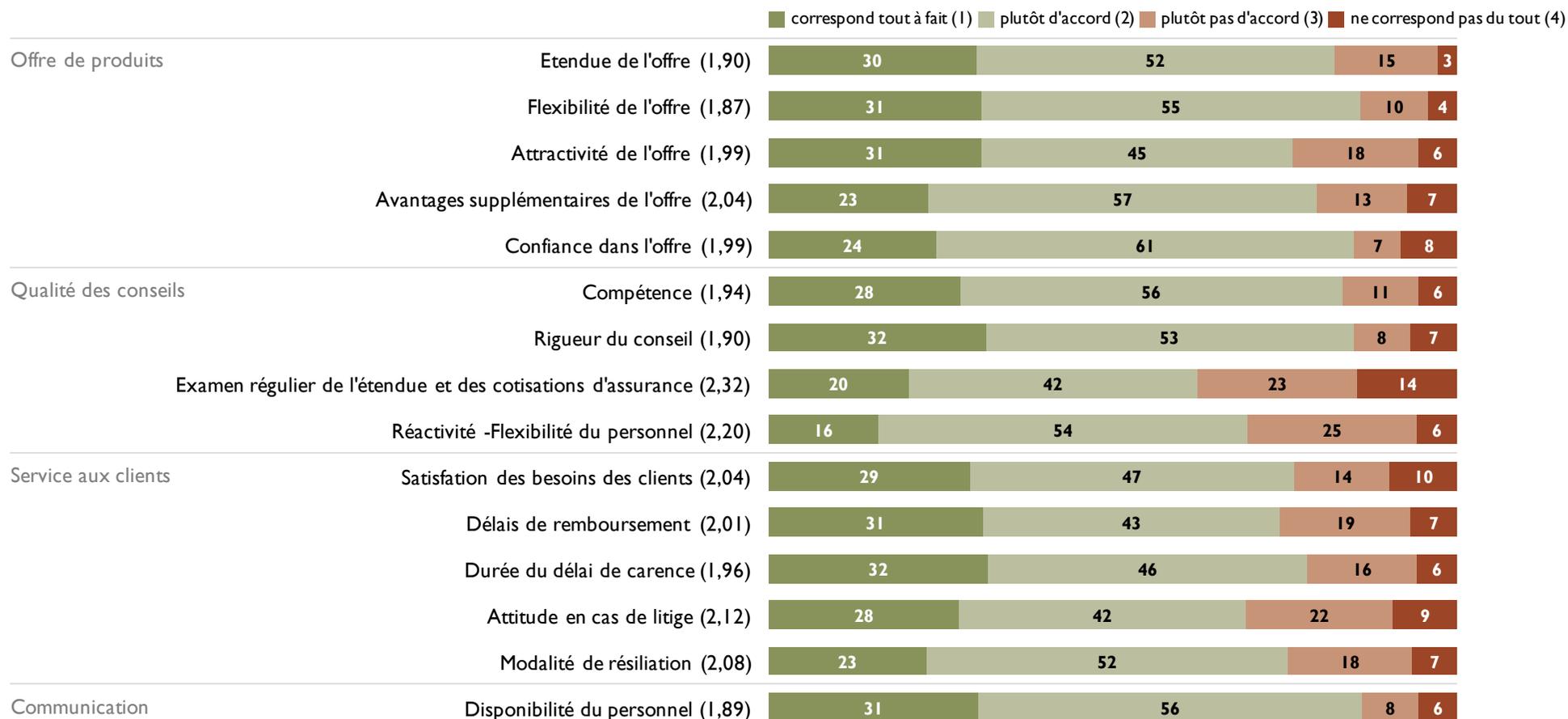
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – MNT (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

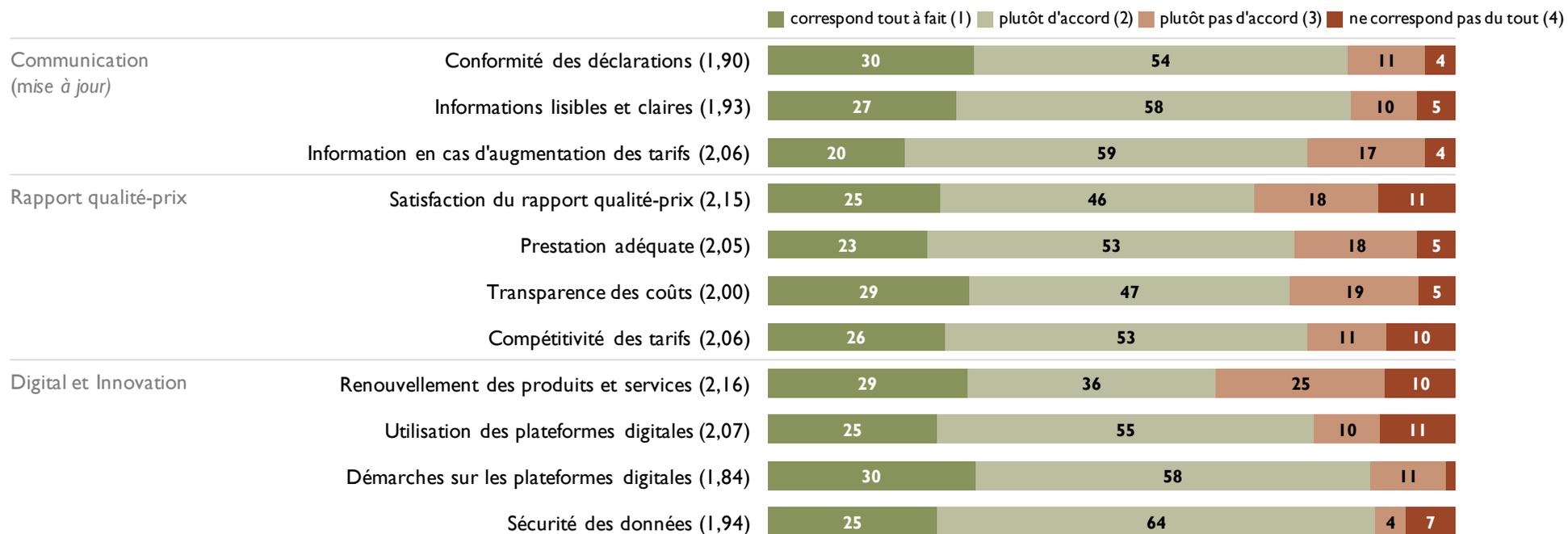
Profil-qualité – MNT (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à MNT.

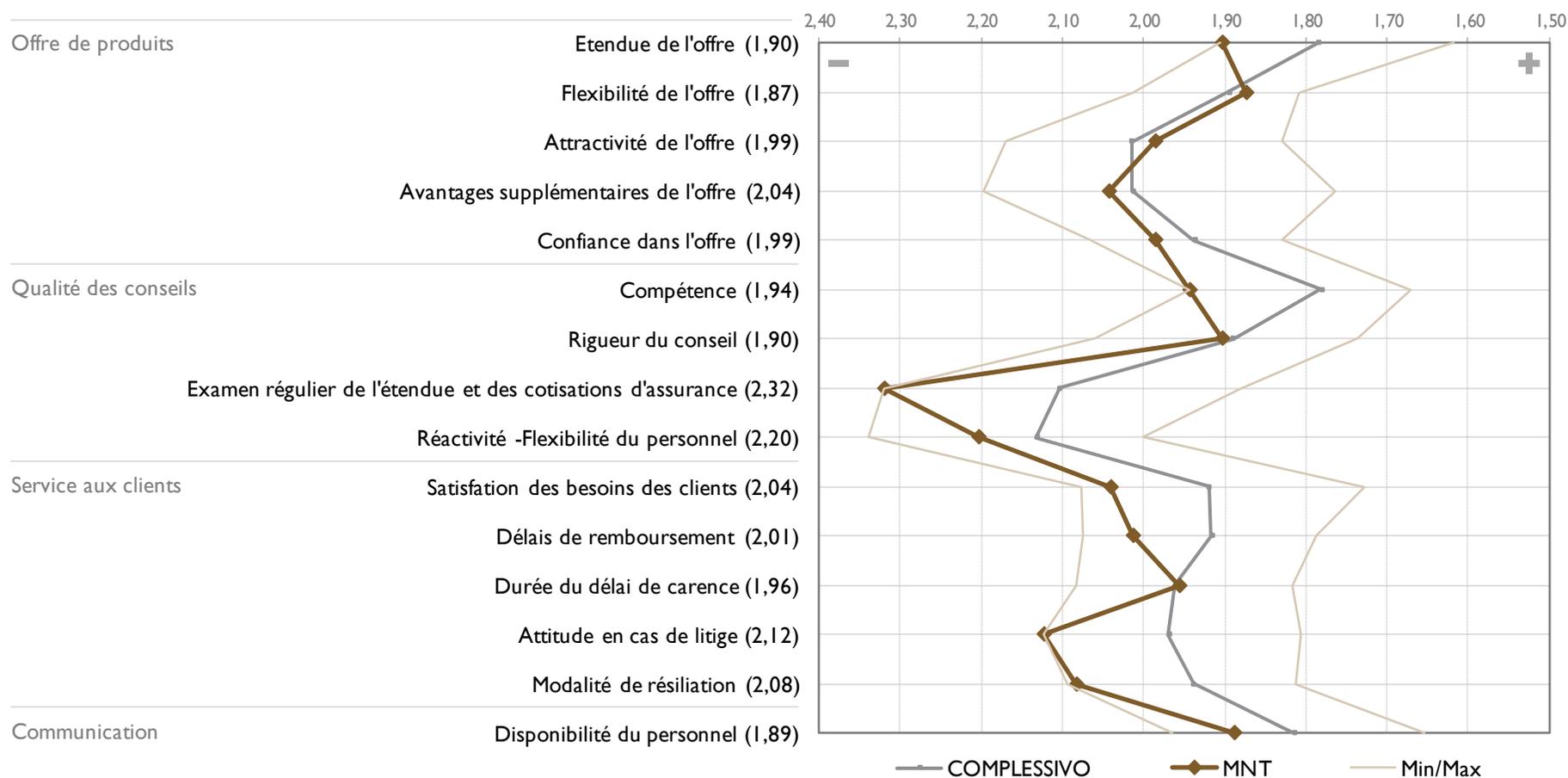
Profil-qualité – MNT (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à MNT.

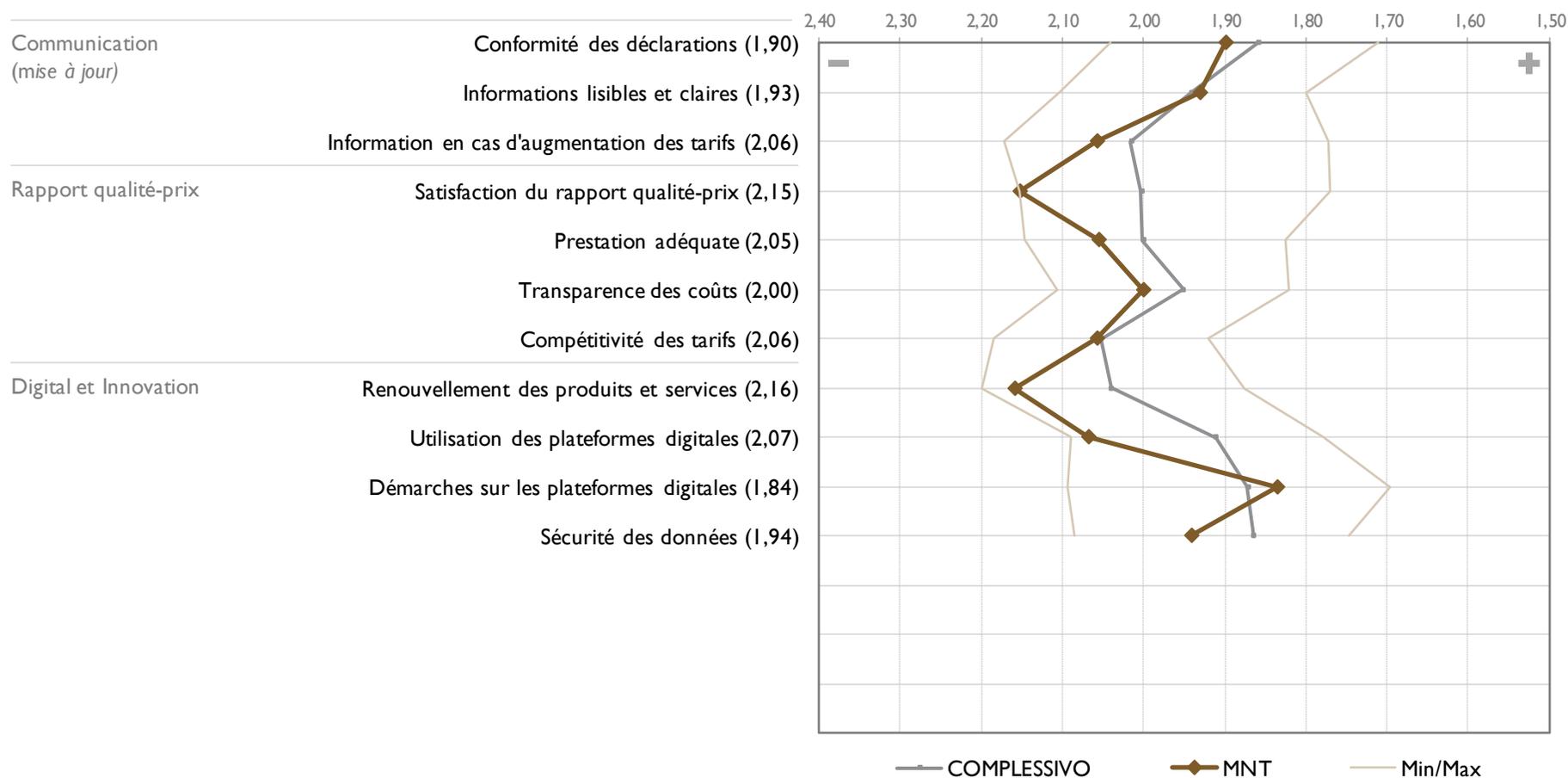
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – MNT (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à MNT.

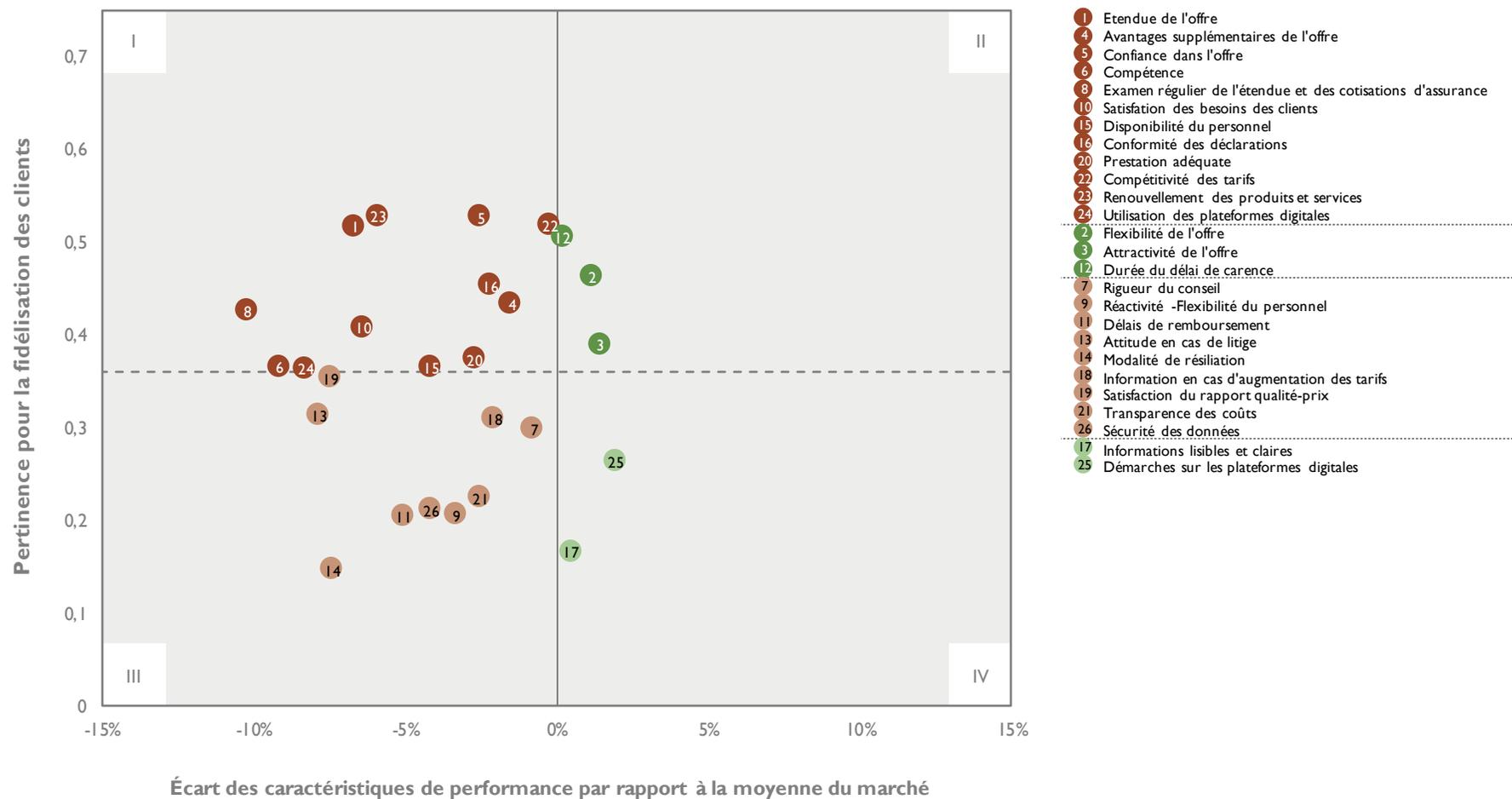
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – MNT (II)



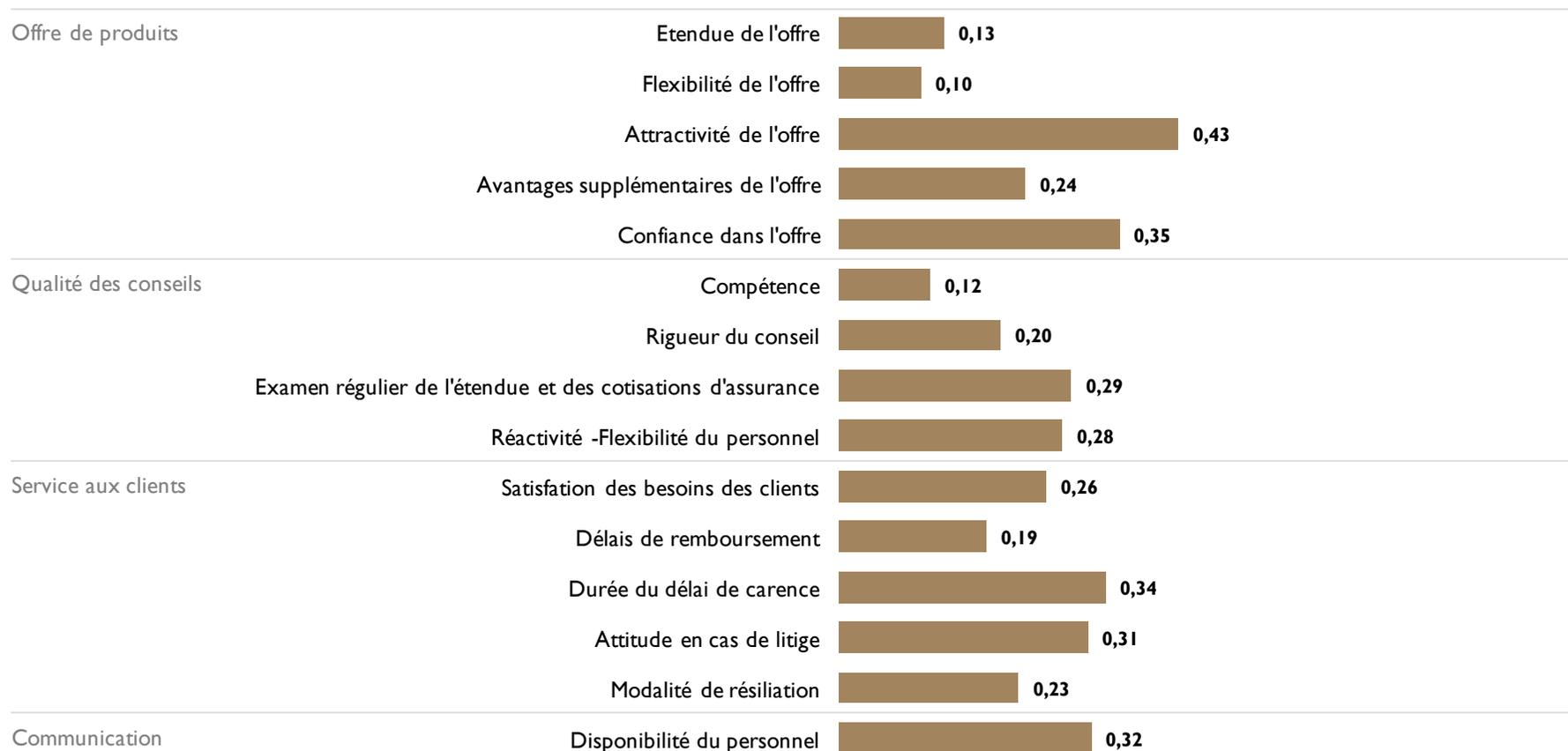
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à MNT.

Matrice action-pertinence – MNT

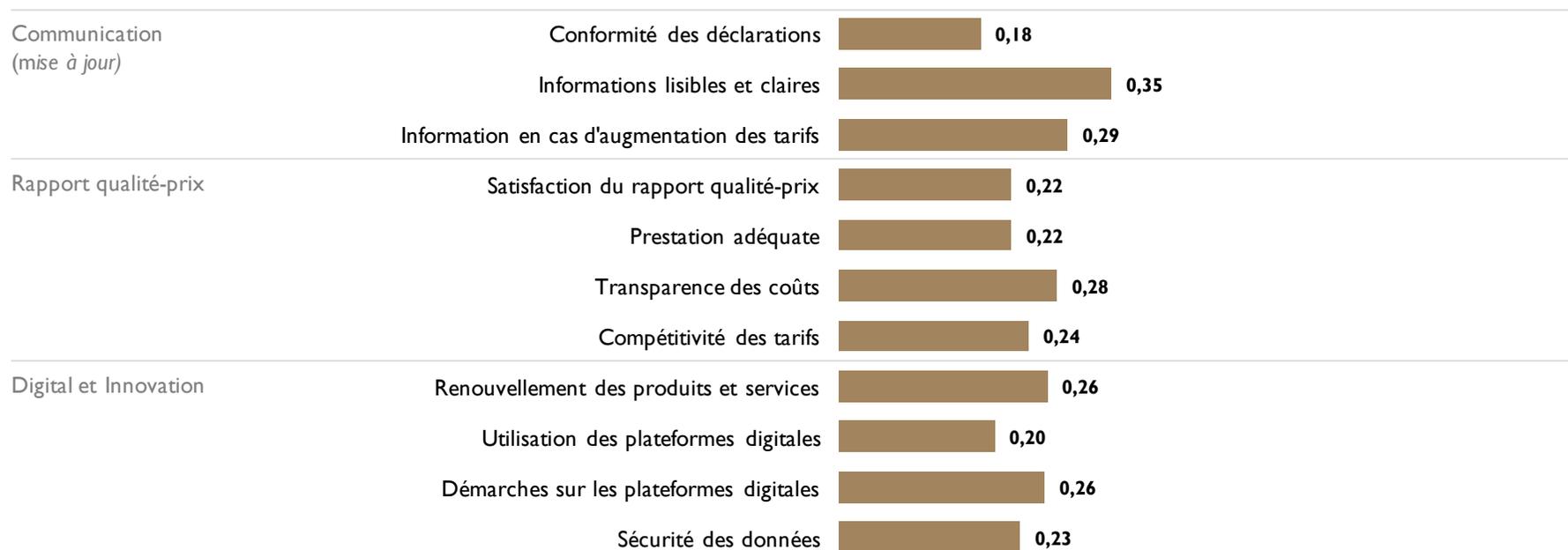


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Mutuelle Bleue (I)



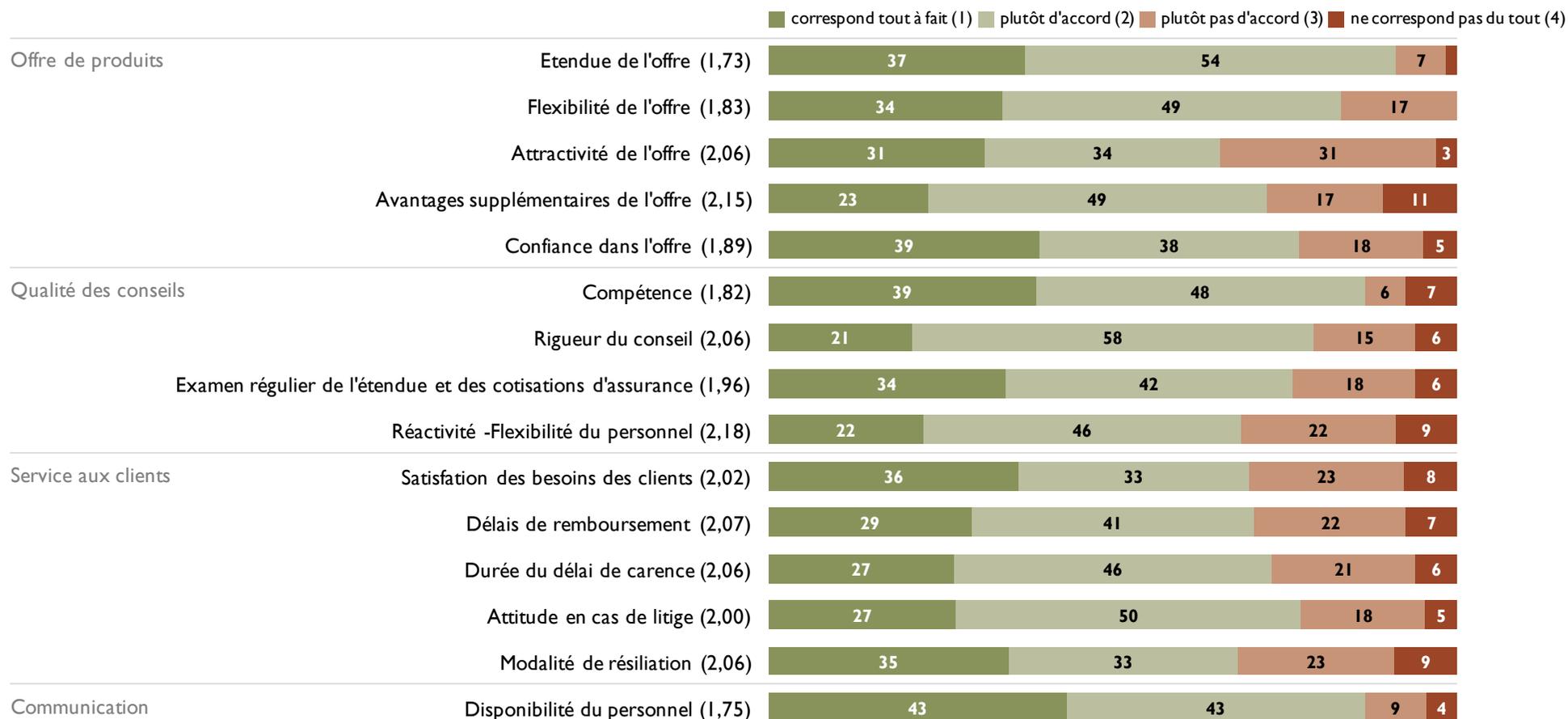
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Mutuelle Bleue (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

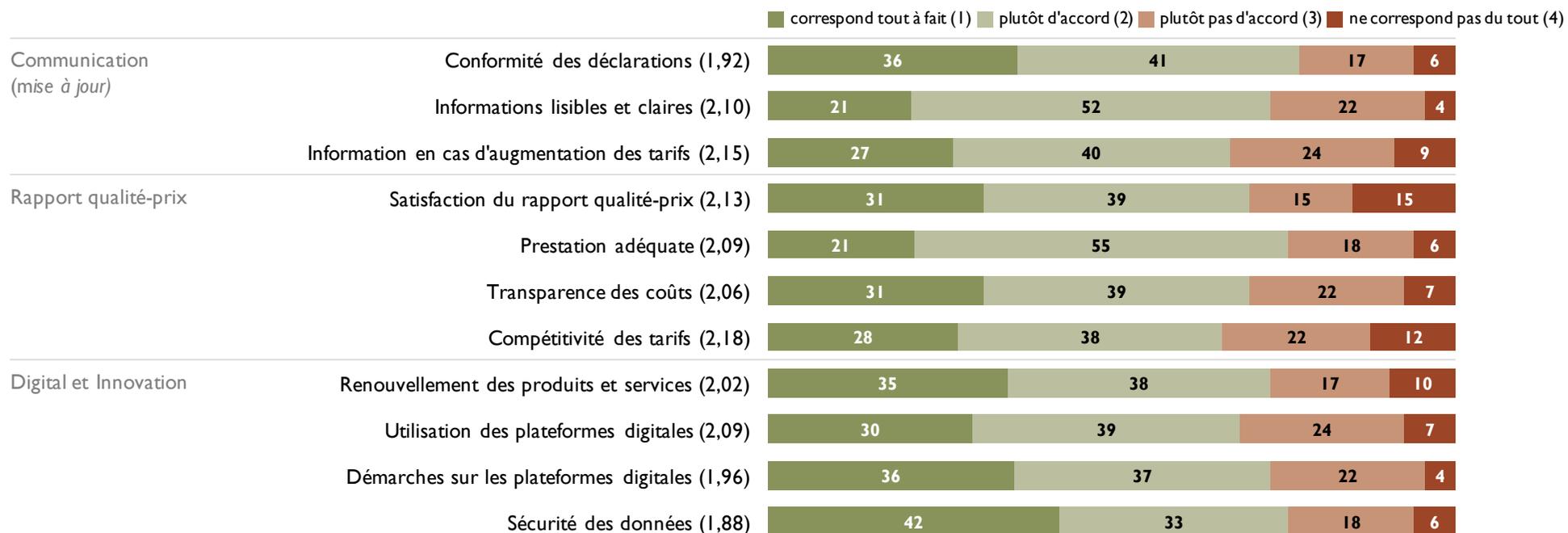
Profil-qualité – Mutuelle Bleue (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Bleue.

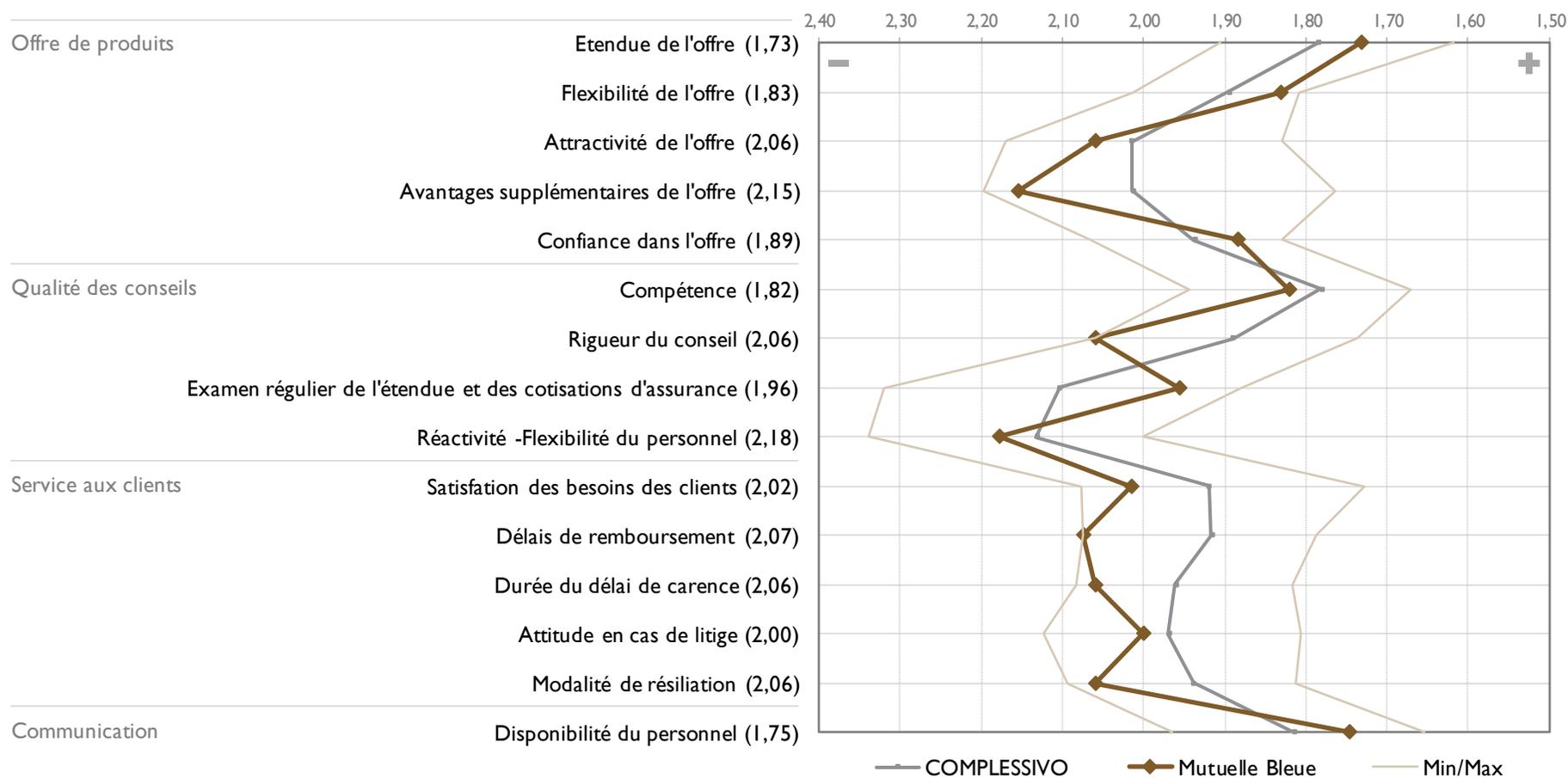
Profil-qualité – Mutuelle Bleue (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Bleue.

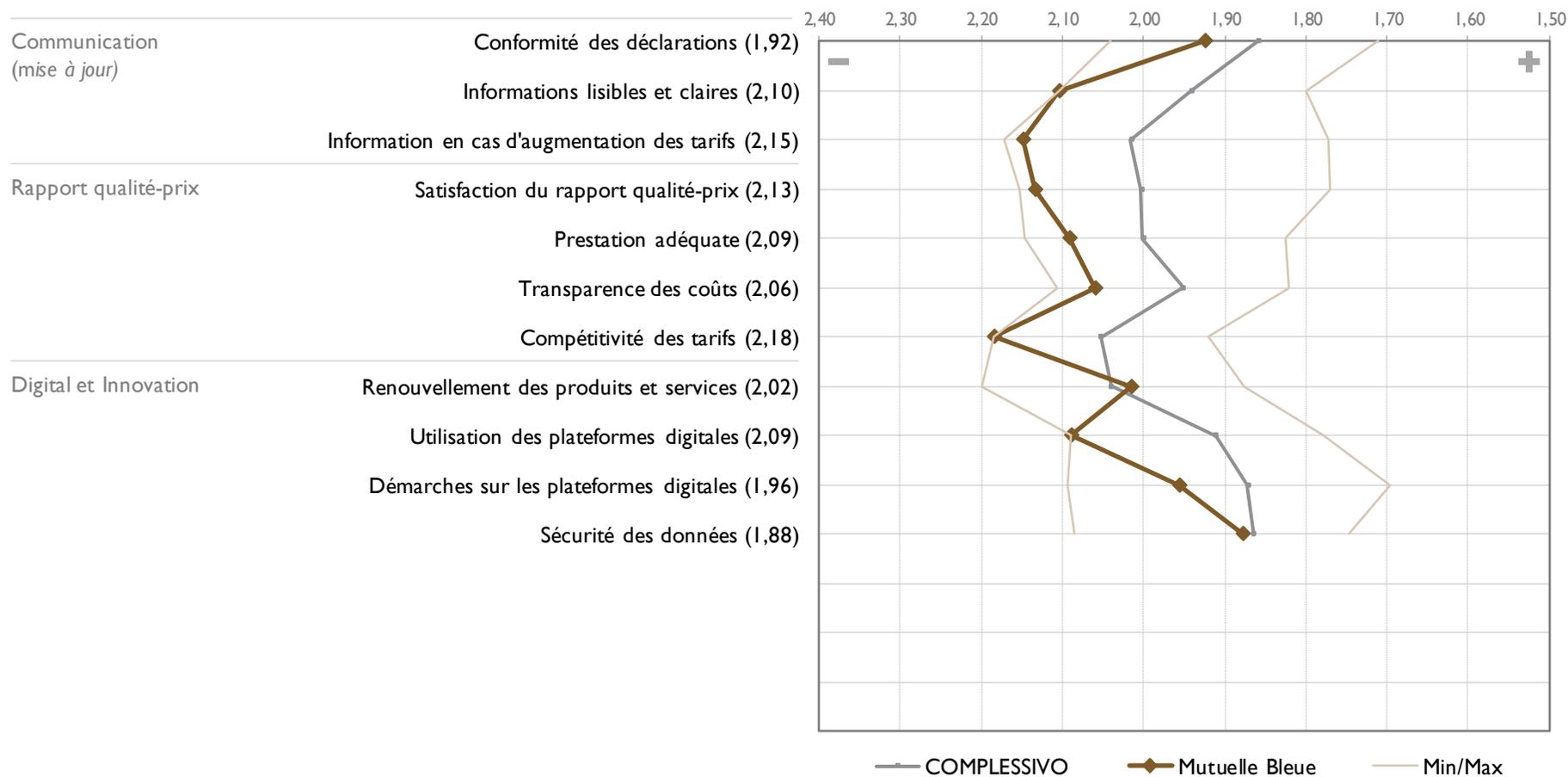
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Mutuelle Bleue (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Bleue.

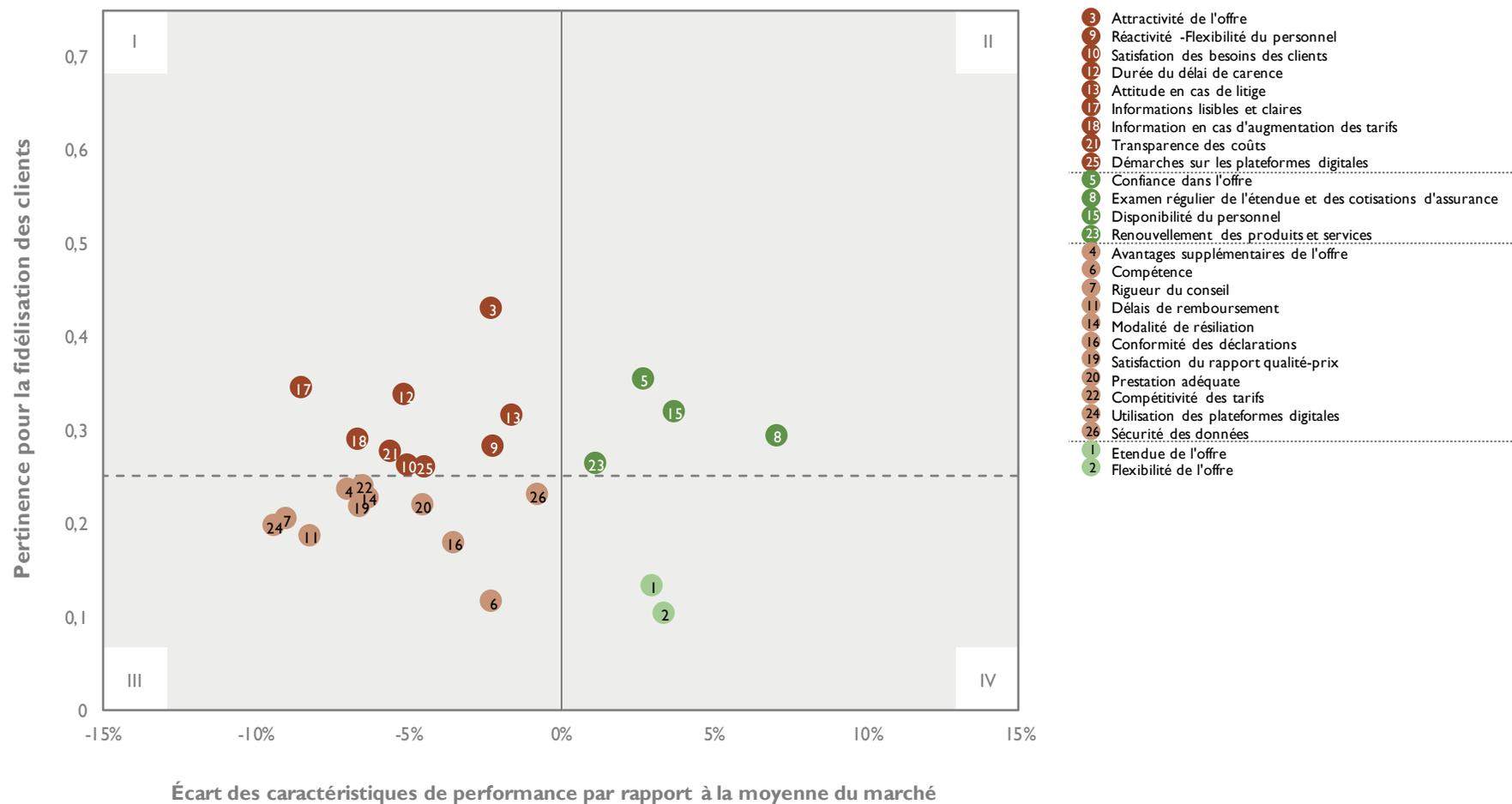
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Mutuelle Bleue (II)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

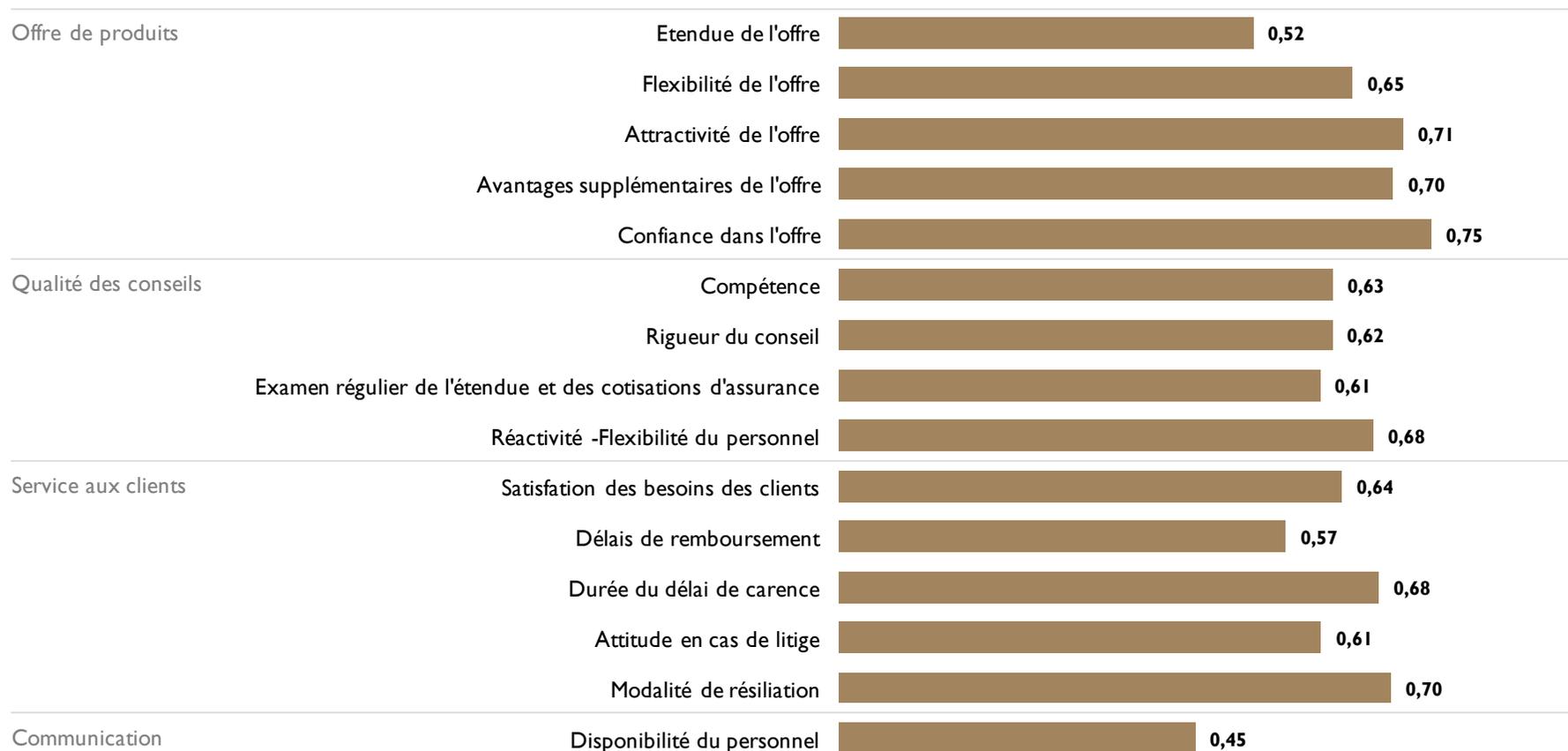
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Bleue.

Matrice action-pertinence – Mutuelle Bleue



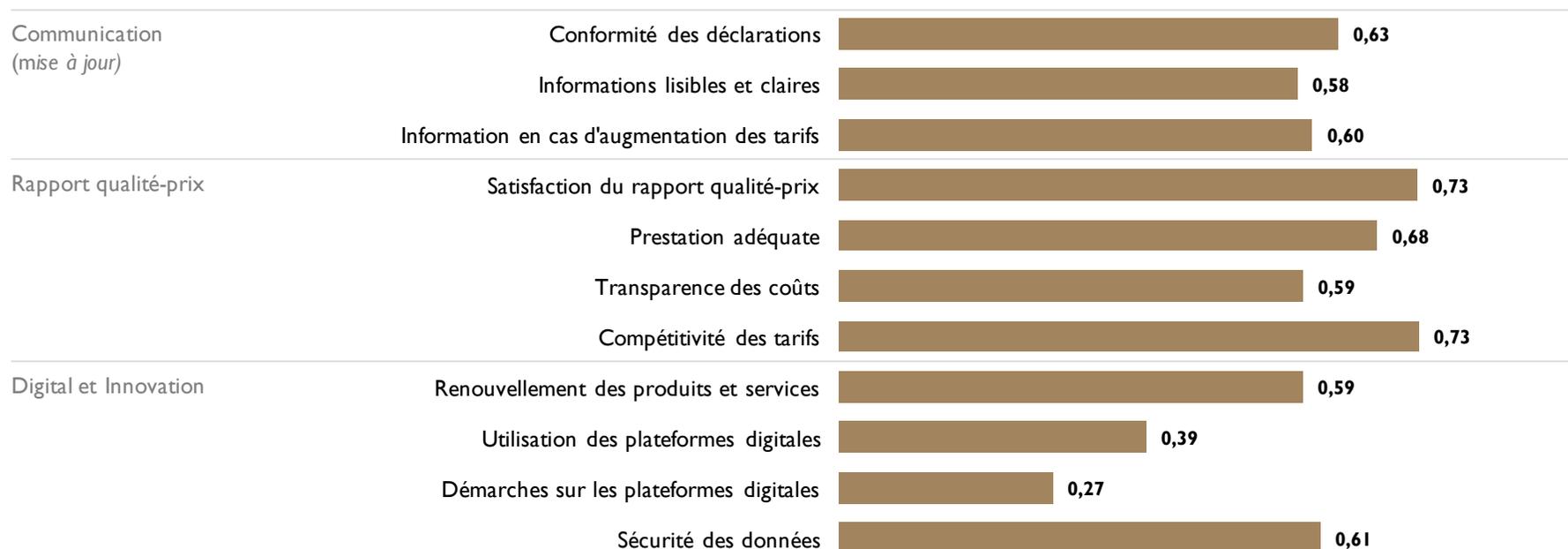
- 3 Attractivité de l'offre
- 9 Réactivité -Flexibilité du personnel
- 10 Satisfait des besoins des clients
- 12 Durée du délai de carence
- 13 Attitude en cas de litige
- 17 Informations lisibles et claires
- 18 Information en cas d'augmentation des tarifs
- 21 Transparence des coûts
- 25 Démarches sur les plateformes digitales
- 5 Confiance dans l'offre
- 8 Examen régulier de l'étendue et des cotisations d'assurance
- 15 Disponibilité du personnel
- 23 Renouvellement des produits et services
- 4 Avantages supplémentaires de l'offre
- 6 Compétence
- 7 Rigueur du conseil
- 11 Délais de remboursement
- 14 Modalité de résiliation
- 16 Conformité des déclarations
- 19 Satisfait du rapport qualité-prix
- 20 Prestation adéquate
- 22 Compétitivité des tarifs
- 24 Utilisation des plateformes digitales
- 26 Sécurité des données
- 1 Etendue de l'offre
- 2 Flexibilité de l'offre

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Mutuelle Malakoff Humanis (I)



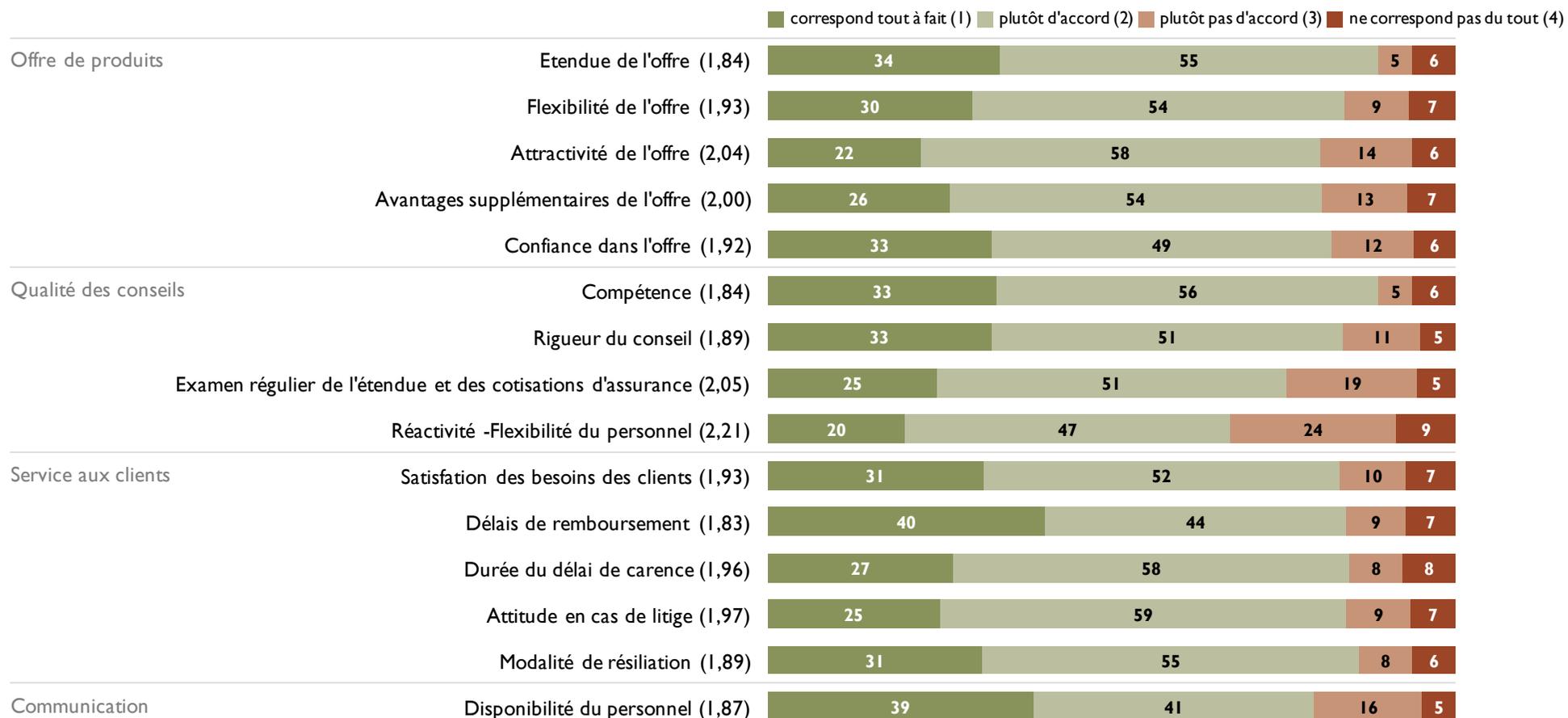
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Mutuelle Malakoff Humanis (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

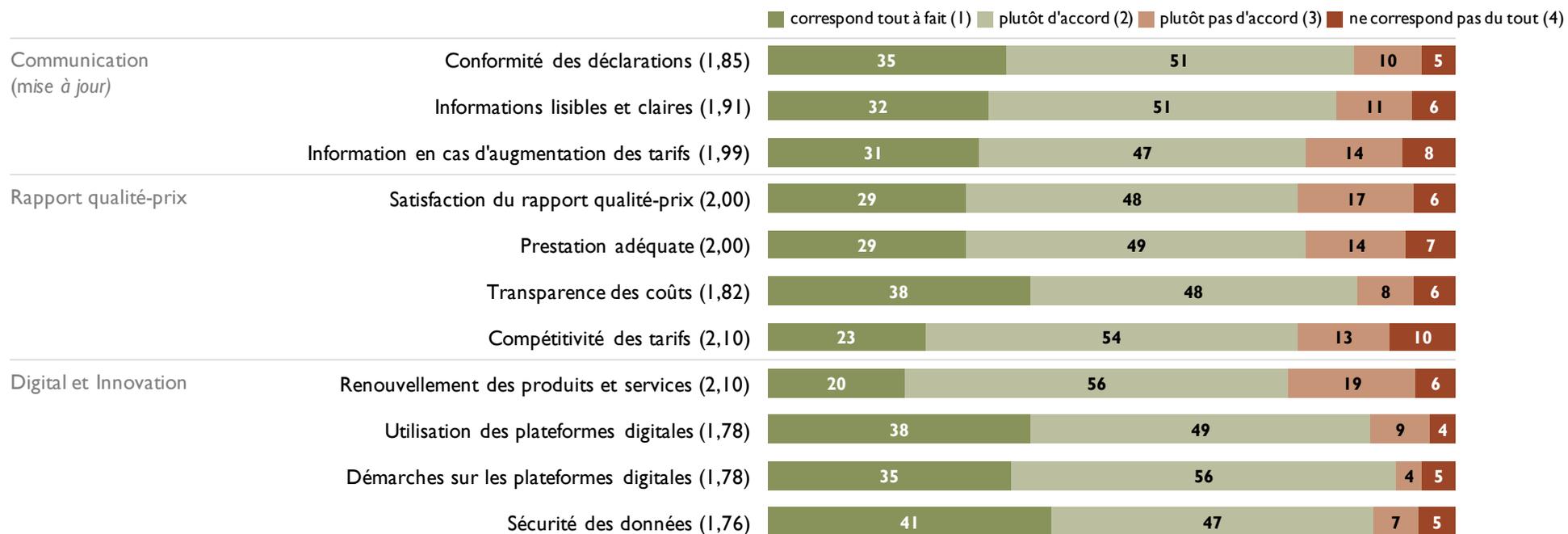
Profil-qualité – Mutuelle Malakoff Humanis (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Malakoff Humanis.

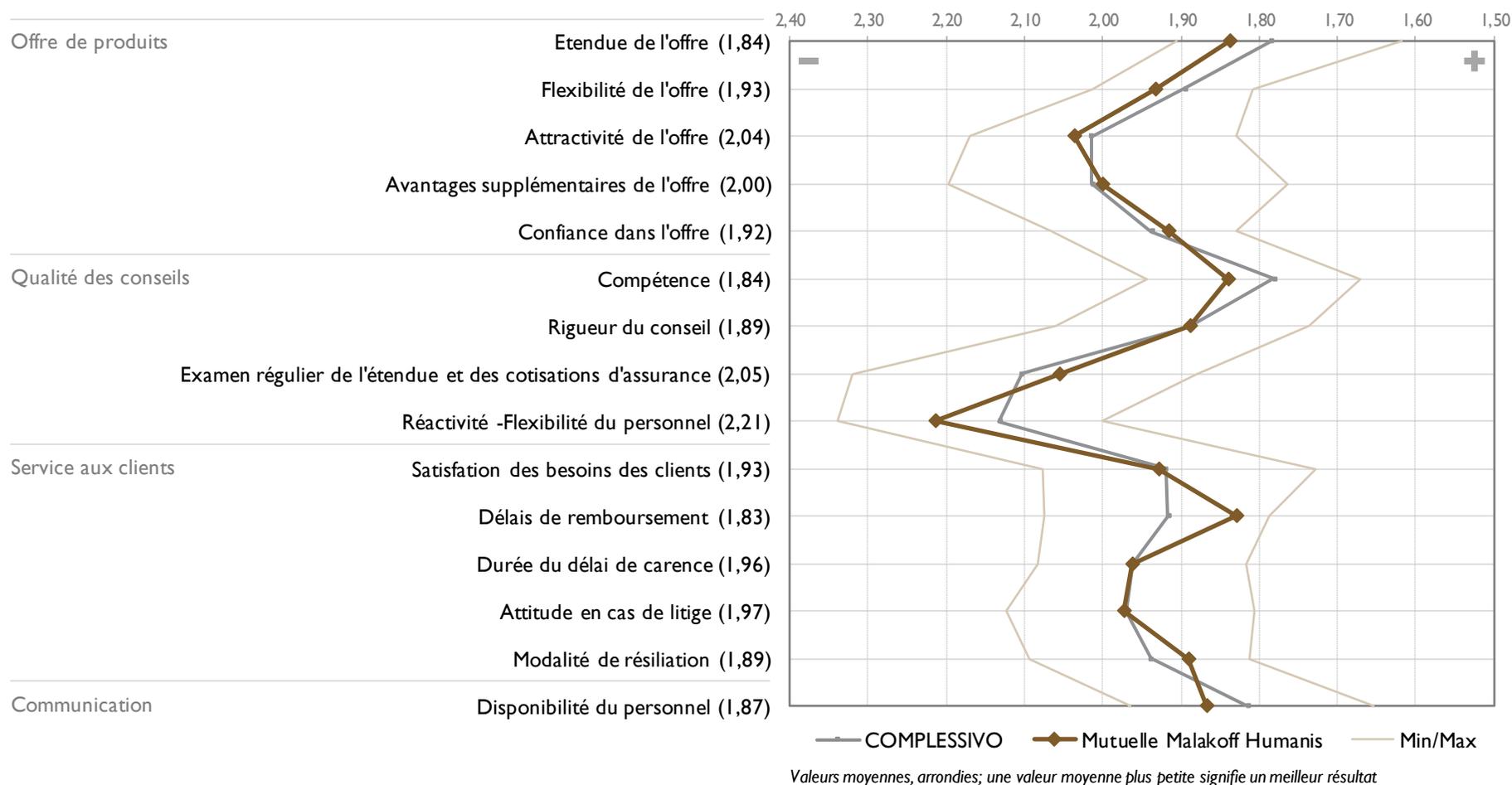
Profil-qualité – Mutuelle Malakoff Humanis (II)



Données en pourcentage, arrondies

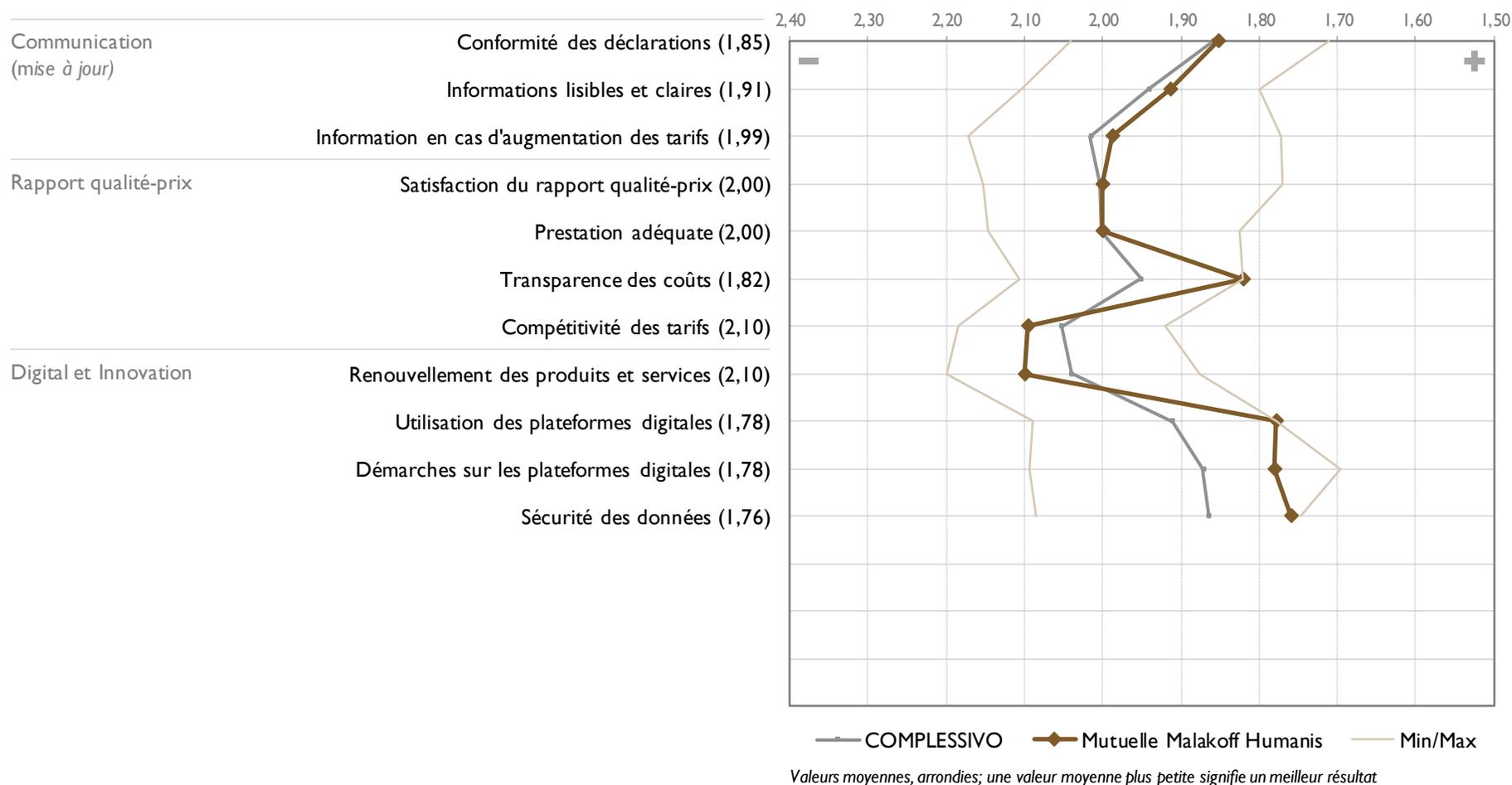
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Malakoff Humanis.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Mutuelle Malakoff Humanis (I)



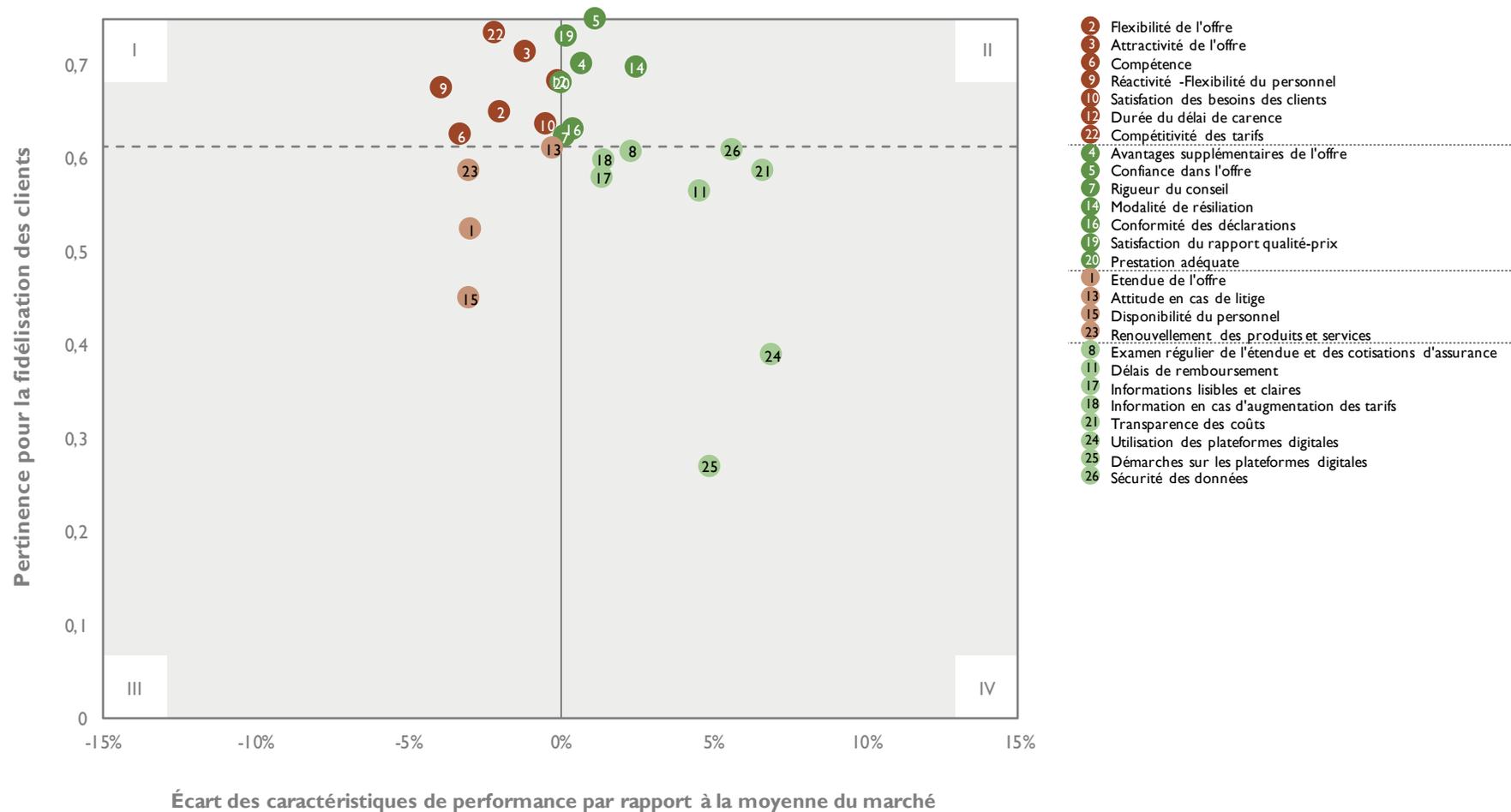
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Malakoff Humanis.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Mutuelle Malakoff Humanis (II)

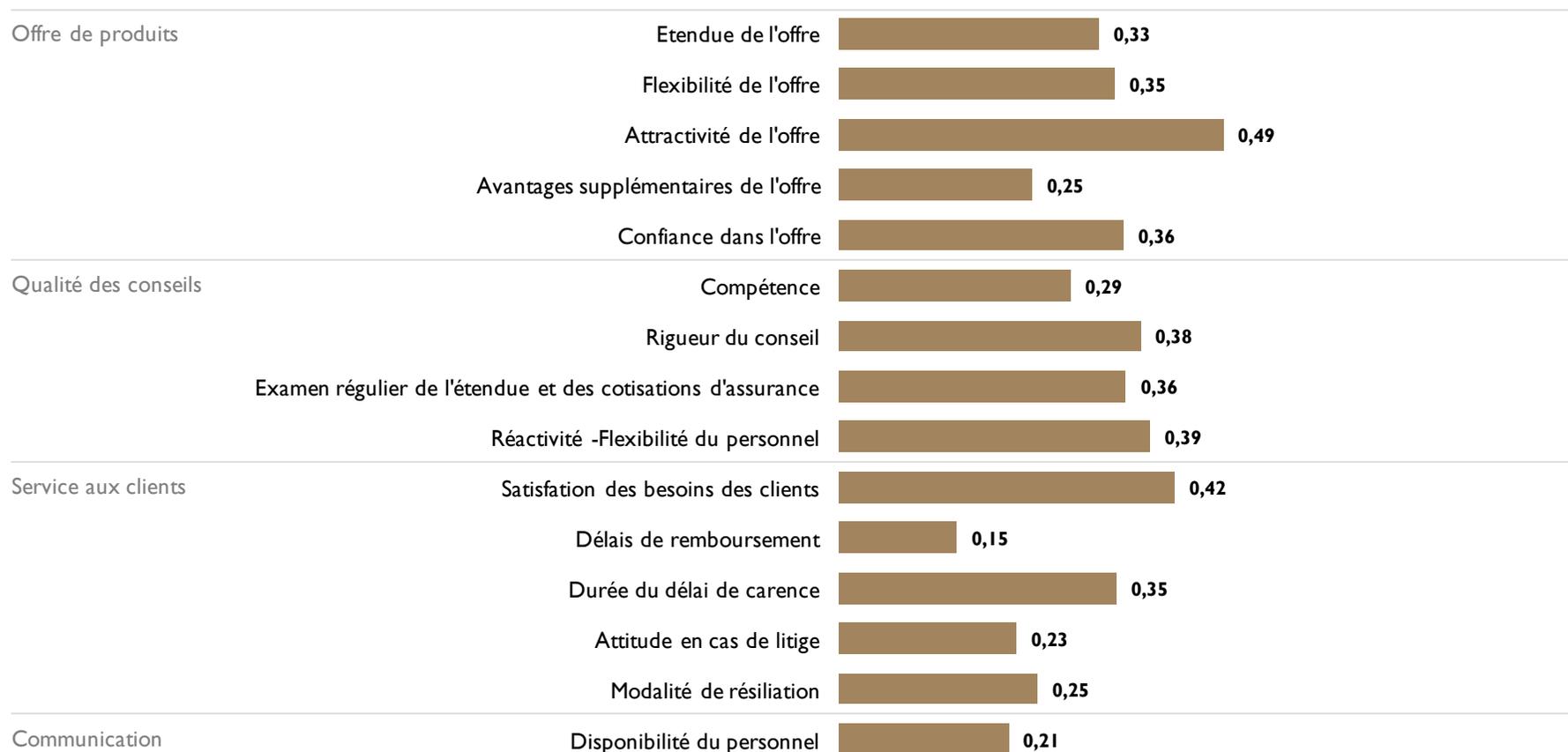


Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Malakoff Humanis.

Matrice action-pertinence – Mutuelle Malakoff Humanis

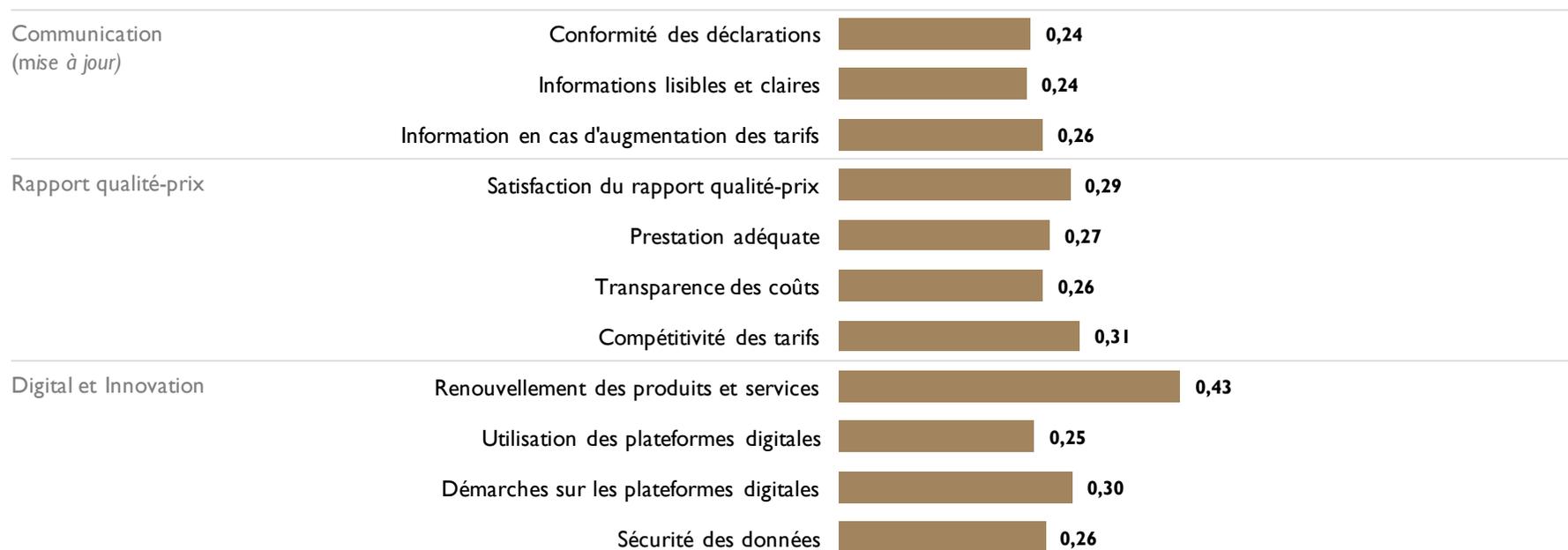


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Mutuelle Ociane Matmut (I)



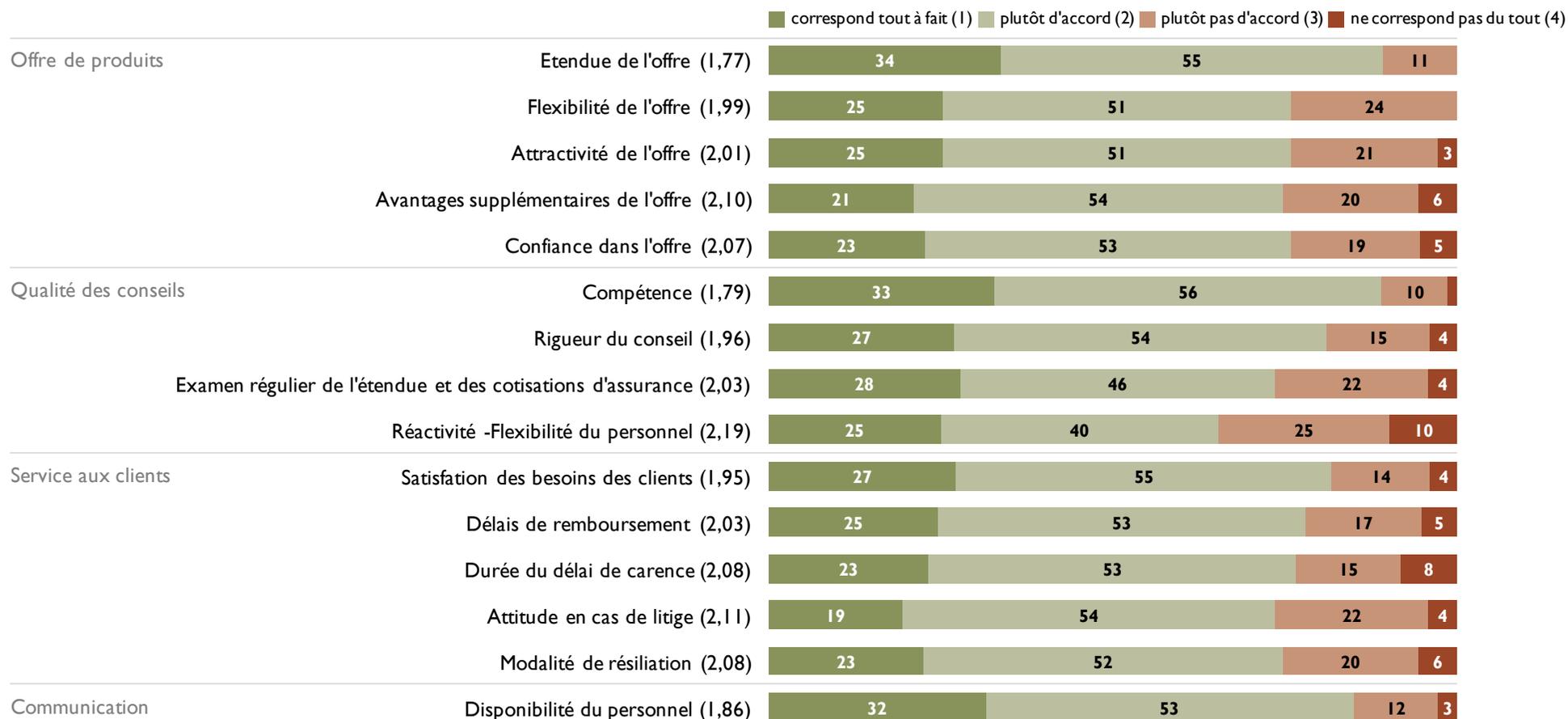
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Mutuelle Ociane Matmut (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

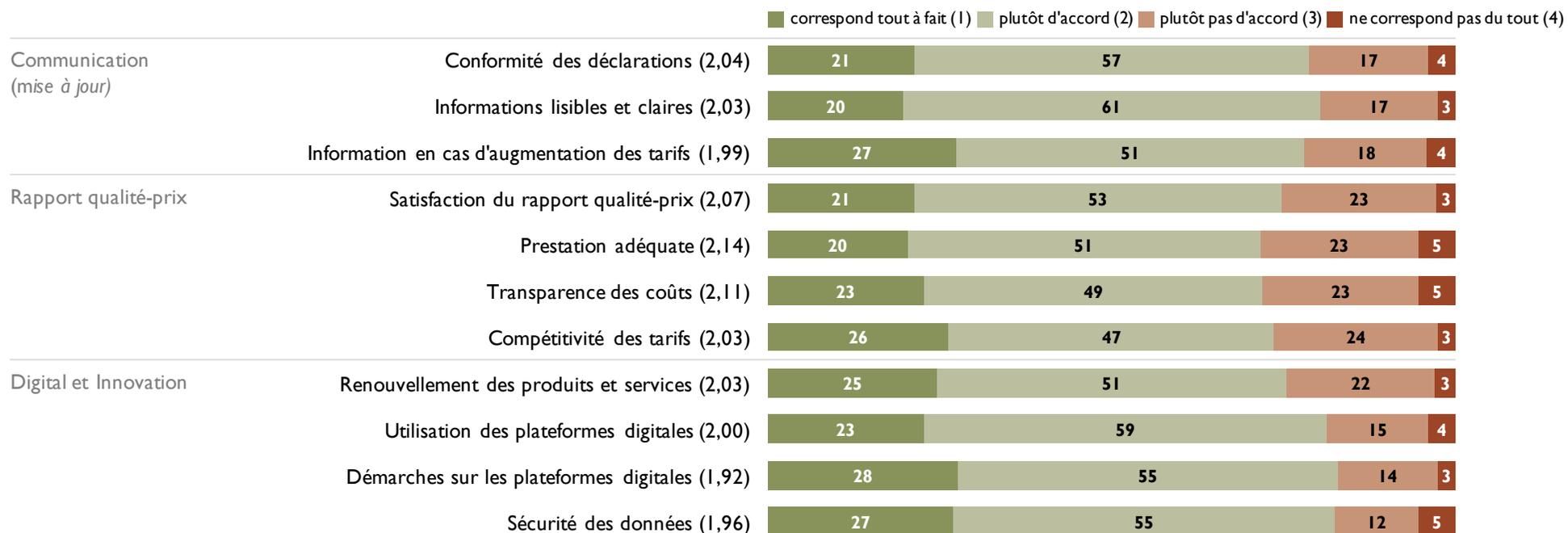
Profil-qualité – Mutuelle Ociane Matmut (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Ociane Matmut.

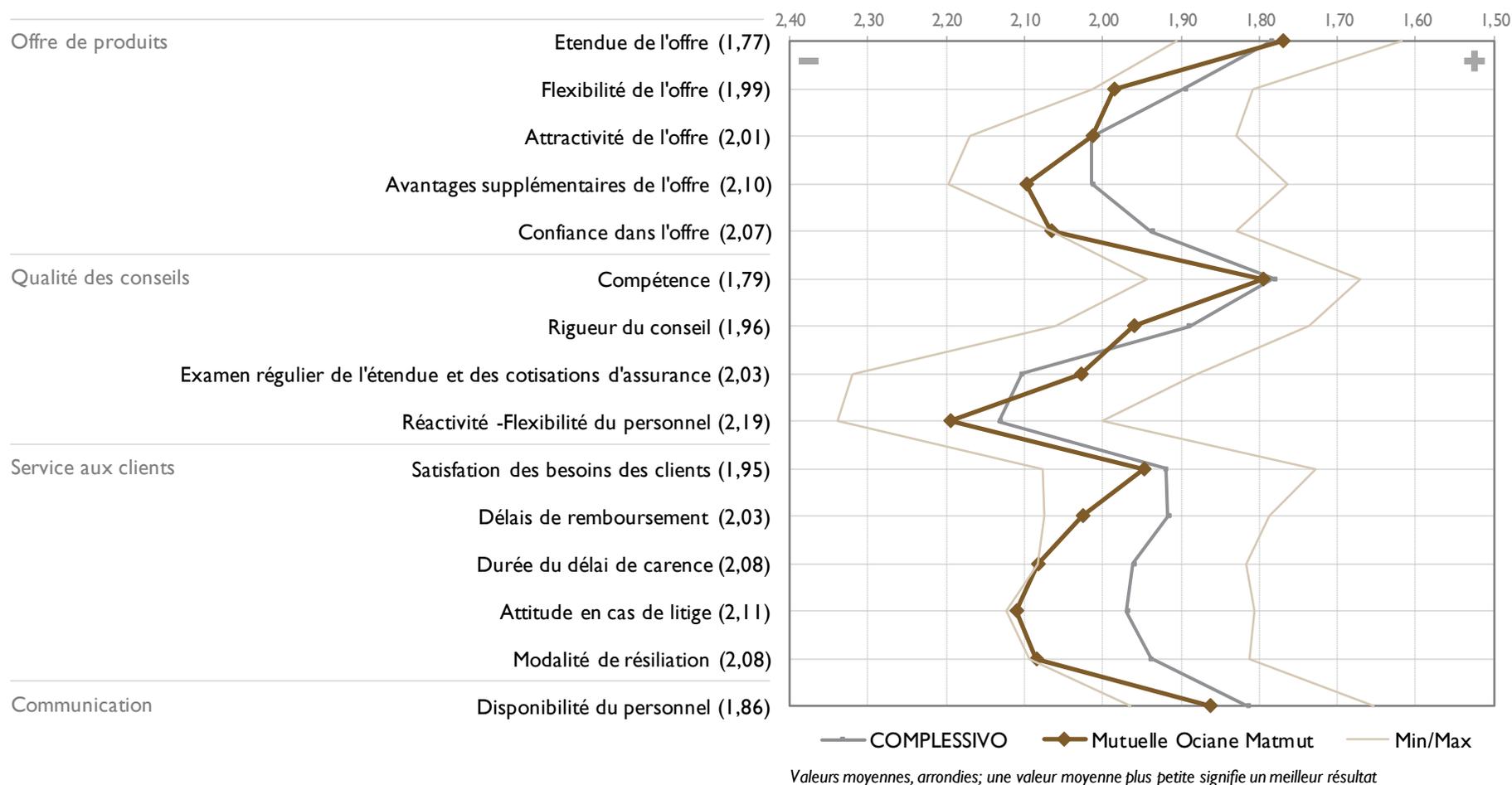
Profil-qualité – Mutuelle Ociane Matmut (II)



Données en pourcentage, arrondies

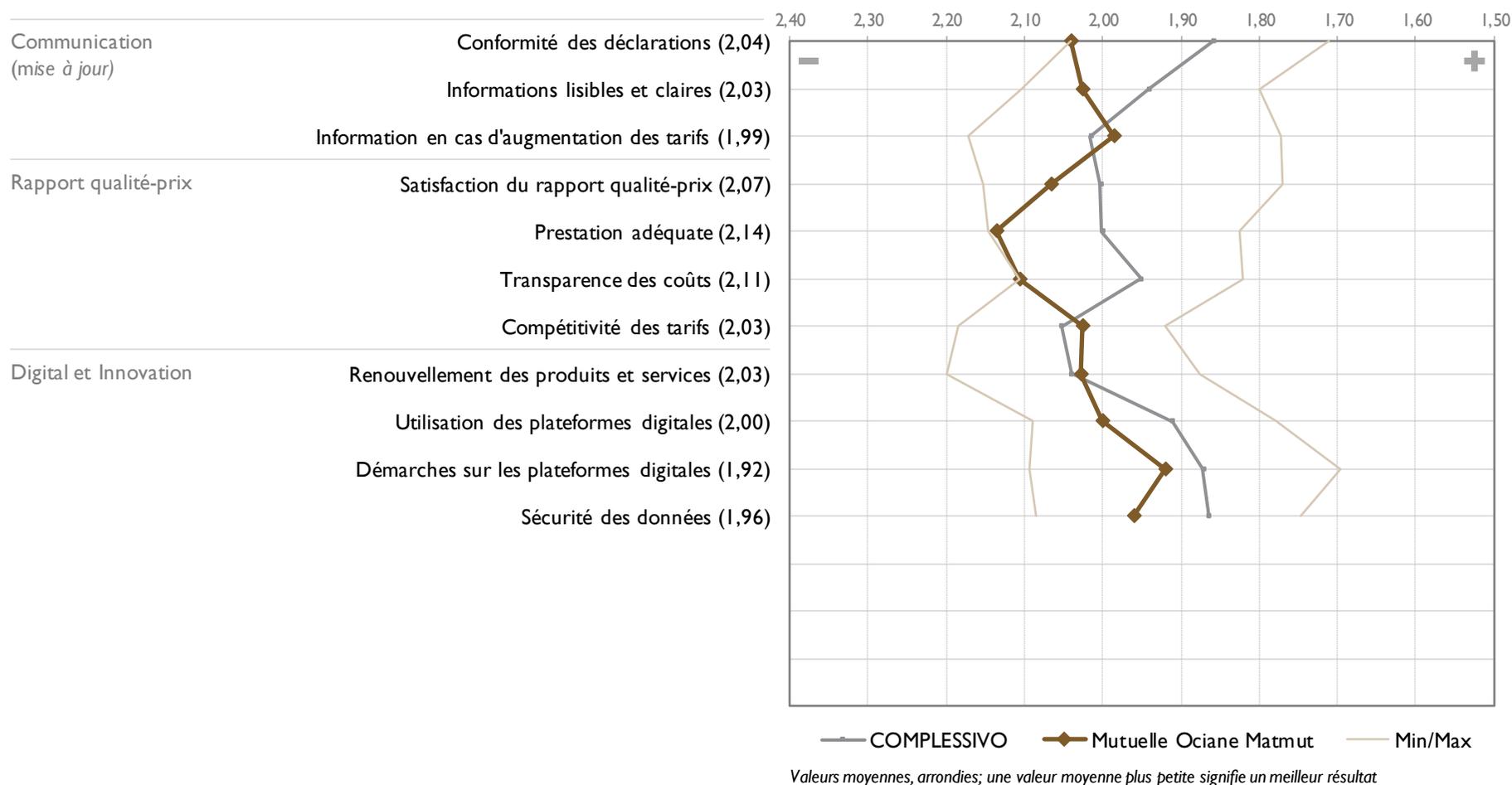
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Ociane Matmut.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Mutuelle Ociane Matmut (I)



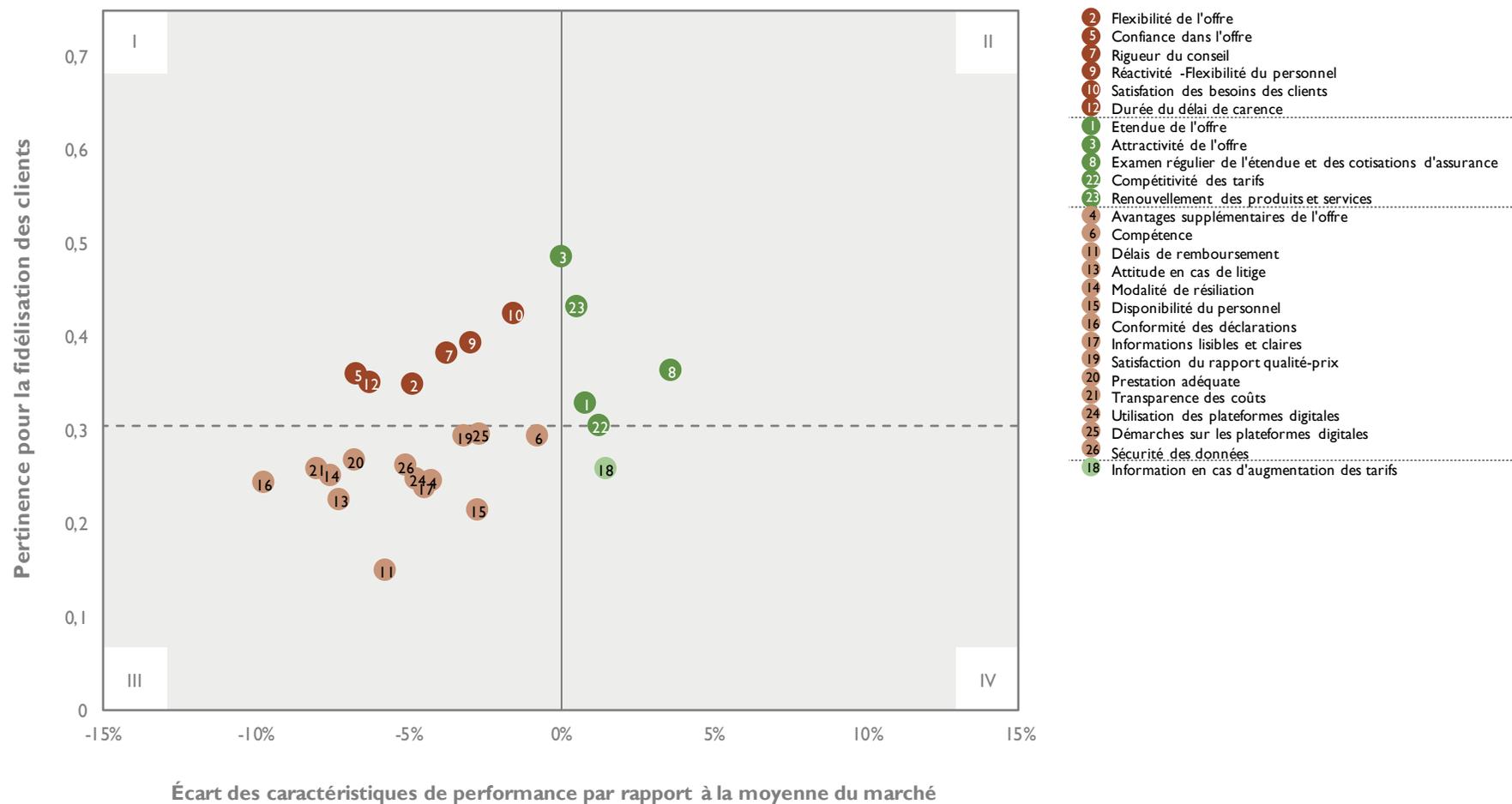
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Ociane Matmut.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Mutuelle Ociane Matmut (II)

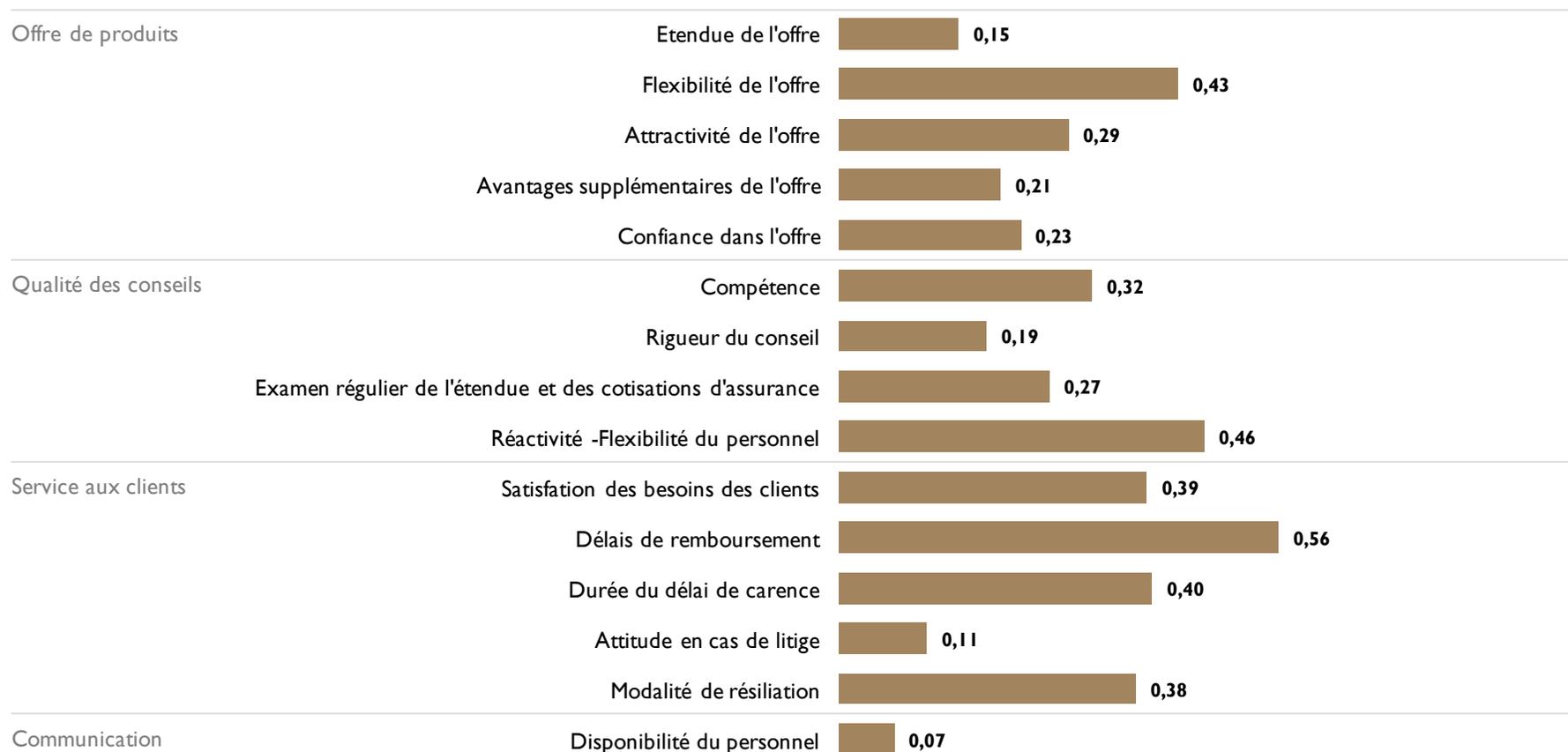


Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Ociane Matmut.

Matrice action-pertinence – Mutuelle Ociane Matmut

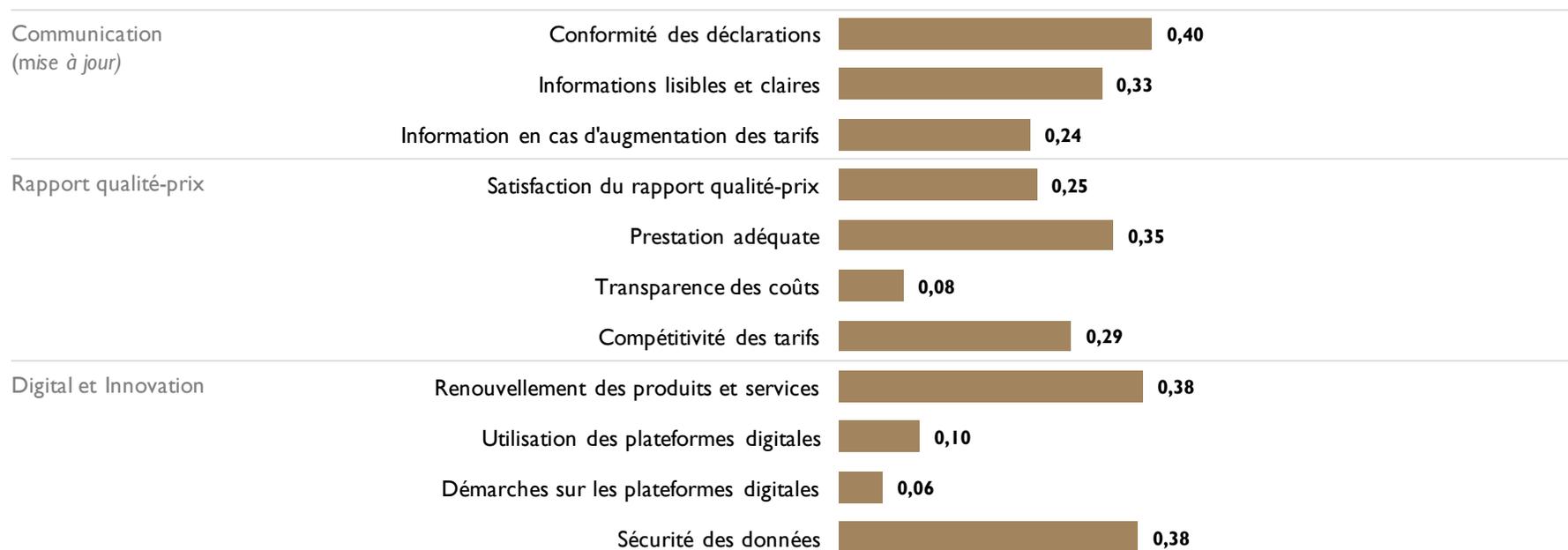


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Solimut Mutuelle de France (I)



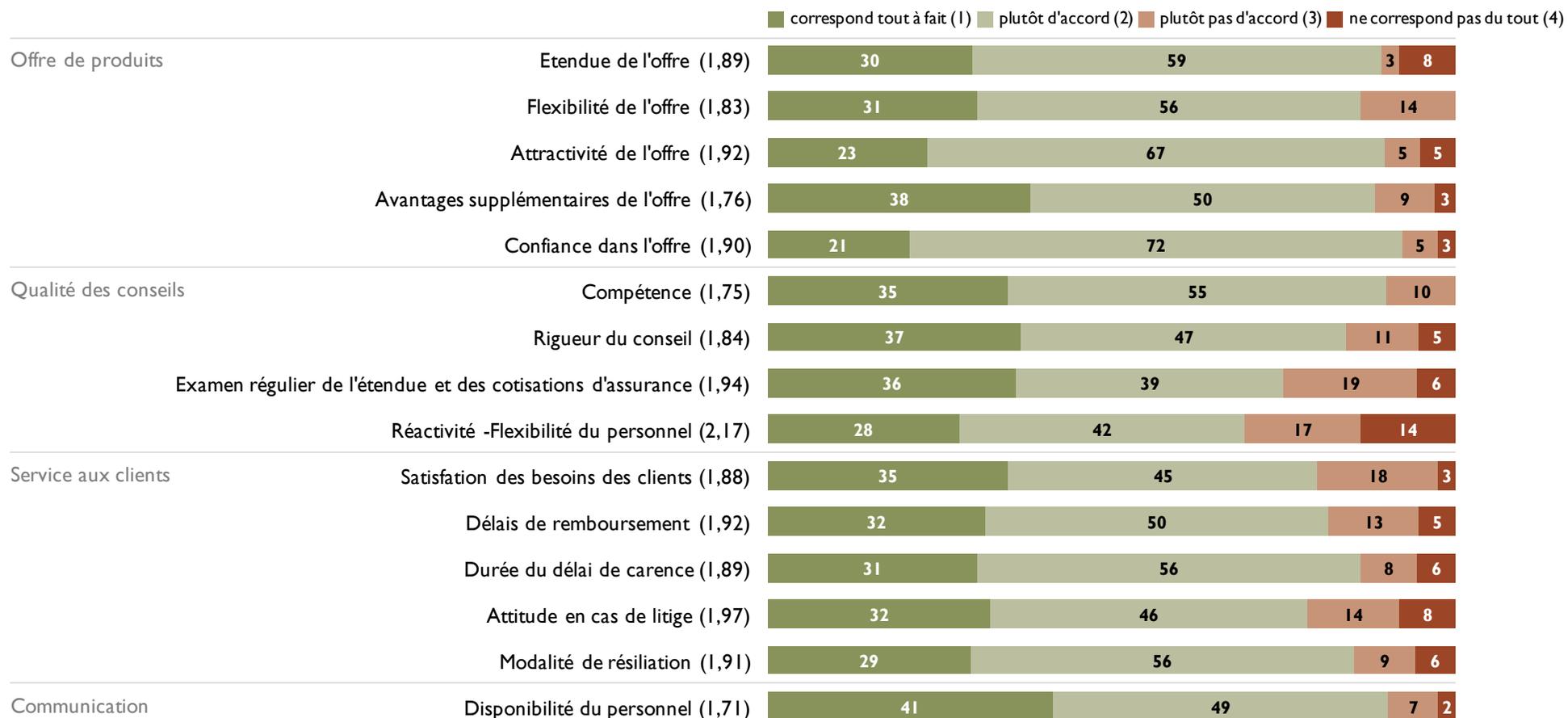
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Solimut Mutuelle de France (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

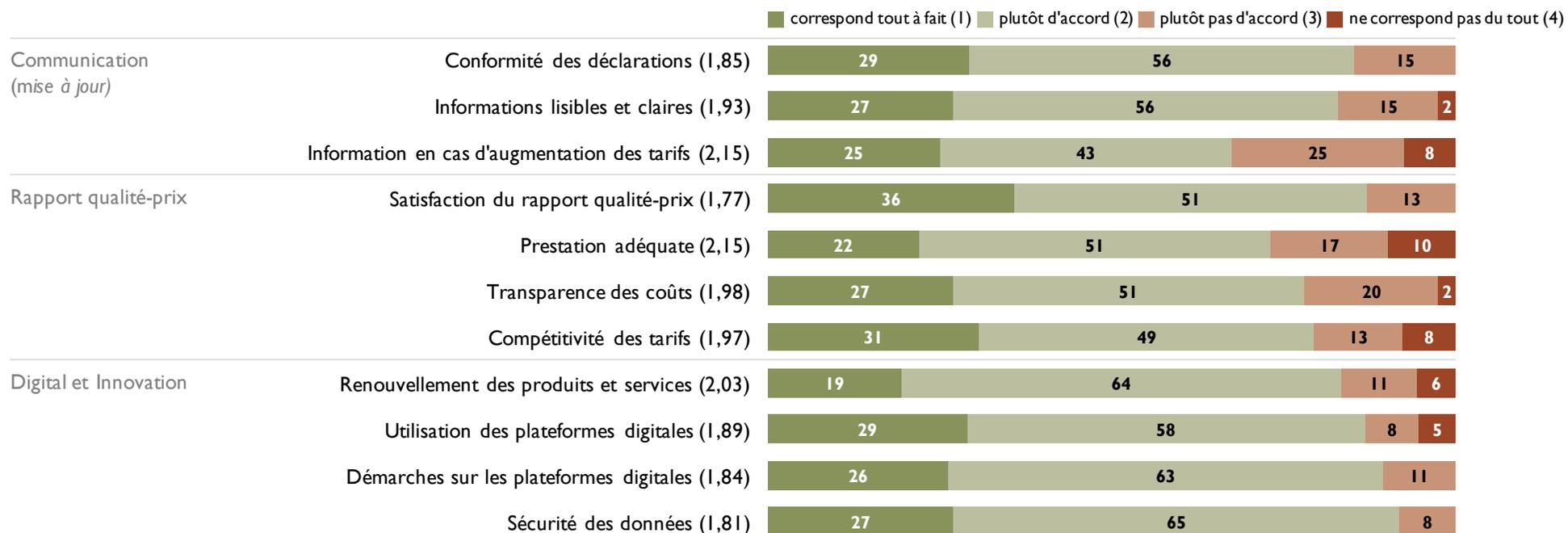
Profil-qualité – Solimut Mutuelle de France (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Solimut Mutuelle de France.

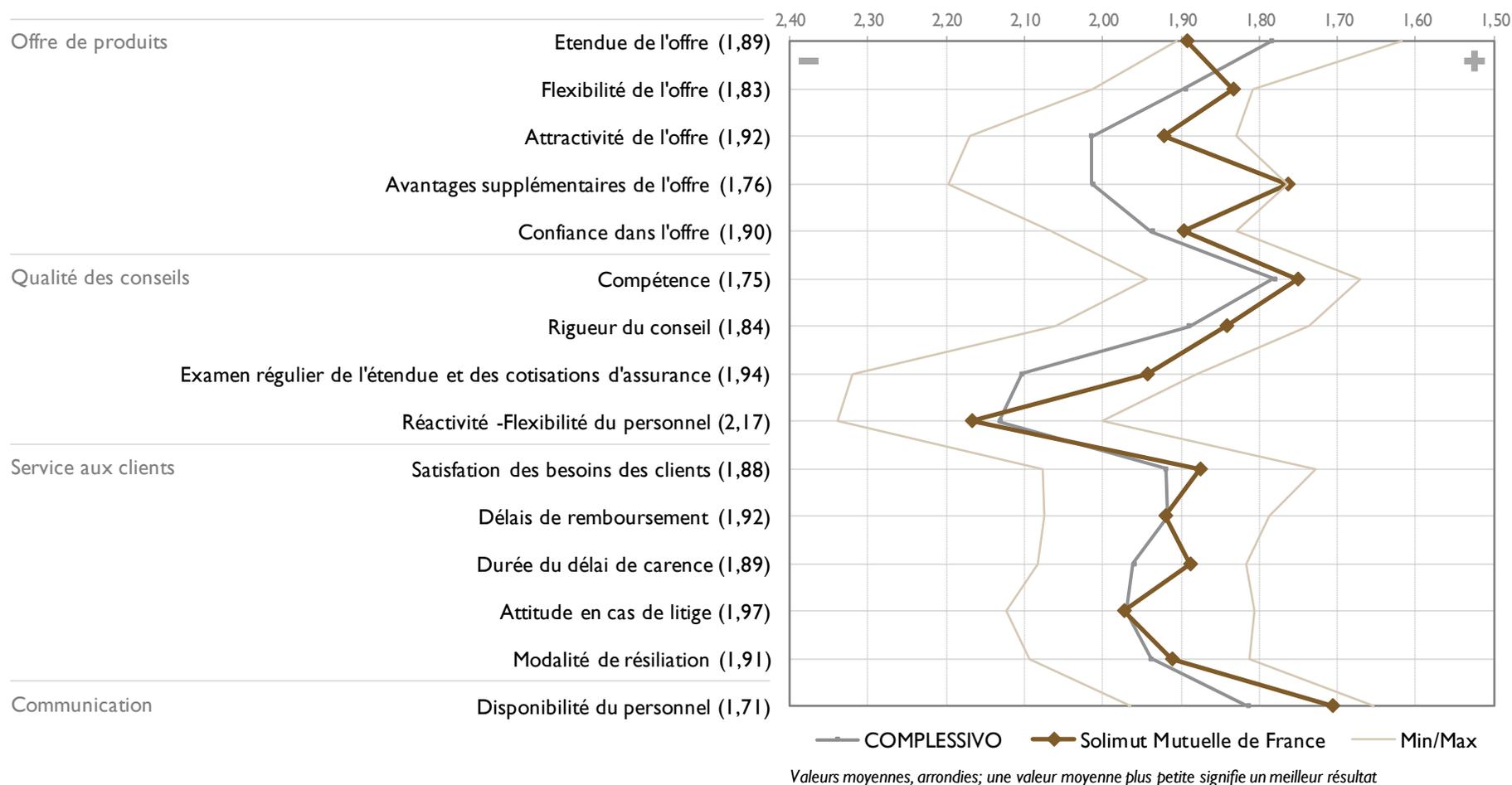
Profil-qualité – Solimut Mutuelle de France (II)



Données en pourcentage, arrondies

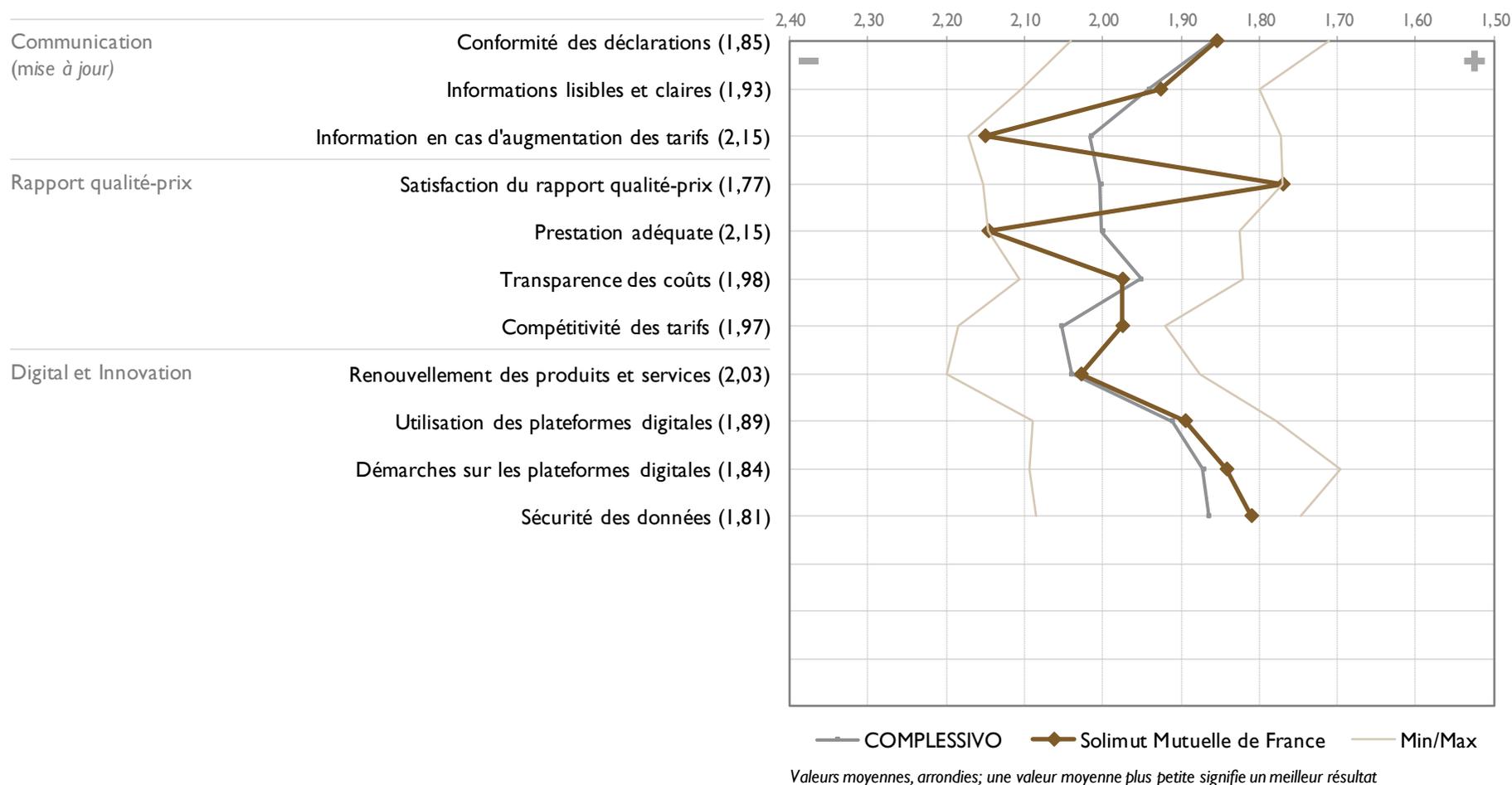
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Solimut Mutuelle de France.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Solimut Mutuelle de France (I)



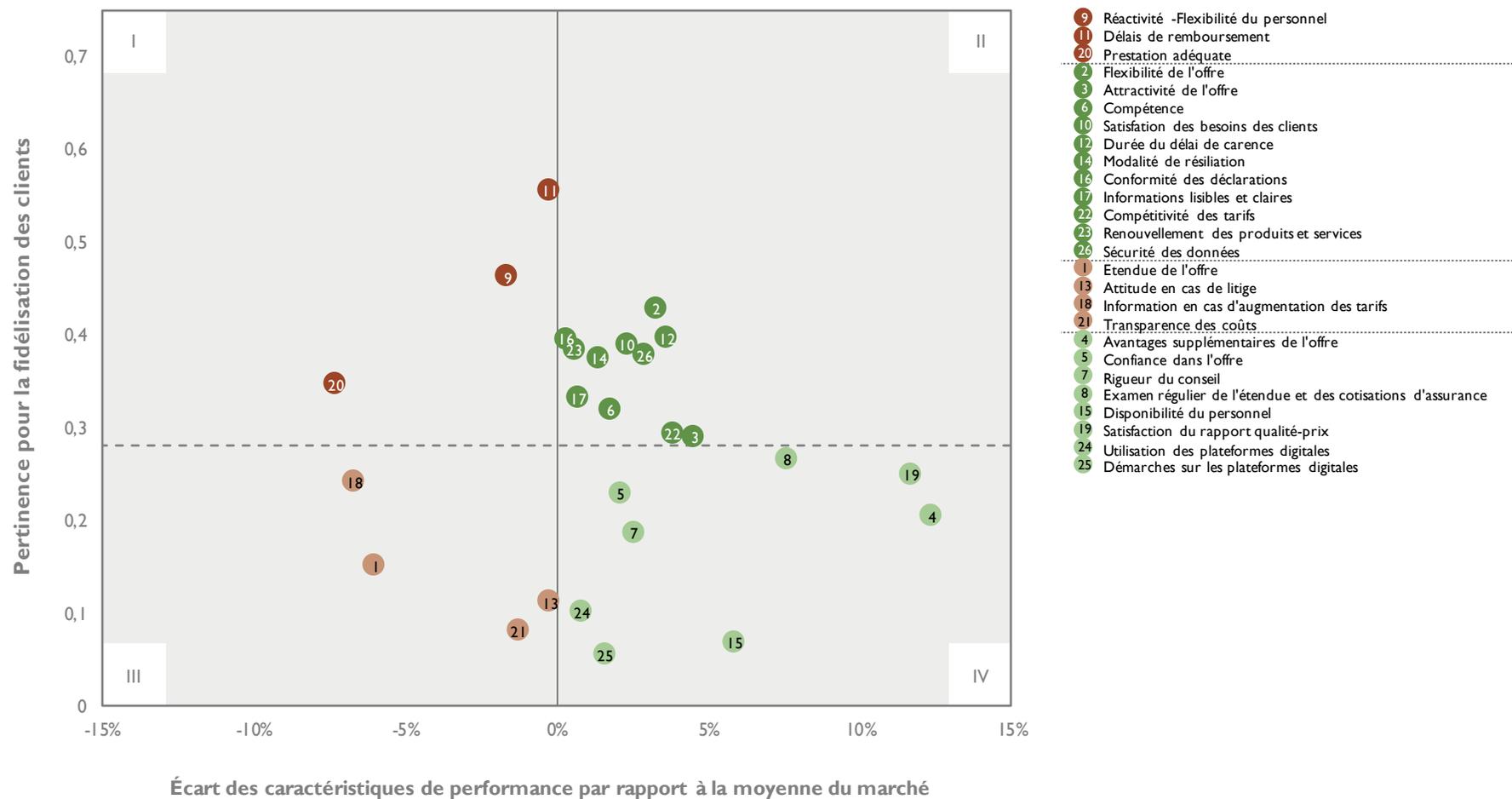
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Solimut Mutuelle de France.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Solimut Mutuelle de France (II)

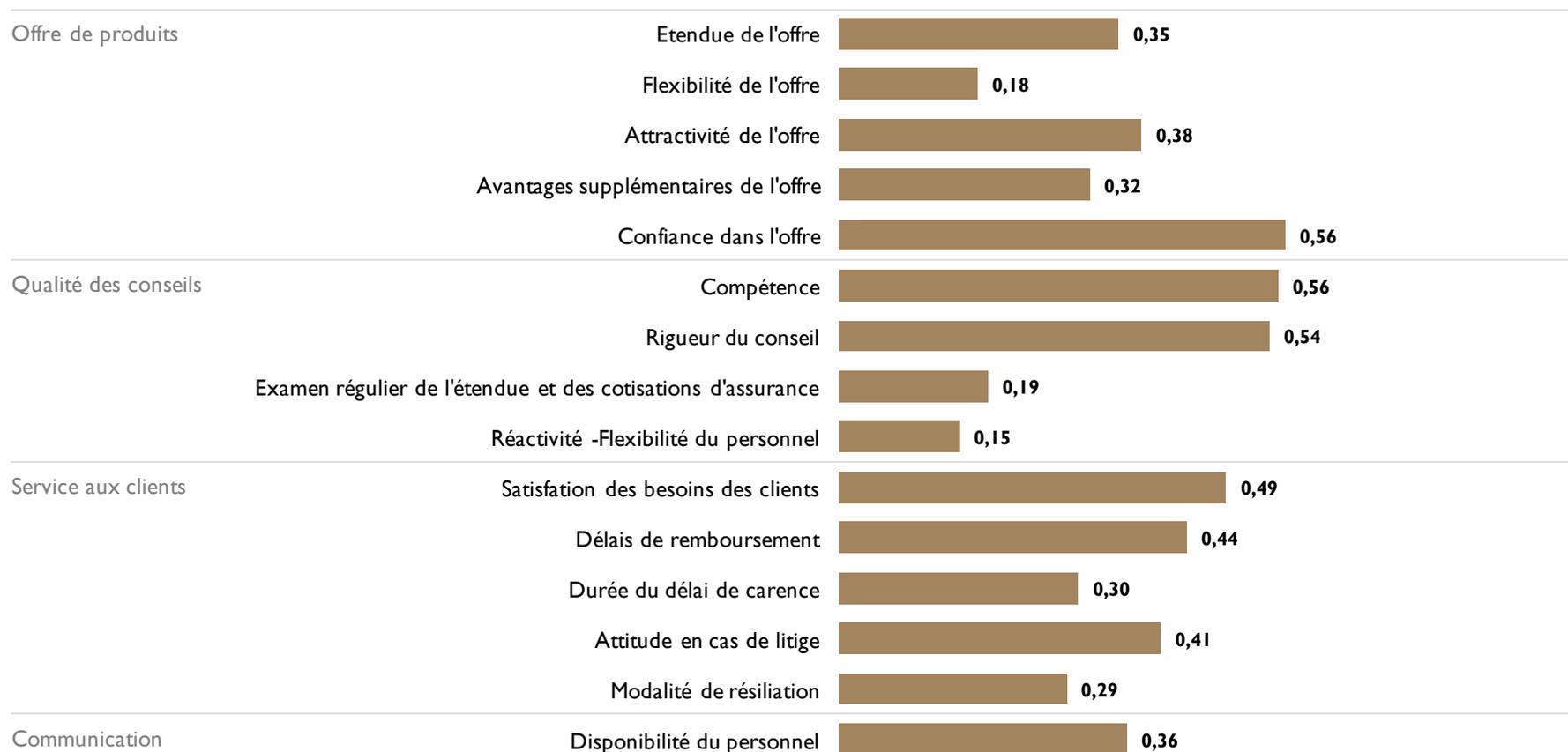


Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Solimut Mutuelle de France.

Matrice action-pertinence – Solimut Mutuelle de France

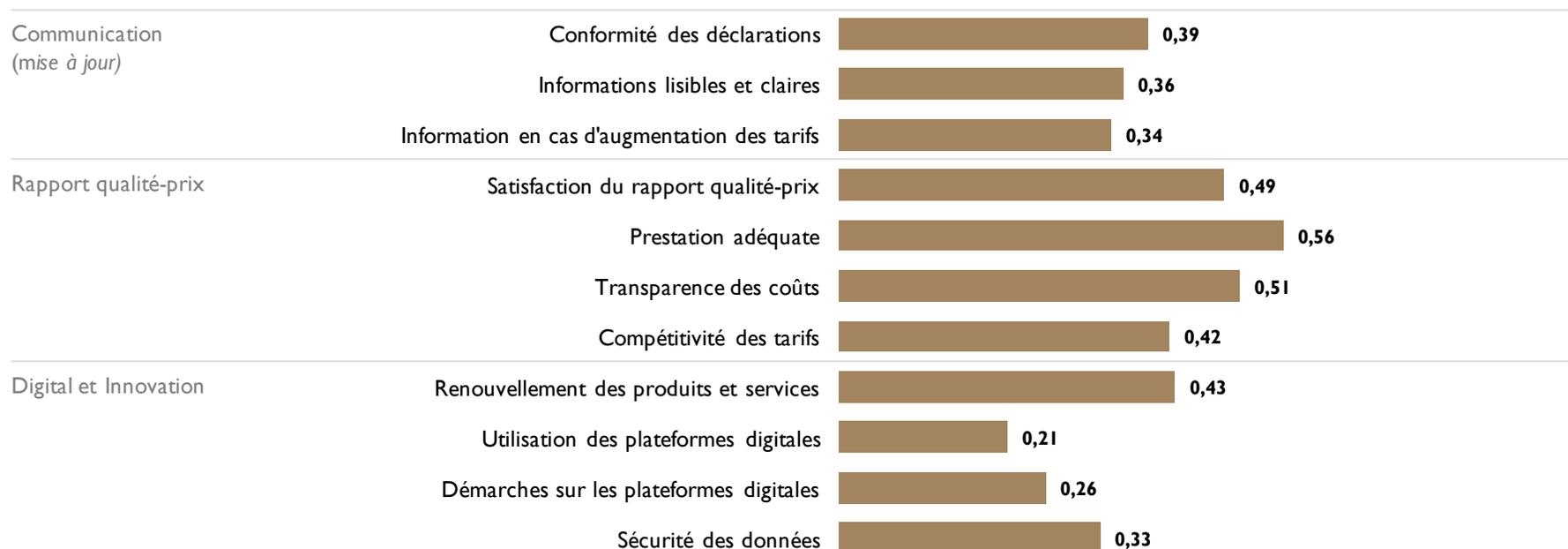


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Unéo (I)



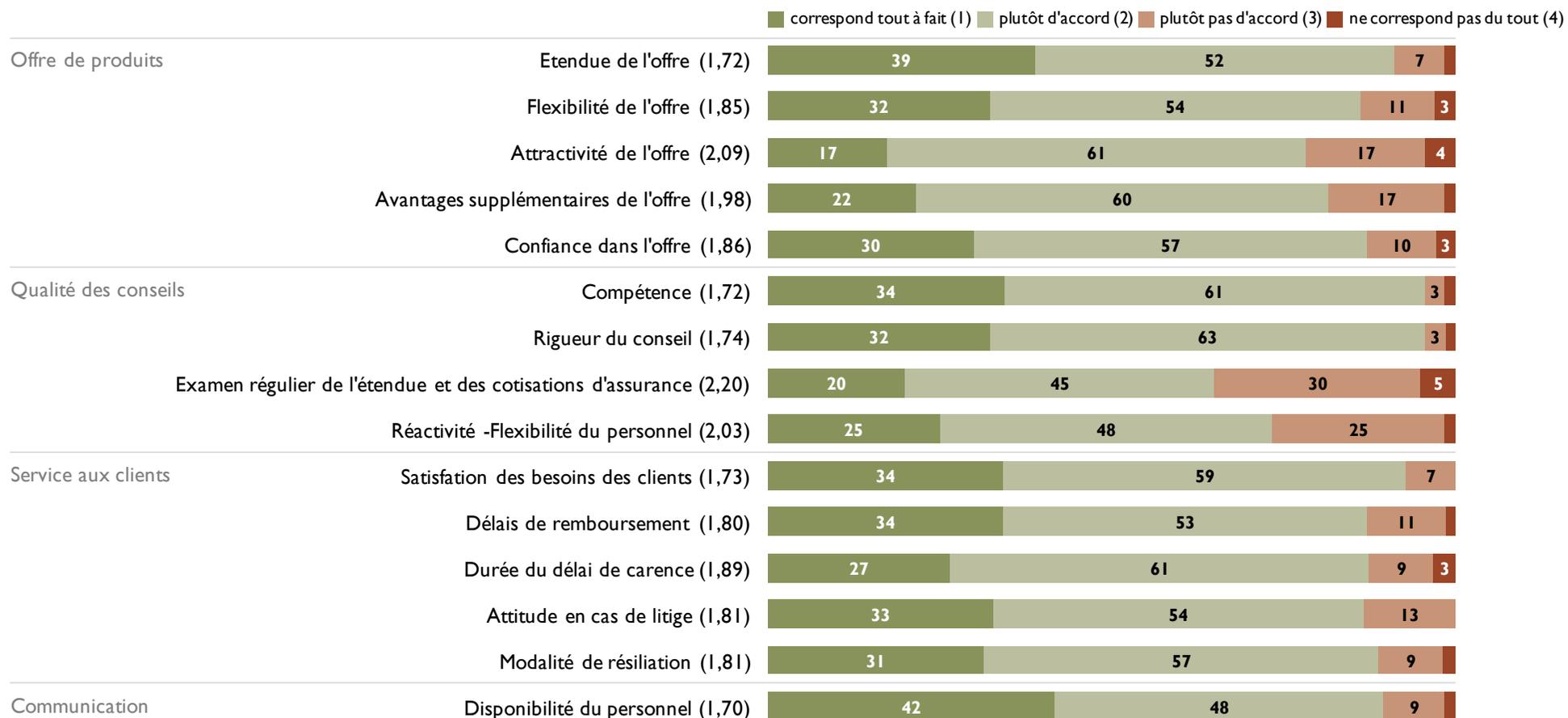
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Unéo (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

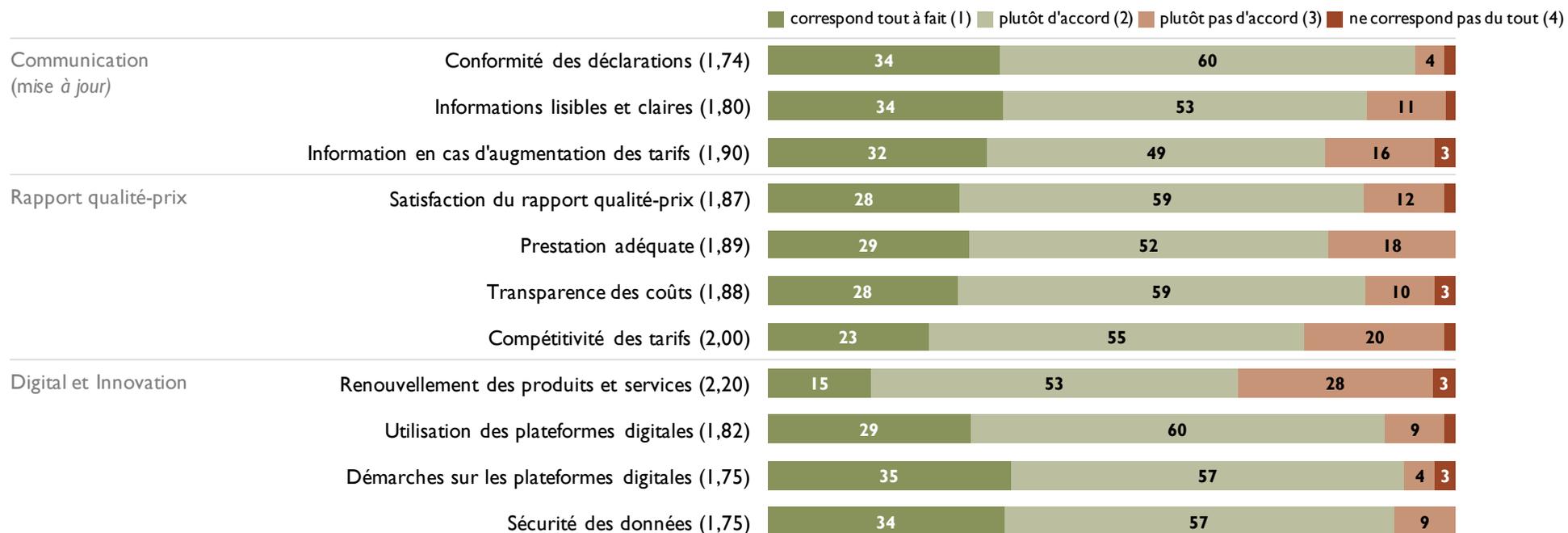
Profil-qualité – Unéo (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Unéo.

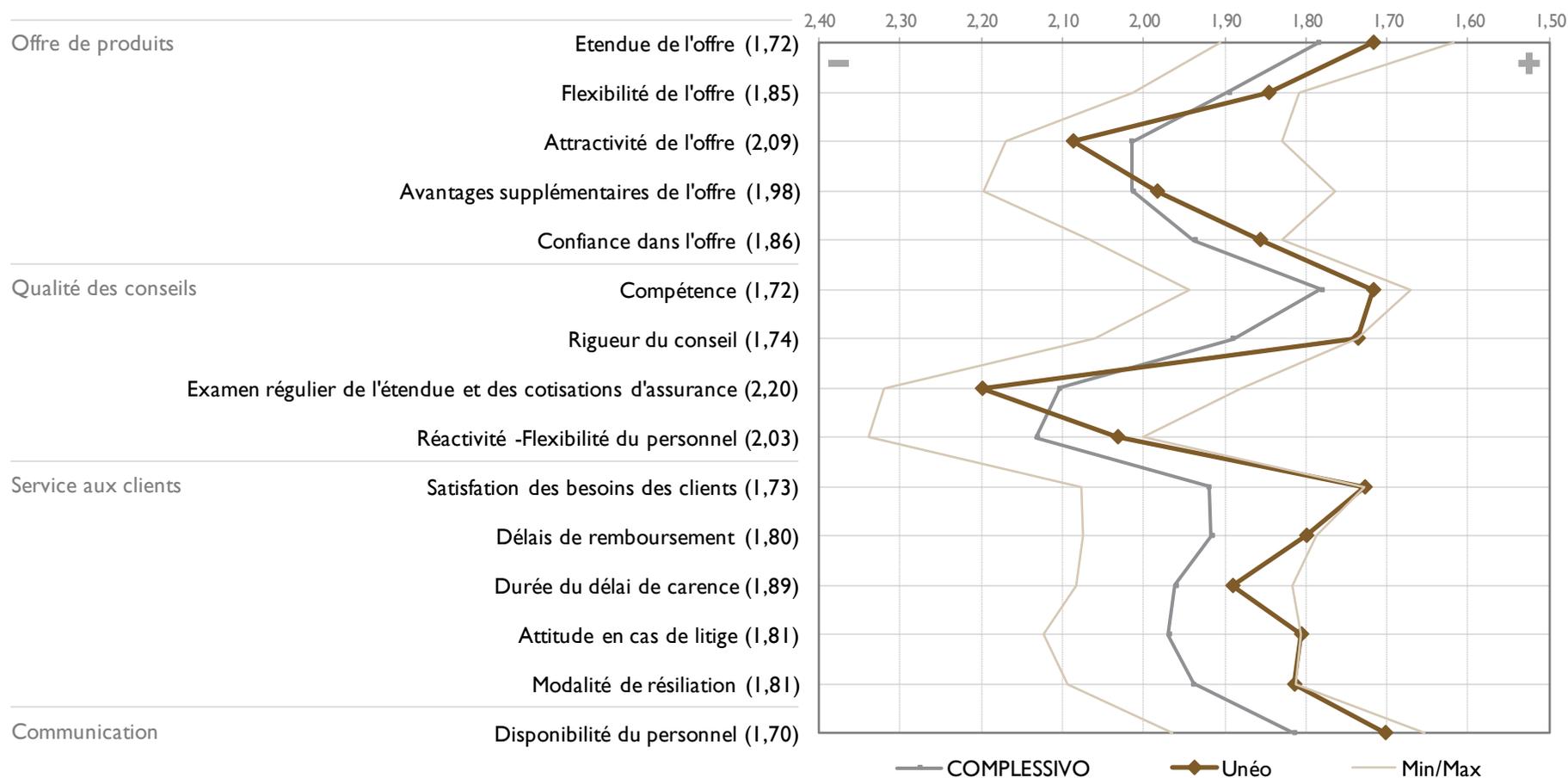
Profil-qualité – Unéo (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Unéo.

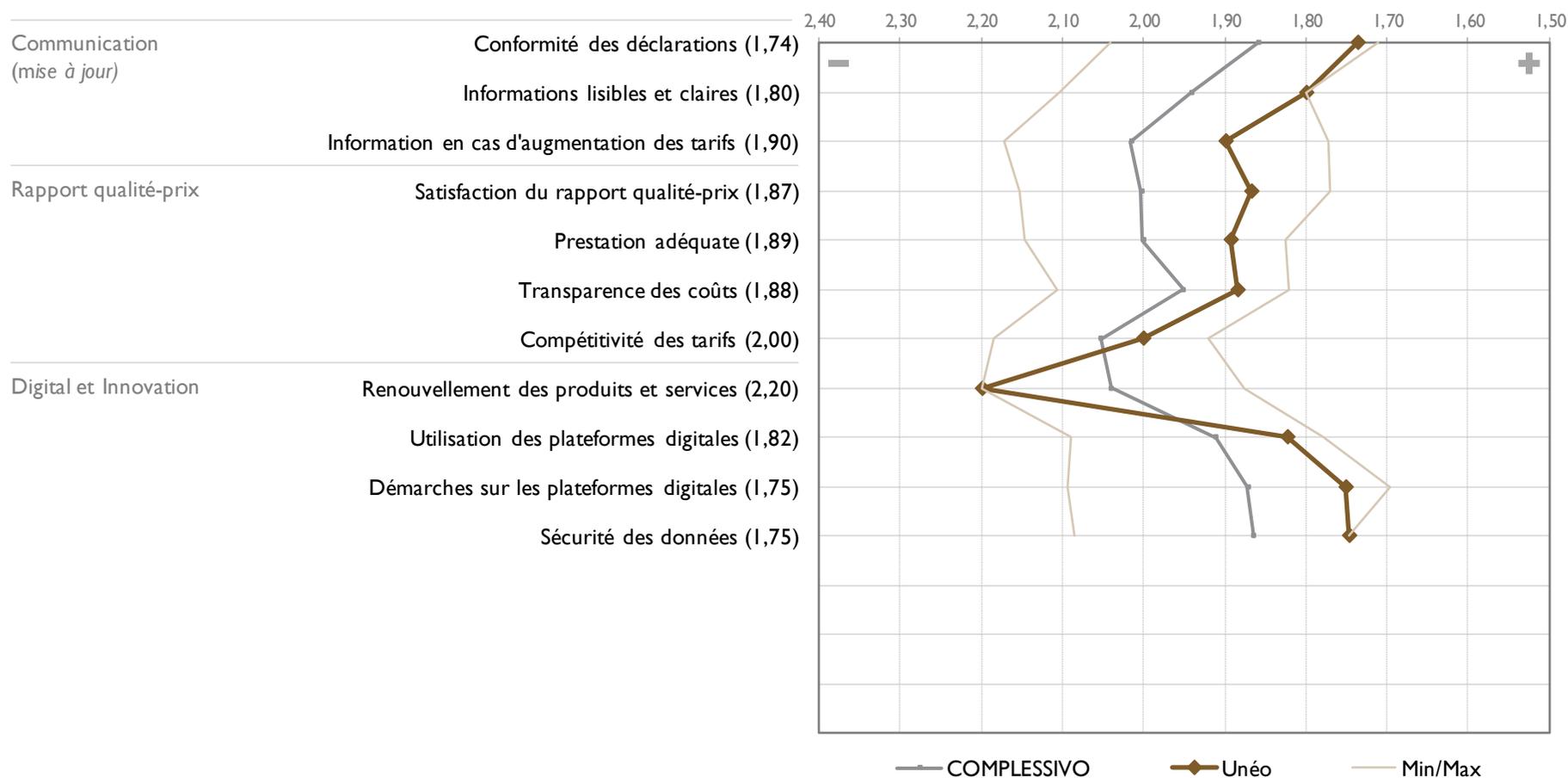
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Unéo (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Unéo.

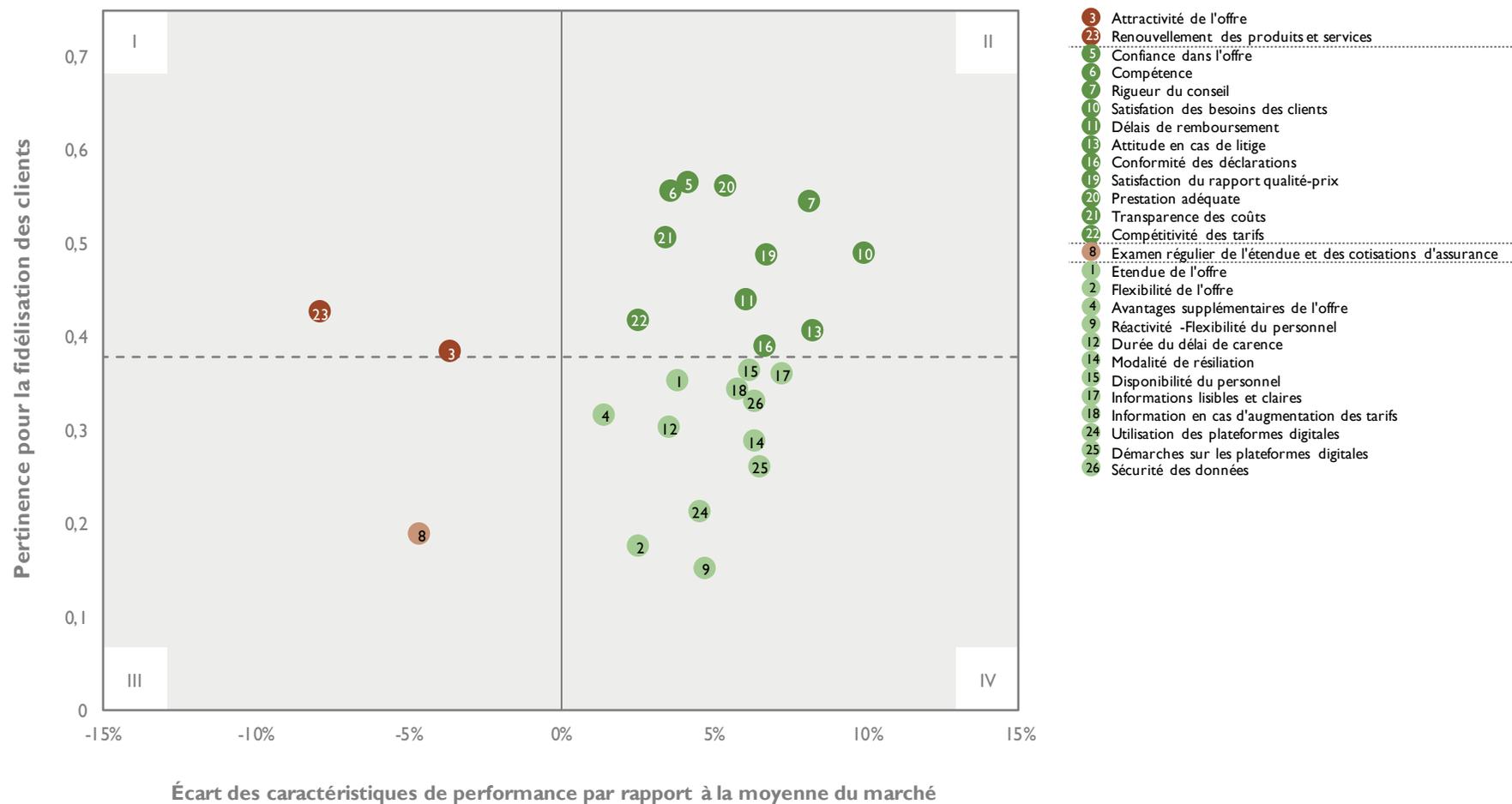
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Unéo (II)



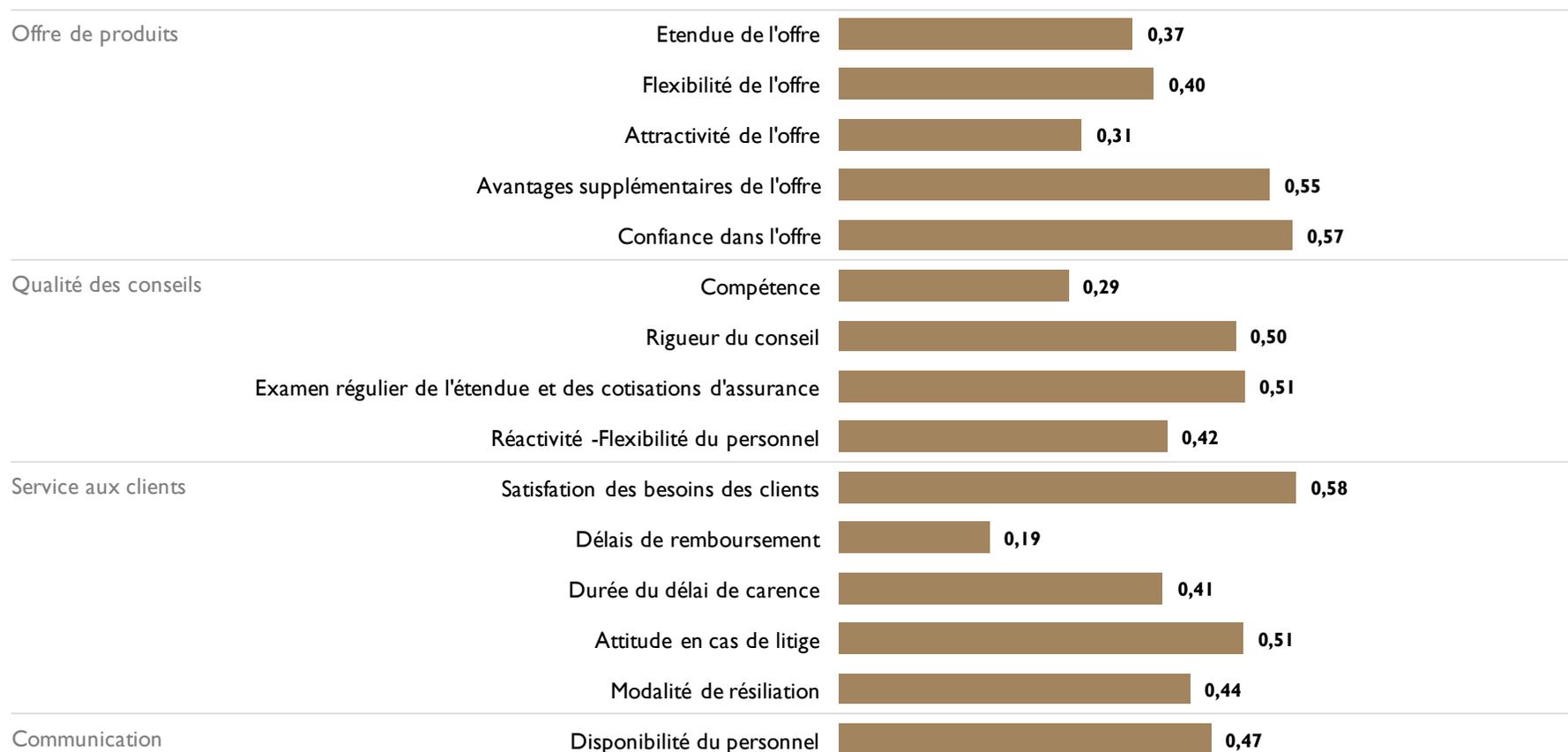
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Unéo.

Matrice action-pertinence – Unéo

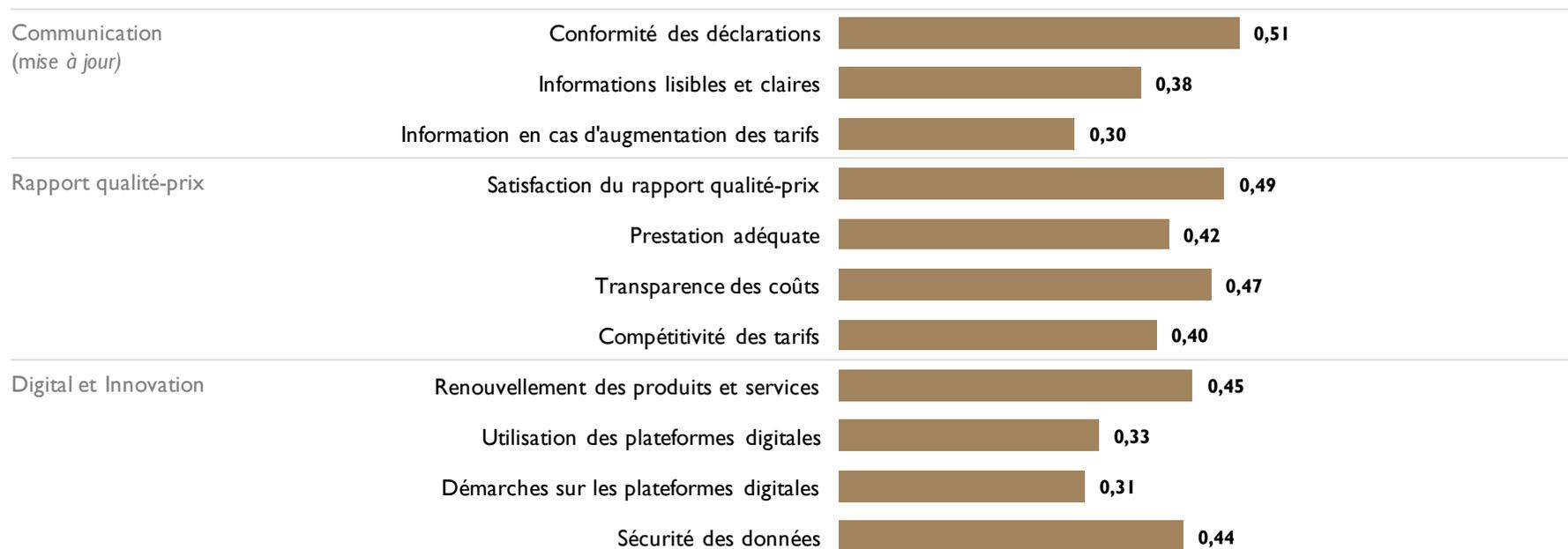


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Viasanté Mutuelle (I)



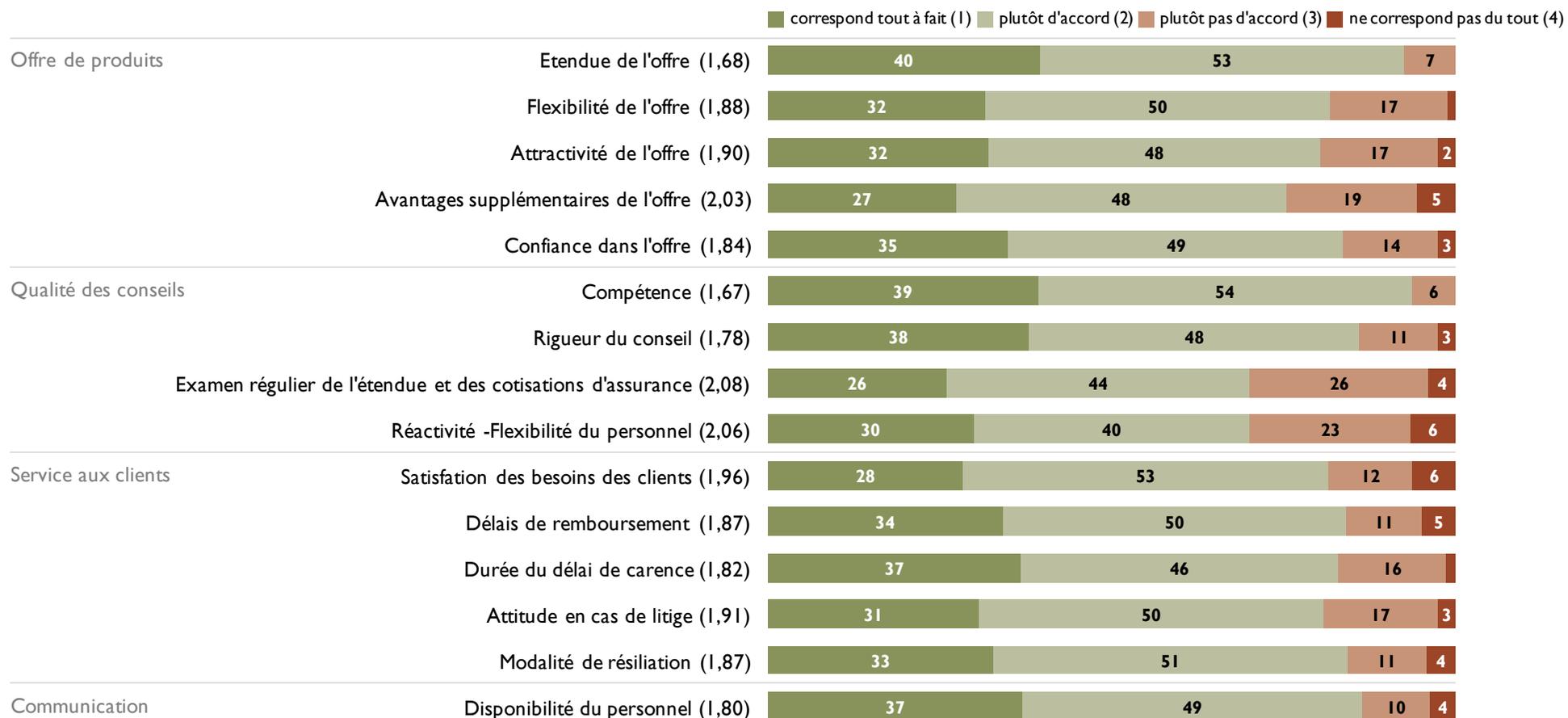
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Viasanté Mutuelle (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

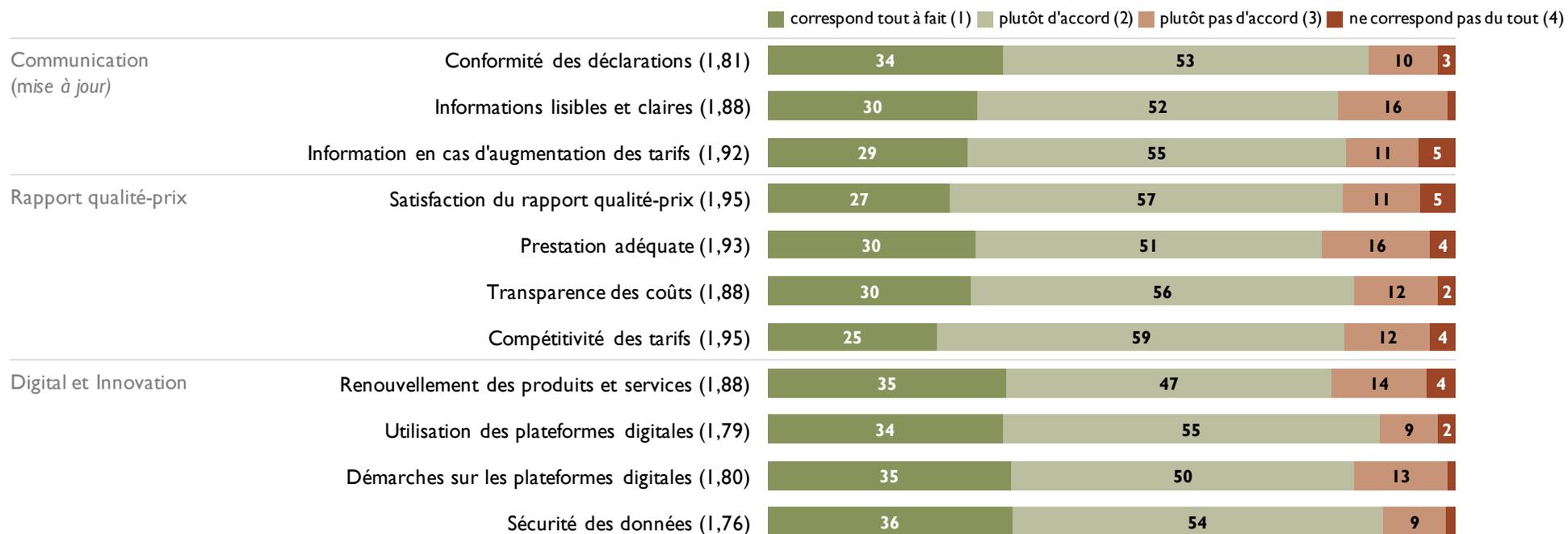
Profil-qualité – Viasanté Mutuelle (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Viasanté Mutuelle.

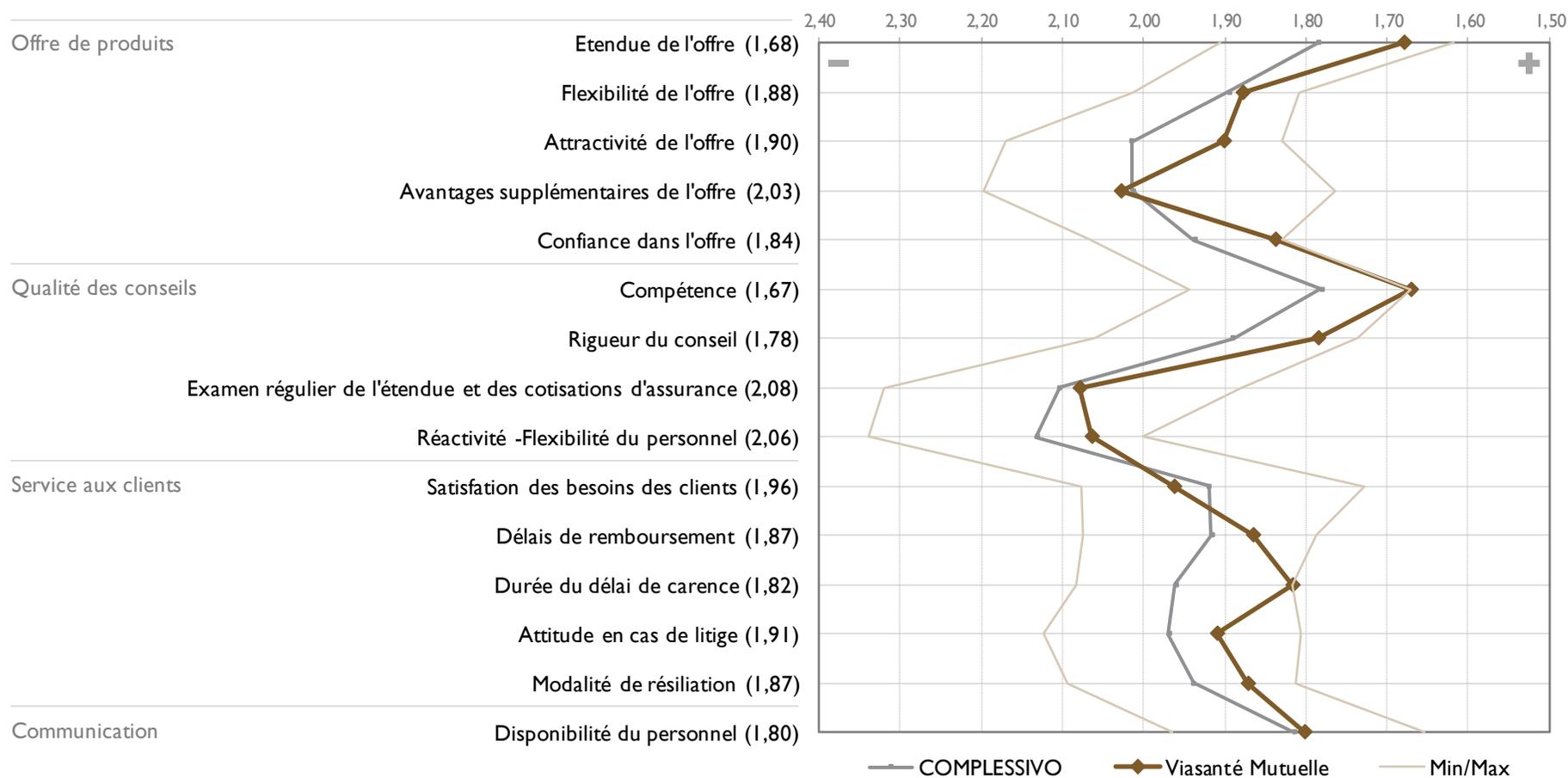
Profil-qualité – Viasanté Mutuelle (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Viasanté Mutuelle.

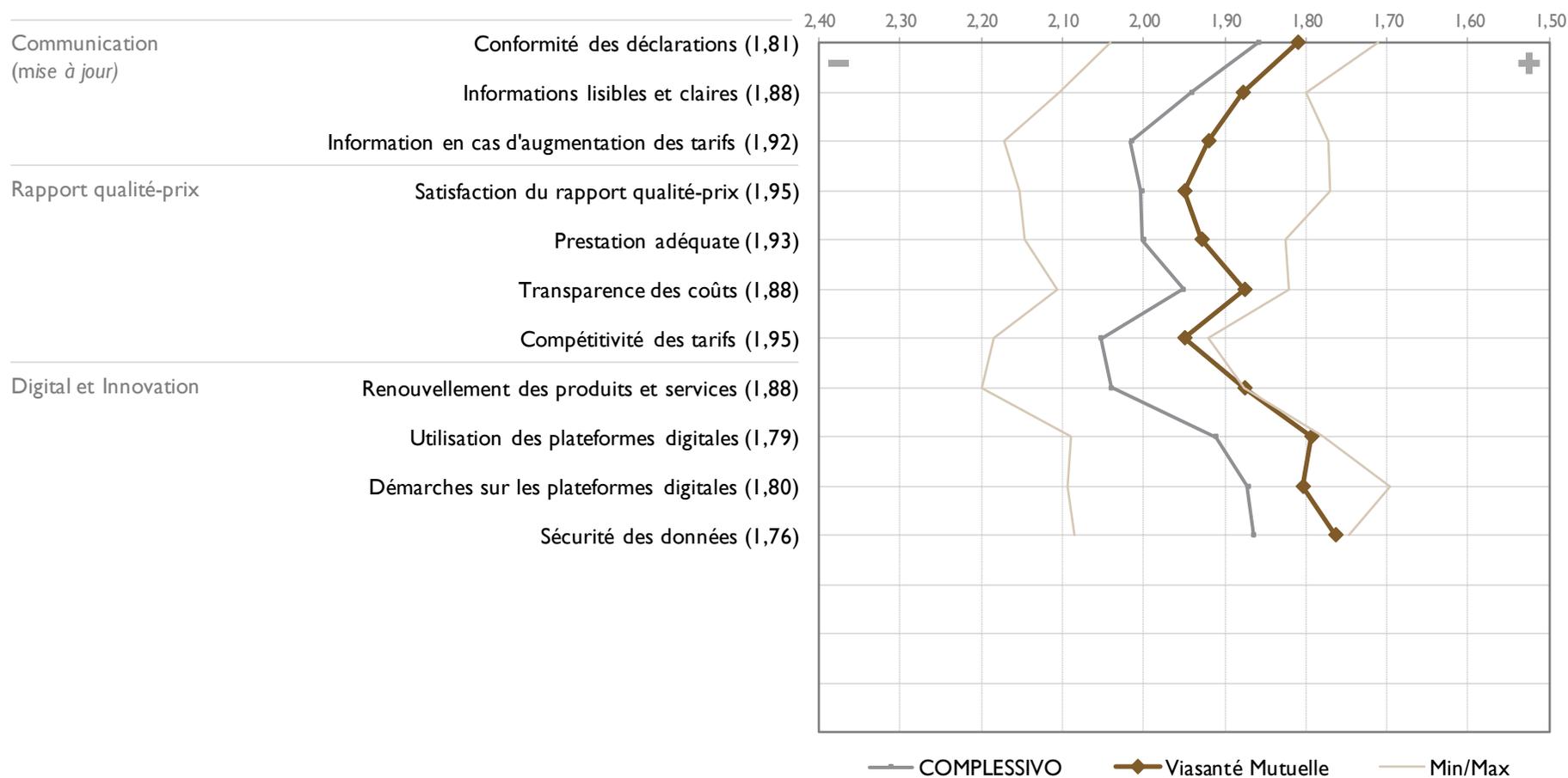
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Viasanté Mutuelle (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Viasanté Mutuelle.

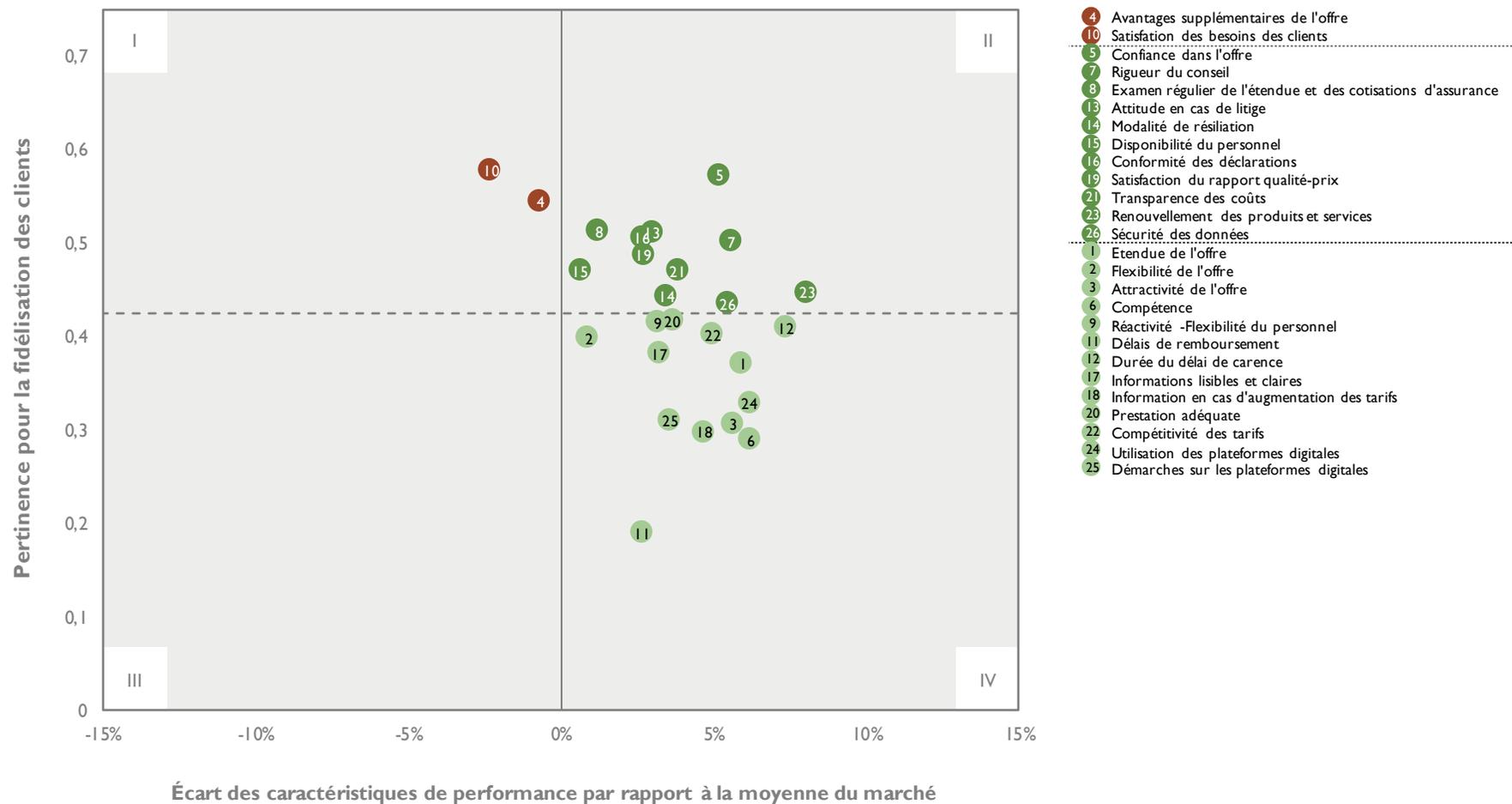
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Viasanté Mutuelle (II)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

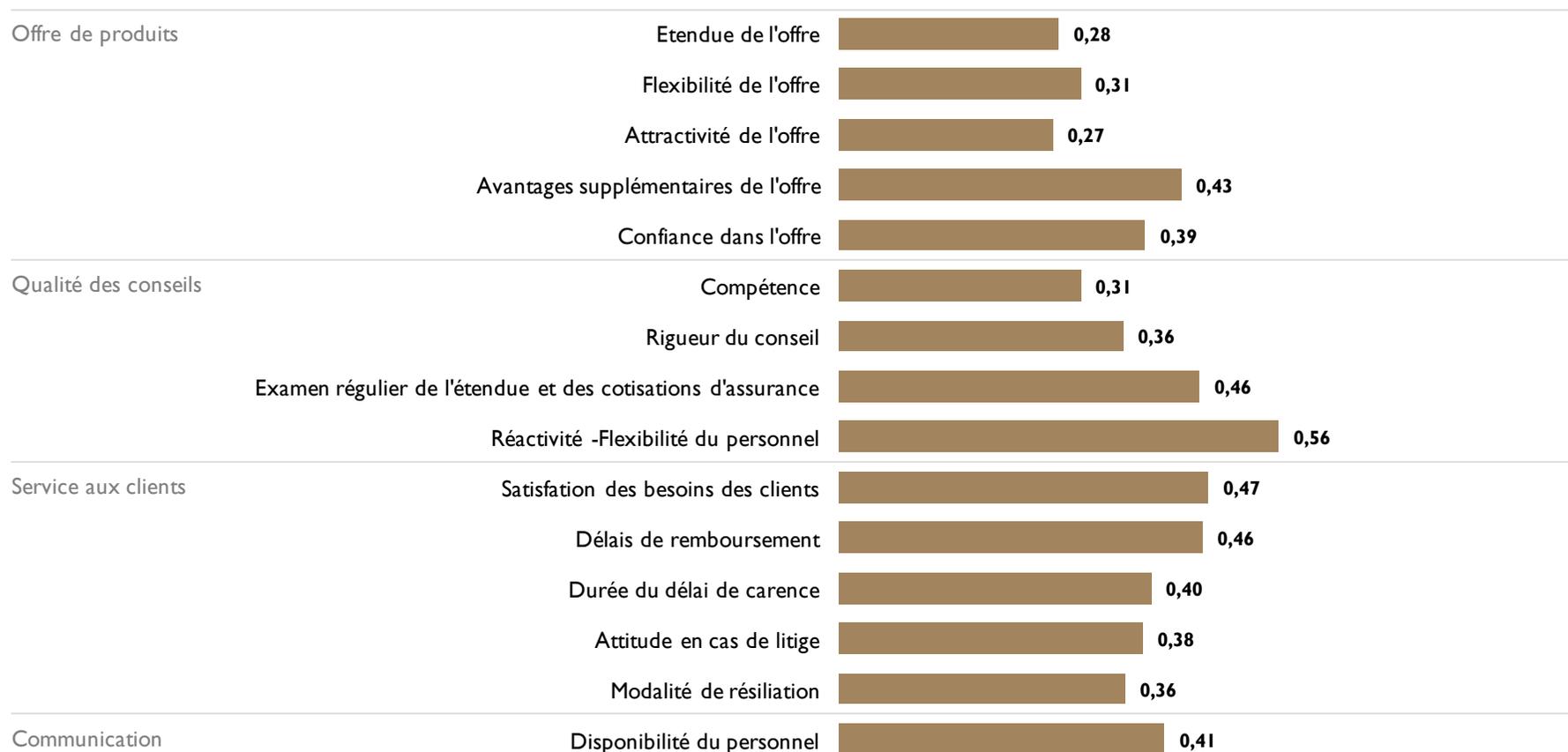
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Viasanté Mutuelle.

Matrice action-pertinence – Viasanté Mutuelle



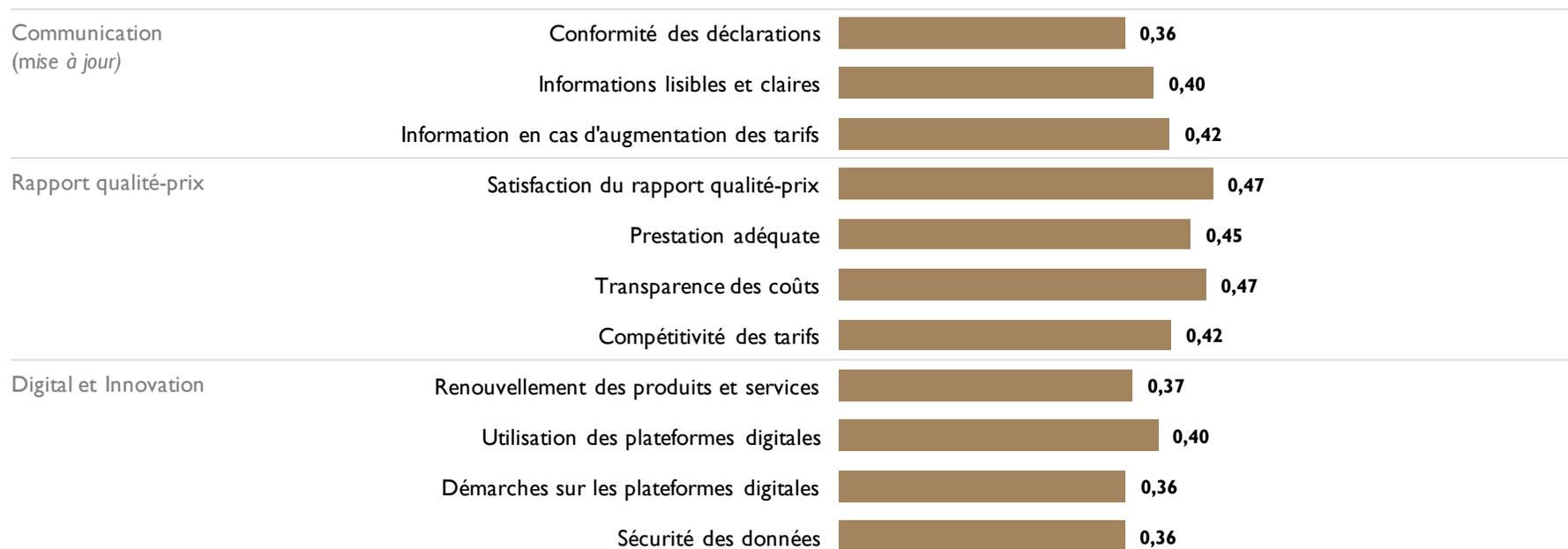
1. Annexe de l'enquête
2. INSTITUT DE LA QUALITÉ Appréciations des clients: Classements de qualité
3. Satisfaction globale, Orientation client et fidélisation
4. Aperçu global de toutes les caractéristiques de service et de performance
5. Profil-qualité
 - 5.1 Profil-qualité des Mutuelles
 - 5.2 Profil-qualité des Bancassurances
 - 5.3 Profil-qualité des Assurances
 - 5.4 Profil-qualité des Assurances chien et chat
6. Annexe: Explication de l'échantillon

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Banque Populaire (I)



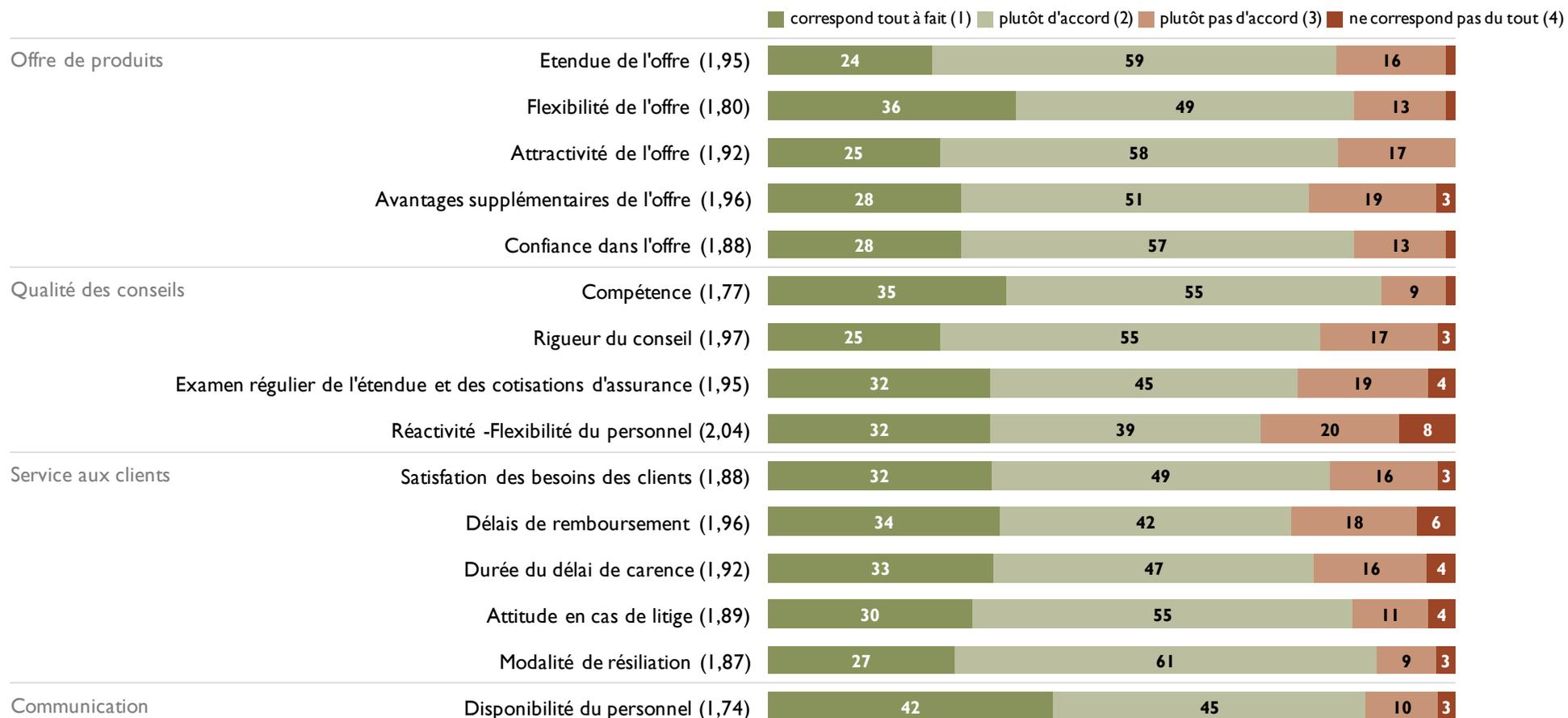
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Banque Populaire (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

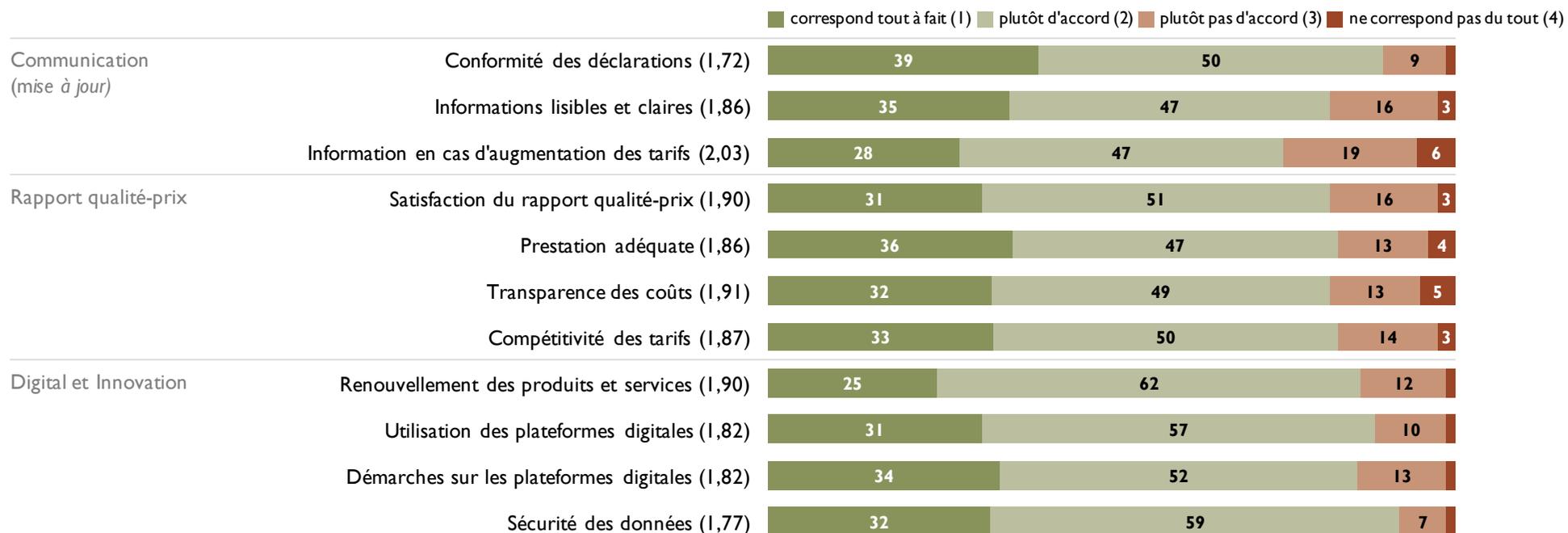
Profil-qualité – Banque Populaire (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Banque Populaire.

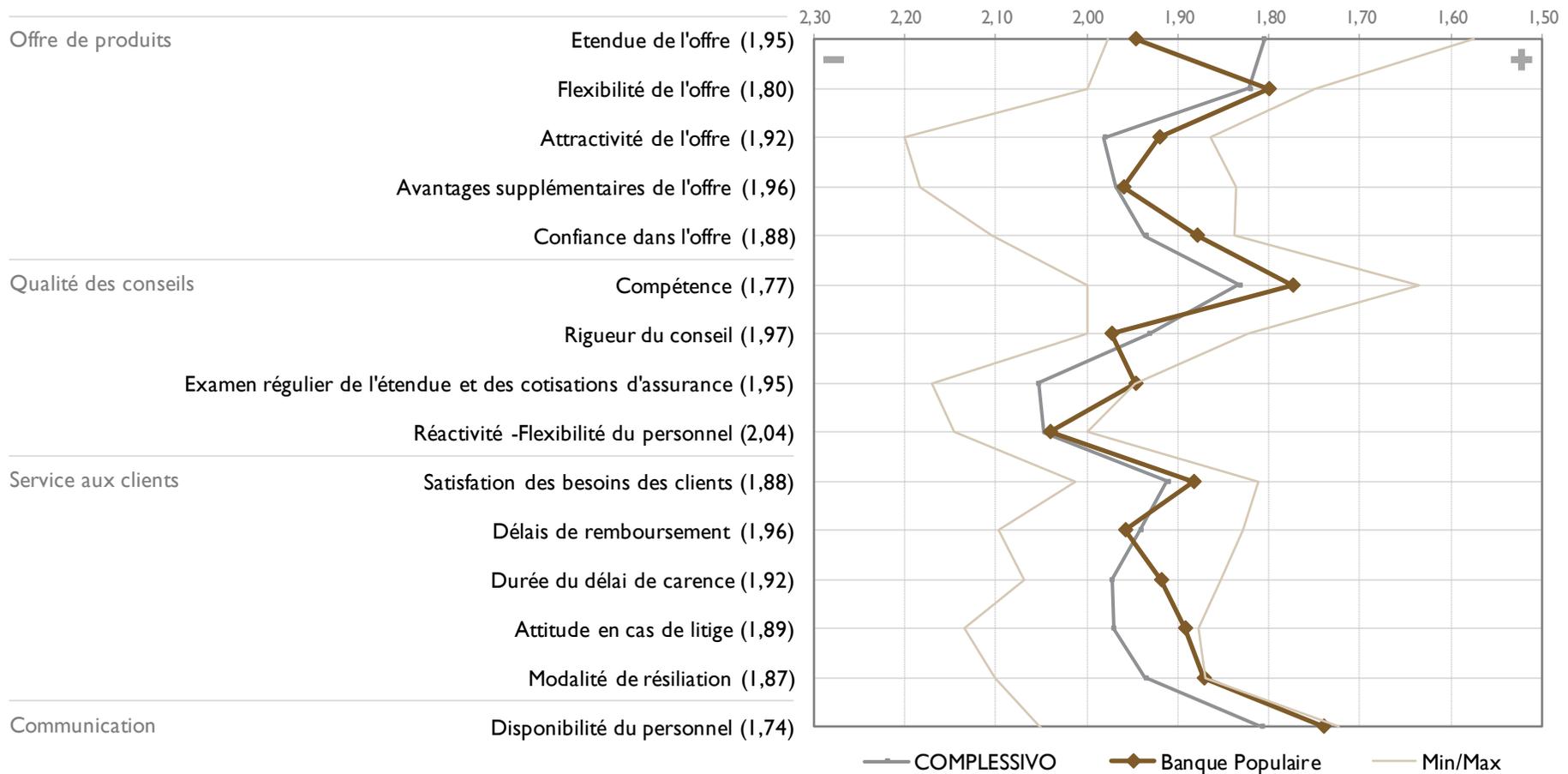
Profil-qualité – Banque Populaire (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Banque Populaire.

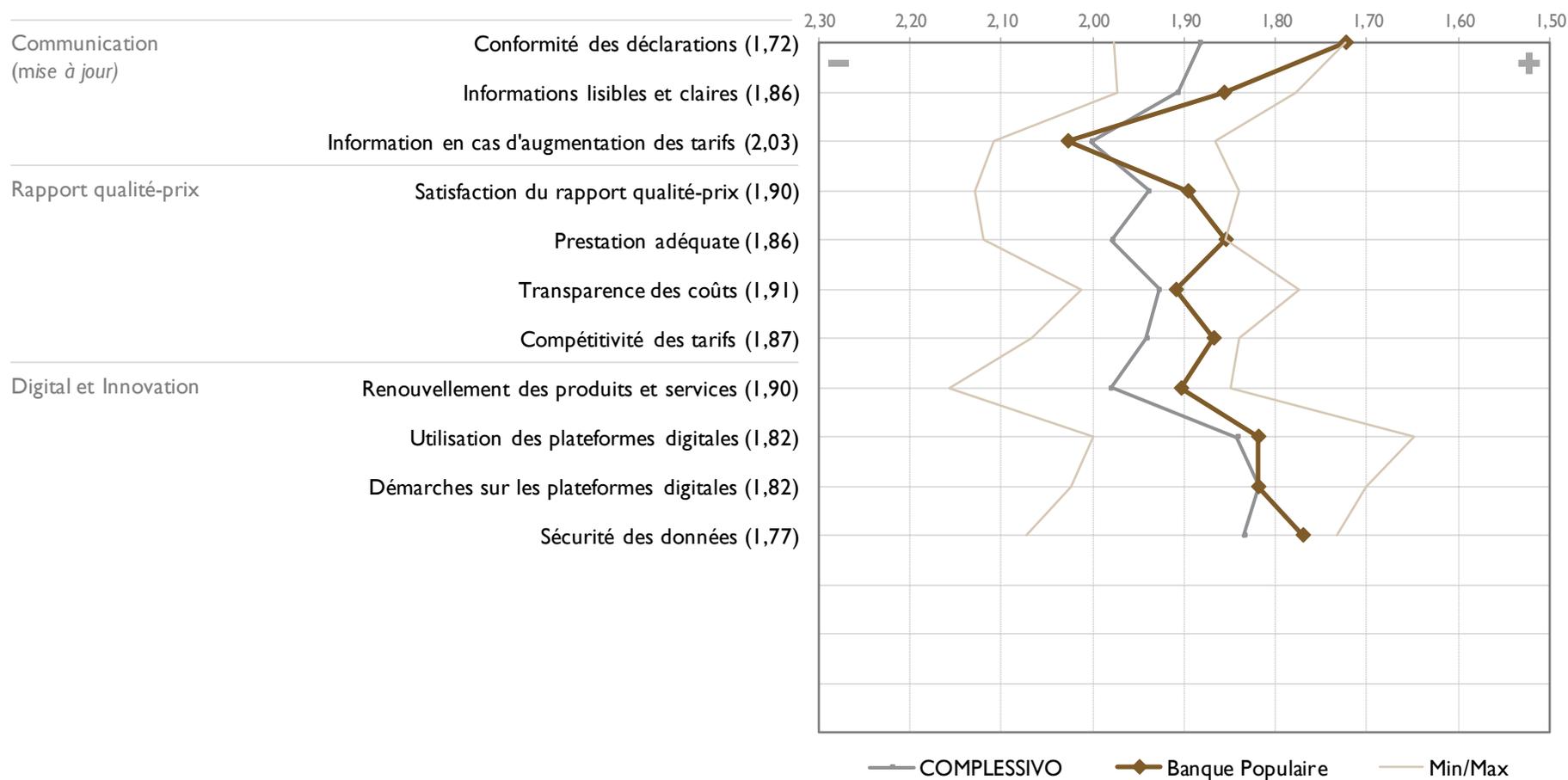
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Banque Populaire (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Banque Populaire.

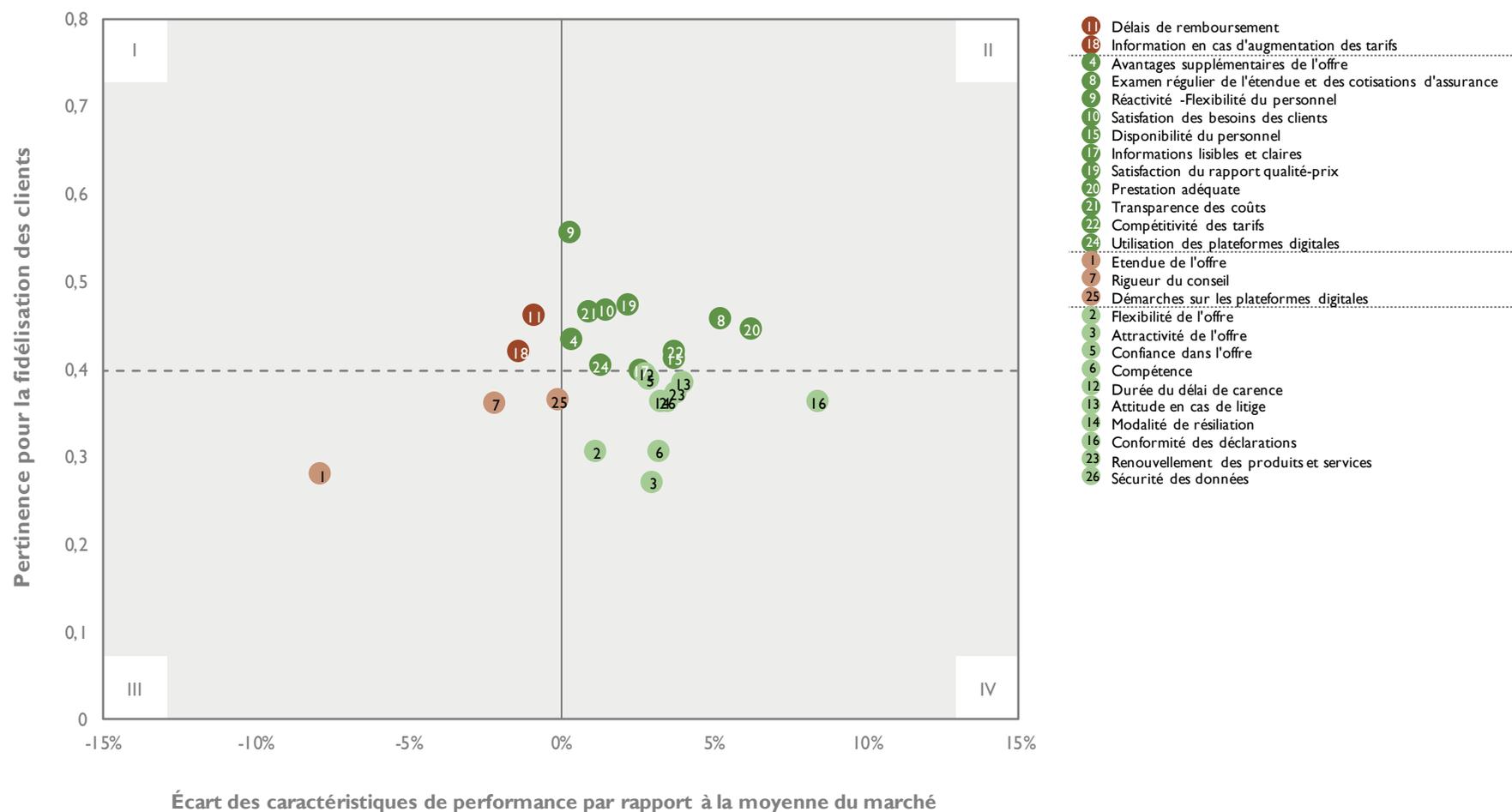
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Banque Populaire (II)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

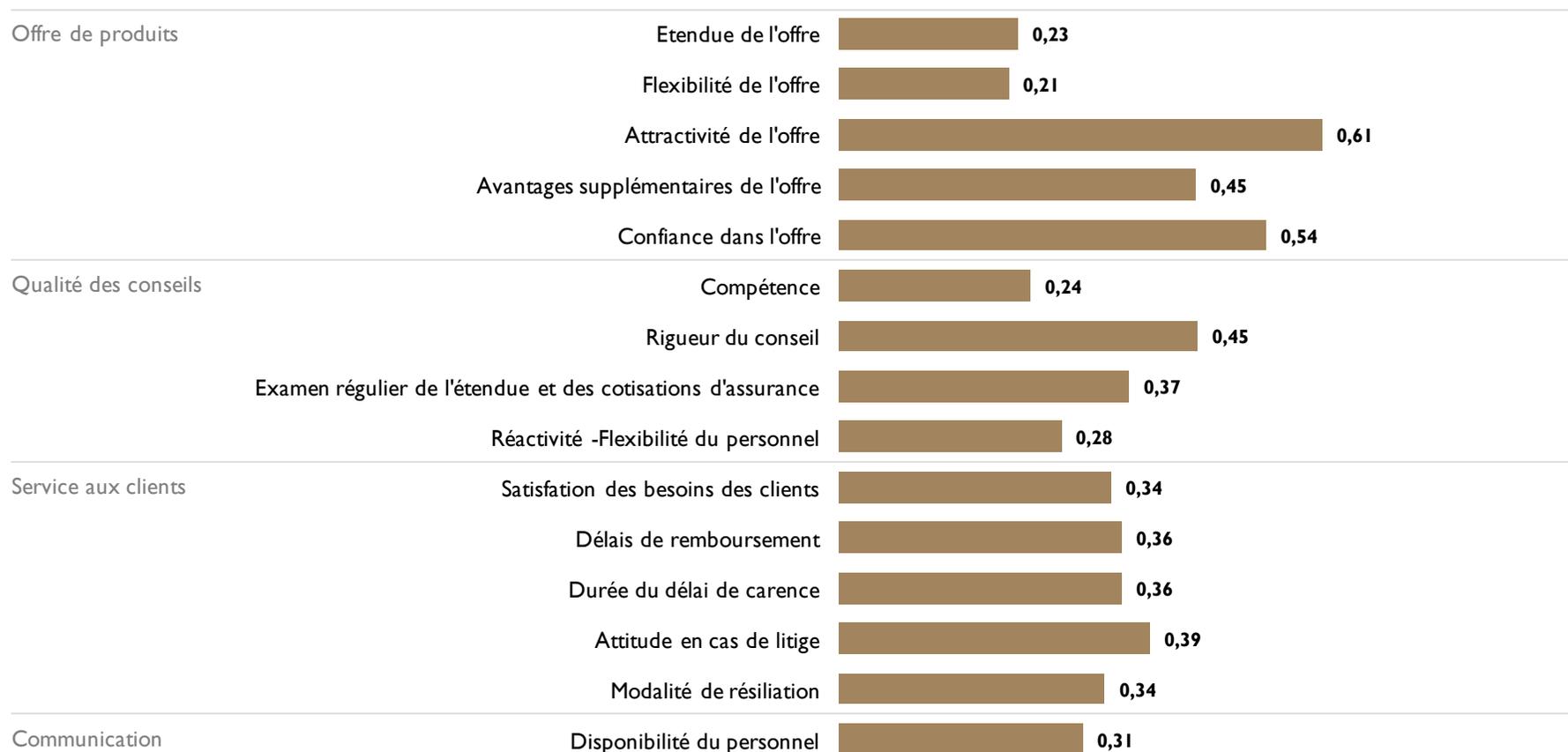
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Banque Populaire.

Matrice action-pertinence – Banque Populaire



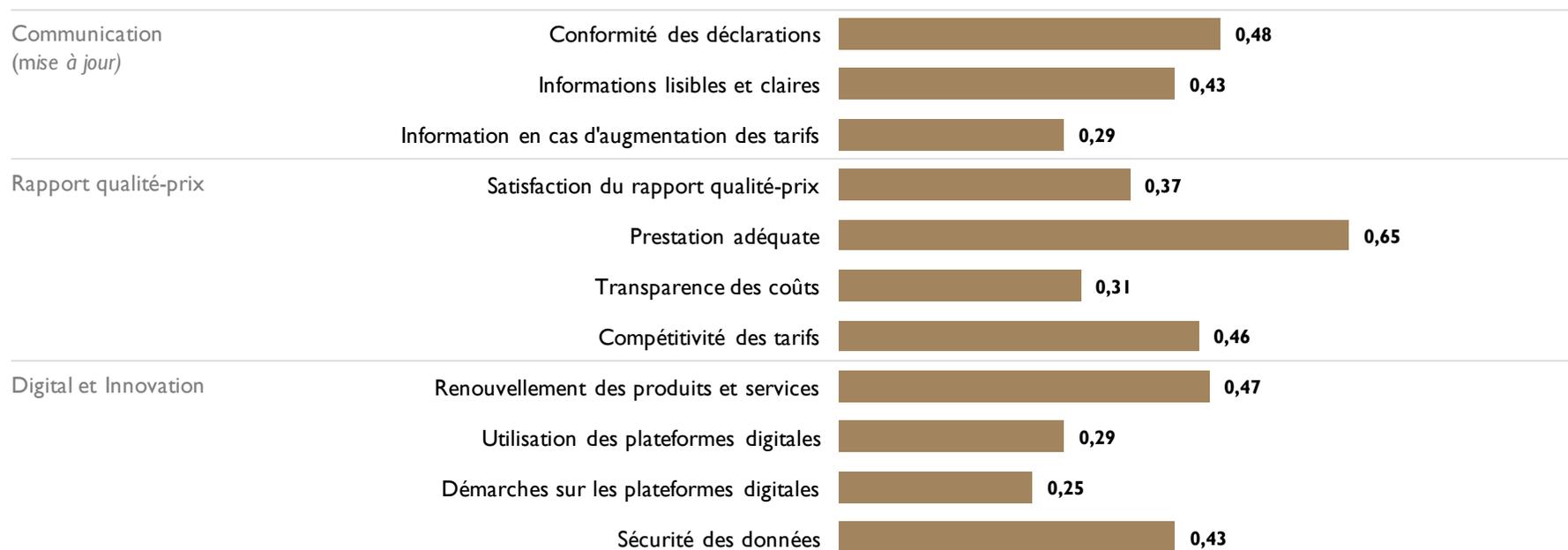
- 11 Délais de remboursement
- 18 Information en cas d'augmentation des tarifs
- 4 Avantages supplémentaires de l'offre
- 8 Examen régulier de l'étendue et des cotisations d'assurance
- 9 Réactivité -Flexibilité du personnel
- 10 Satisfaction des besoins des clients
- 15 Disponibilité du personnel
- 17 Informations lisibles et claires
- 19 Satisfaction du rapport qualité-prix
- 20 Prestation adéquate
- 21 Transparence des coûts
- 22 Compétitivité des tarifs
- 24 Utilisation des plateformes digitales
- 1 Etendue de l'offre
- 7 Rigueur du conseil
- 25 Démarches sur les plateformes digitales
- 2 Flexibilité de l'offre
- 3 Attractivité de l'offre
- 5 Confiance dans l'offre
- 6 Compétence
- 12 Durée du délai de carence
- 13 Attitude en cas de litige
- 14 Modalité de résiliation
- 16 Conformité des déclarations
- 23 Renouvellement des produits et services
- 26 Sécurité des données

Moteurs de fidélisation de la clientèle – BNP Paribas (I)



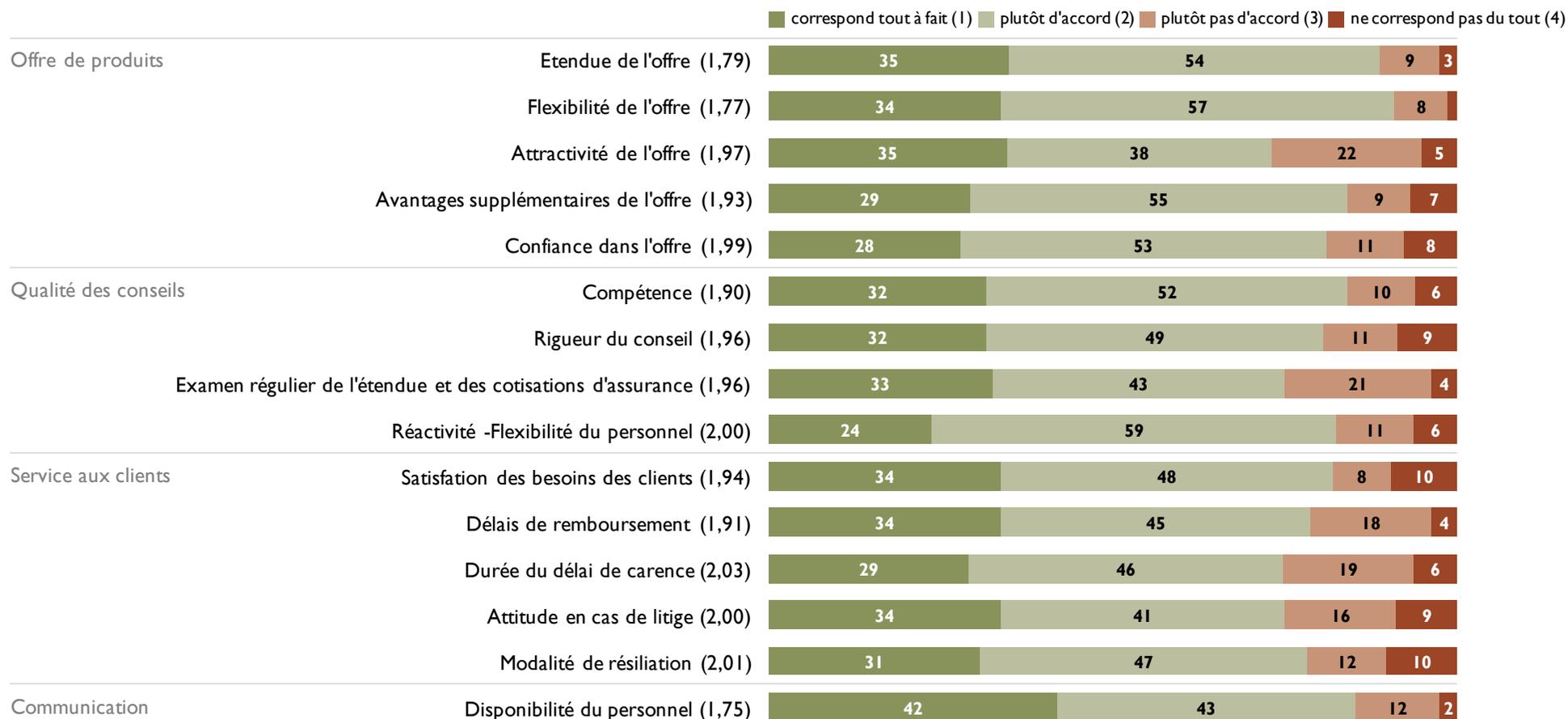
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – BNP Paribas (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

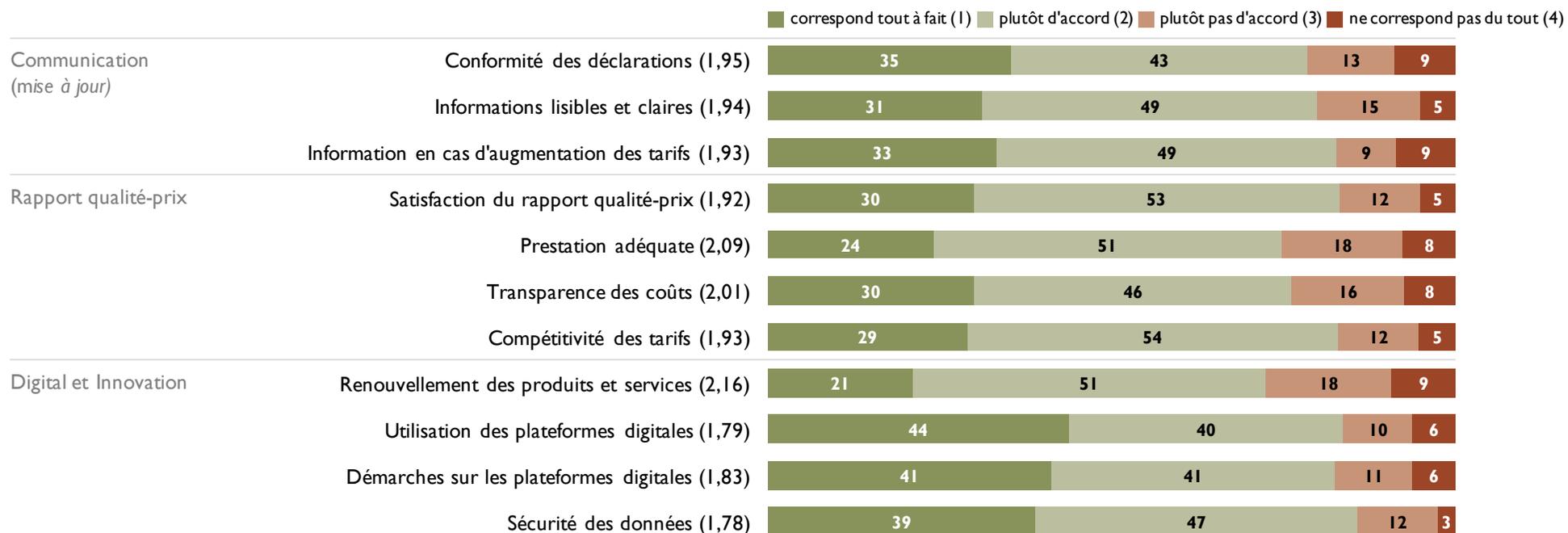
Profil-qualité – BNP Paribas (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à BNP Paribas.

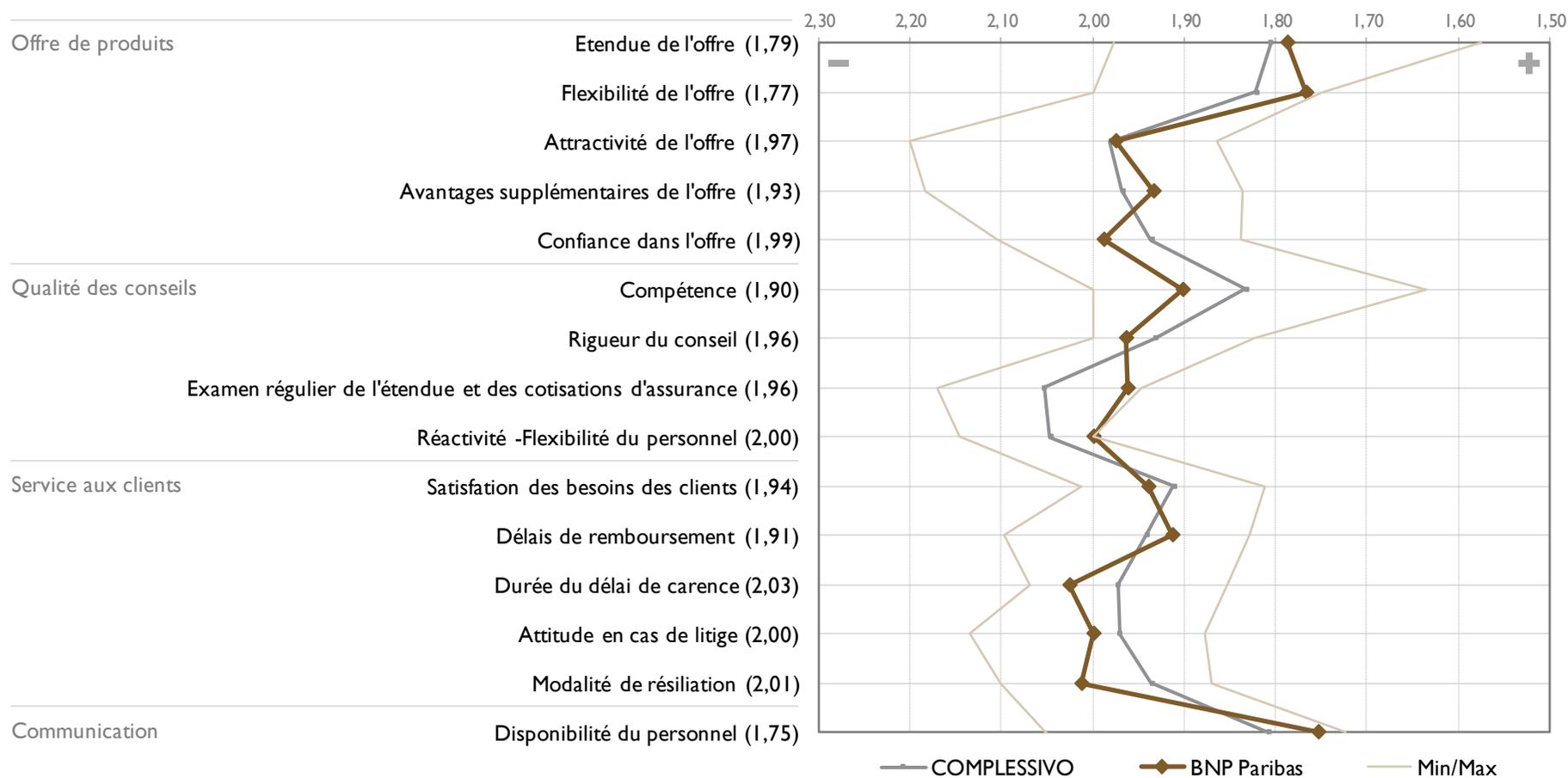
Profil-qualité – BNP Paribas (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à BNP Paribas.

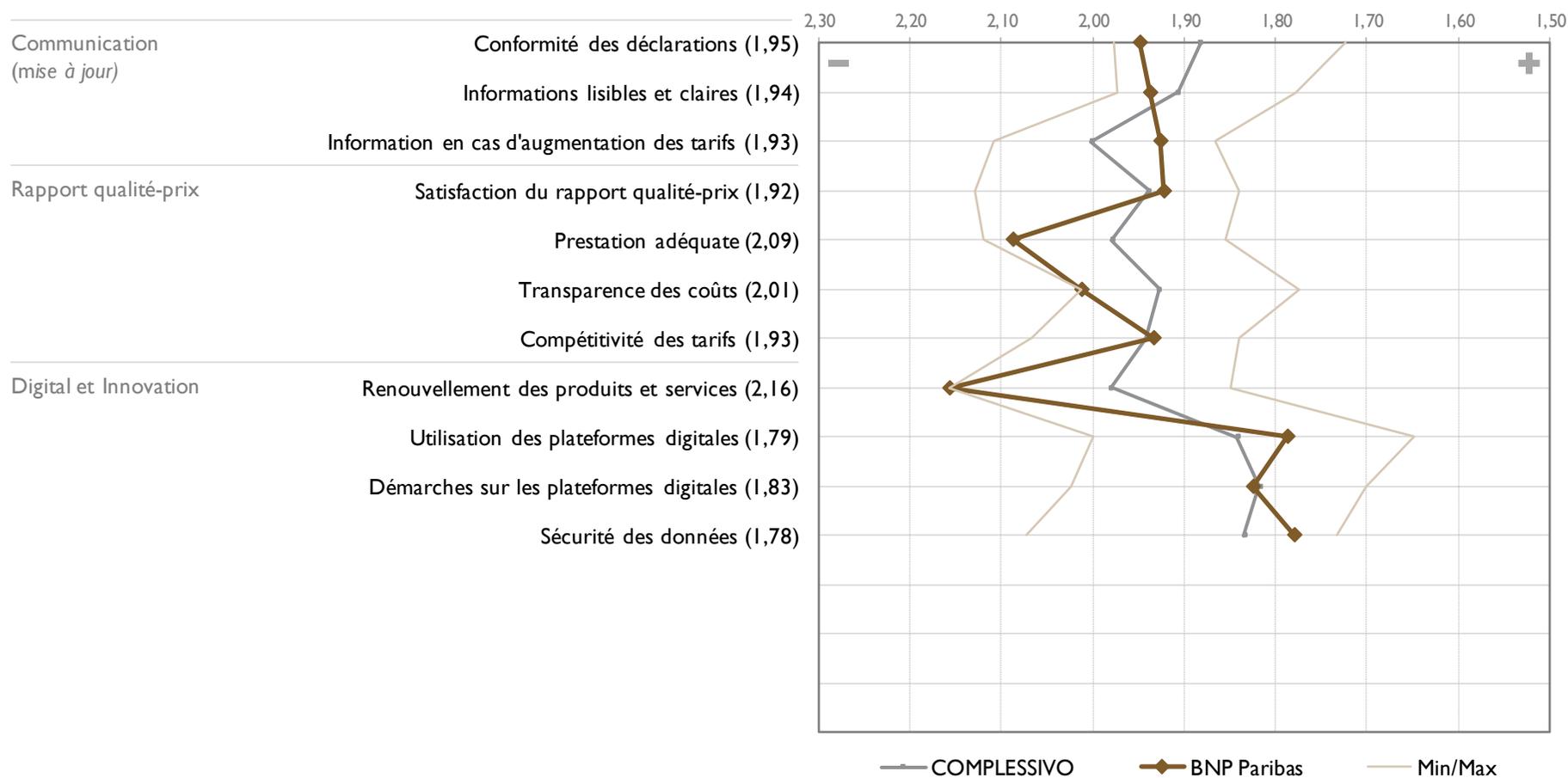
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – BNP Paribas (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à BNP Paribas.

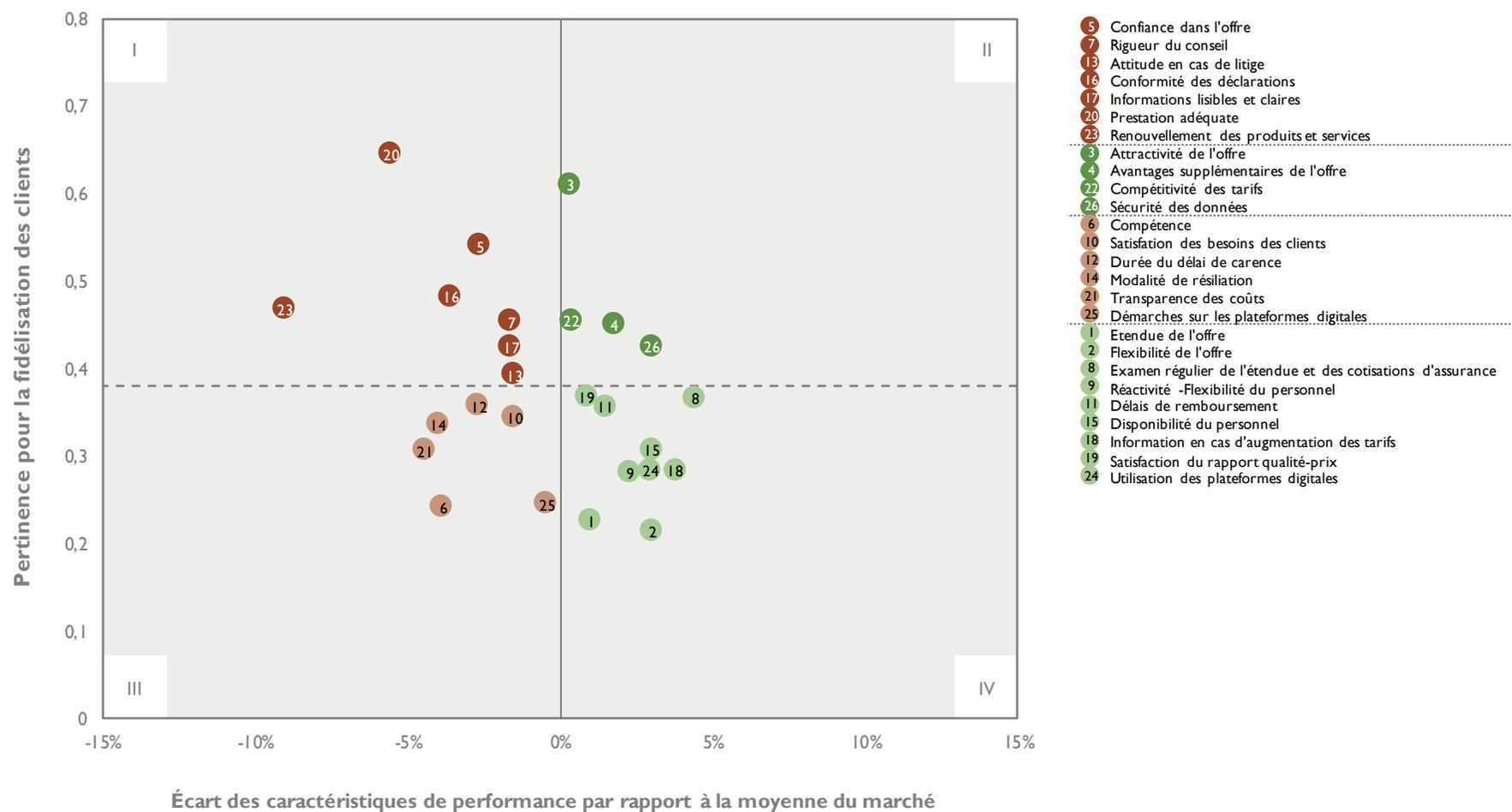
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – BNP Paribas (II)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

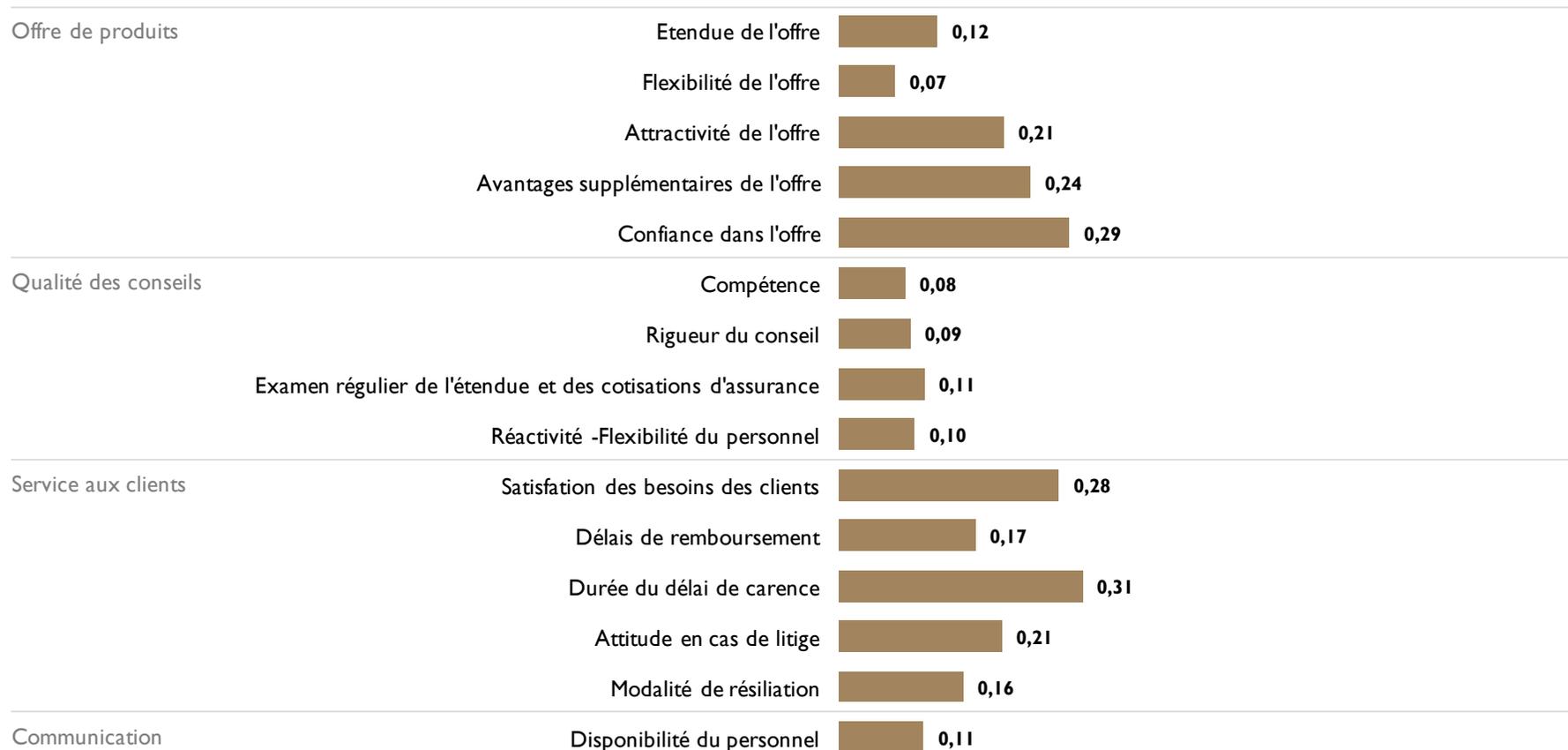
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à BNP Paribas.

Matrice action-pertinence – BNP Paribas



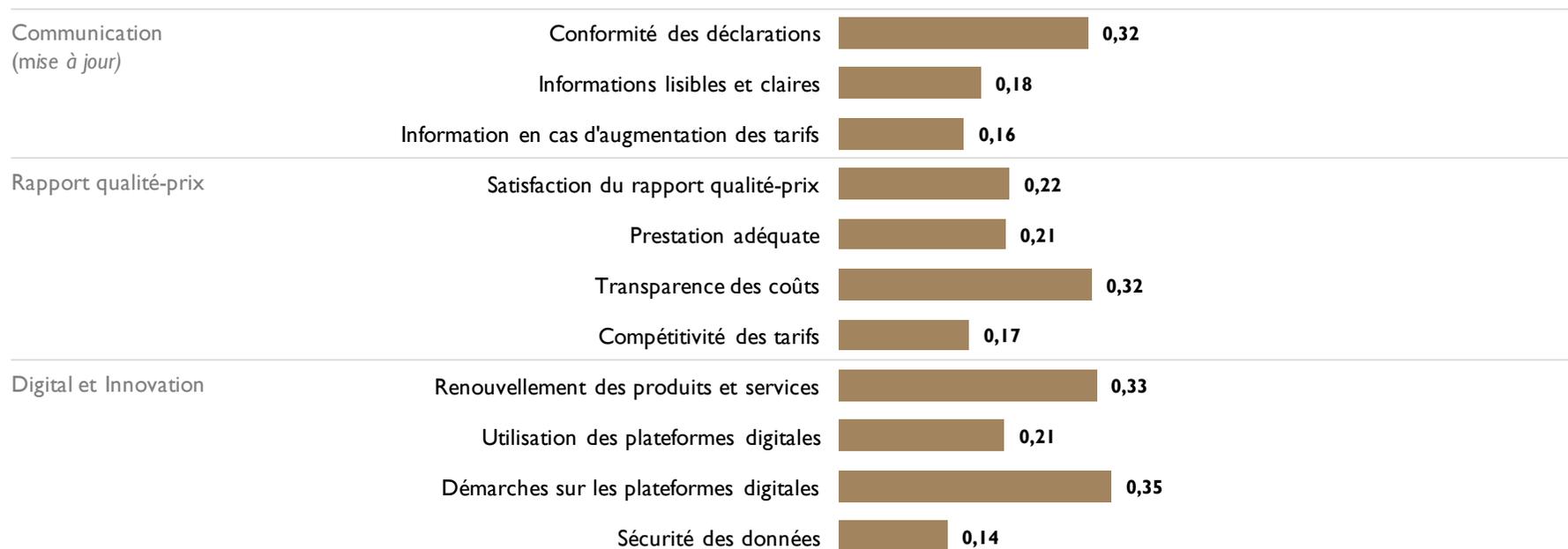
- 5 Confiance dans l'offre
- 7 Rigueur du conseil
- 13 Attitude en cas de litige
- 16 Conformité des déclarations
- 17 Informations lisibles et claires
- 20 Prestation adéquate
- 23 Renouvellement des produits et services
- 3 Attractivité de l'offre
- 4 Avantages supplémentaires de l'offre
- 22 Compétitivité des tarifs
- 26 Sécurité des données
- 6 Compétence
- 10 Satisfaction des besoins des clients
- 12 Durée du délai de carence
- 14 Modalité de résiliation
- 21 Transparence des coûts
- 25 Démarches sur les plateformes digitales
- 1 Étendue de l'offre
- 2 Flexibilité de l'offre
- 8 Examen régulier de l'étendue et des cotisations d'assurance
- 9 Réactivité -Flexibilité du personnel
- 11 Délais de remboursement
- 15 Disponibilité du personnel
- 18 Information en cas d'augmentation des tarifs
- 19 Satisfaction du rapport qualité-prix
- 24 Utilisation des plateformes digitales

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Bred Banque Populaire (I)



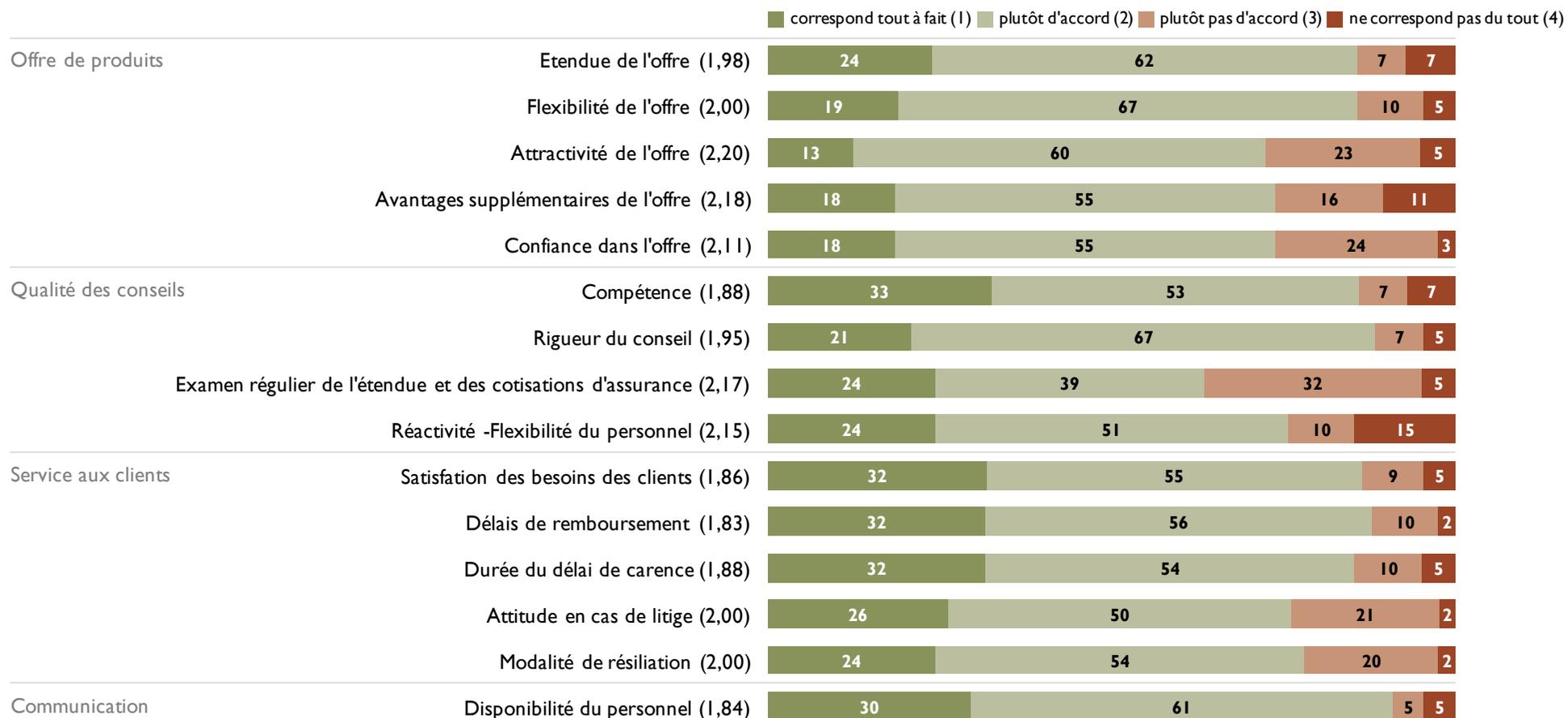
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Bred Banque Populaire (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

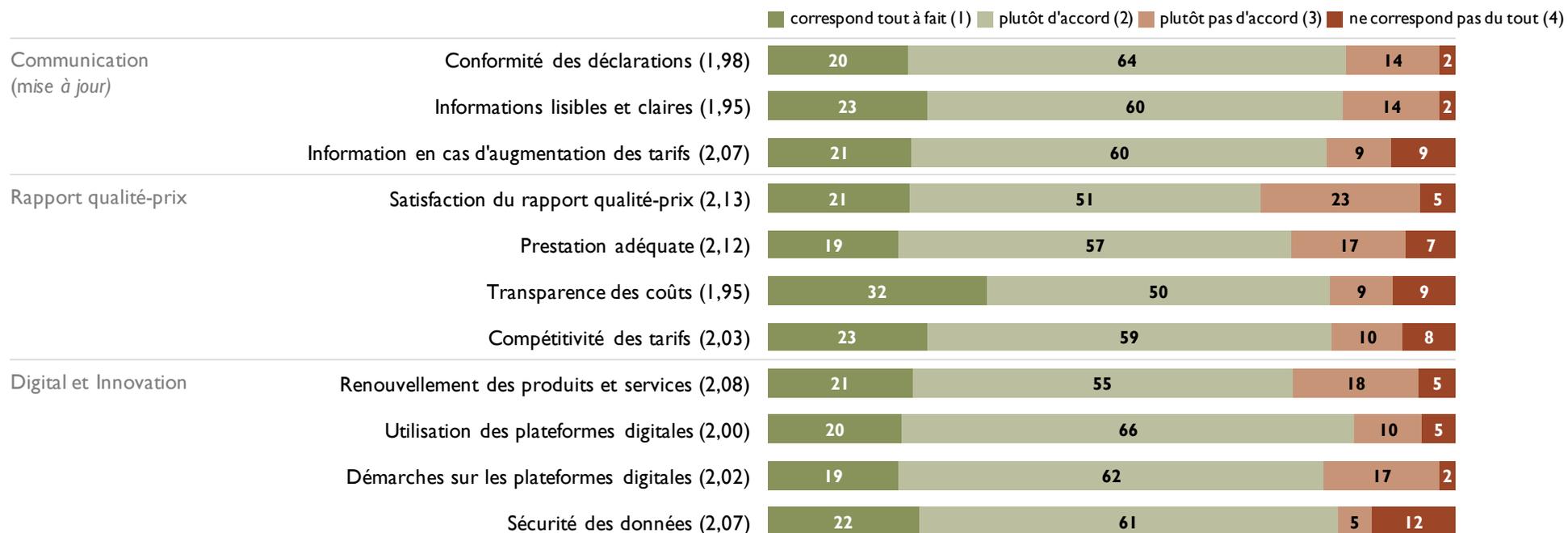
Profil-qualité – Bred Banque Populaire (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Bred Banque Populaire.

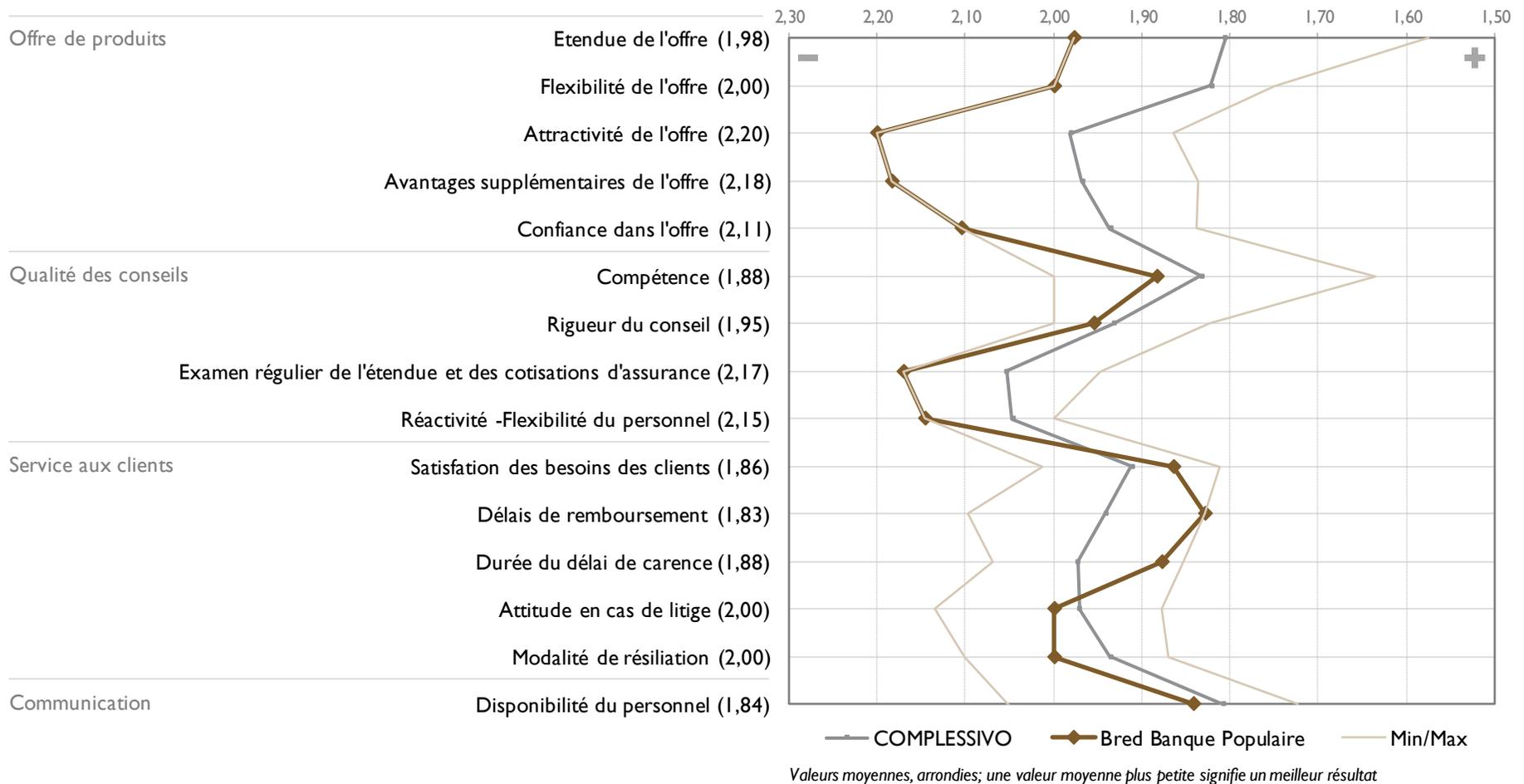
Profil-qualité – Bred Banque Populaire (II)



Données en pourcentage, arrondies

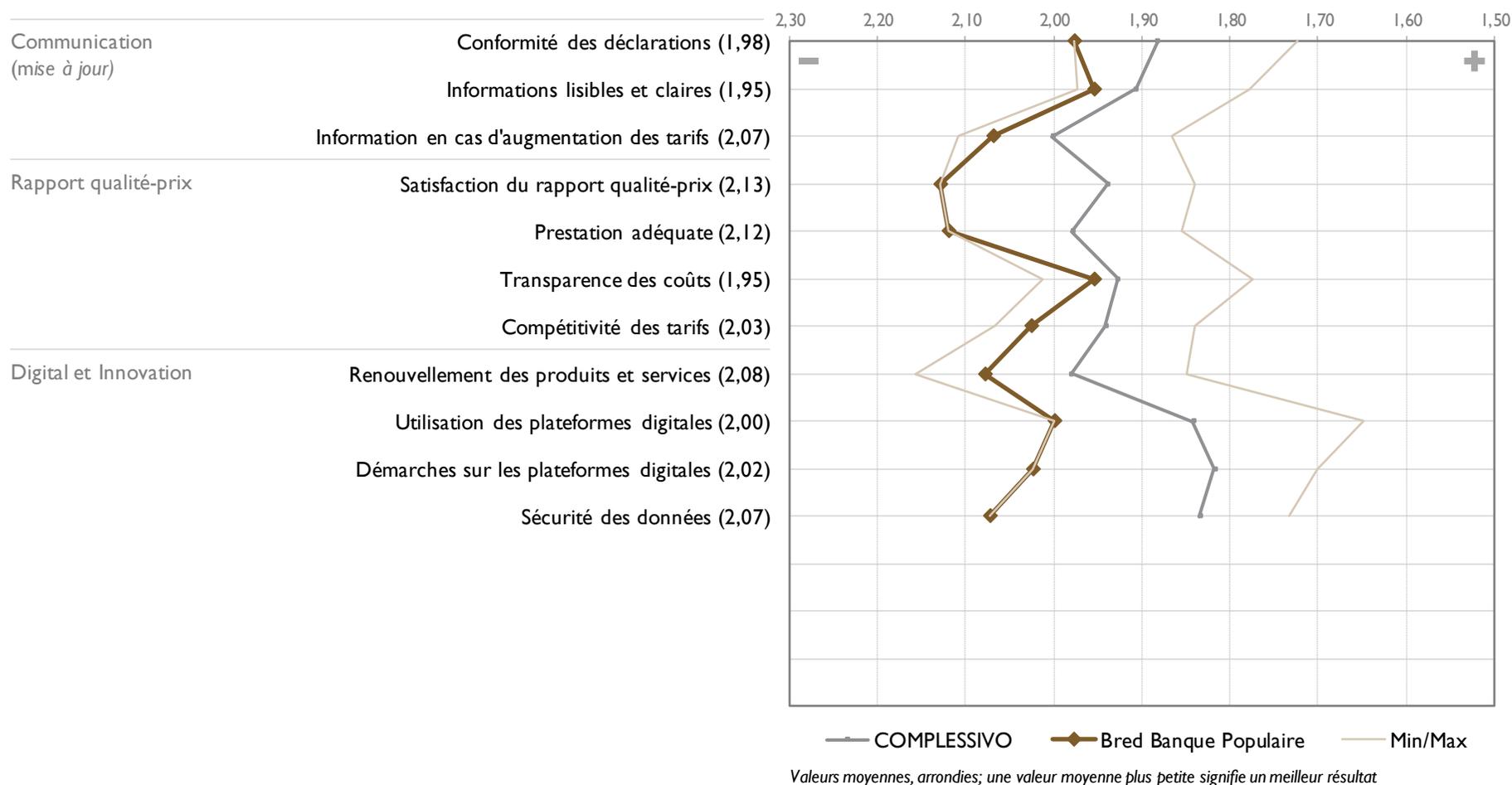
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Bred Banque Populaire.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Bred Banque Populaire (I)



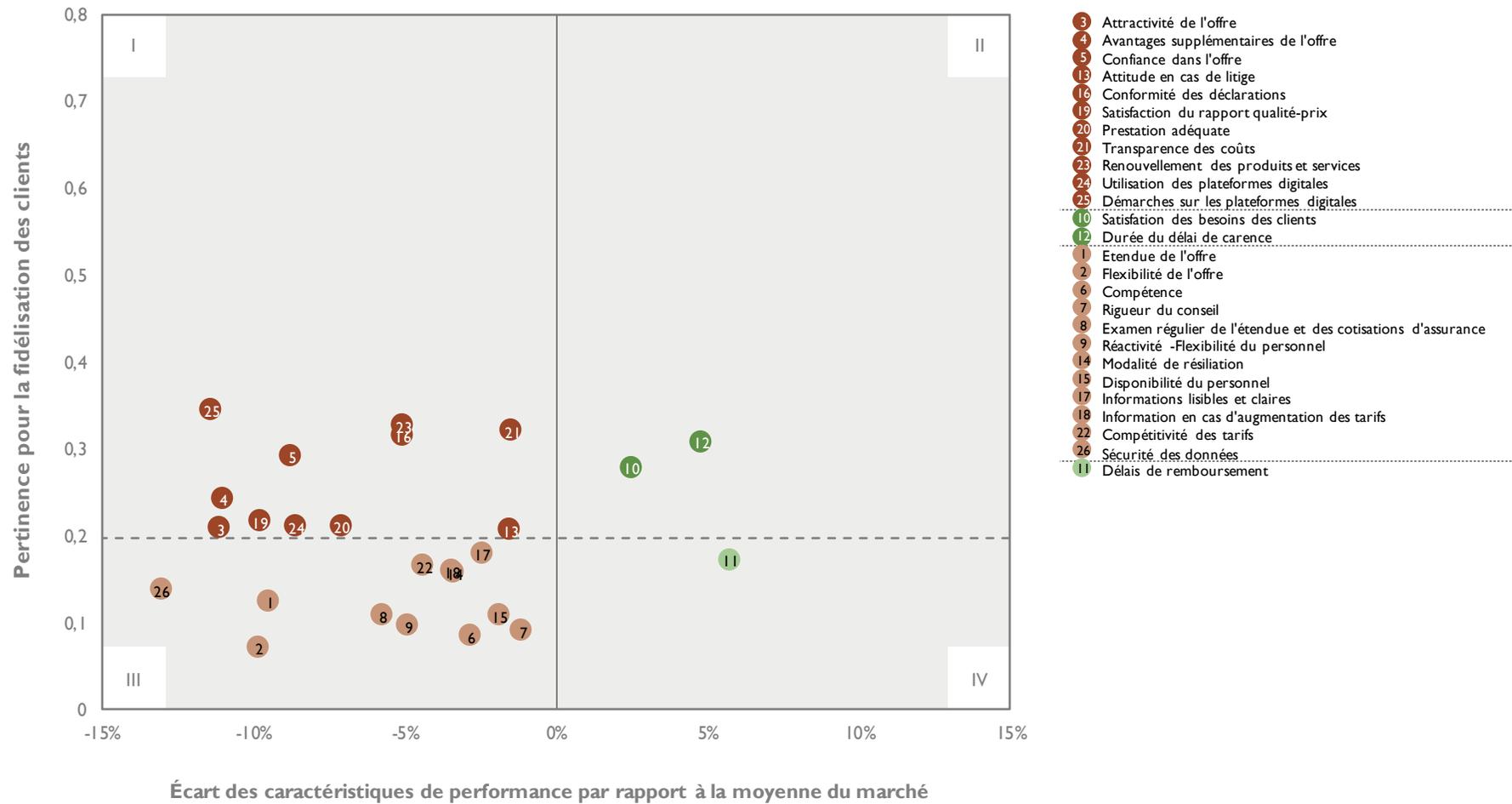
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Bred Banque Populaire.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Bred Banque Populaire (II)

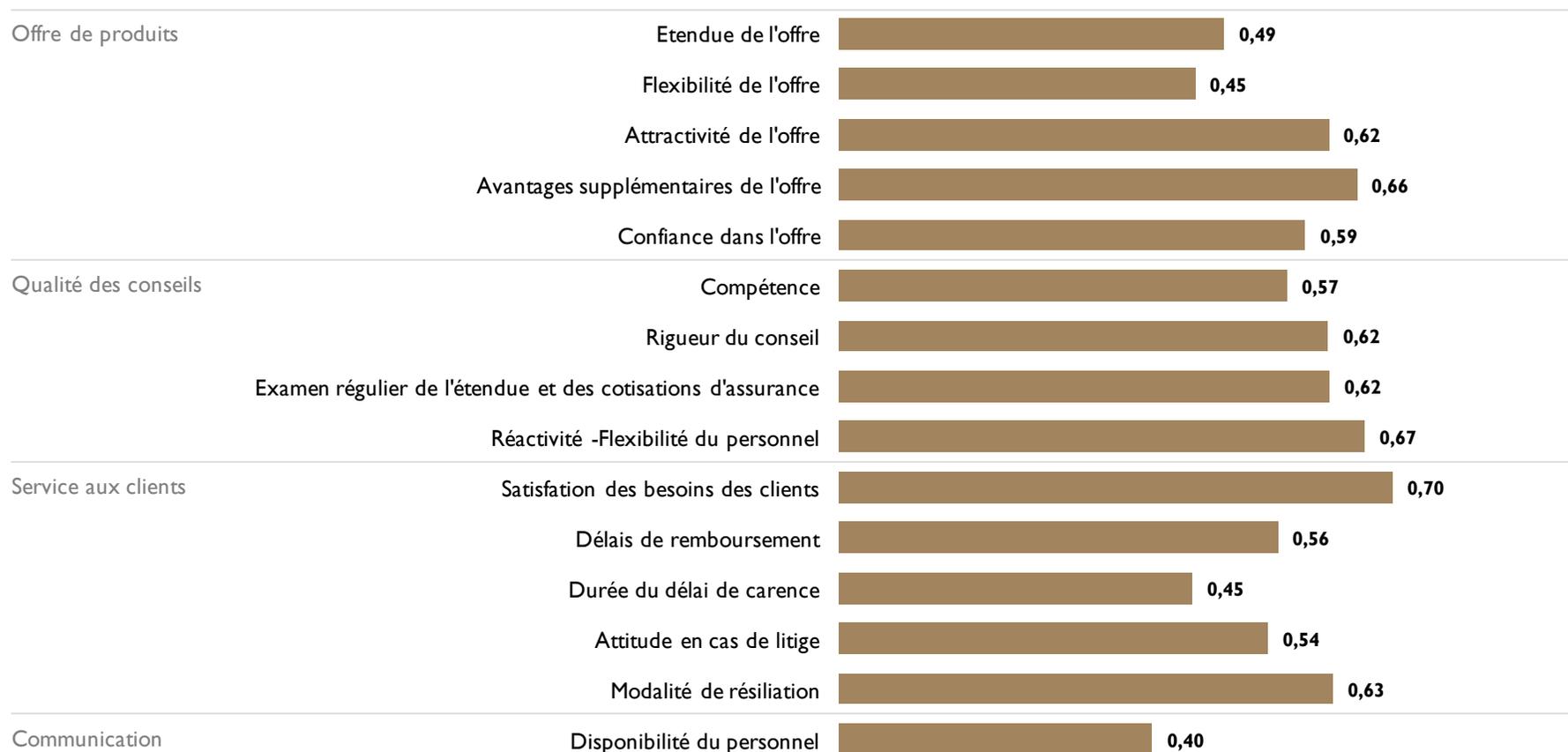


Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Bred Banque Populaire.

Matrice action-pertinence – Bred Banque Populaire

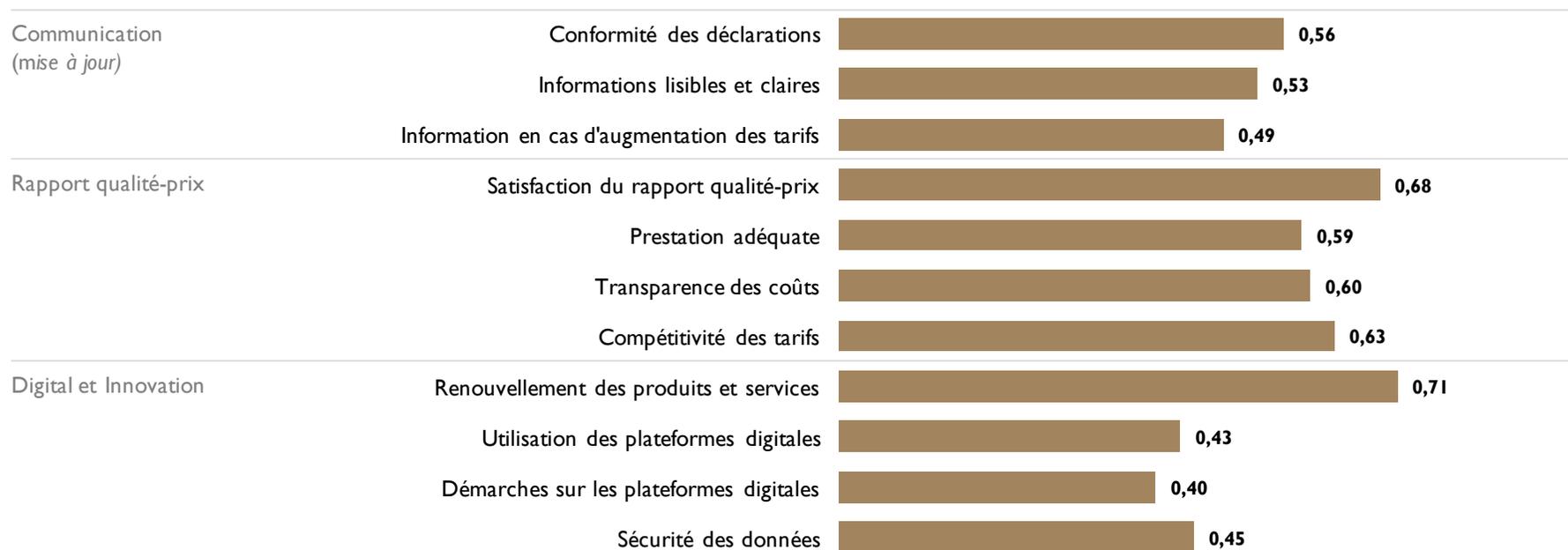


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Caisse d'Epargne (I)



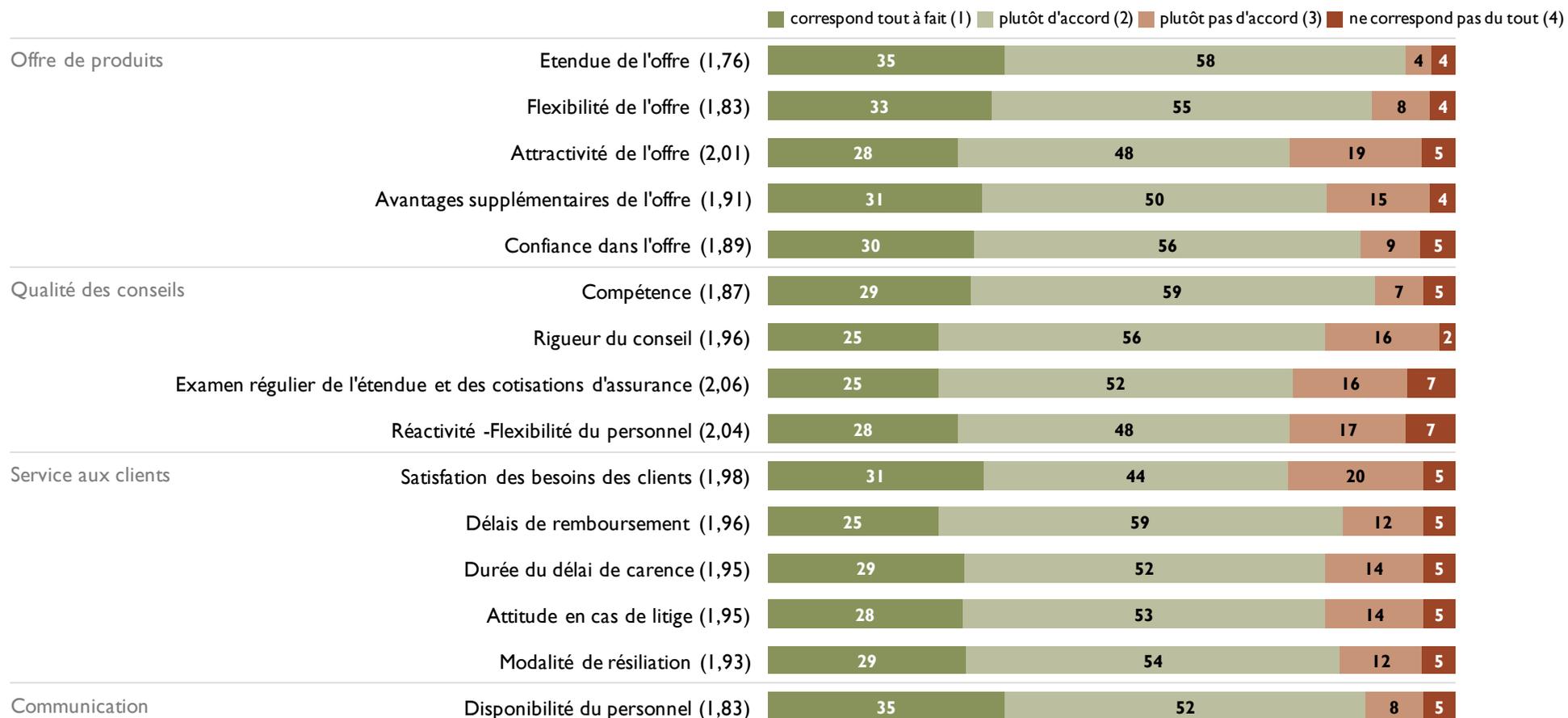
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Caisse d'Epargne (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

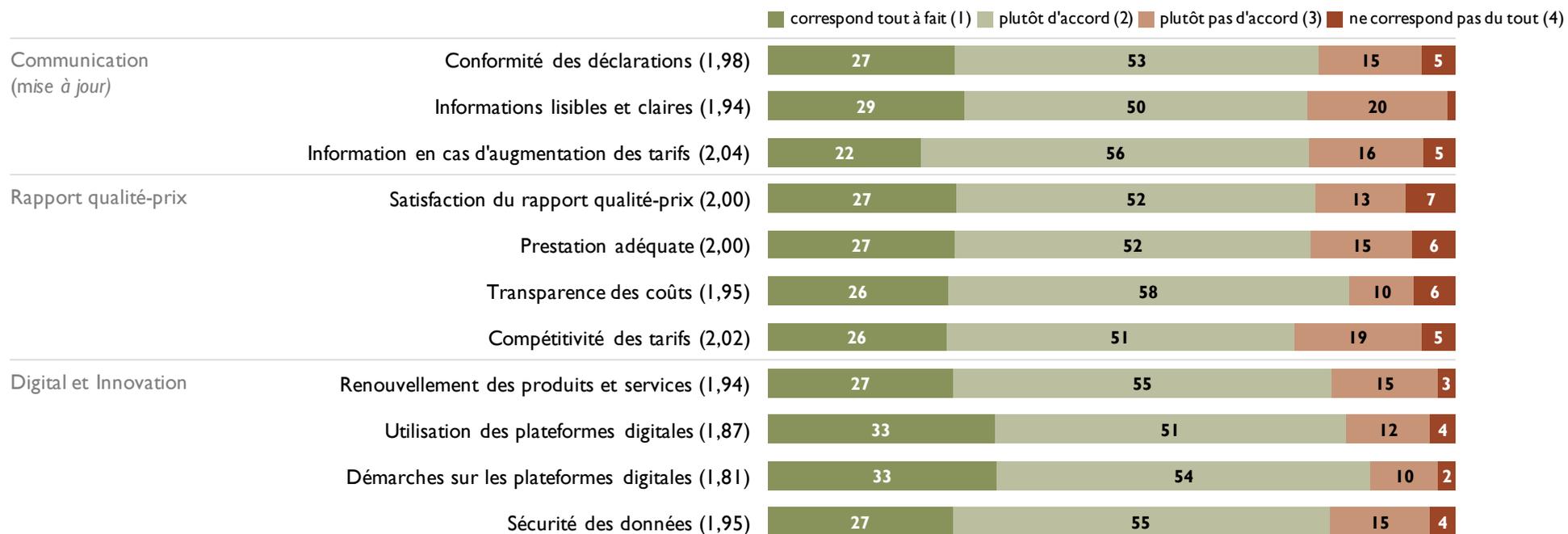
Profil-qualité – Caisse d'Épargne (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Caisse d'Épargne.

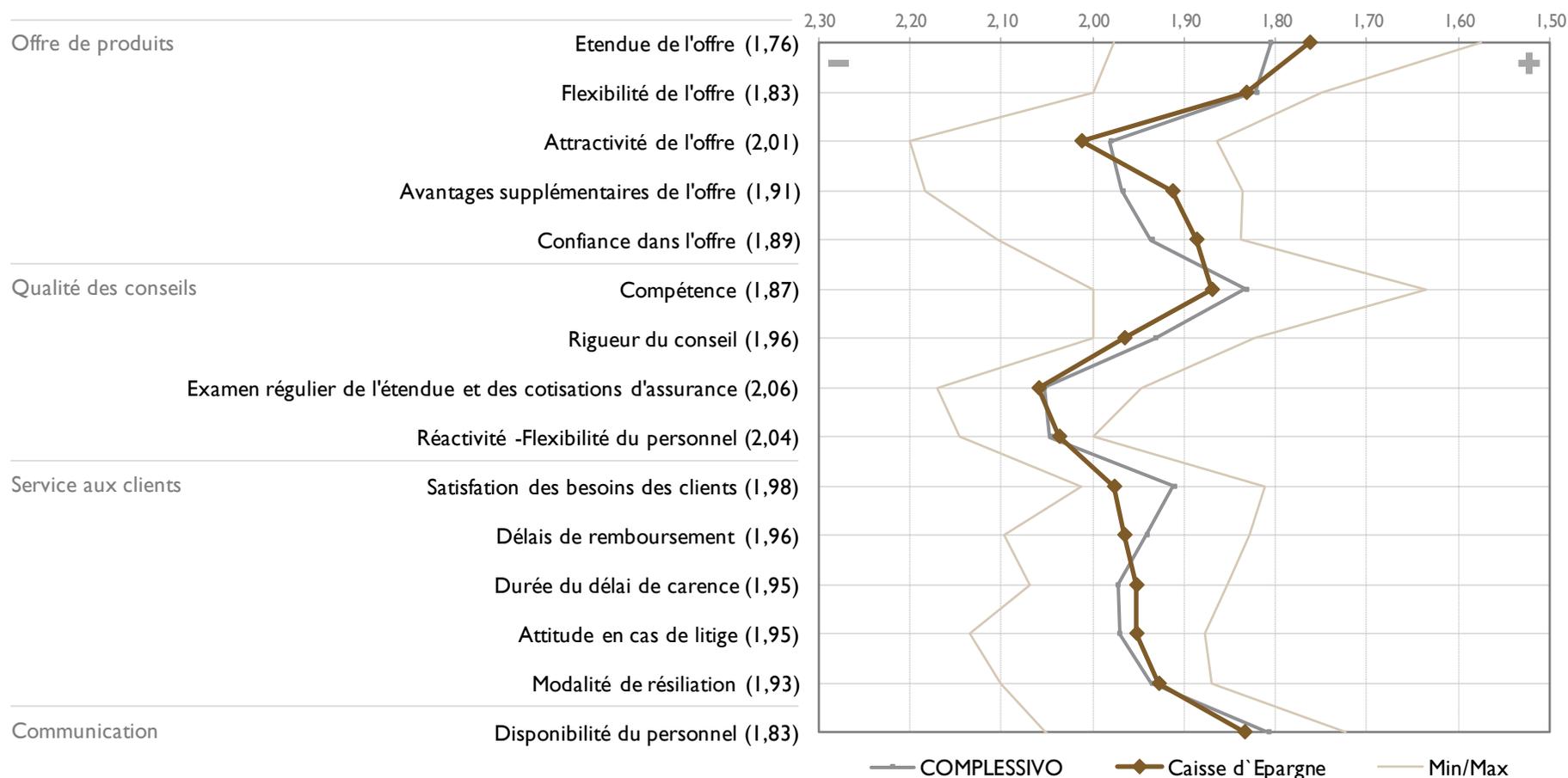
Profil-qualité – Caisse d'Épargne (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Caisse d'Épargne.

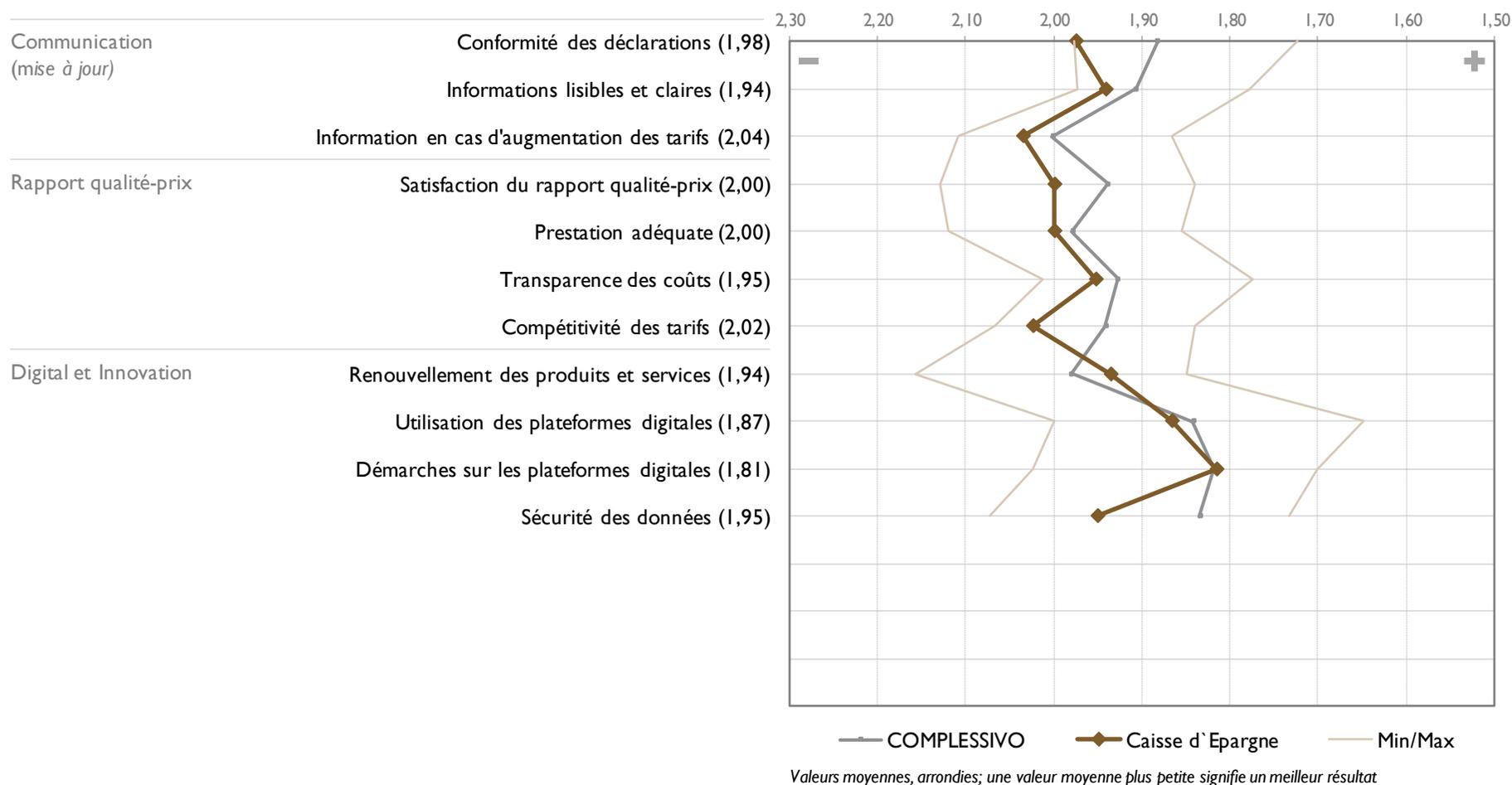
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Caisse d'Epargne (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

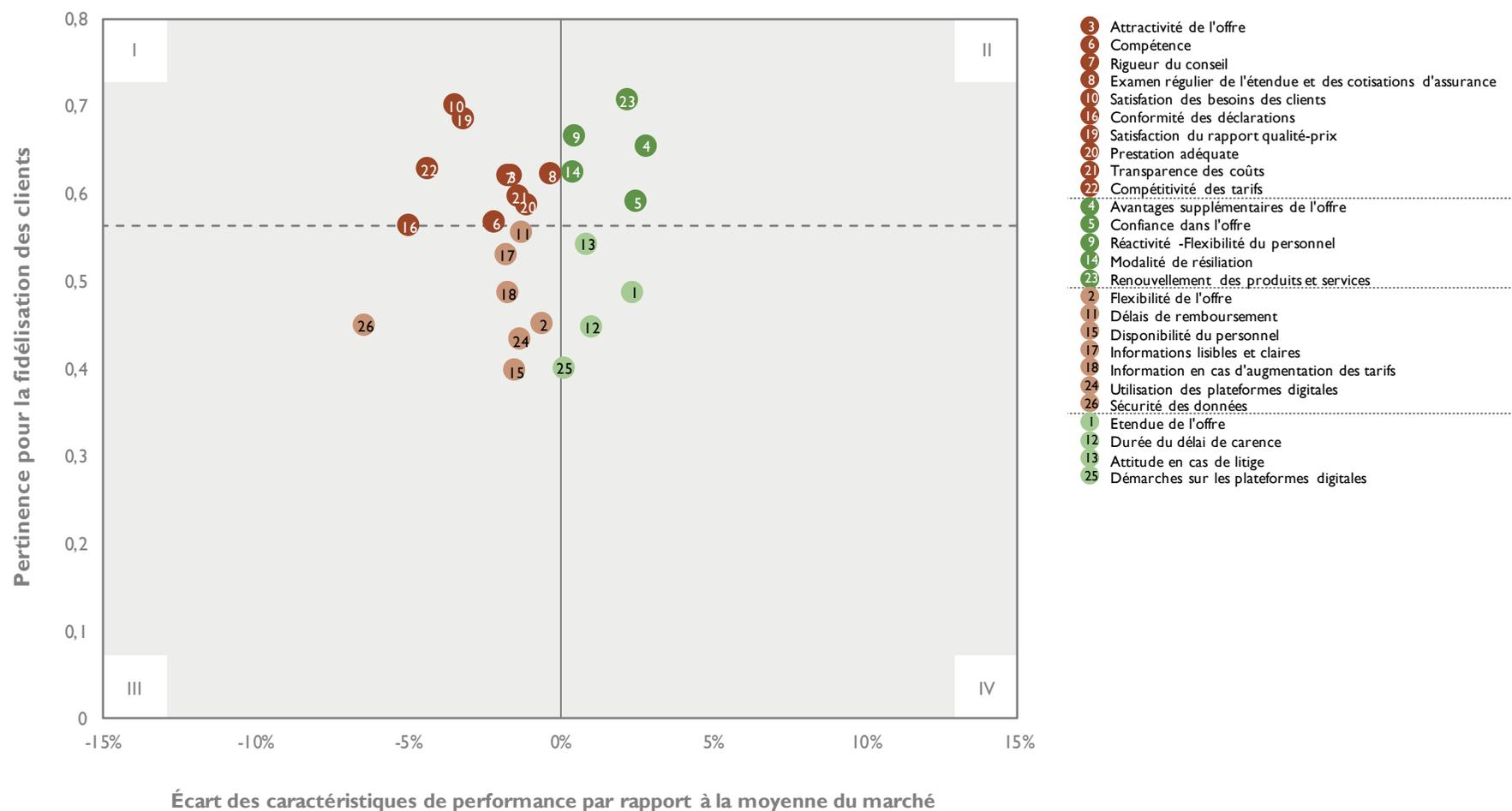
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Caisse d'Epargne.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Caisse d'Epargne (II)

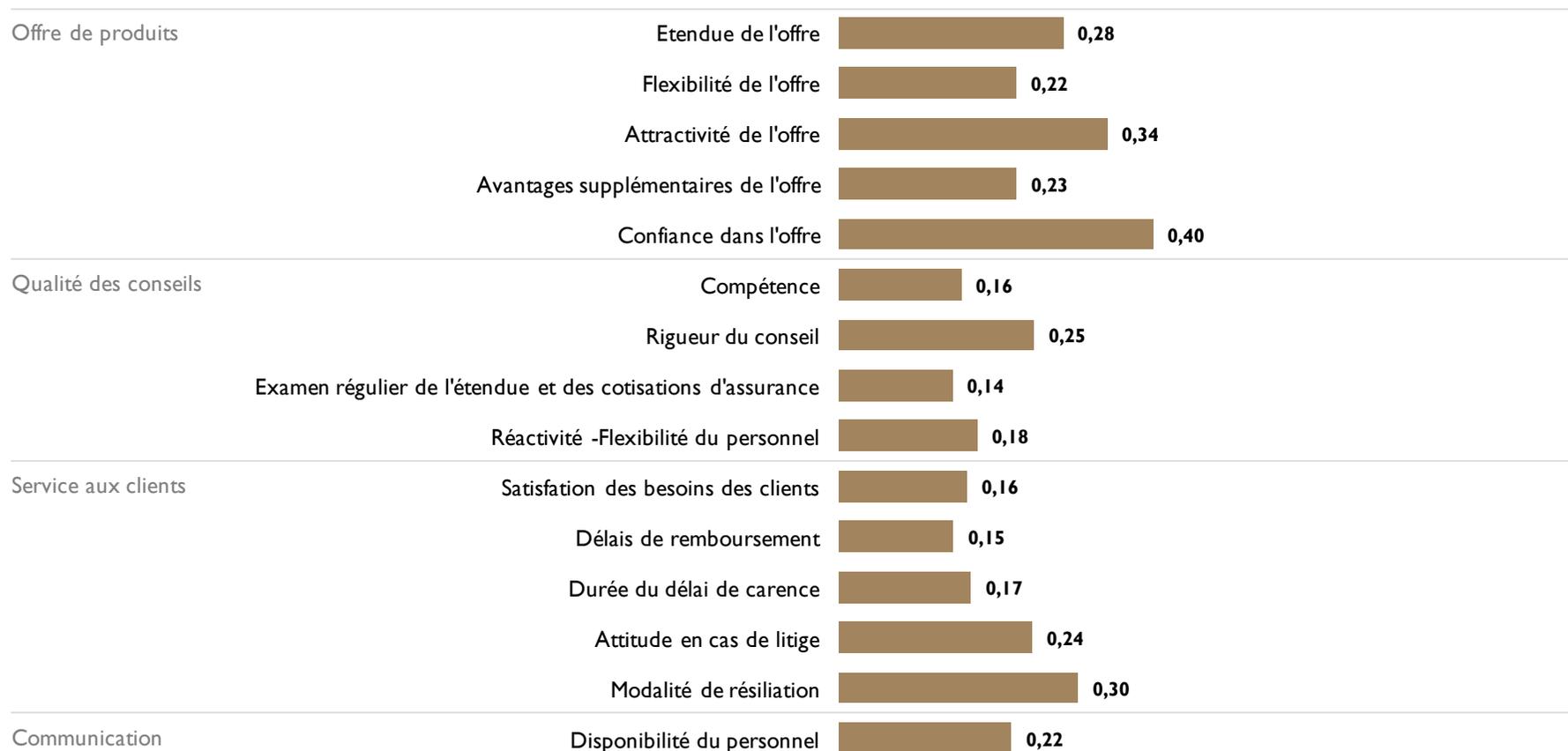


Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Caisse d'Epargne.

Matrice action-pertinence – Caisse d'Épargne

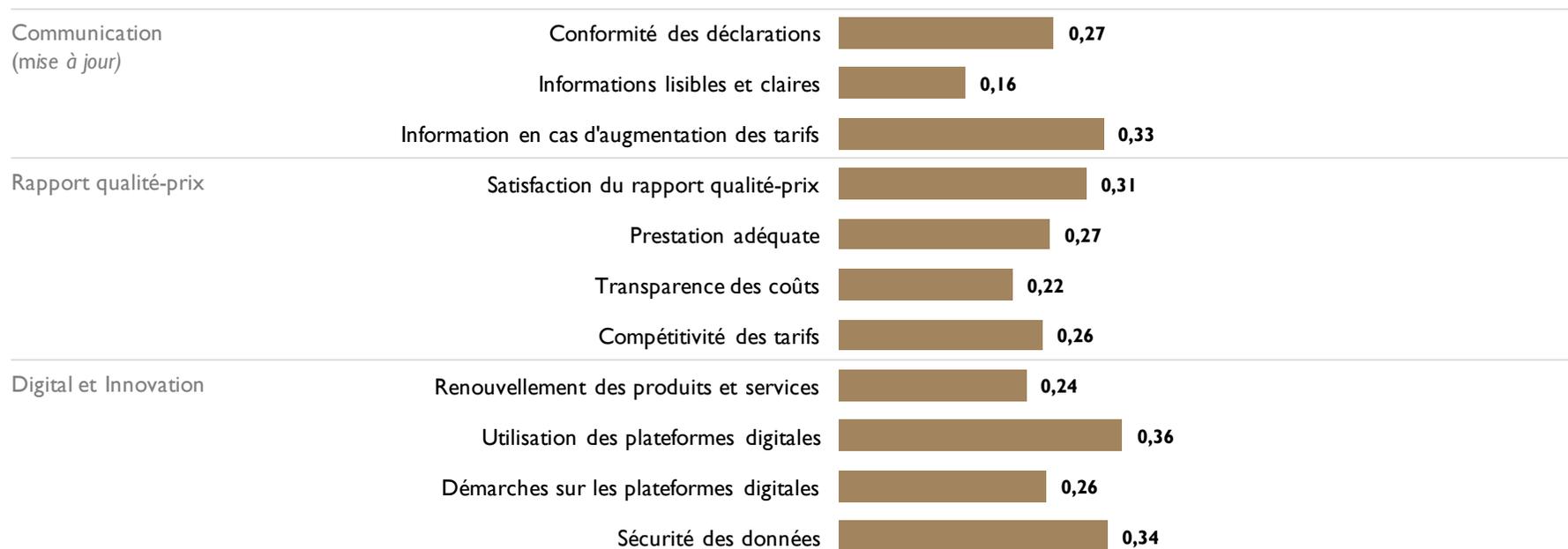


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Crédit Mutuel Alliance Fédérale (I)



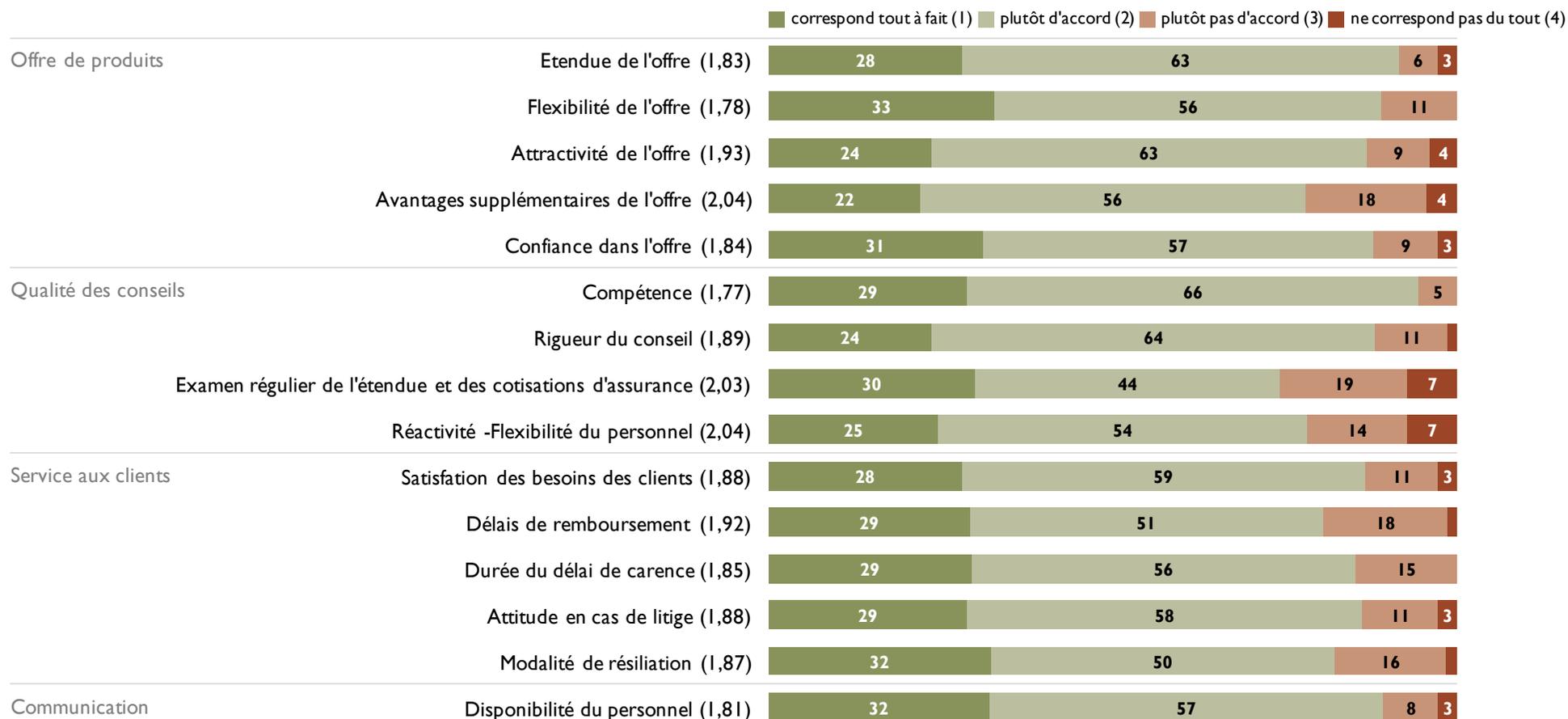
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Crédit Mutuel Alliance Fédérale (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

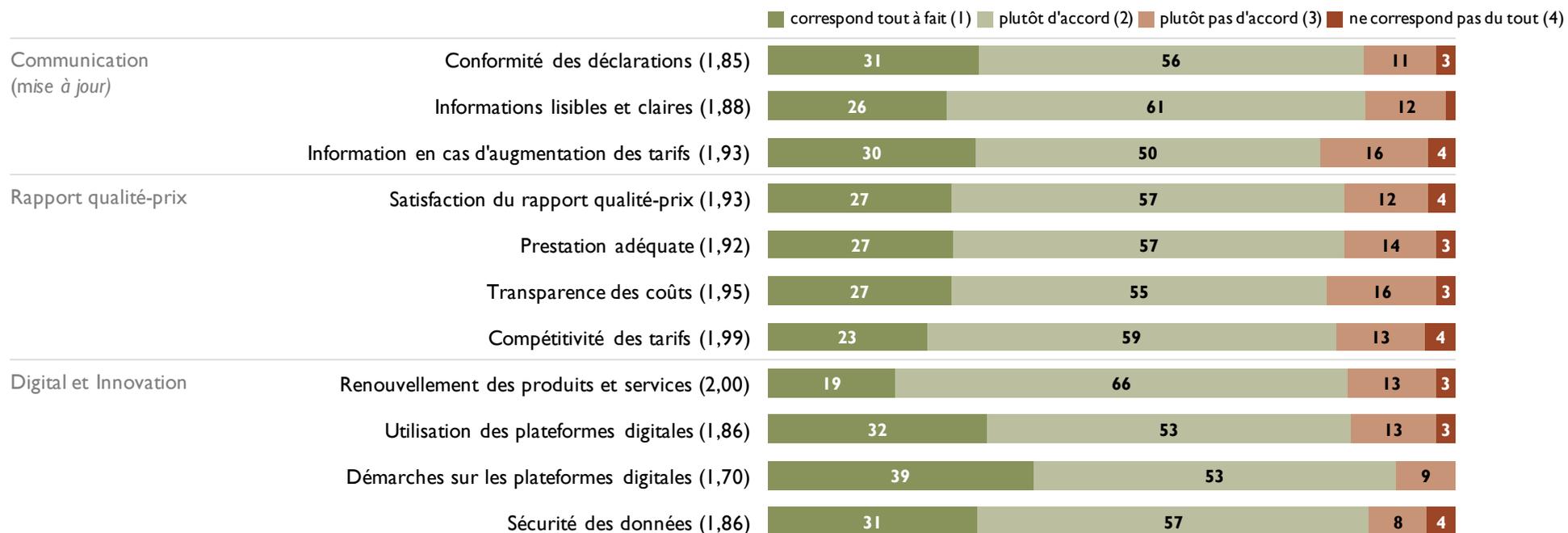
Profil-qualité – Crédit Mutuel Alliance Fédérale (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

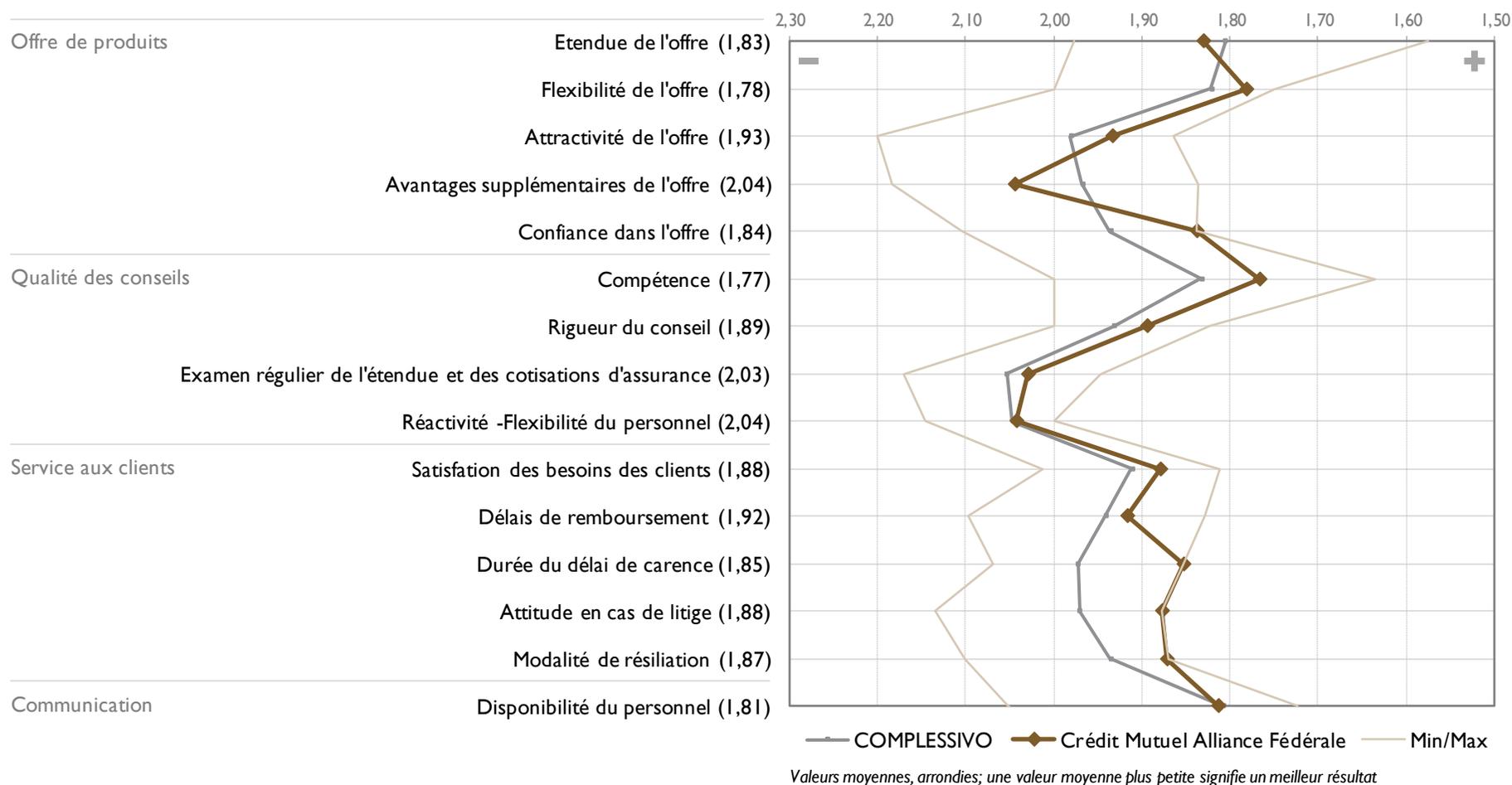
Profil-qualité – Crédit Mutuel Alliance Fédérale (II)



Données en pourcentage, arrondies

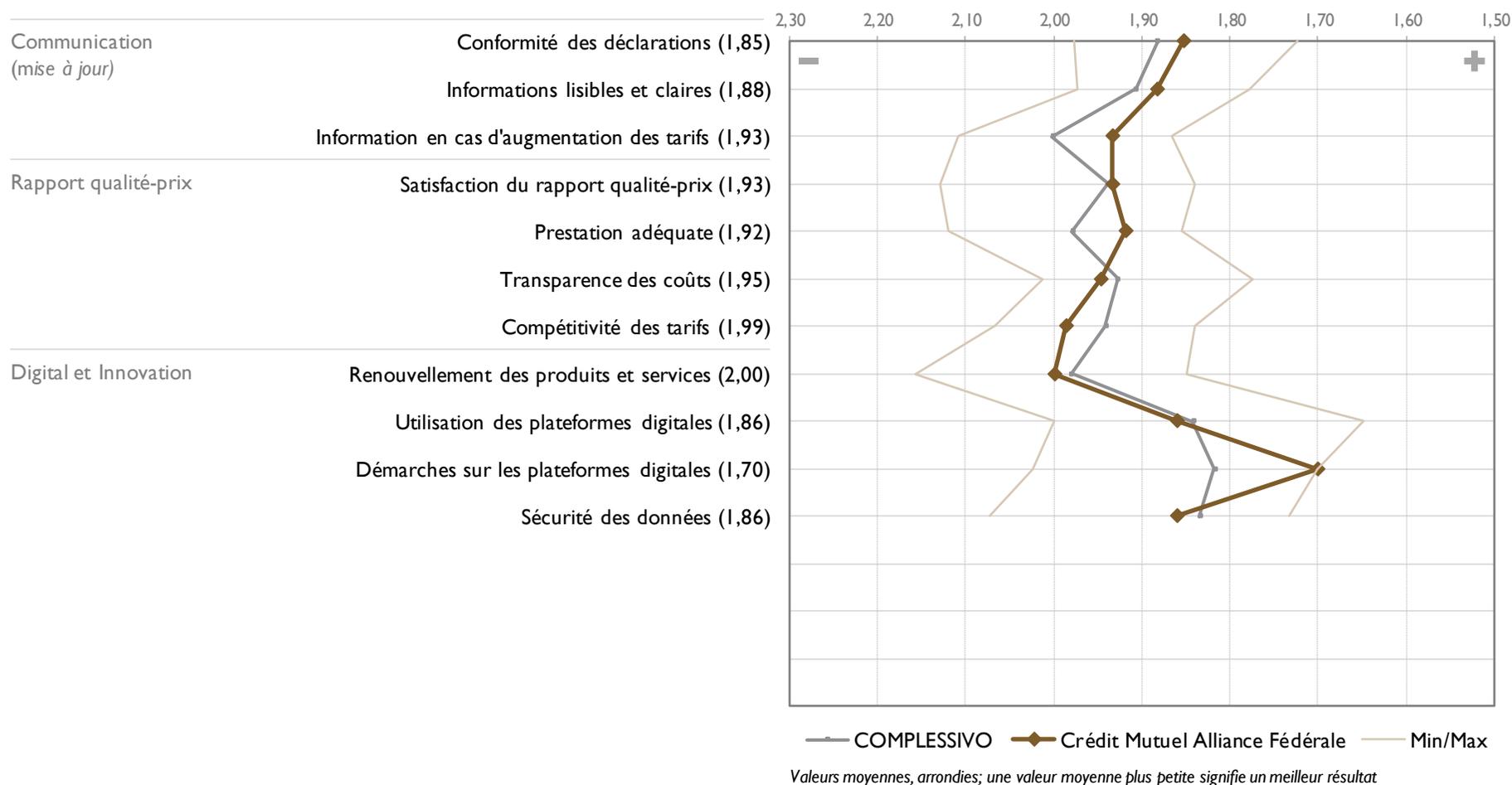
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Crédit Mutuel Alliance Fédérale (I)



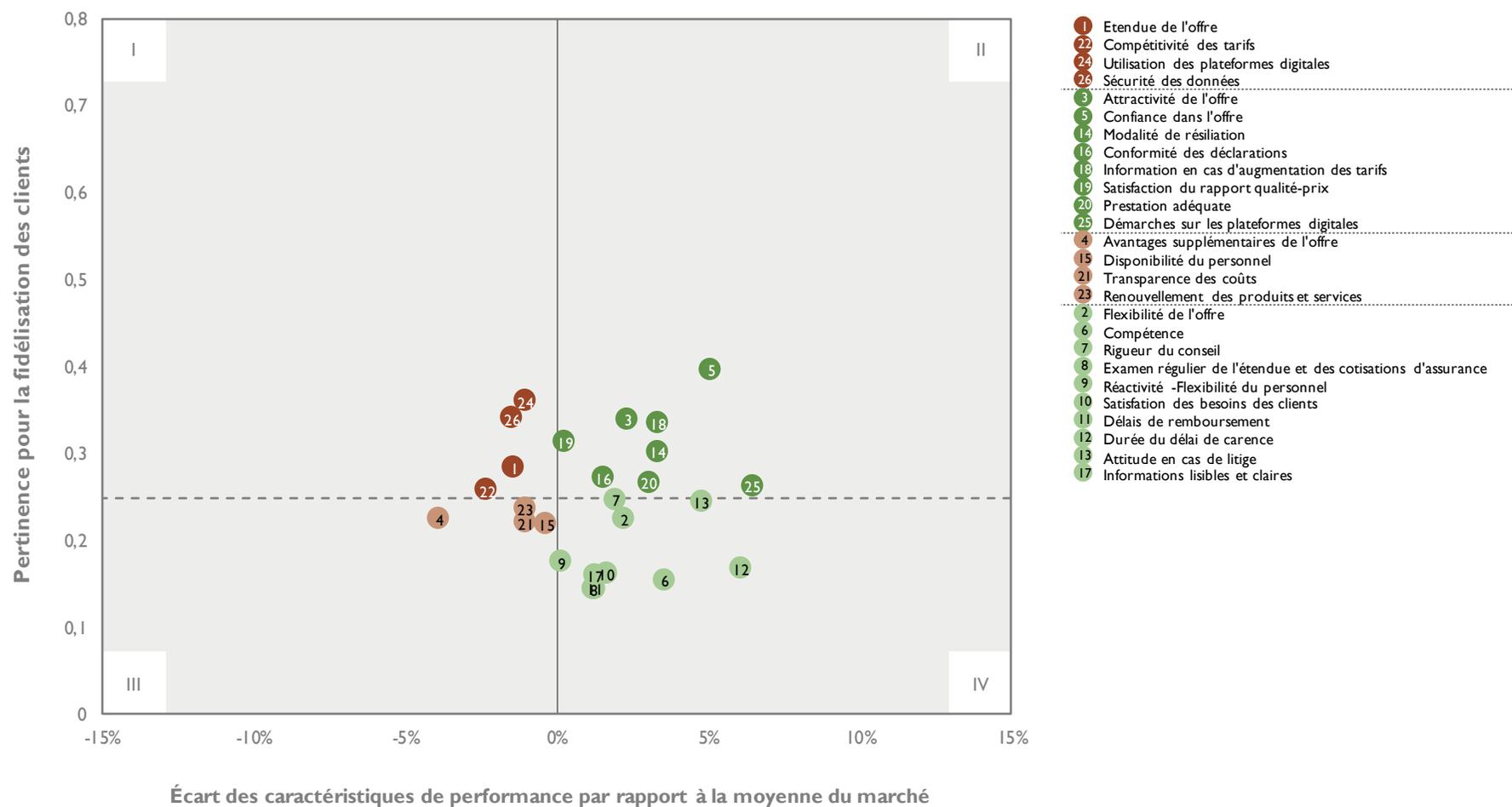
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Crédit Mutuel Alliance Fédérale (II)

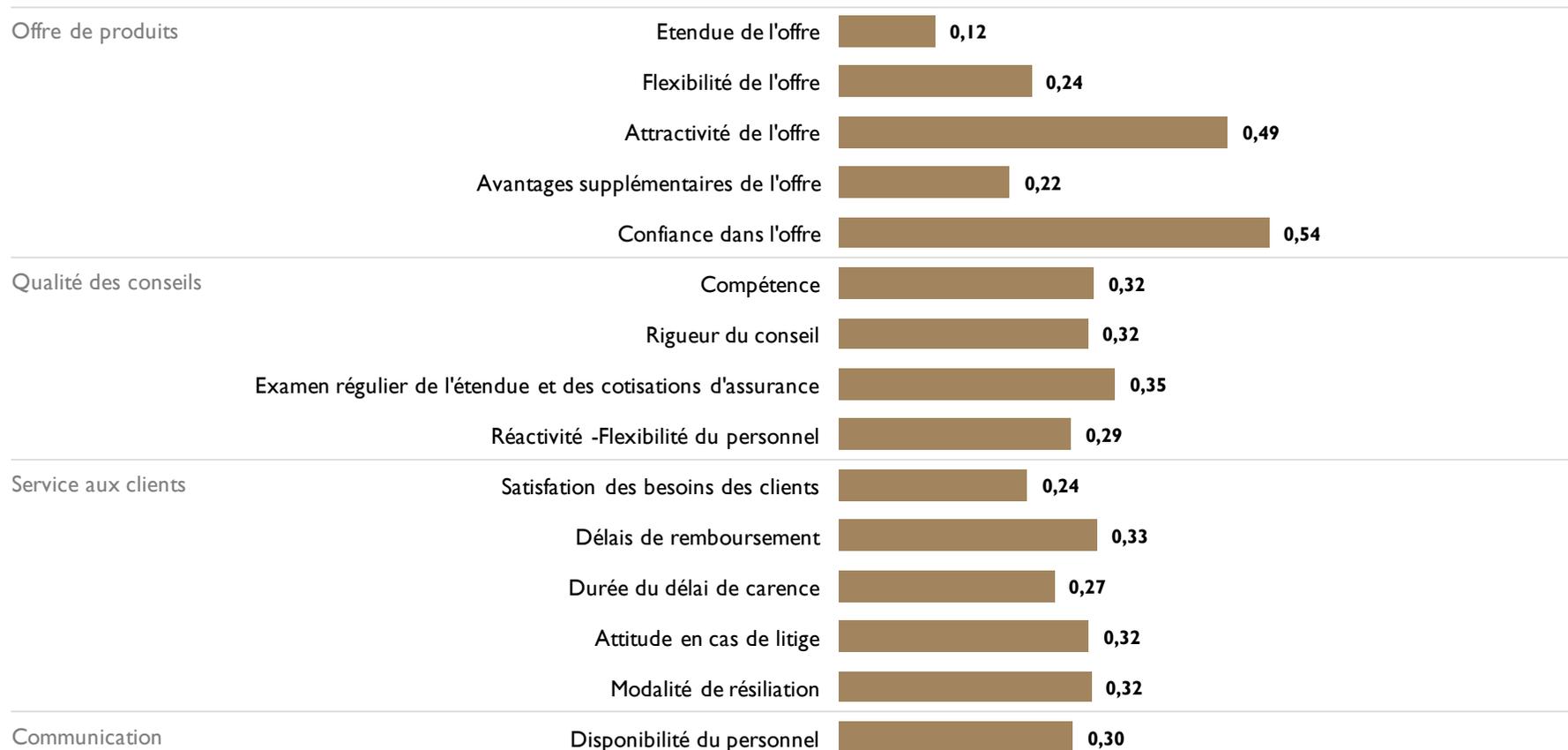


Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

Matrice action-pertinence – Crédit Mutuel Alliance Fédérale

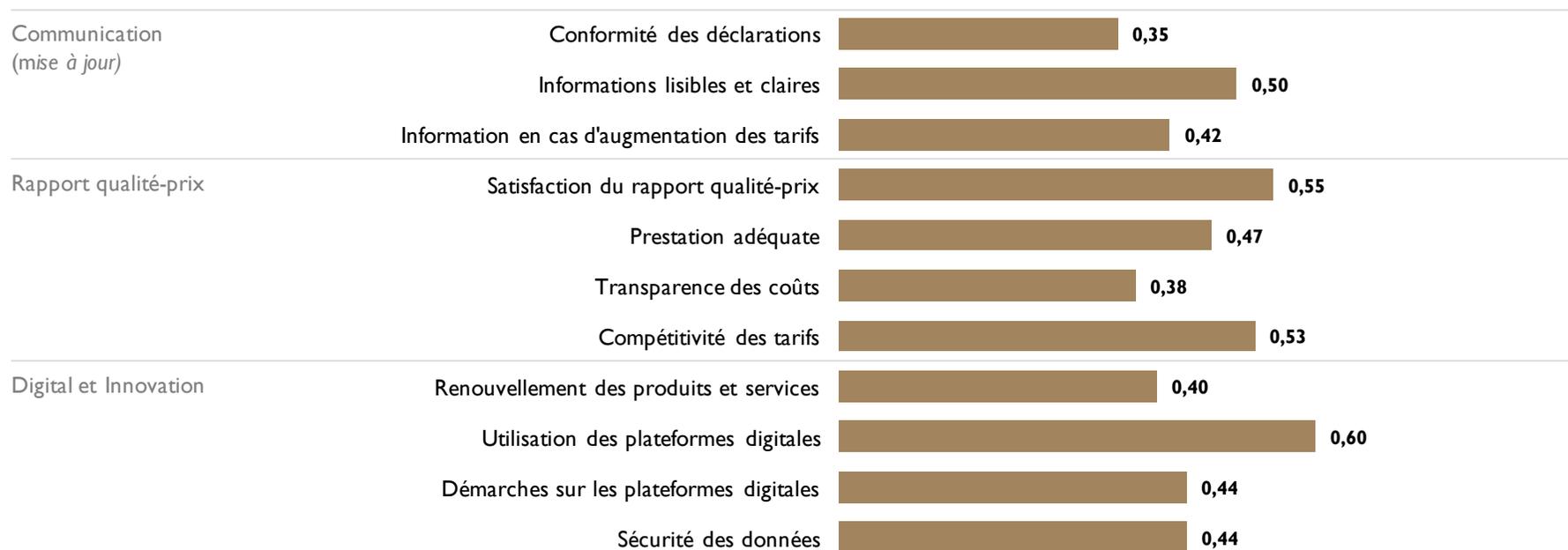


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Crédit Mutuel Arkéa (I)



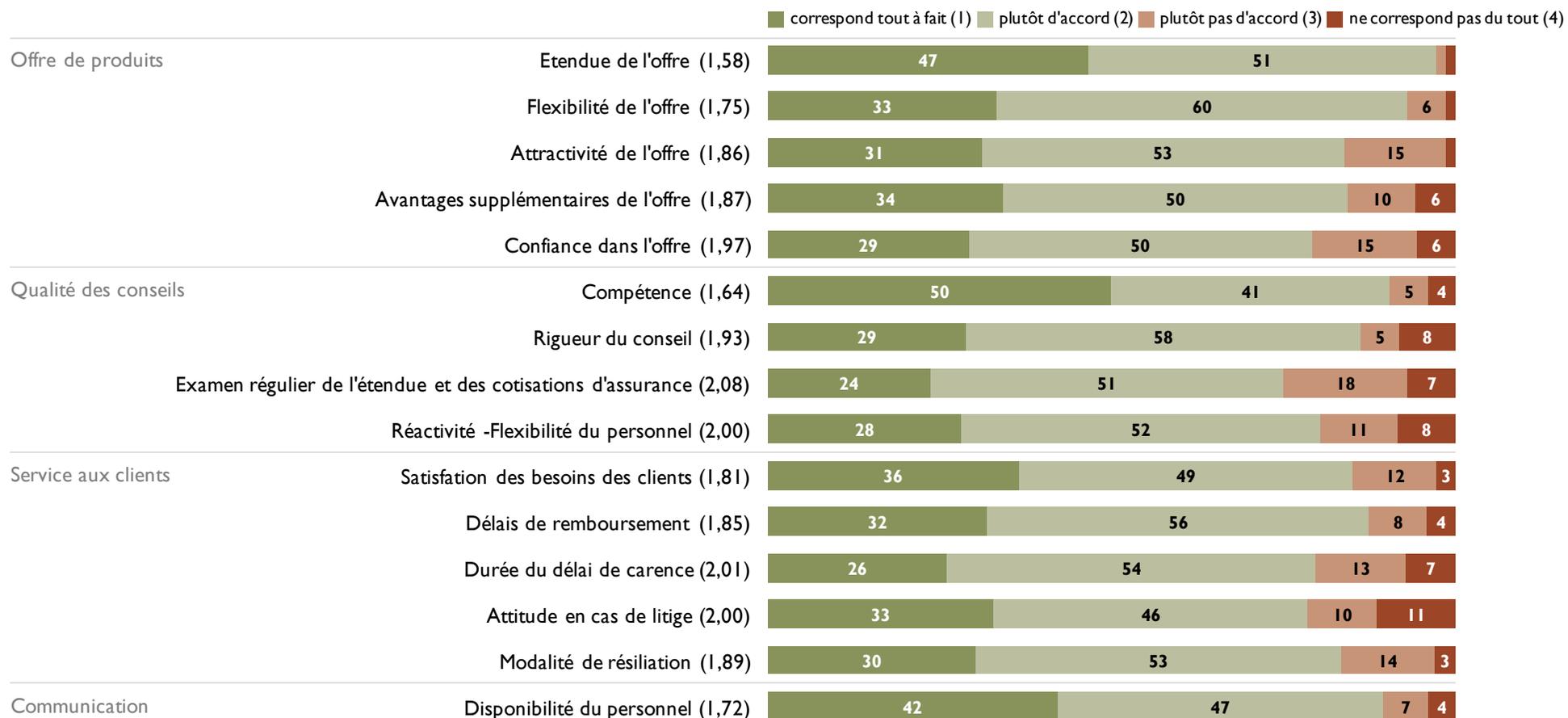
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Crédit Mutuel Arkéa (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

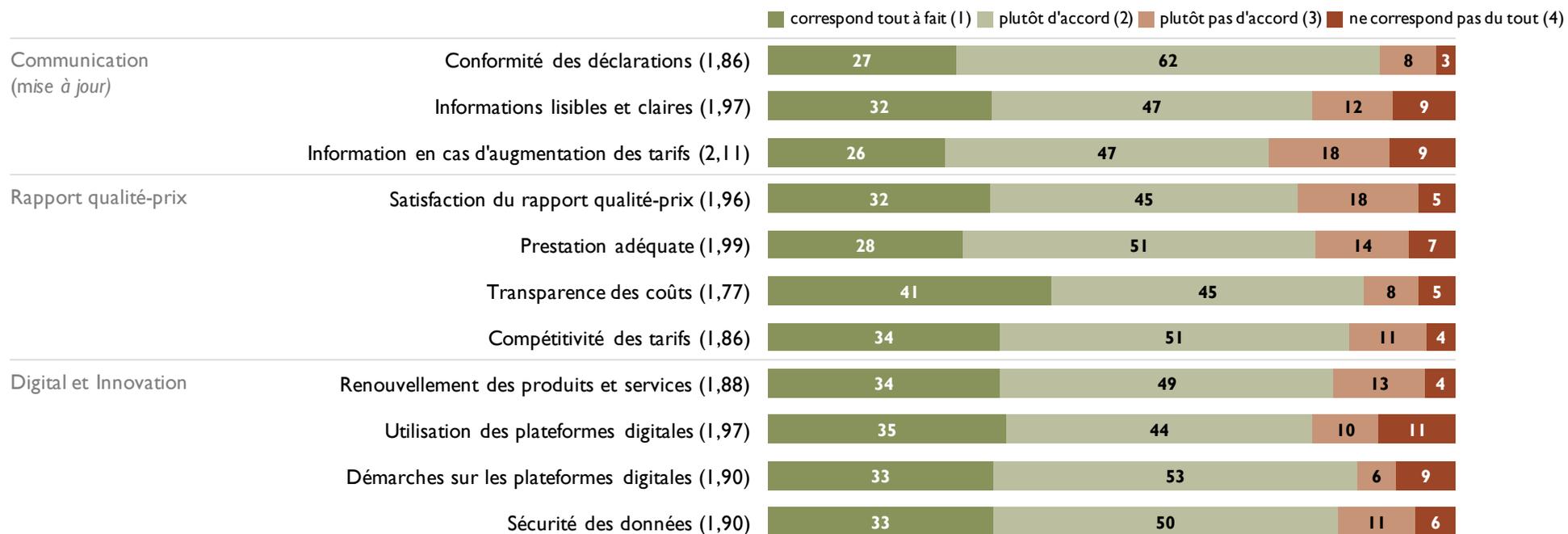
Profil-qualité – Crédit Mutuel Arkéa (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Mutuel Arkéa.

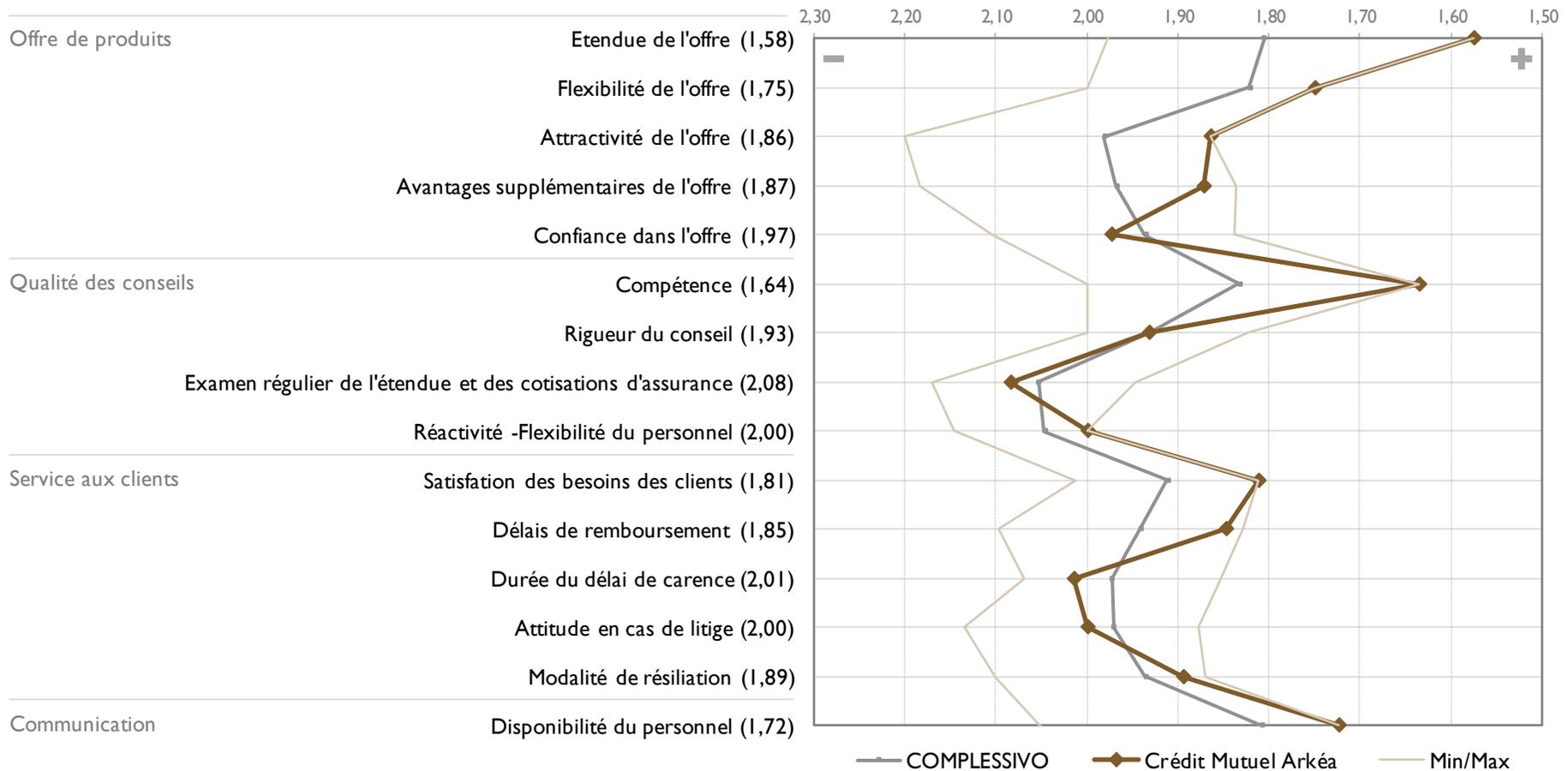
Profil-qualité – Crédit Mutuel Arkéa (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Mutuel Arkéa.

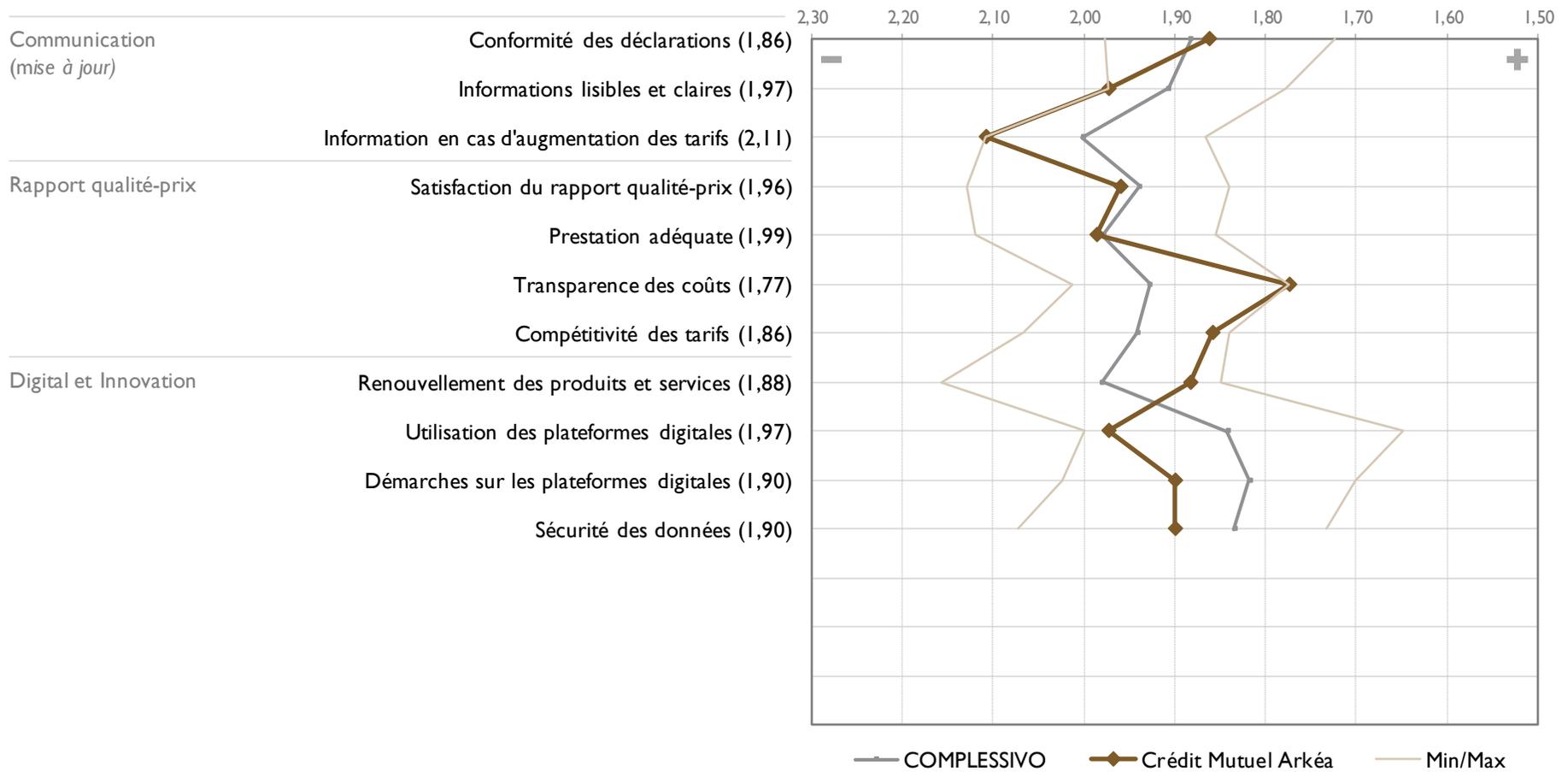
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Crédit Mutuel Arkéa (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Mutuel Arkéa.

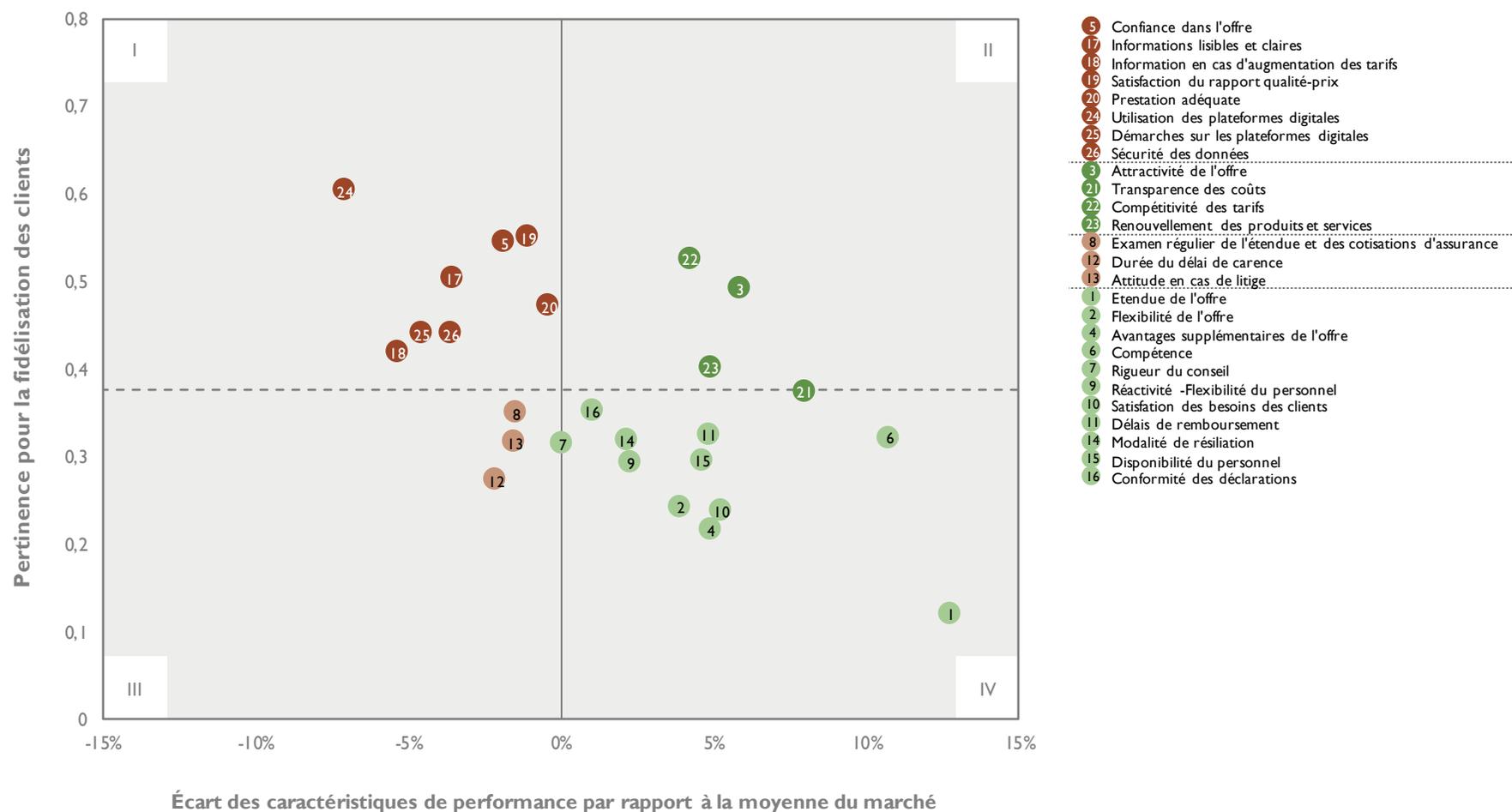
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Crédit Mutuel Arkéa (II)



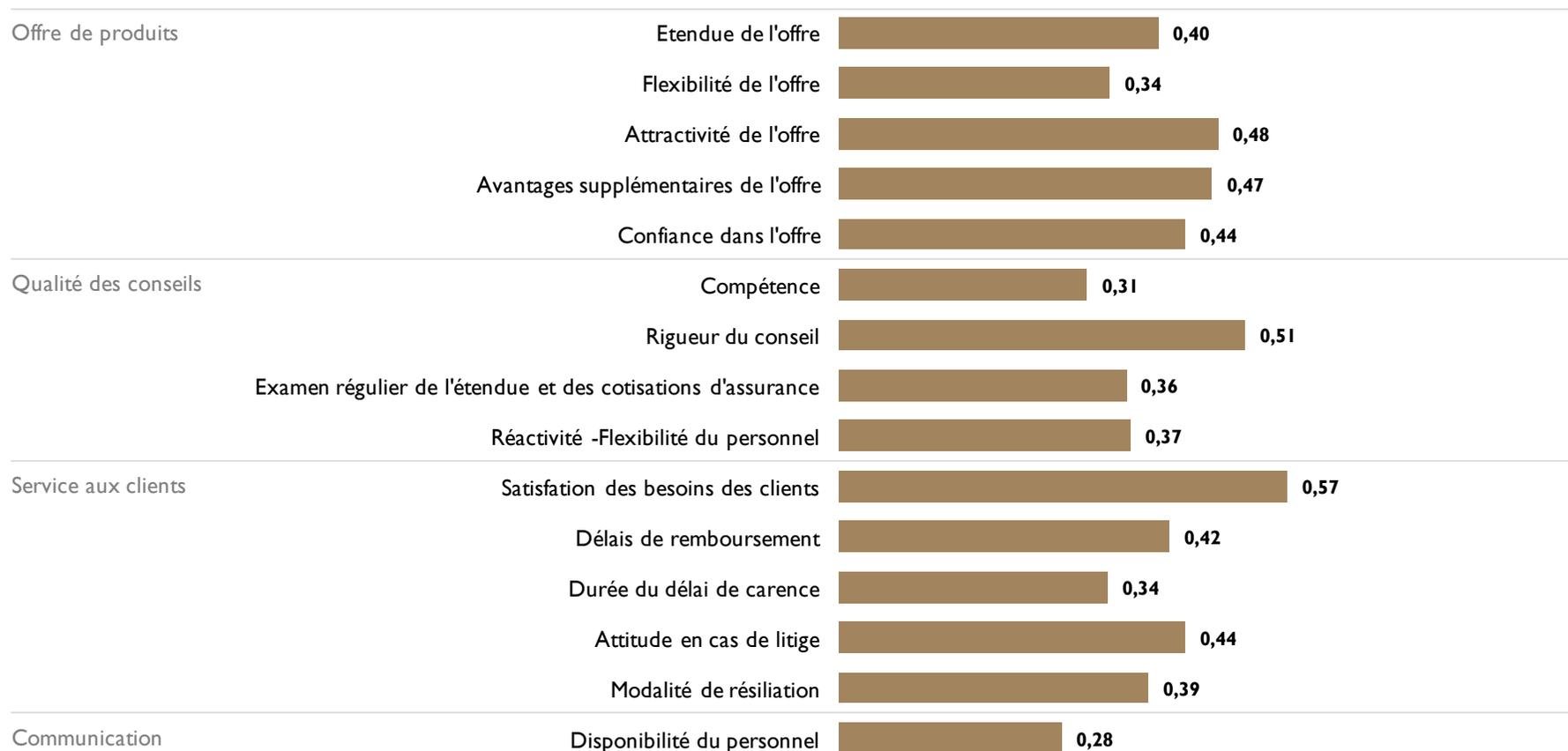
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Mutuel Arkéa.

Matrice action-pertinence – Crédit Mutuel Arkéa

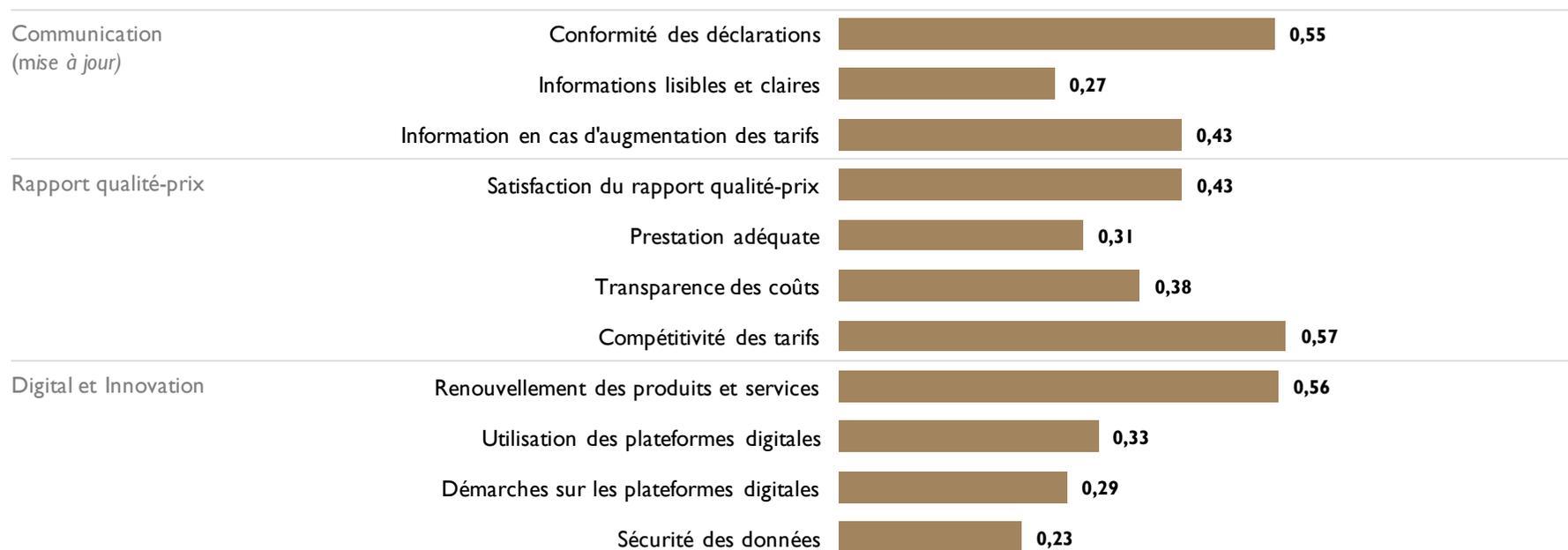


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Crédit Agricole (I)



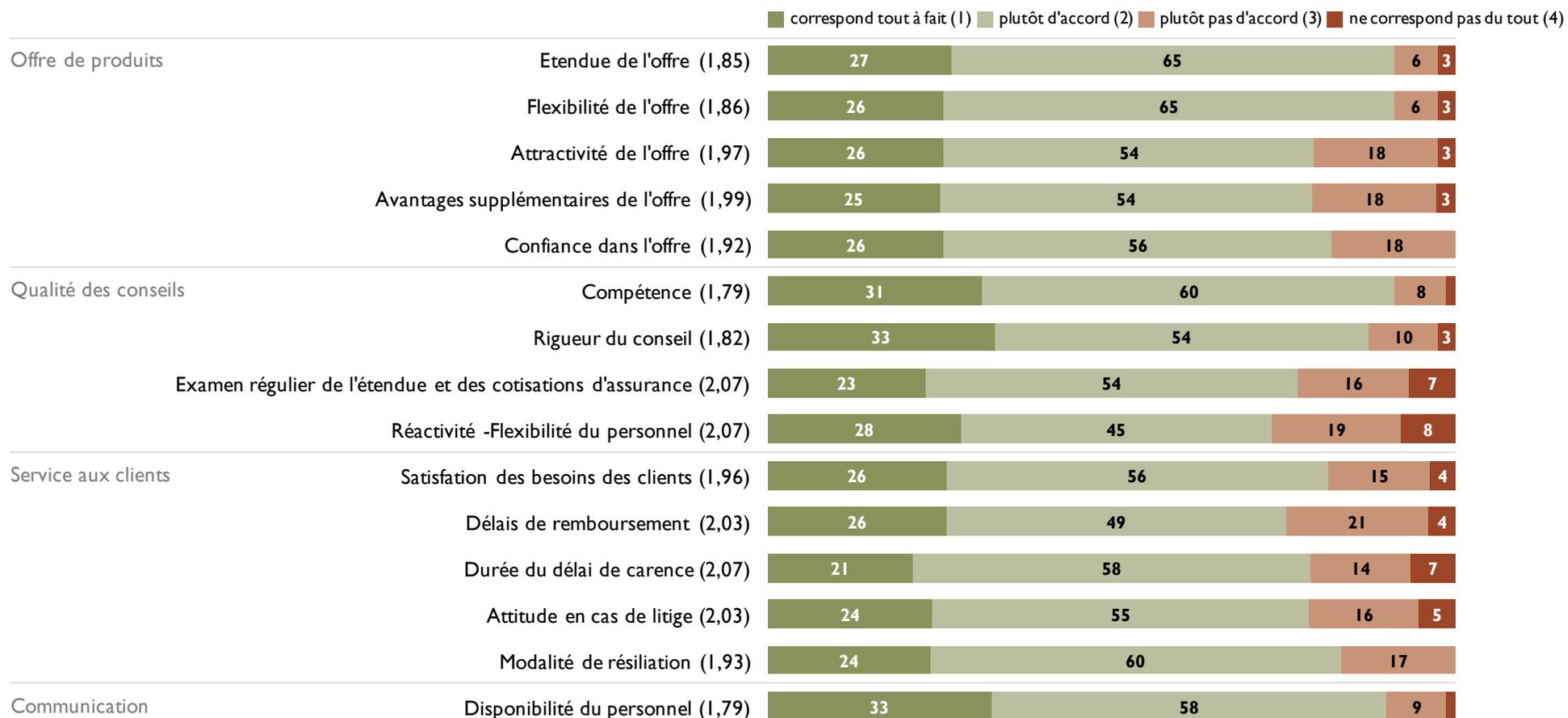
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Crédit Agricole (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

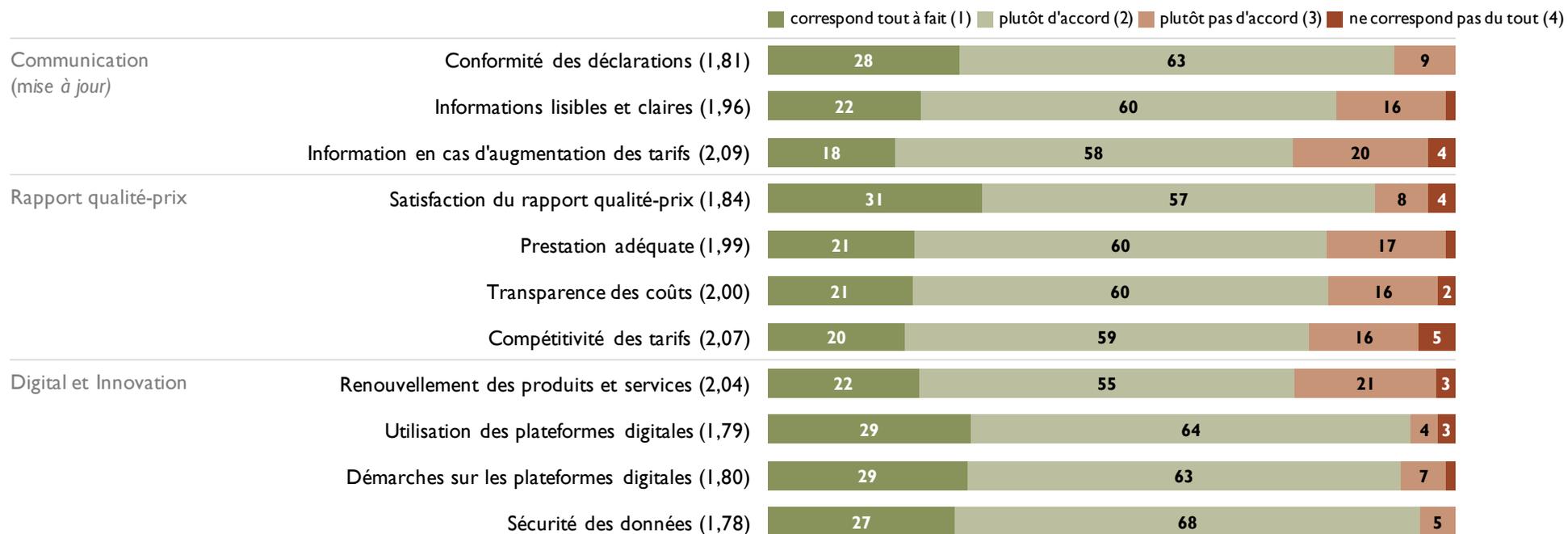
Profil-qualité – Crédit Agricole (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Agricole.

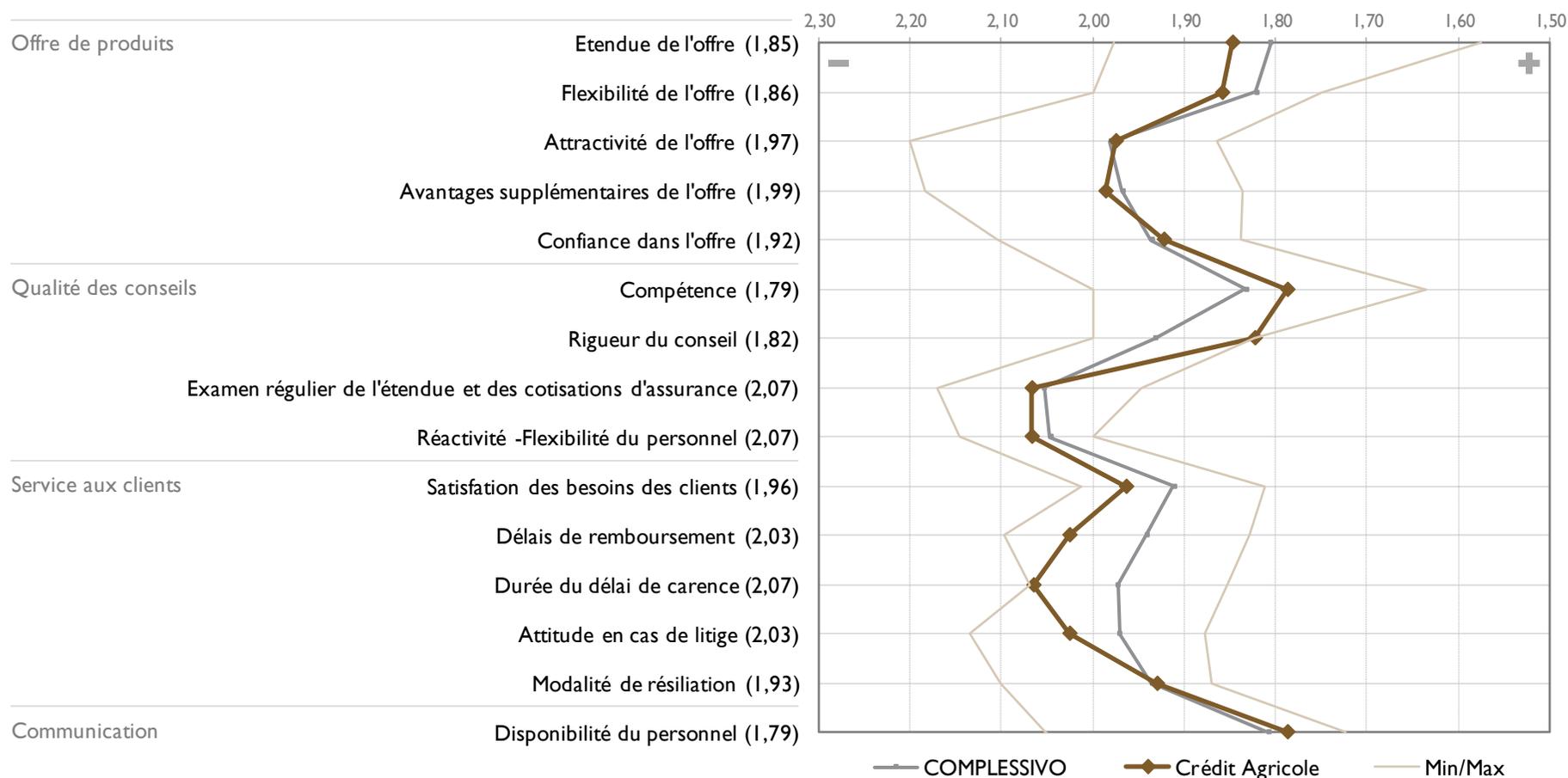
Profil-qualité – Crédit Agricole (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Agricole.

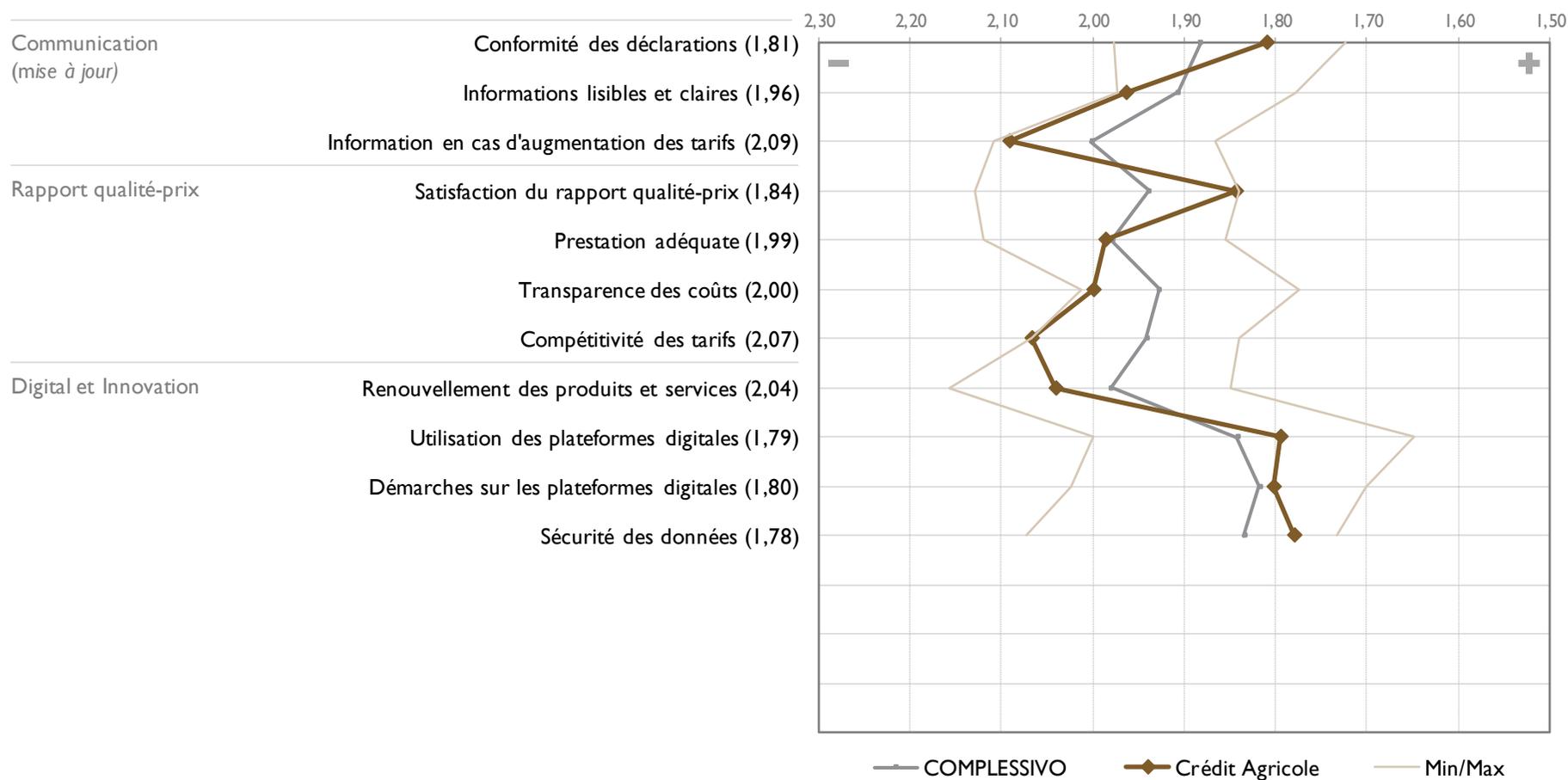
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Crédit Agricole (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Agricole.

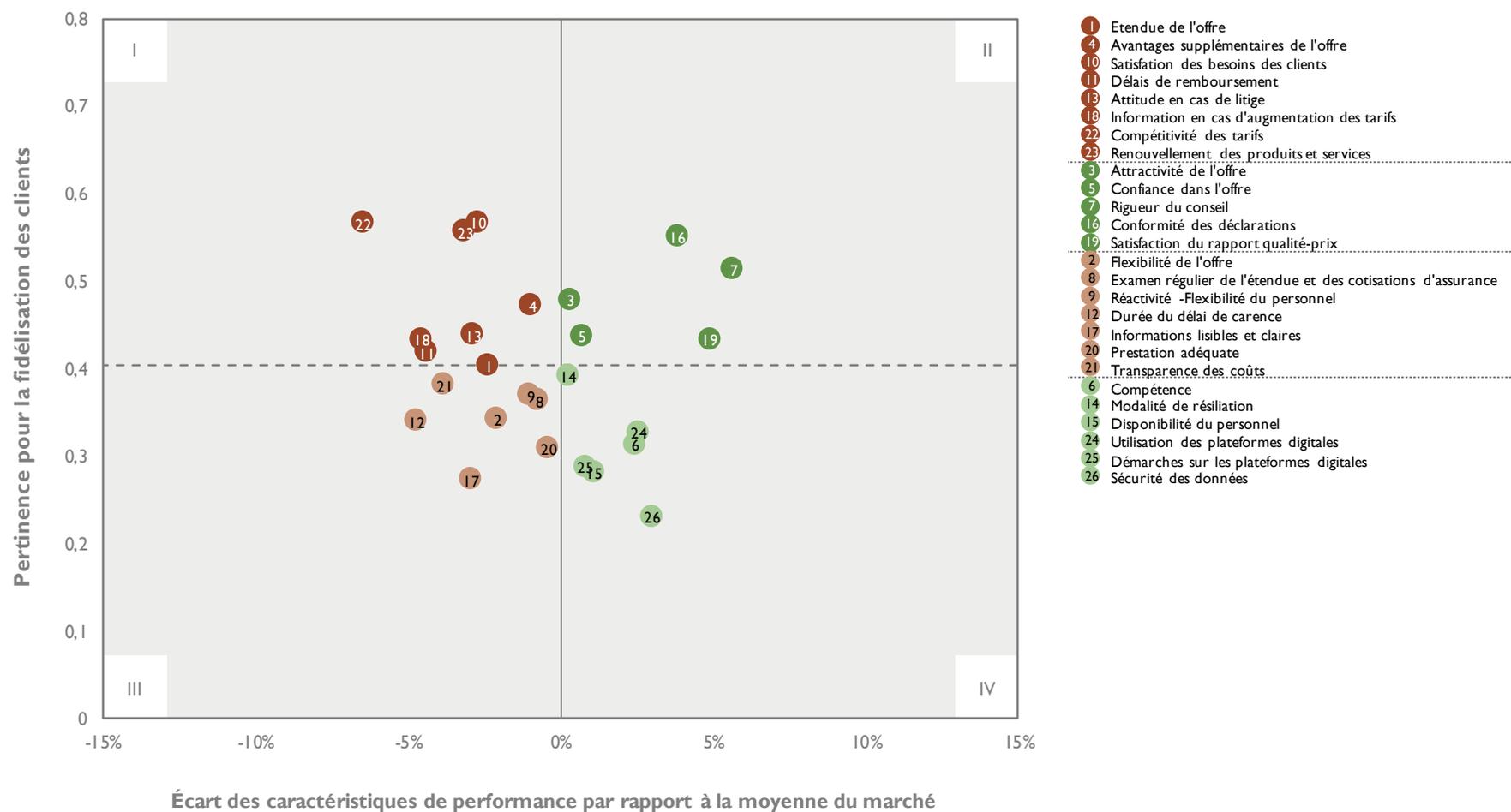
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Crédit Agricole (II)



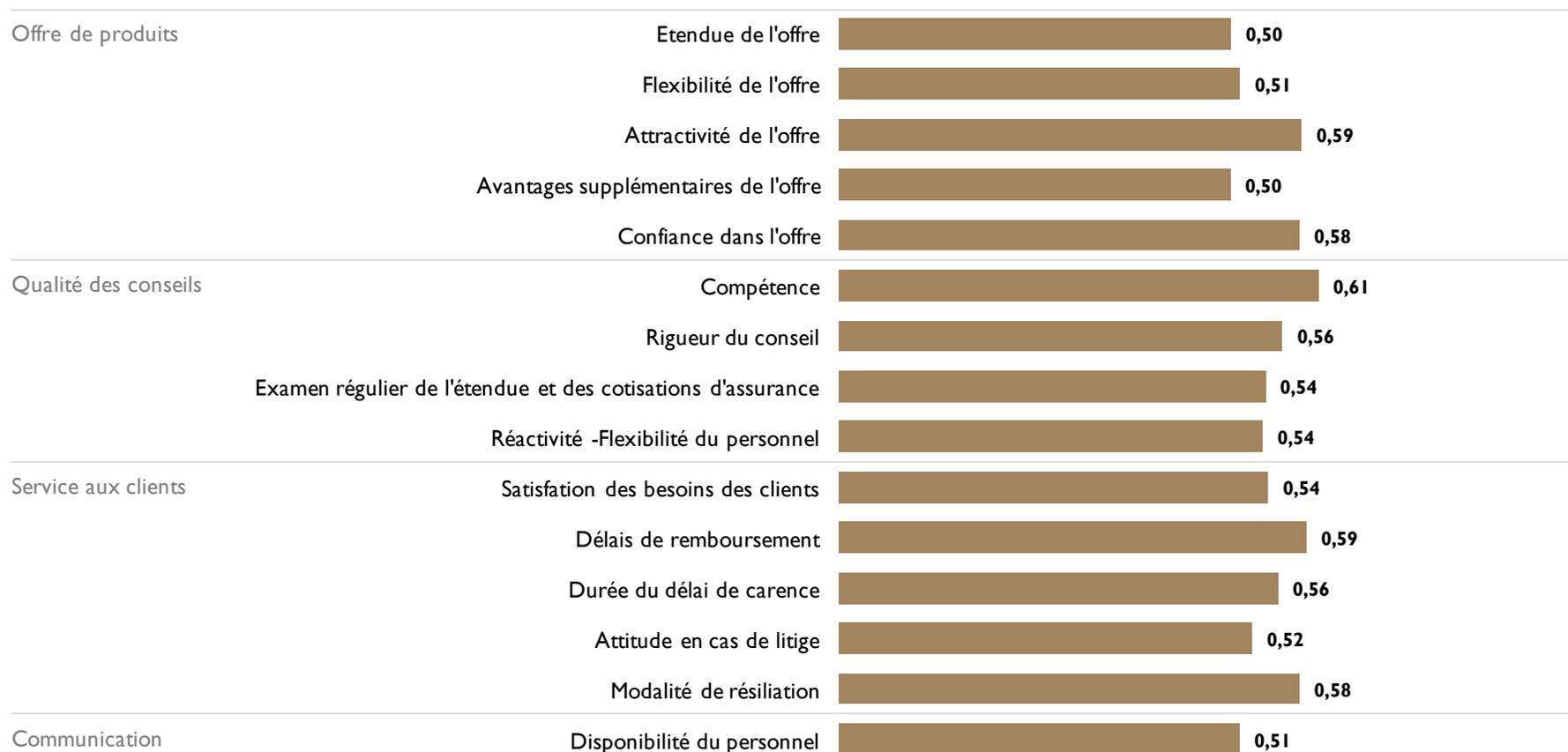
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Agricole.

Matrice action-pertinence – Crédit Agricole

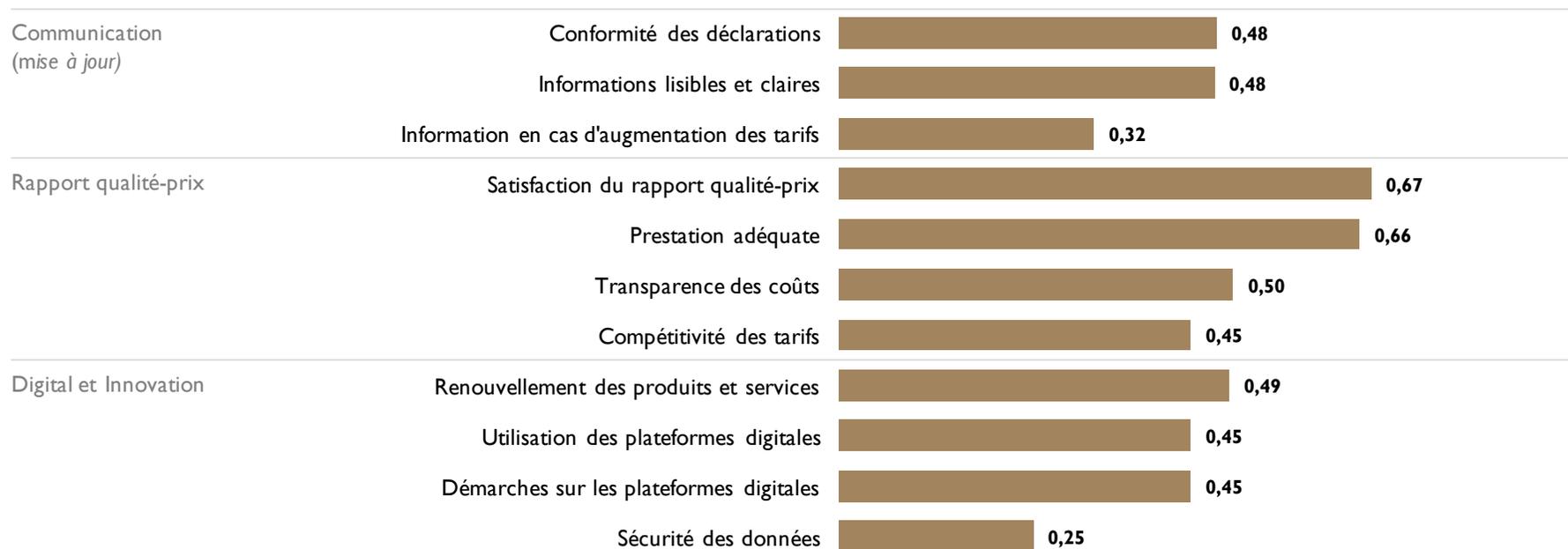


Moteurs de fidélisation de la clientèle – La Banque Postale (I)



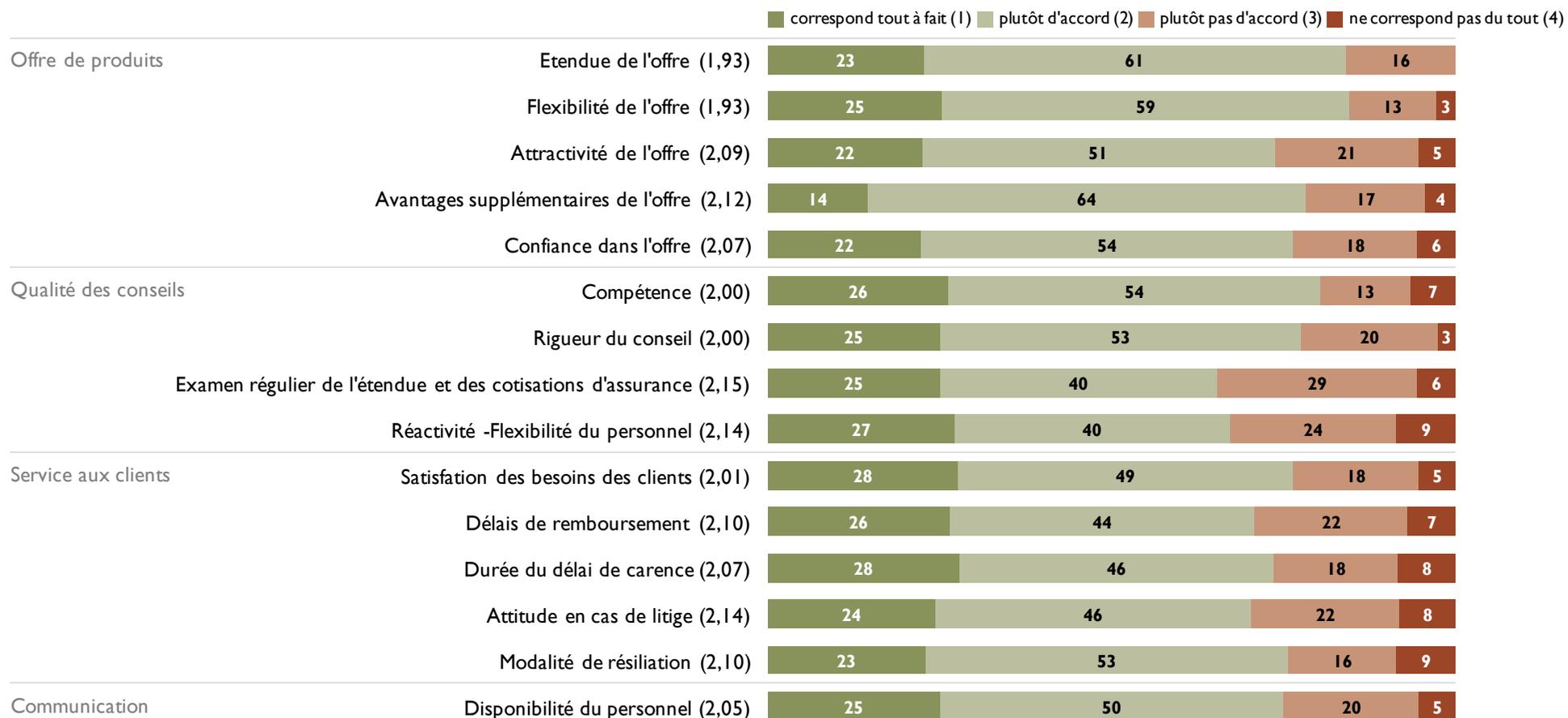
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – La Banque Postale (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

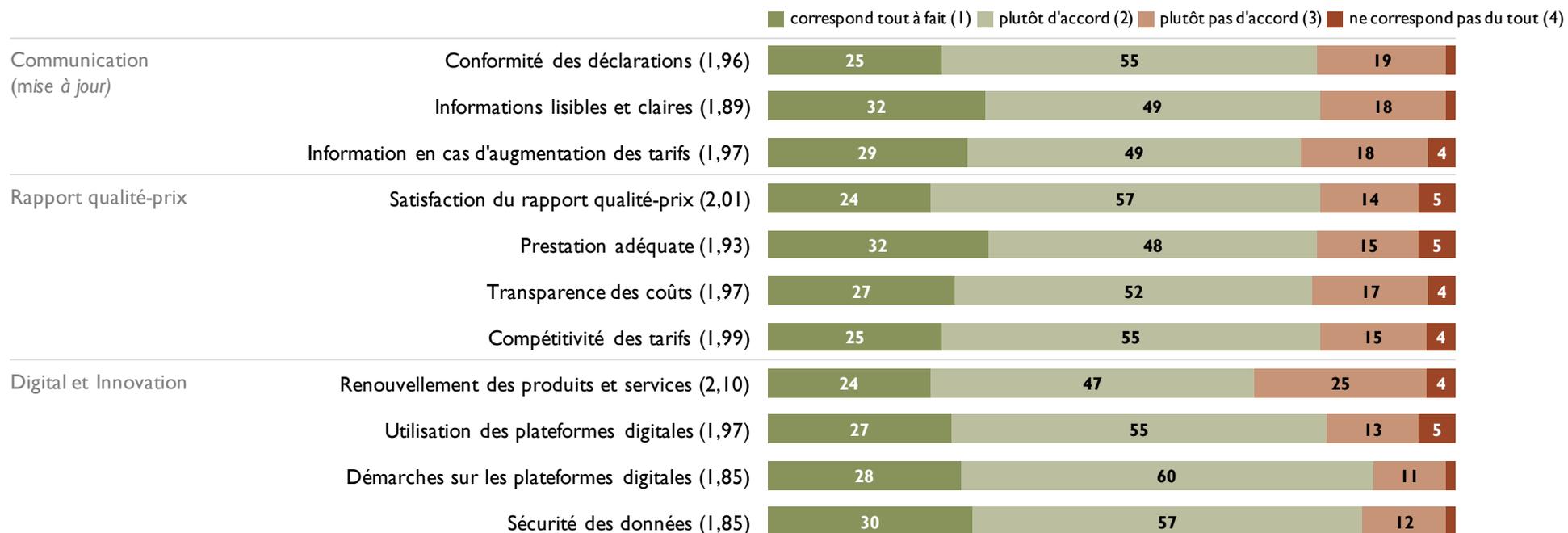
Profil-qualité – La Banque Postale (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à La Banque Postale.

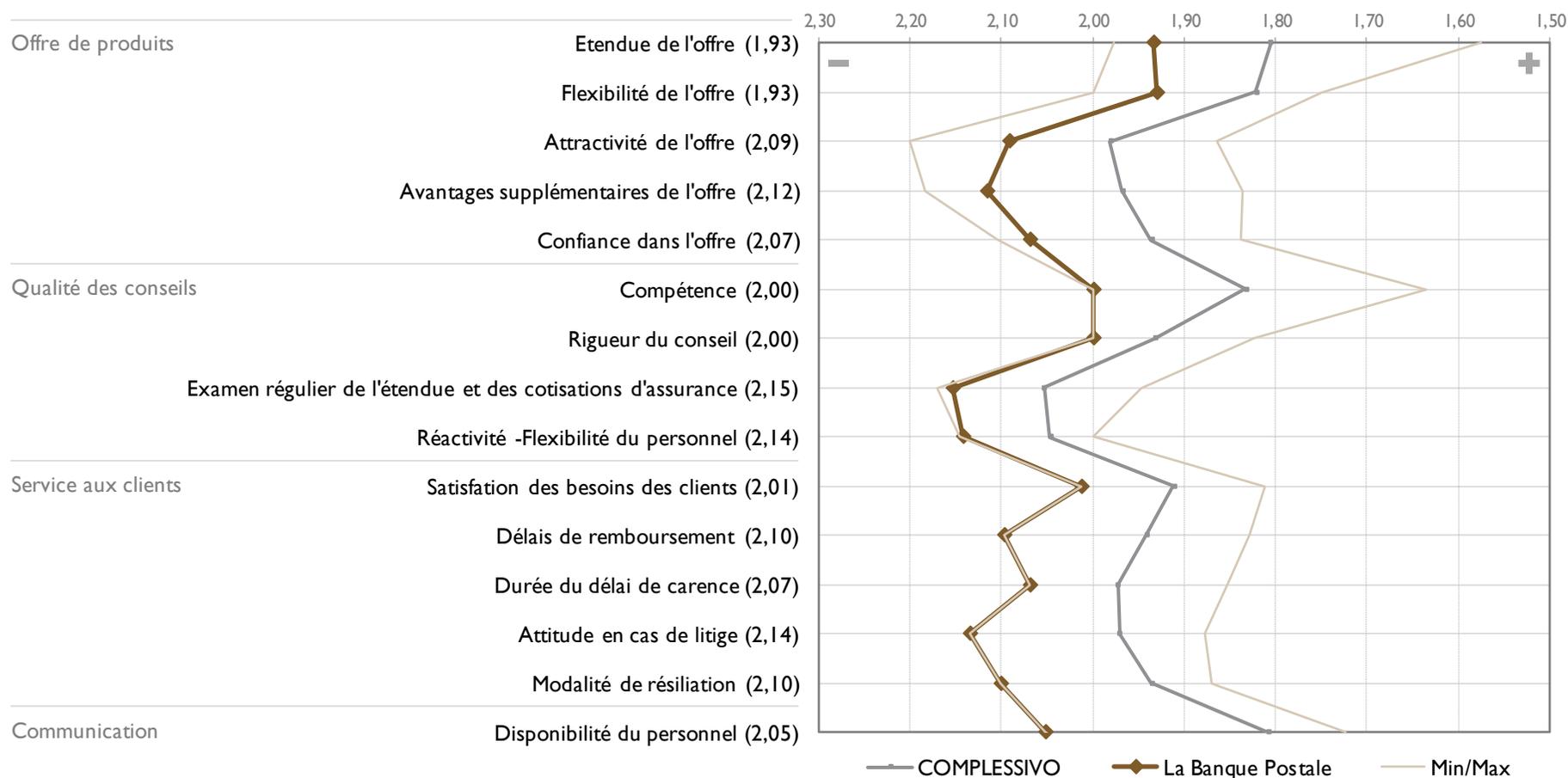
Profil-qualité – La Banque Postale (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à La Banque Postale.

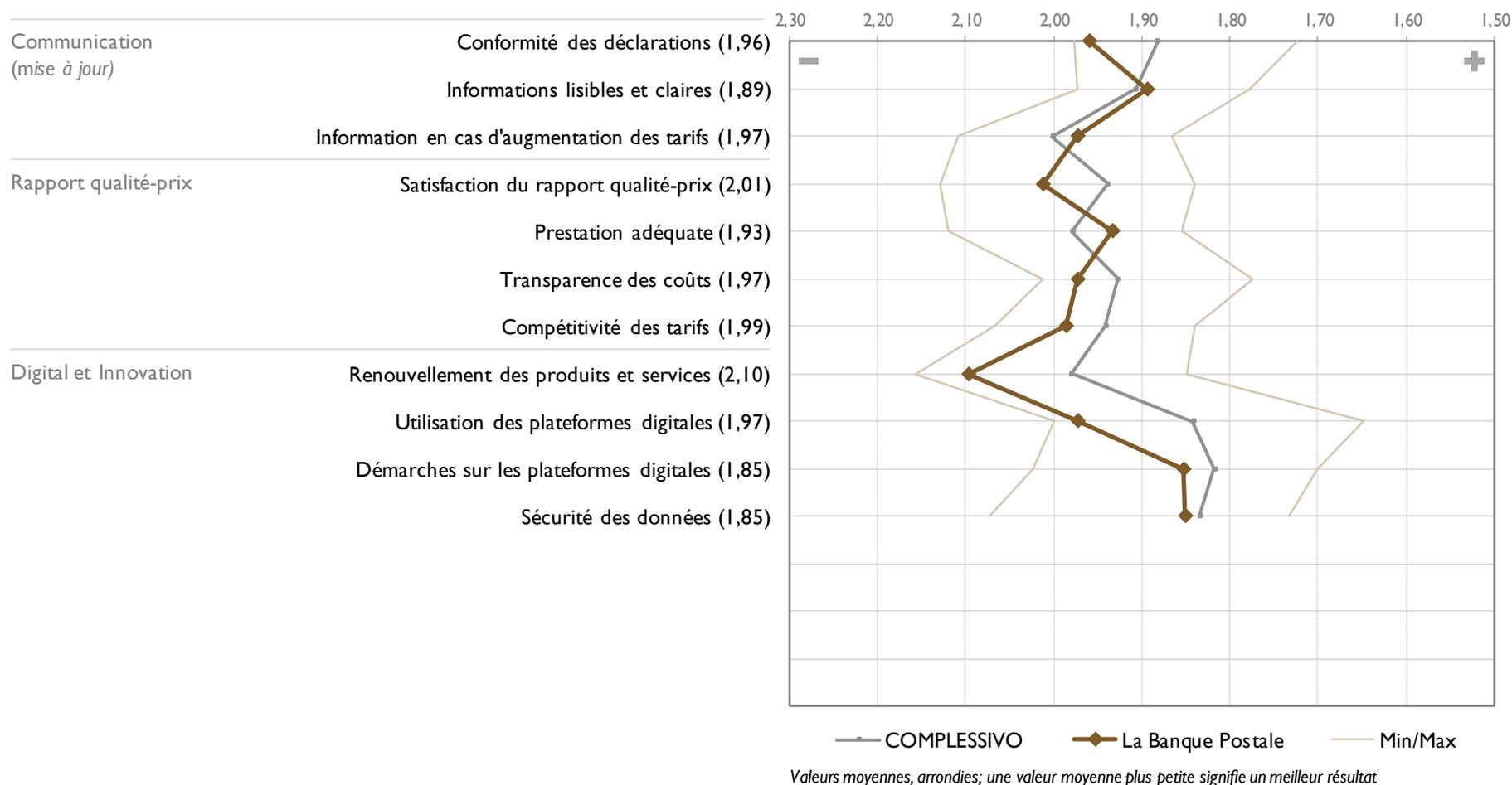
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – La Banque Postale (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

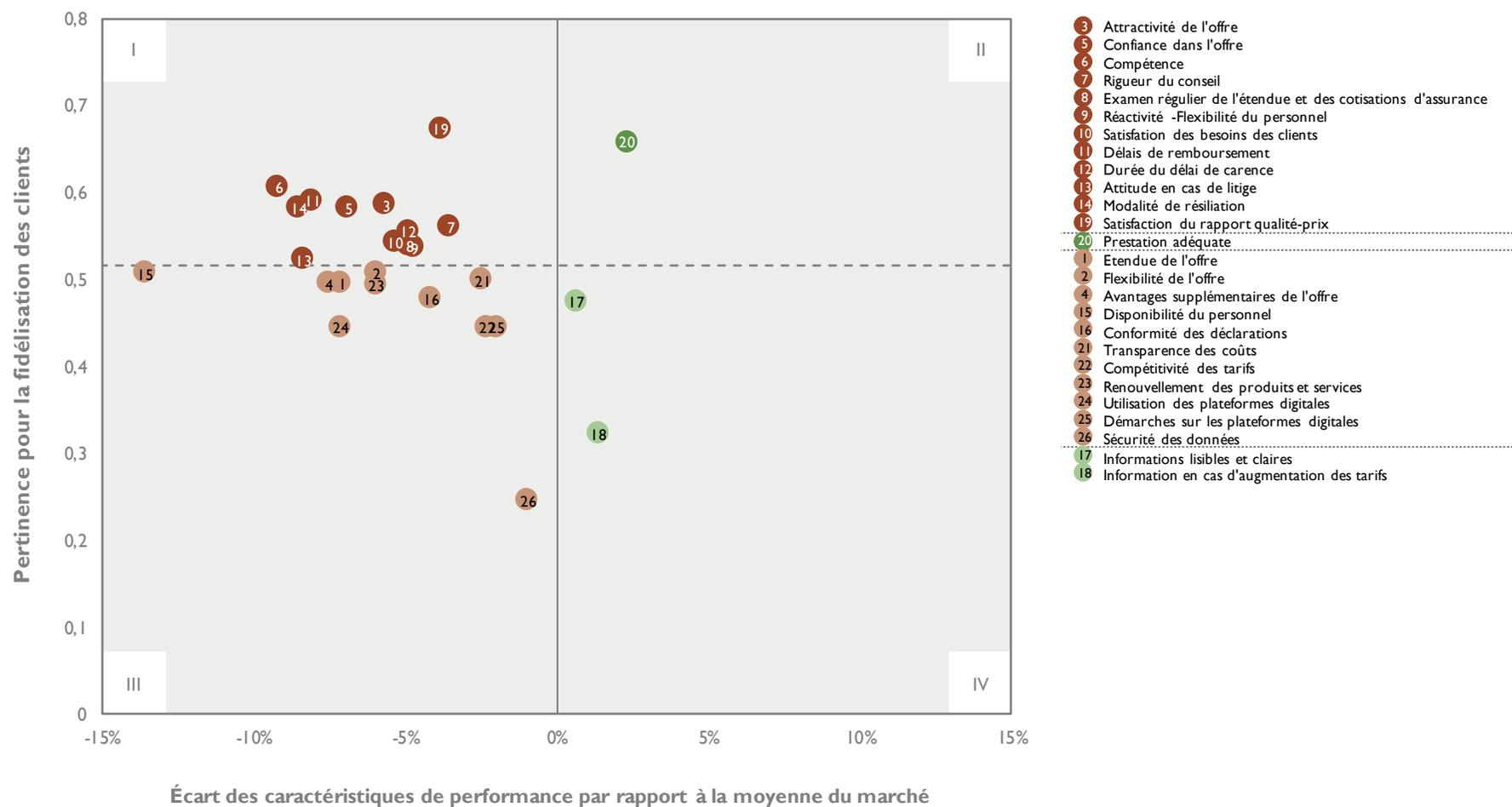
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à La Banque Postale.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – La Banque Postale (II)

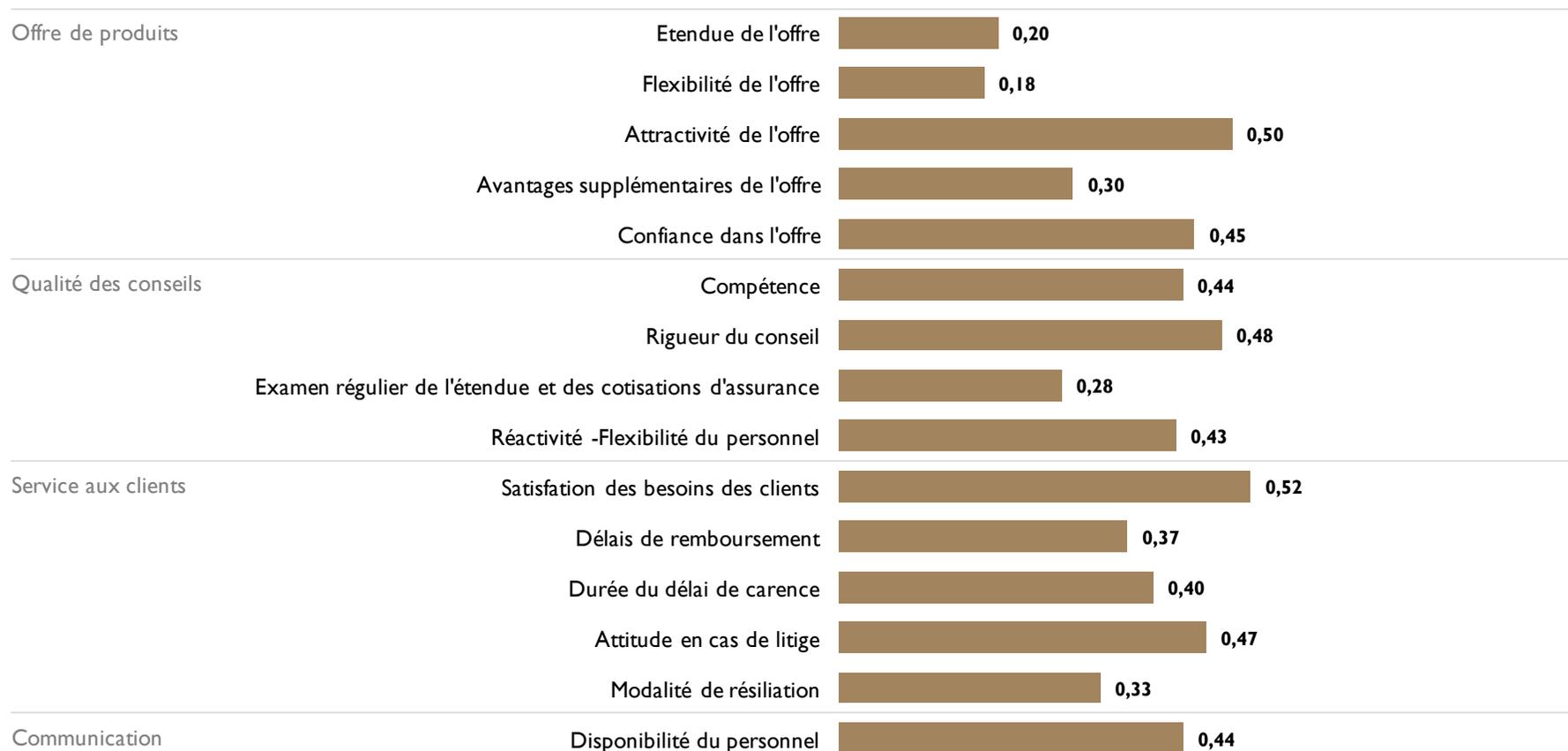


Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à La Banque Postale.

Matrice action-pertinence – La Banque Postale

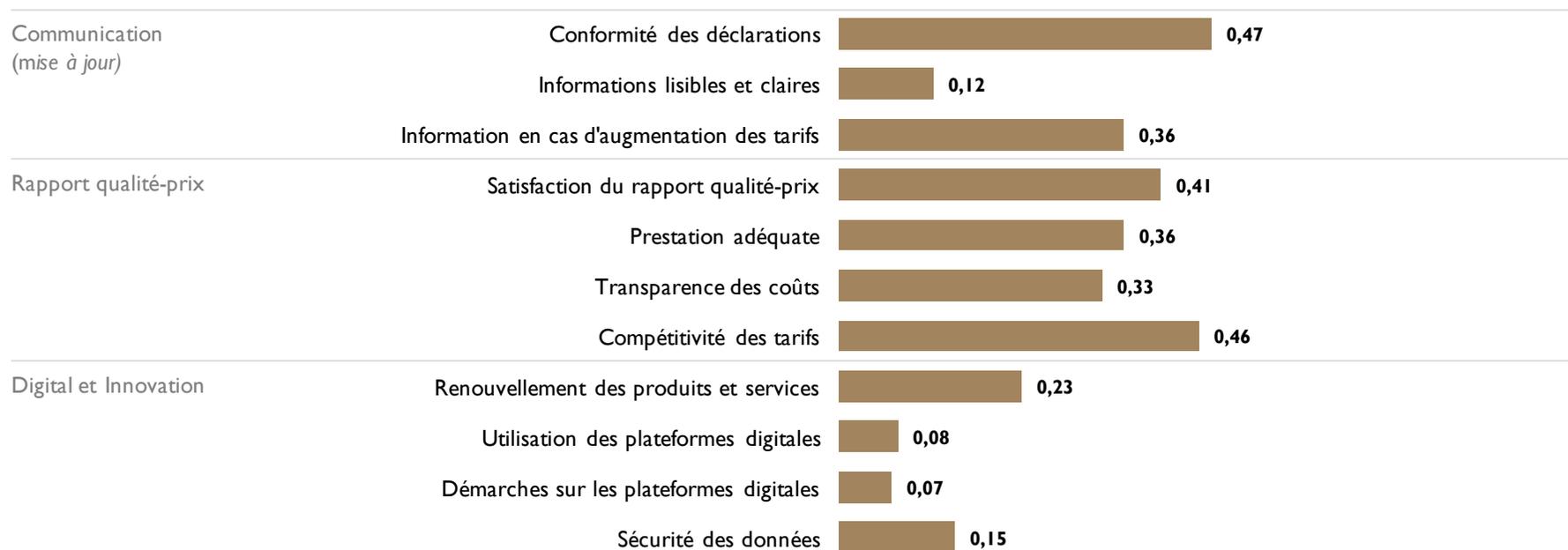


Moteurs de fidélisation de la clientèle – LCL Le Crédit Lyonnais (I)



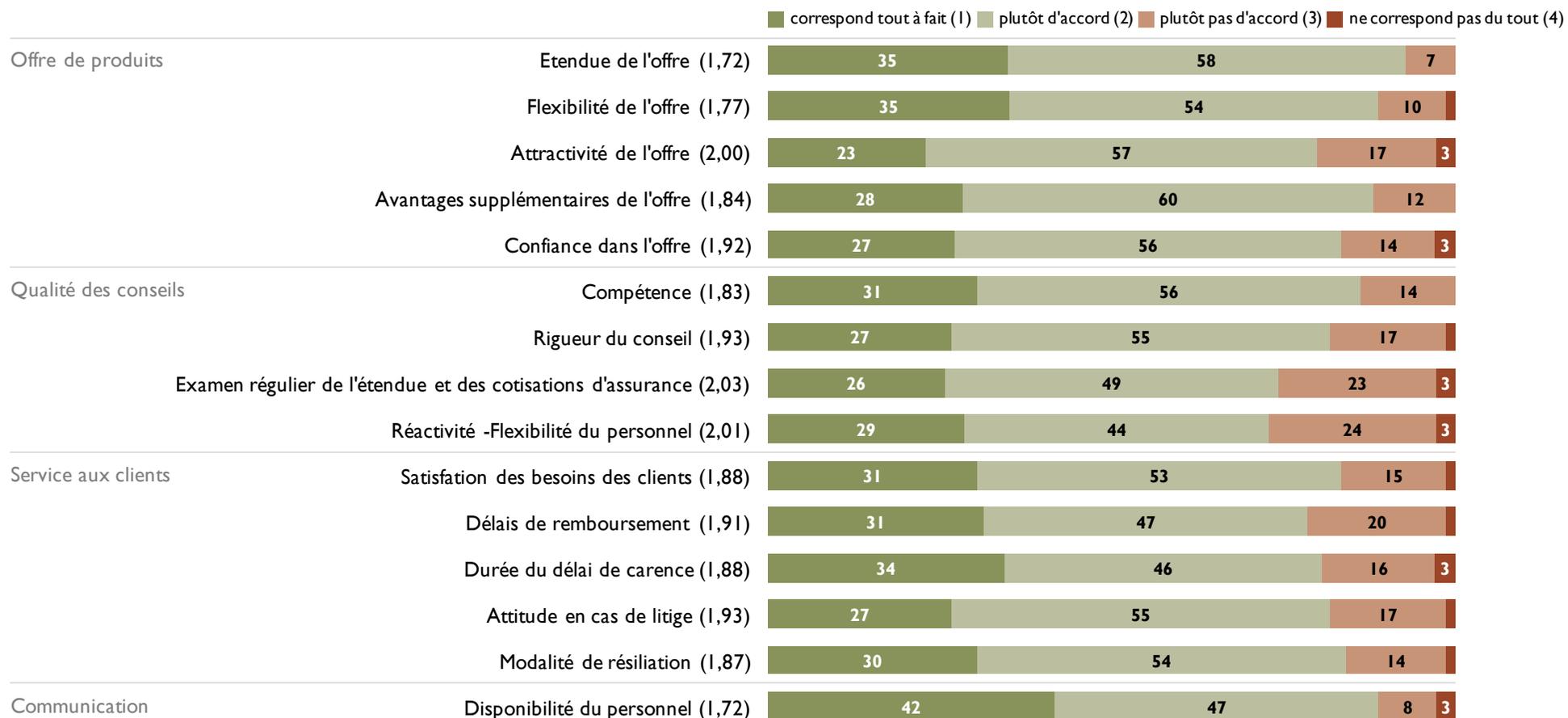
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – LCL Le Crédit Lyonnais (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

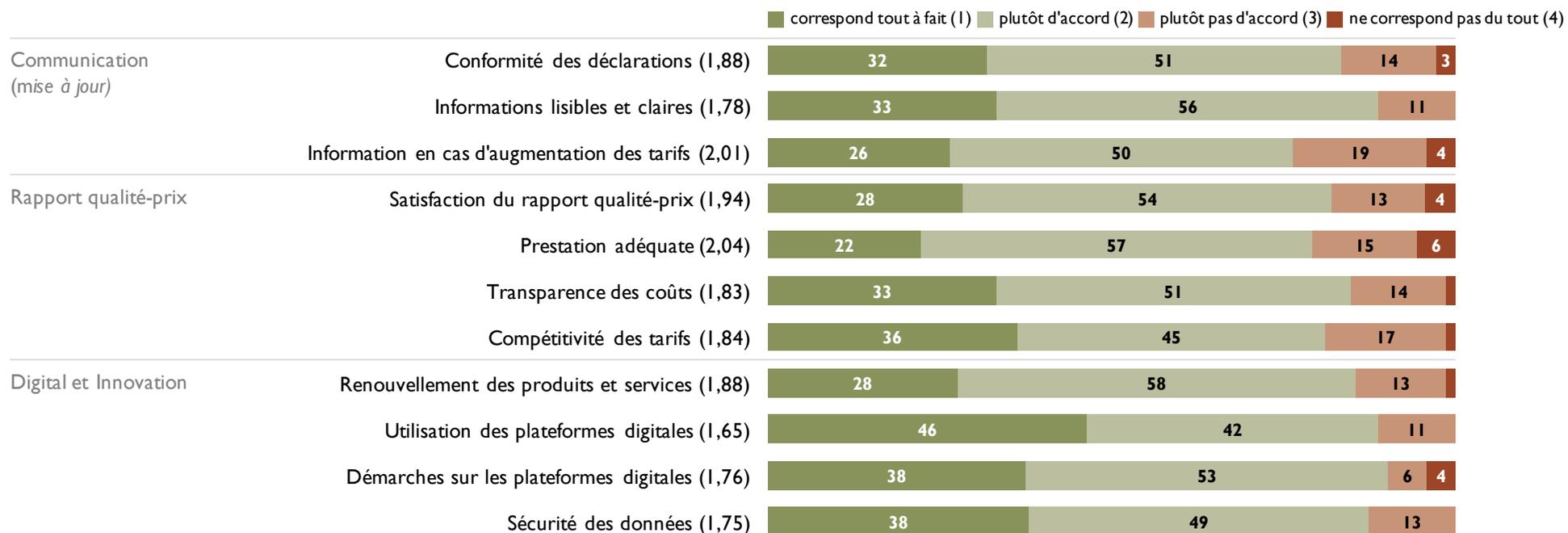
Profil-qualité – LCL Le Crédit Lyonnais (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à LCL Le Crédit Lyonnais.

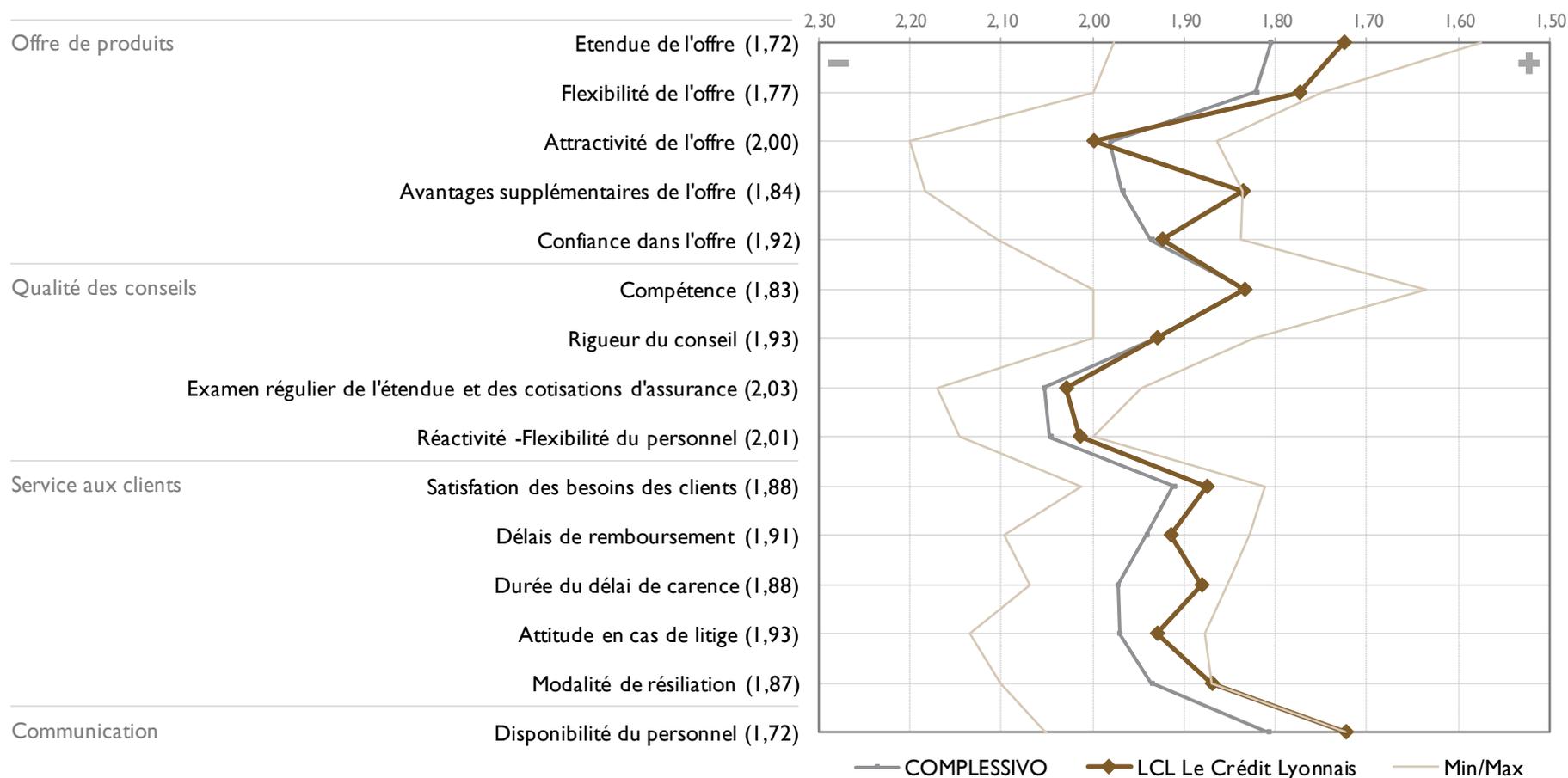
Profil-qualité – LCL Le Crédit Lyonnais (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à LCL Le Crédit Lyonnais.

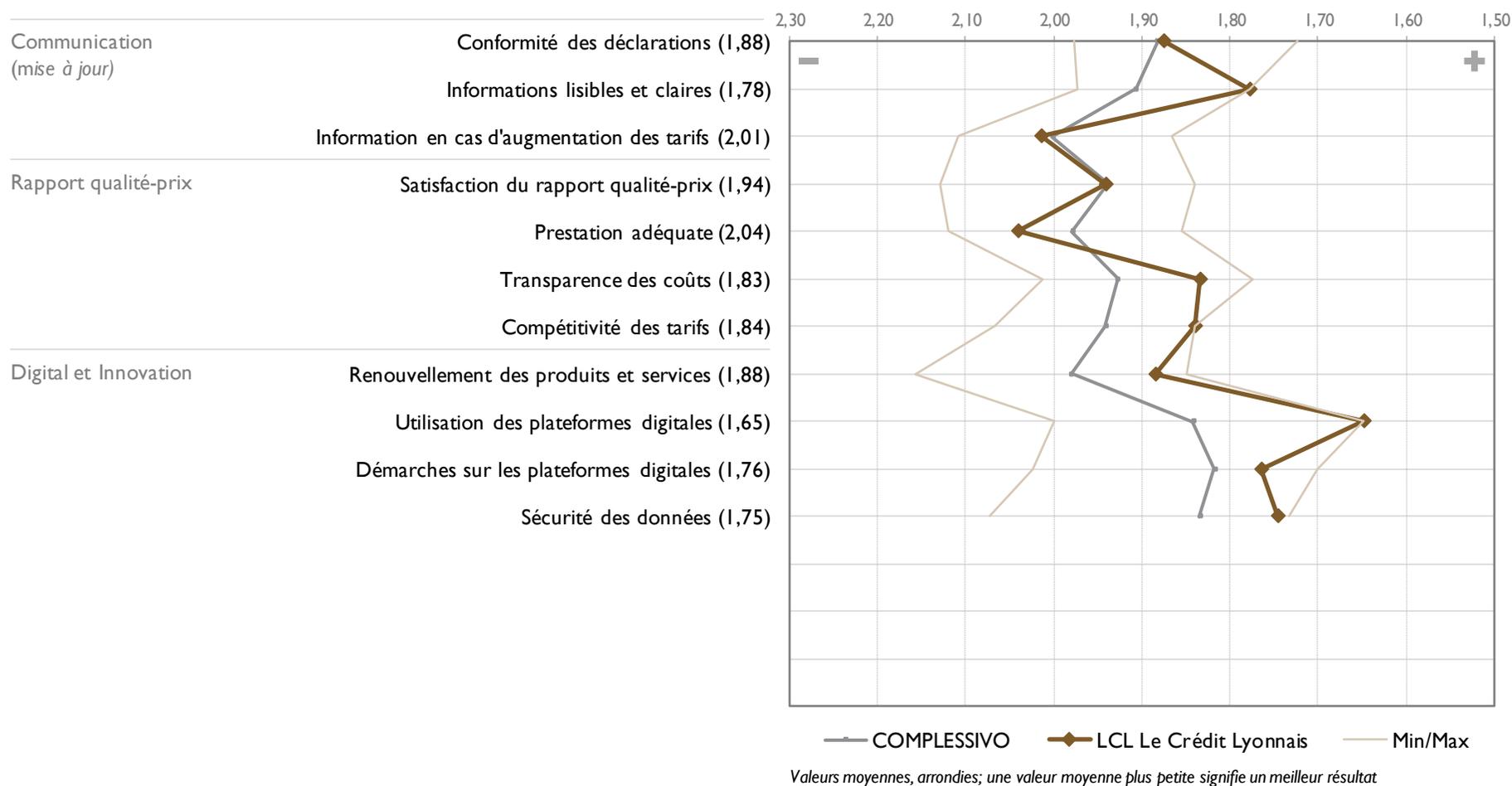
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – LCL Le Crédit Lyonnais (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

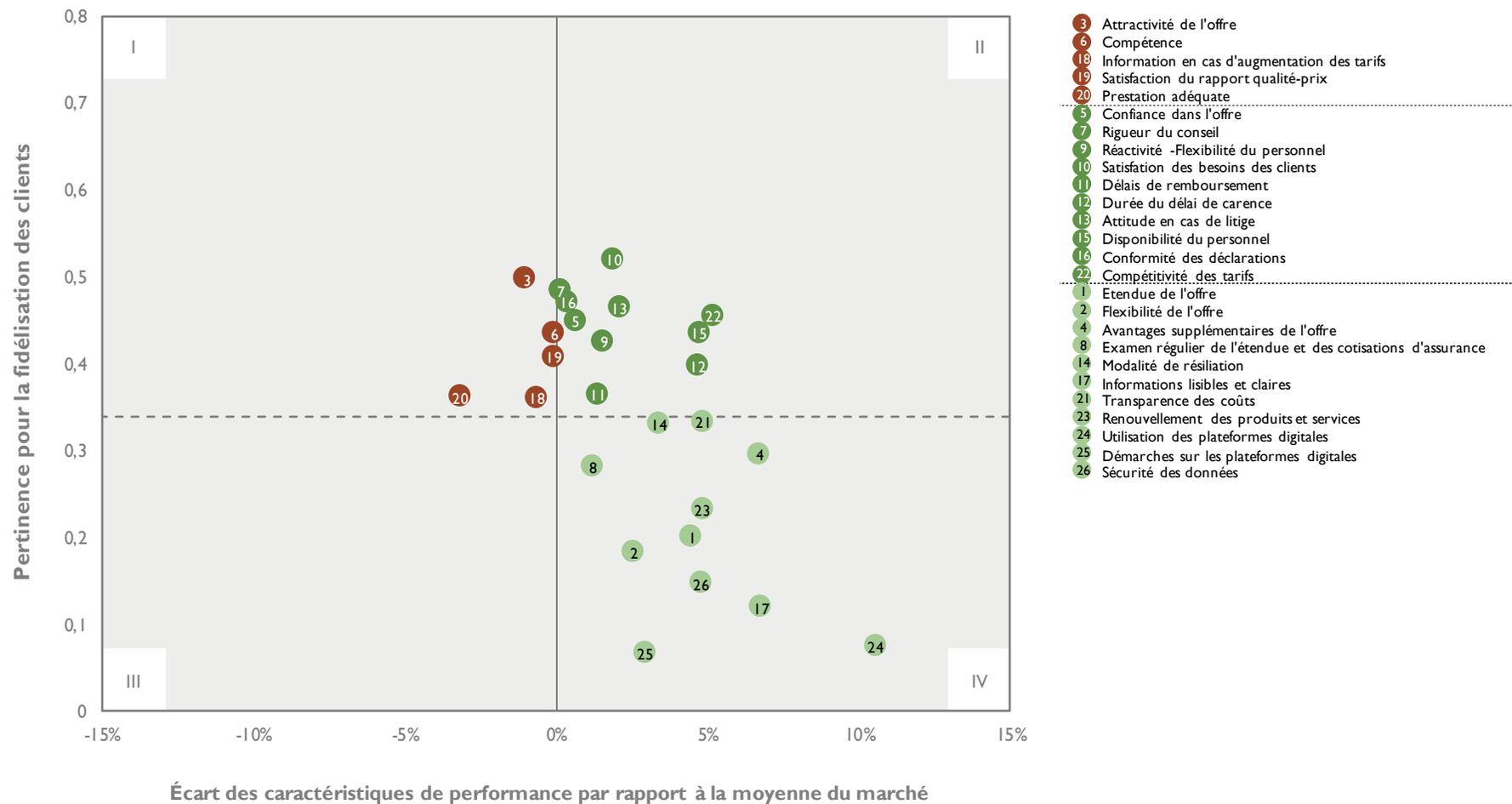
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à LCL Le Crédit Lyonnais.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – LCL Le Crédit Lyonnais (II)



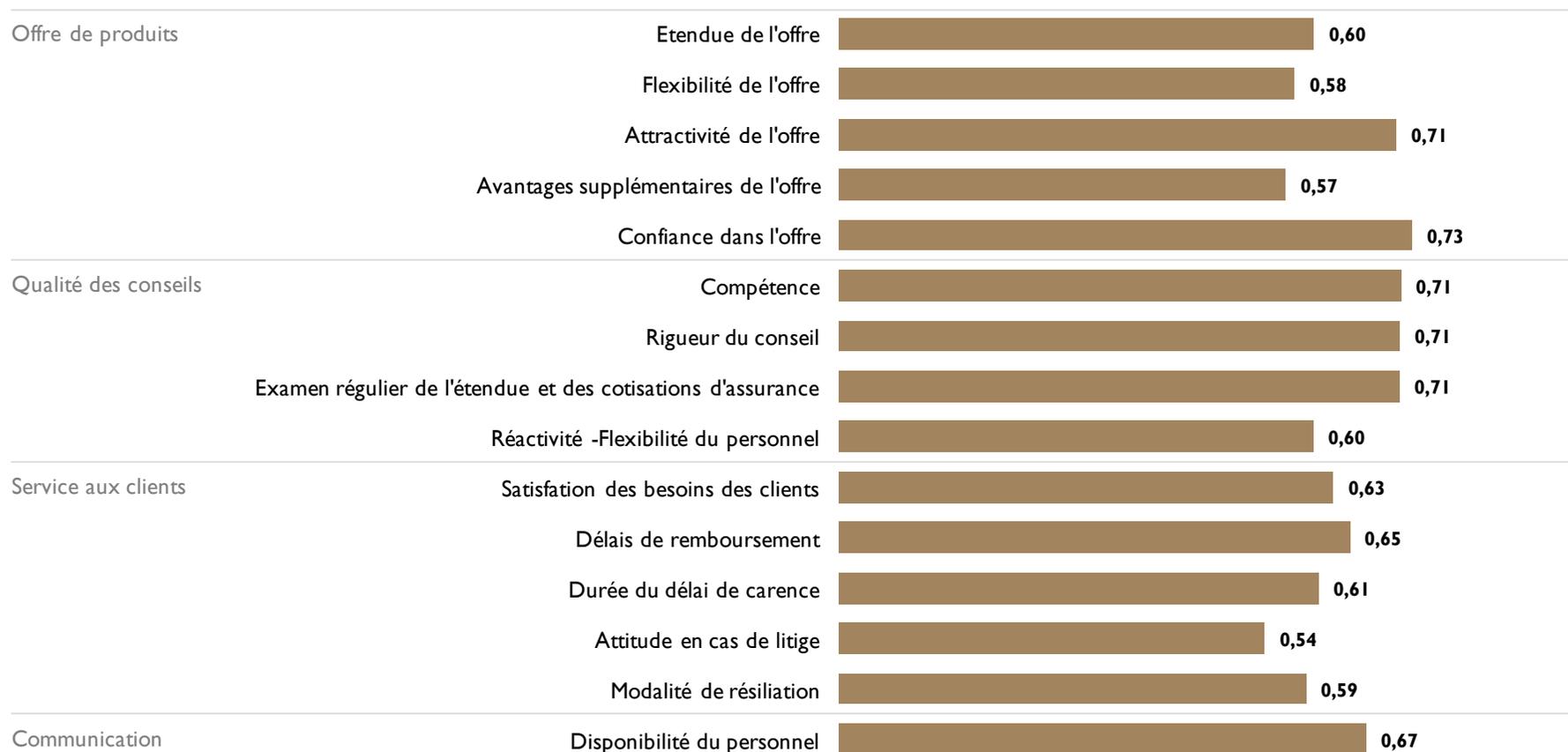
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à LCL Le Crédit Lyonnais.

Matrice action-pertinence – LCL Le Crédit Lyonnais



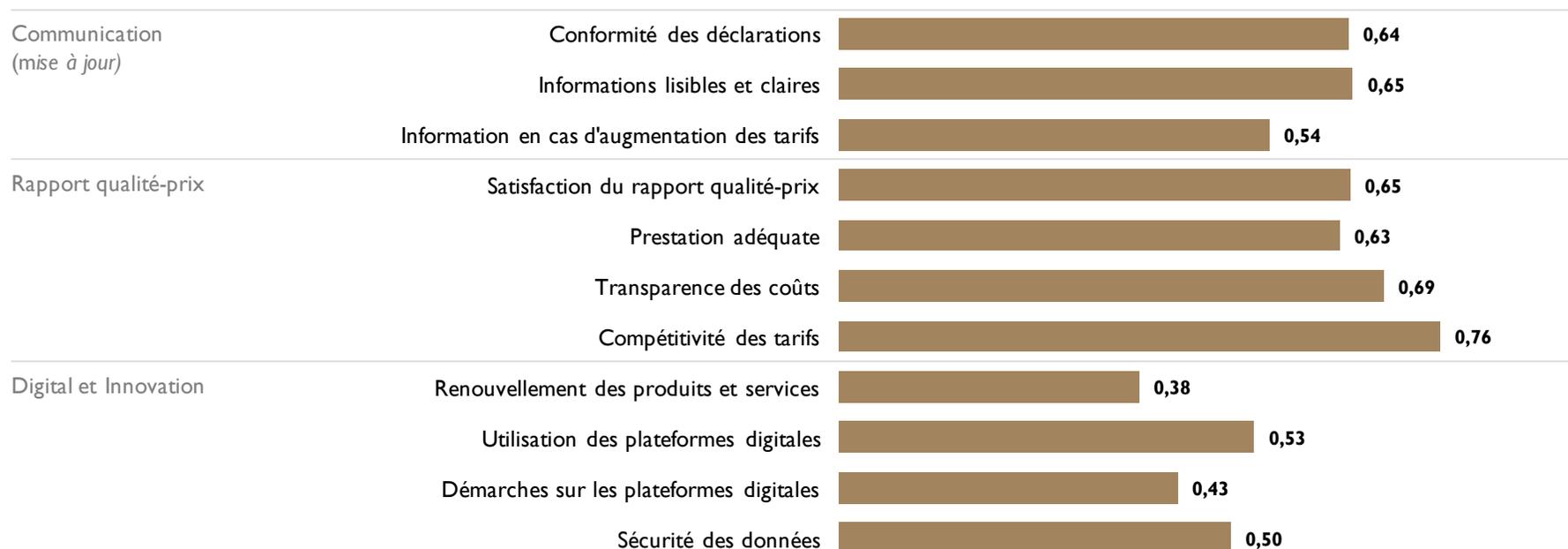
- 3 Attractivité de l'offre
- 6 Compétence
- 18 Information en cas d'augmentation des tarifs
- 19 Satisfaction du rapport qualité-prix
- 20 Prestation adéquate
- 5 Confiance dans l'offre
- 7 Rigueur du conseil
- 9 Réactivité -Flexibilité du personnel
- 10 Satisfaction des besoins des clients
- 11 Délais de remboursement
- 12 Durée du délai de carence
- 13 Attitude en cas de litige
- 15 Disponibilité du personnel
- 16 Conformité des déclarations
- 22 Compétitivité des tarifs
- 1 Etendue de l'offre
- 2 Flexibilité de l'offre
- 4 Avantages supplémentaires de l'offre
- 8 Examen régulier de l'étendue et des cotisations d'assurance
- 14 Modalité de résiliation
- 17 Informations lisibles et claires
- 21 Transparence des coûts
- 23 Renouvellement des produits et services
- 24 Utilisation des plateformes digitales
- 25 Démarches sur les plateformes digitales
- 26 Sécurité des données

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Société Générale (I)



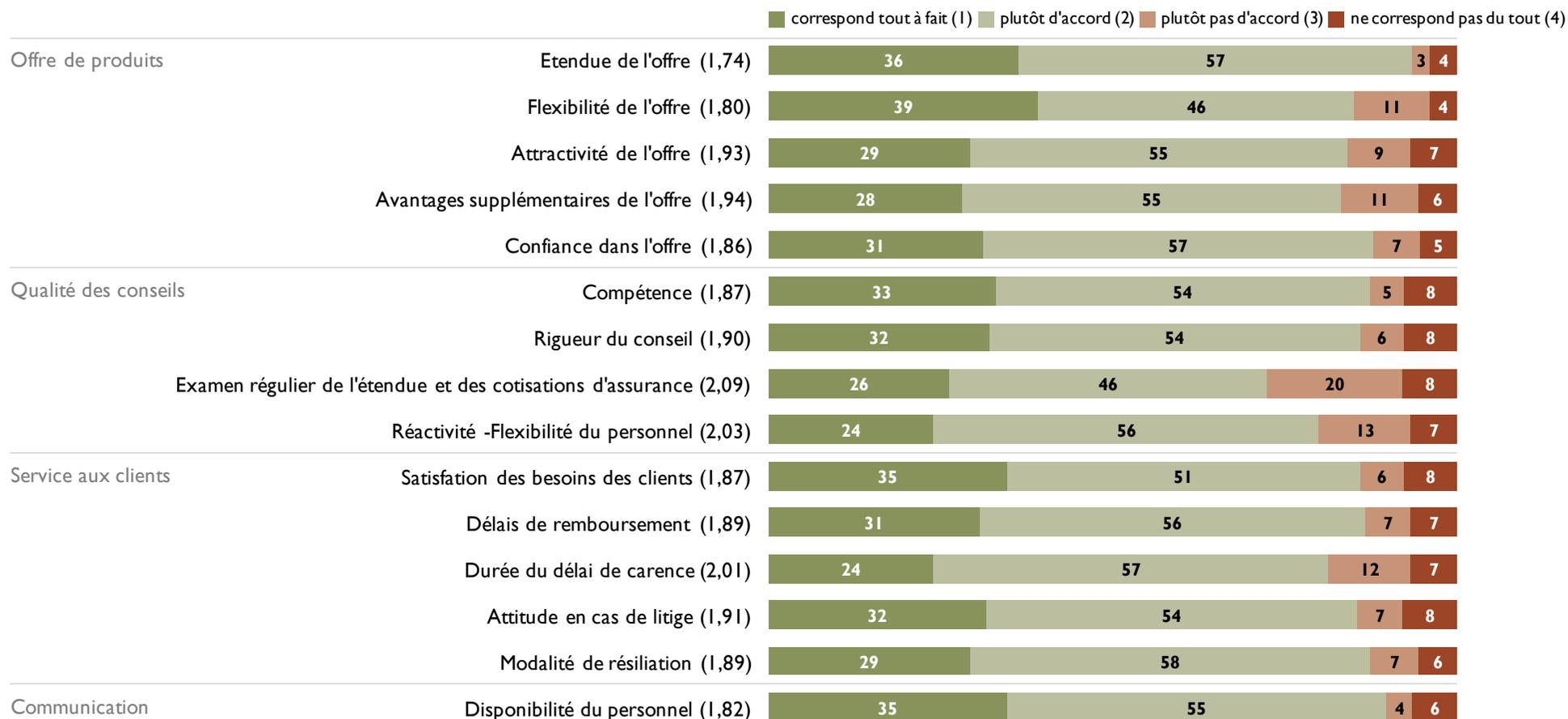
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Société Générale (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

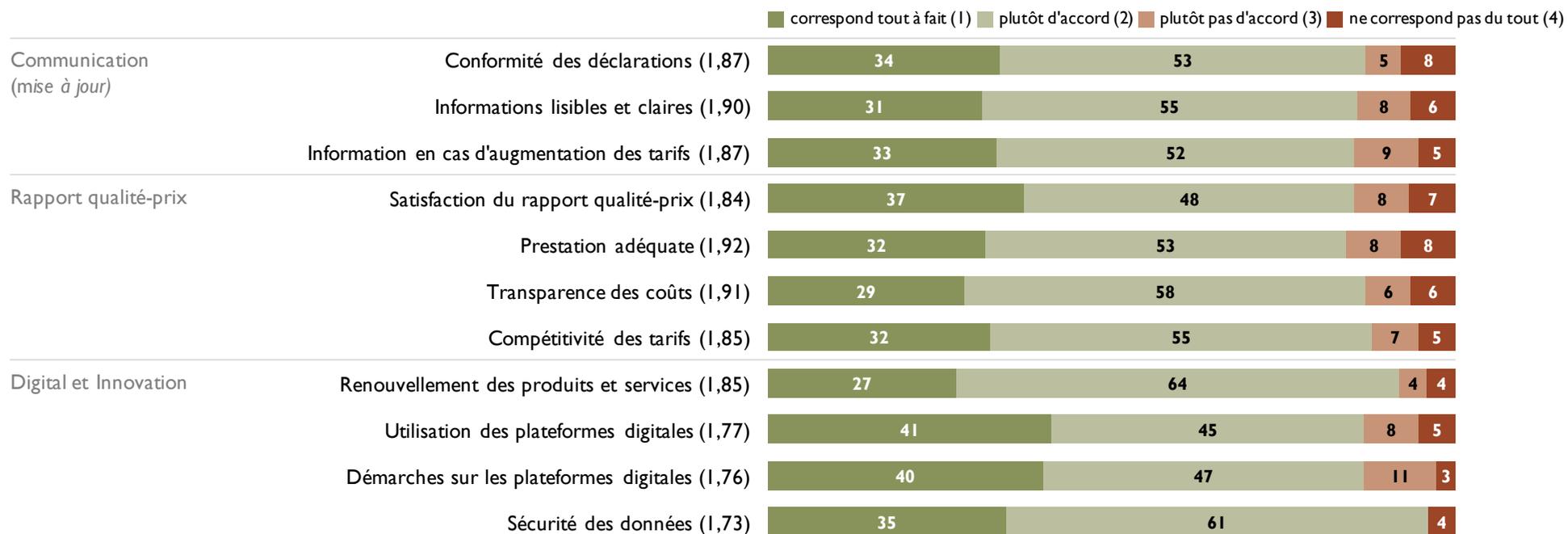
Profil-qualité – Société Générale (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Société Générale.

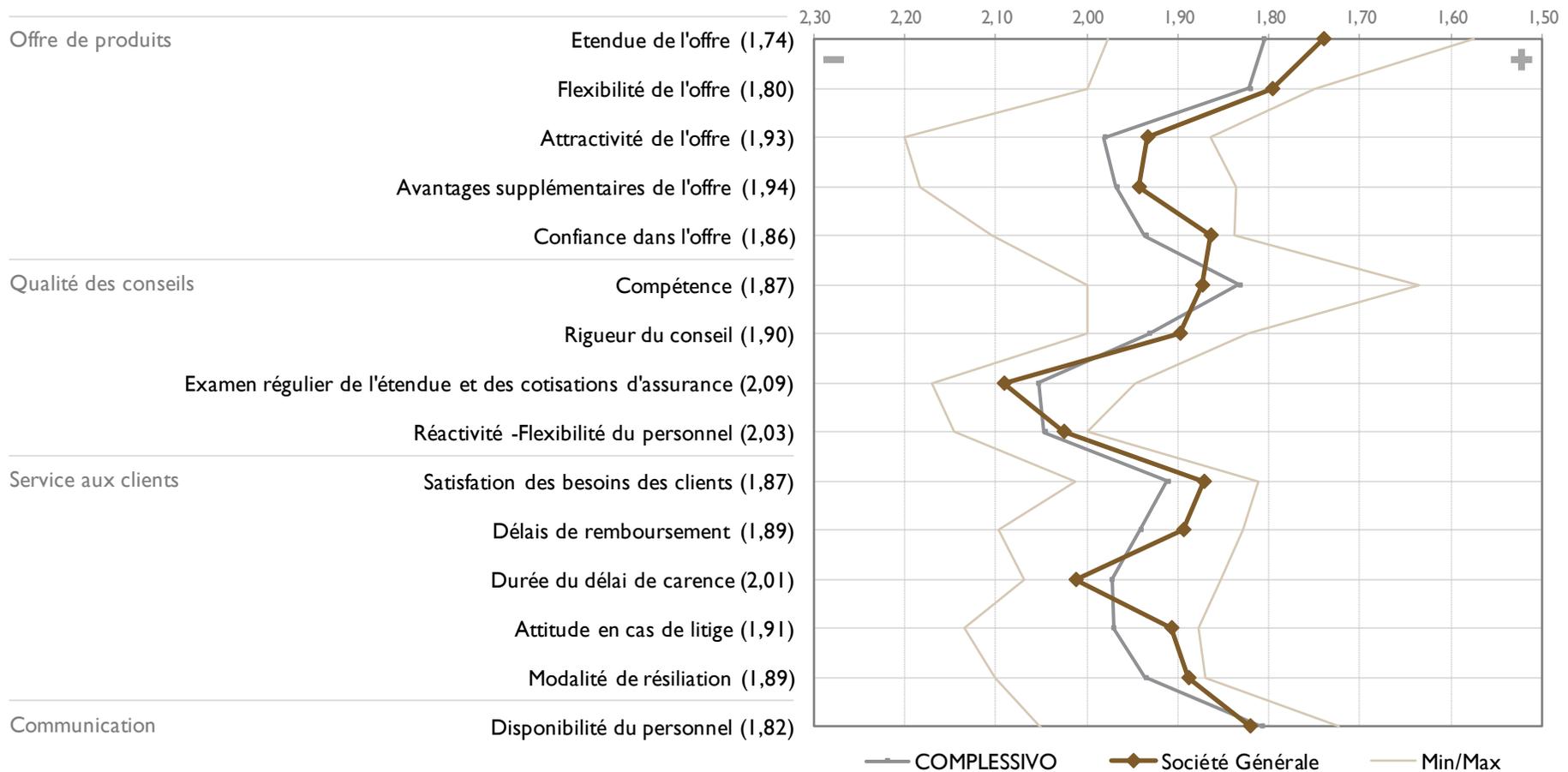
Profil-qualité – Société Générale (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Société Générale.

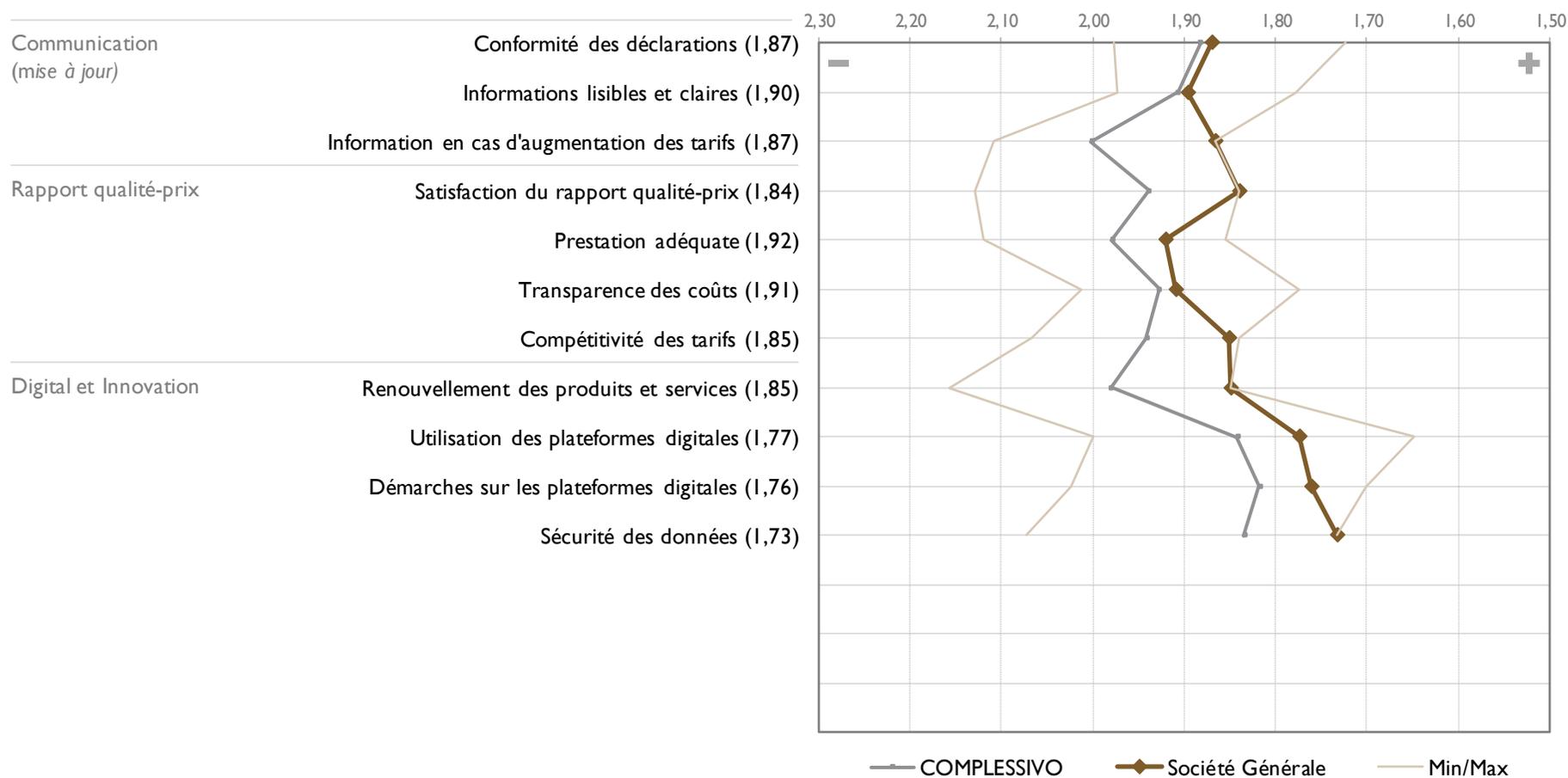
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Société Générale (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Société Générale.

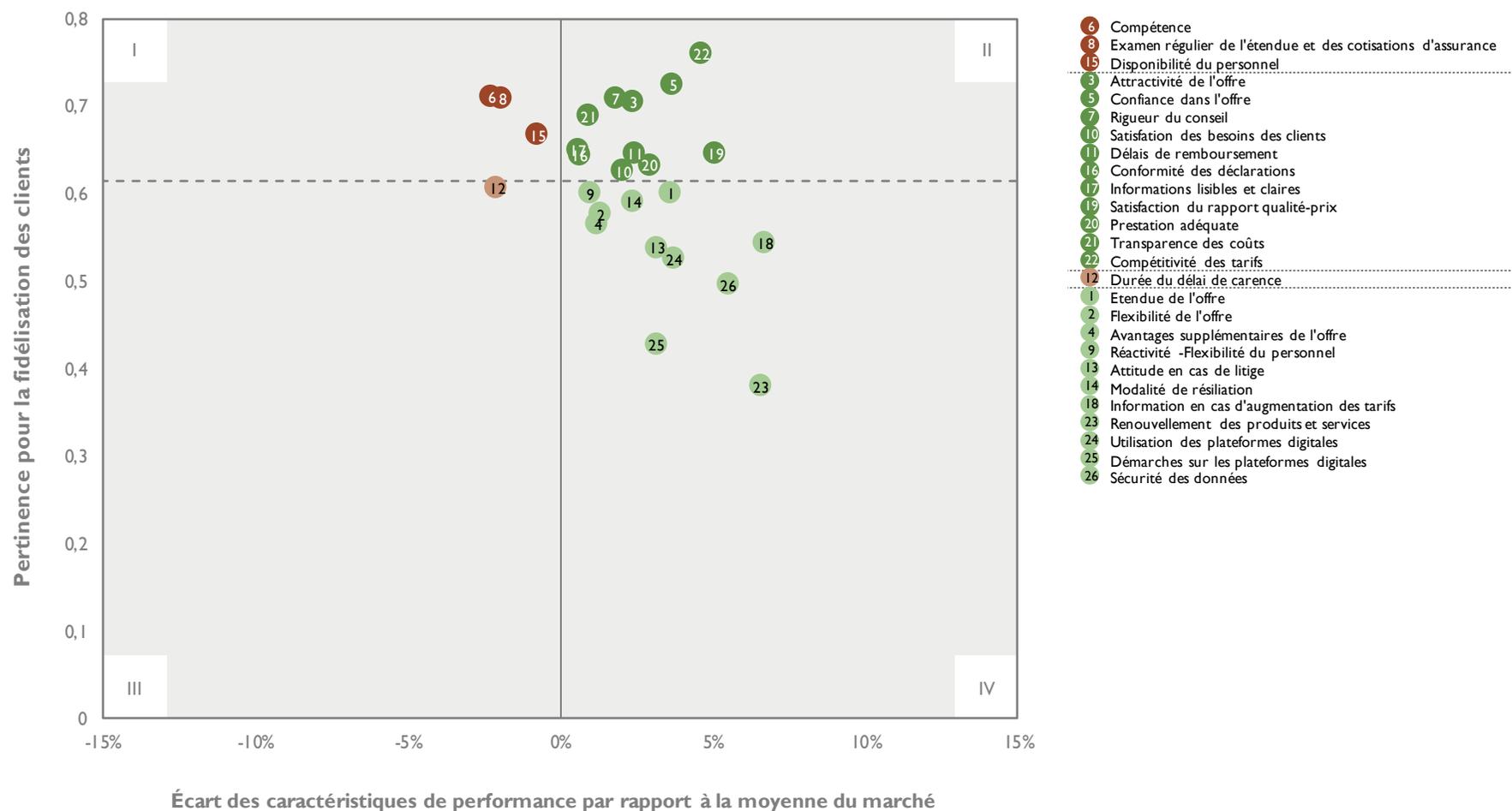
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Société Générale (II)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

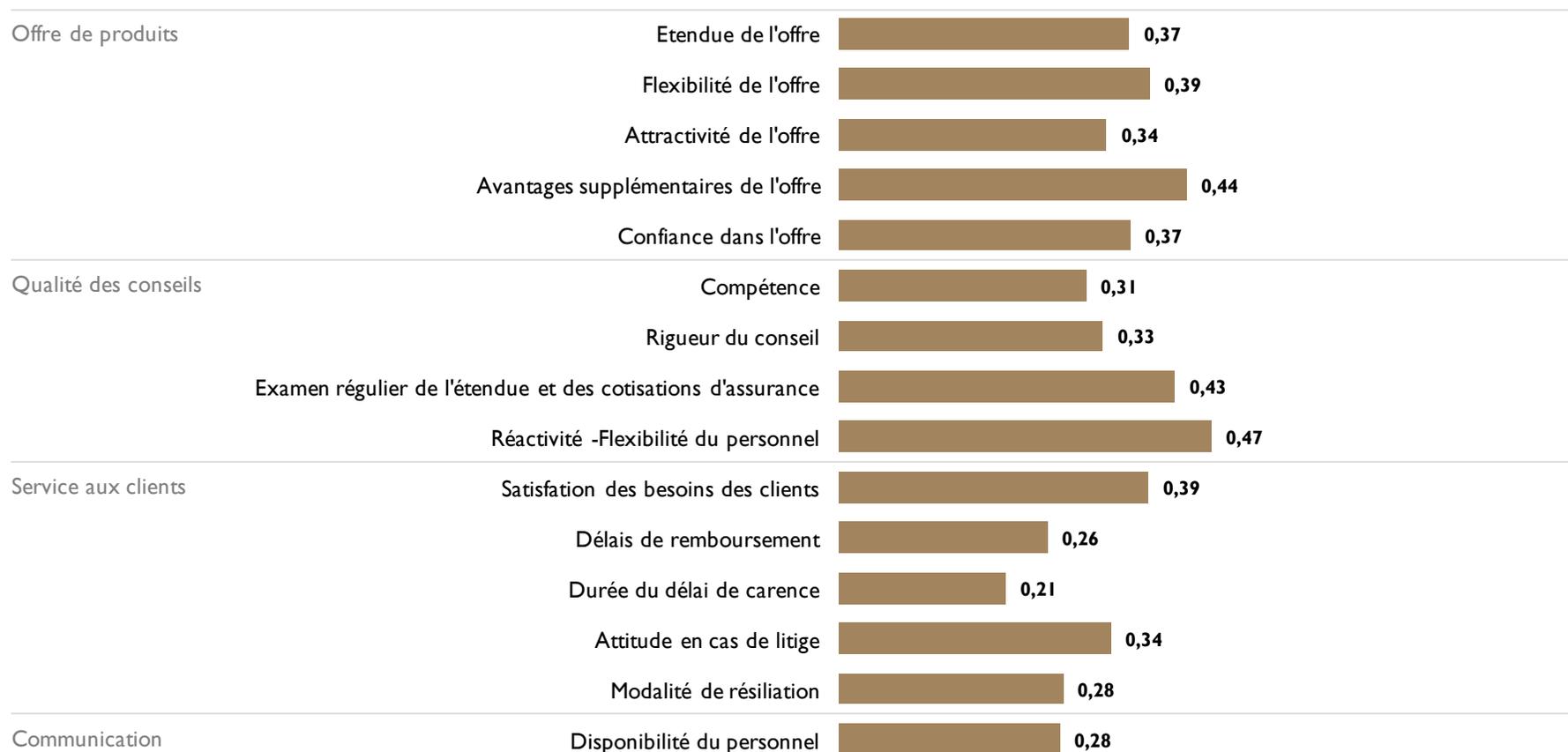
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Société Générale.

Matrice action-pertinence – Société Générale



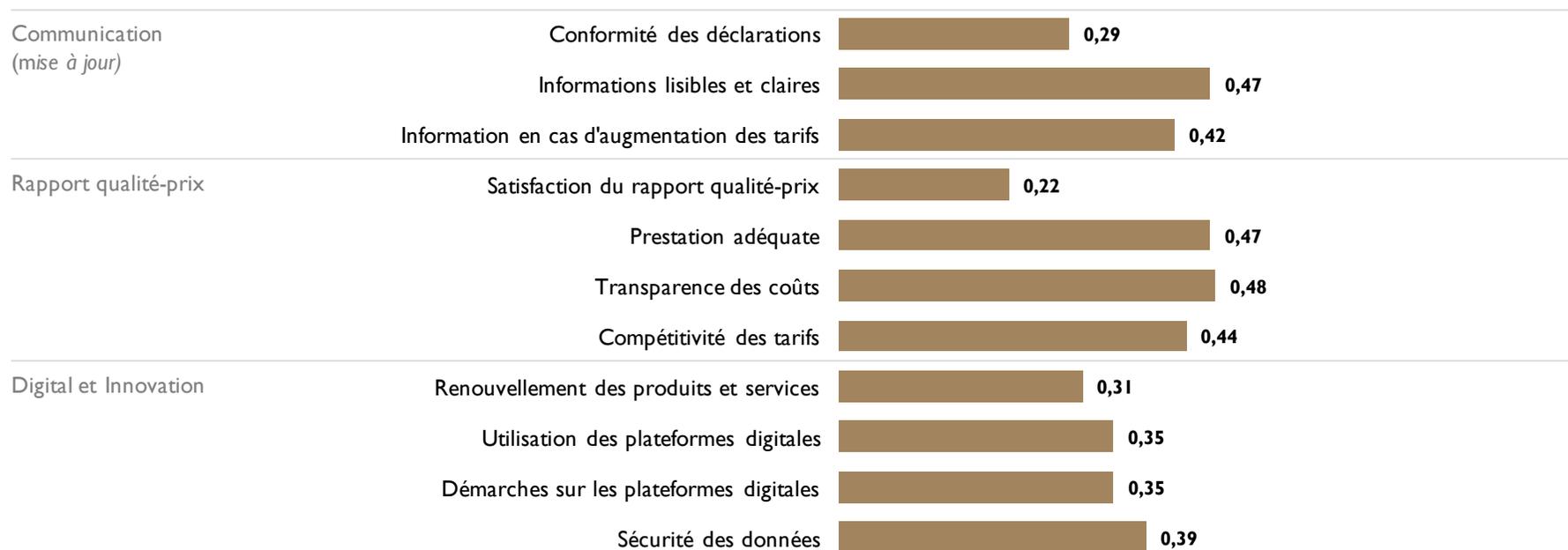
1. Annexe de l'enquête
2. INSTITUT DE LA QUALITÉ Appréciations des clients: Classements de qualité
3. Satisfaction globale, Orientation client et fidélisation
4. Aperçu global de toutes les caractéristiques de service et de performance
5. Profil-qualité
 - 5.1 Profil-qualité des Mutuelles
 - 5.2 Profil-qualité des Bancassurances
 - 5.3 Profil-qualité des Assurances
 - 5.4 Profil-qualité des Assurances chien et chat
6. Annexe: Explication de l'échantillon

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Abeille Assurances (I)



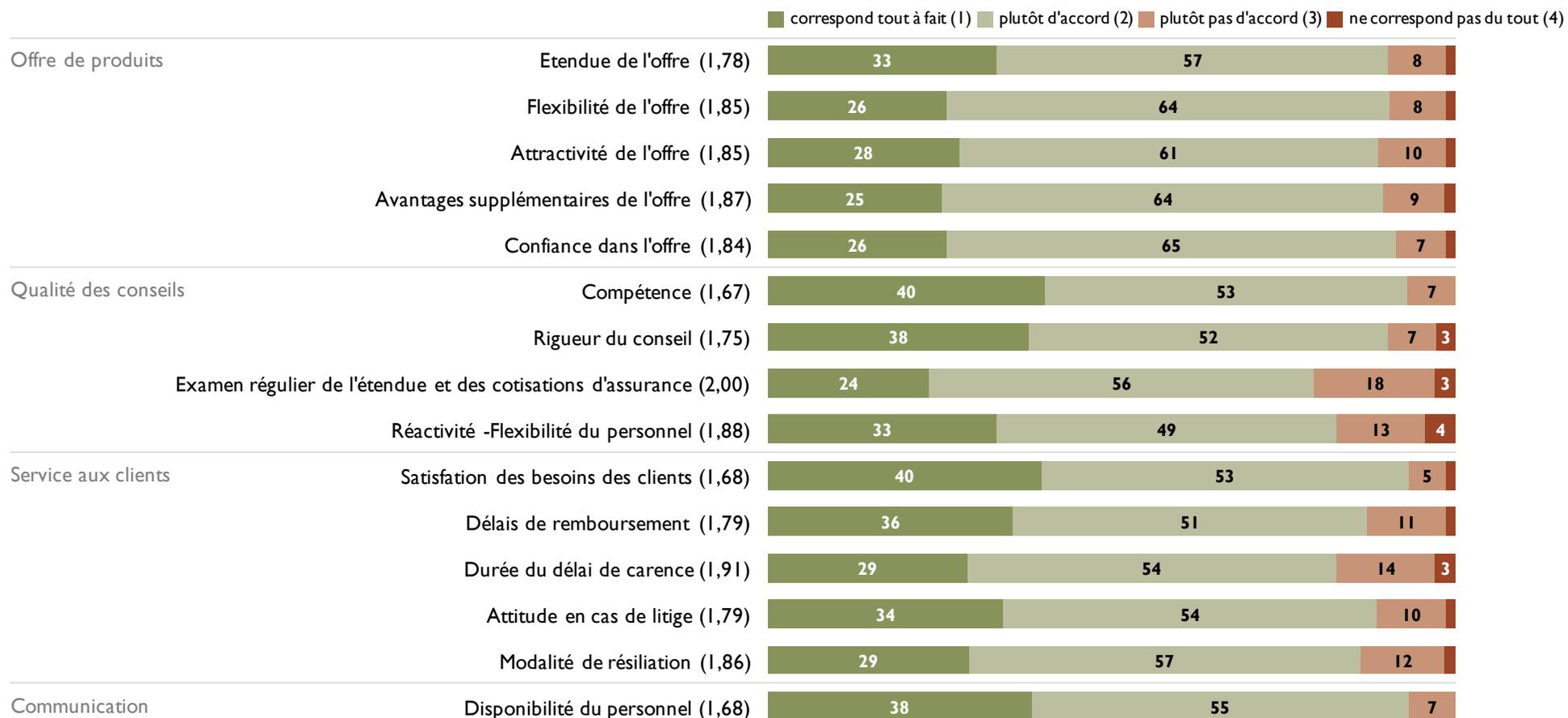
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Abeille Assurances (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

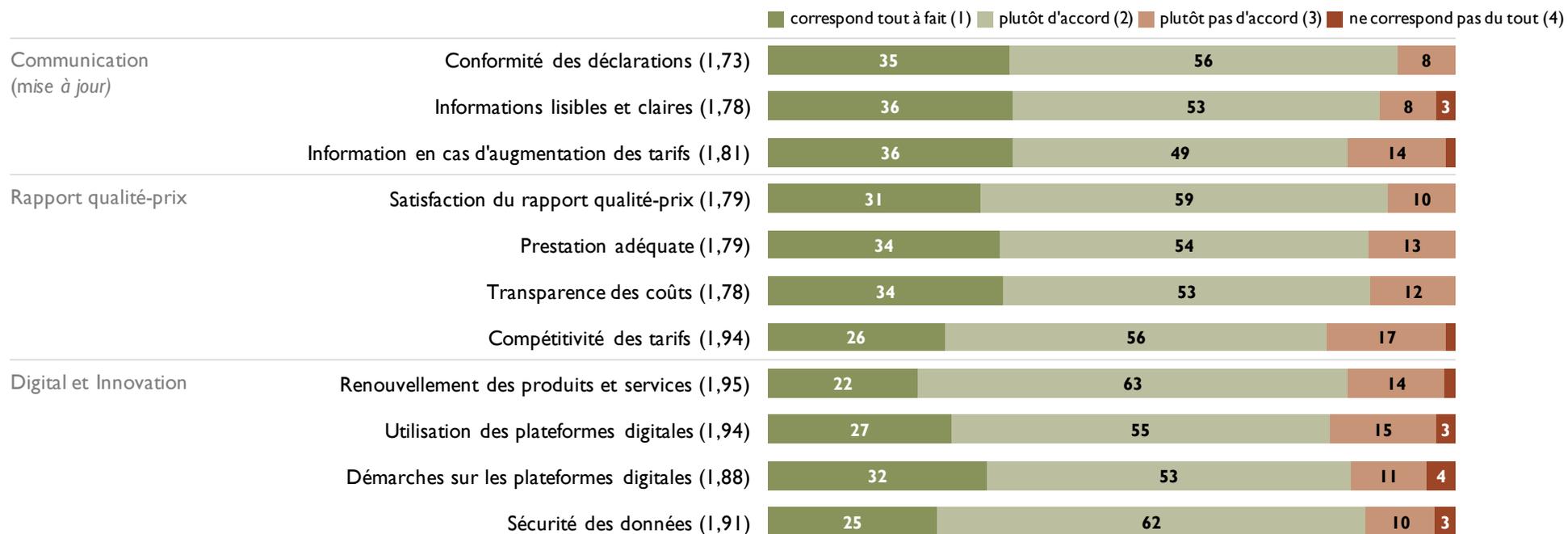
Profil-qualité – Abeille Assurances (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Abeille Assurances.

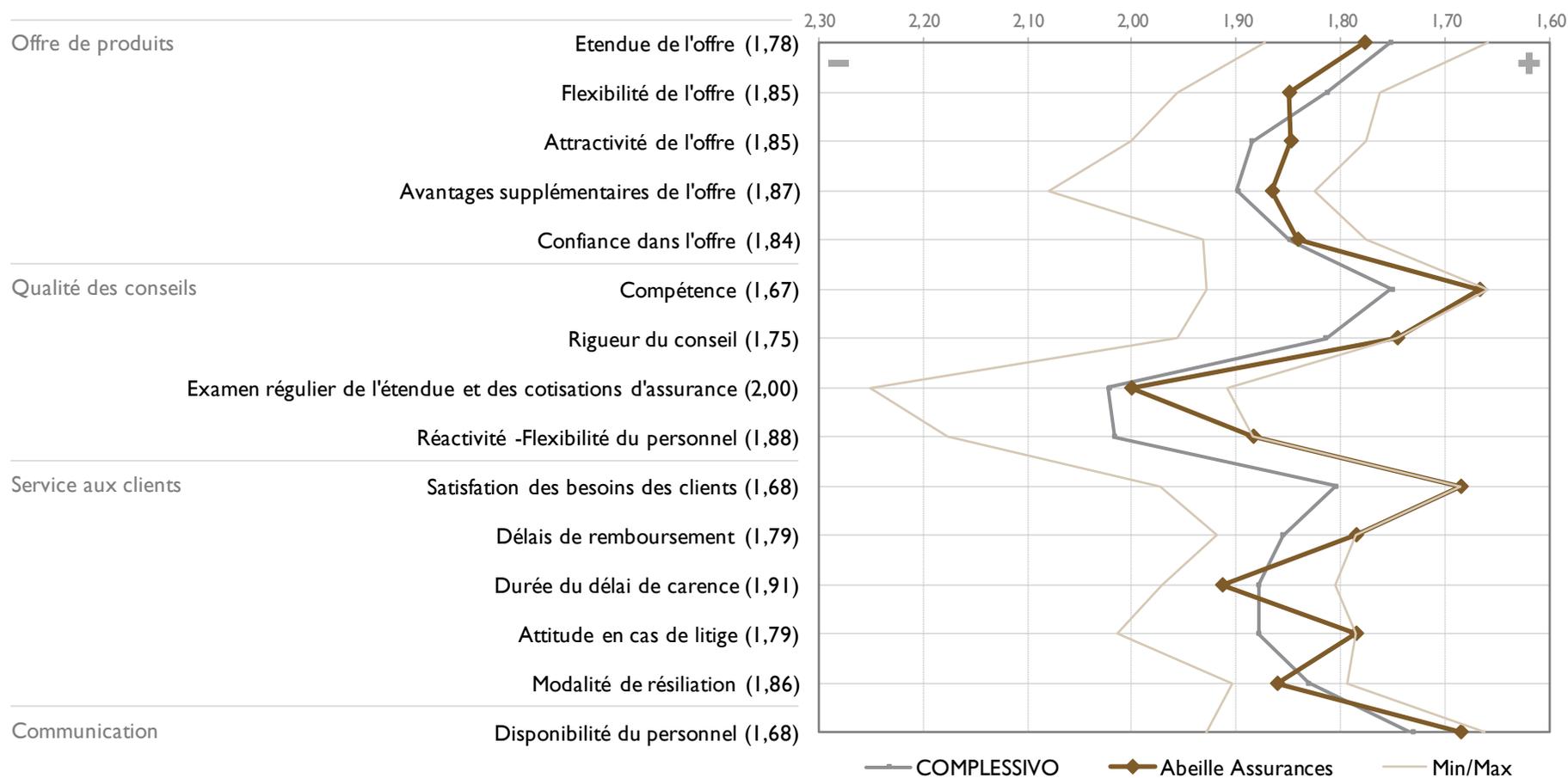
Profil-qualité – Abeille Assurances (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Abeille Assurances.

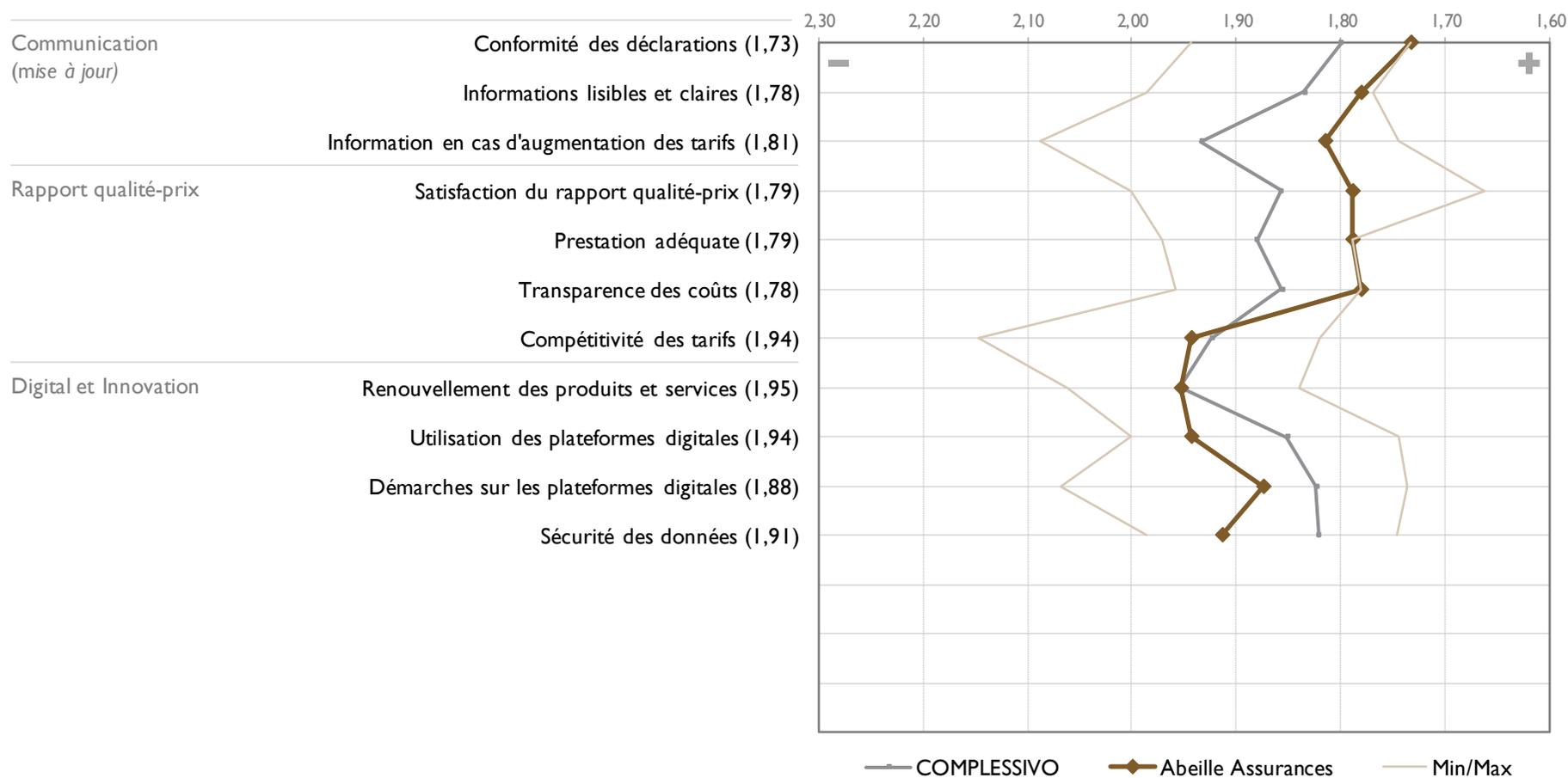
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Abeille Assurances (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Abeille Assurances.

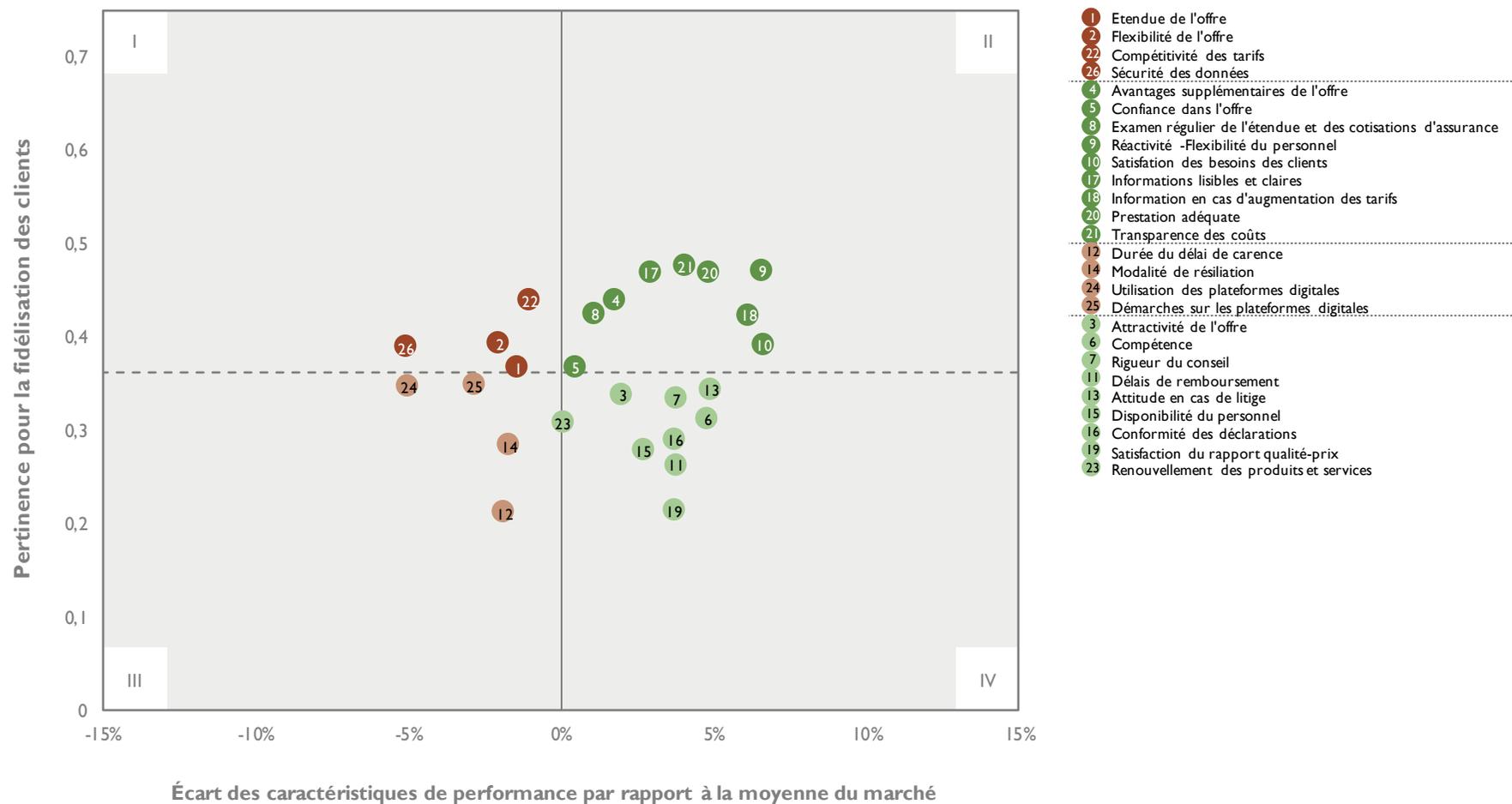
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Abeille Assurances (II)



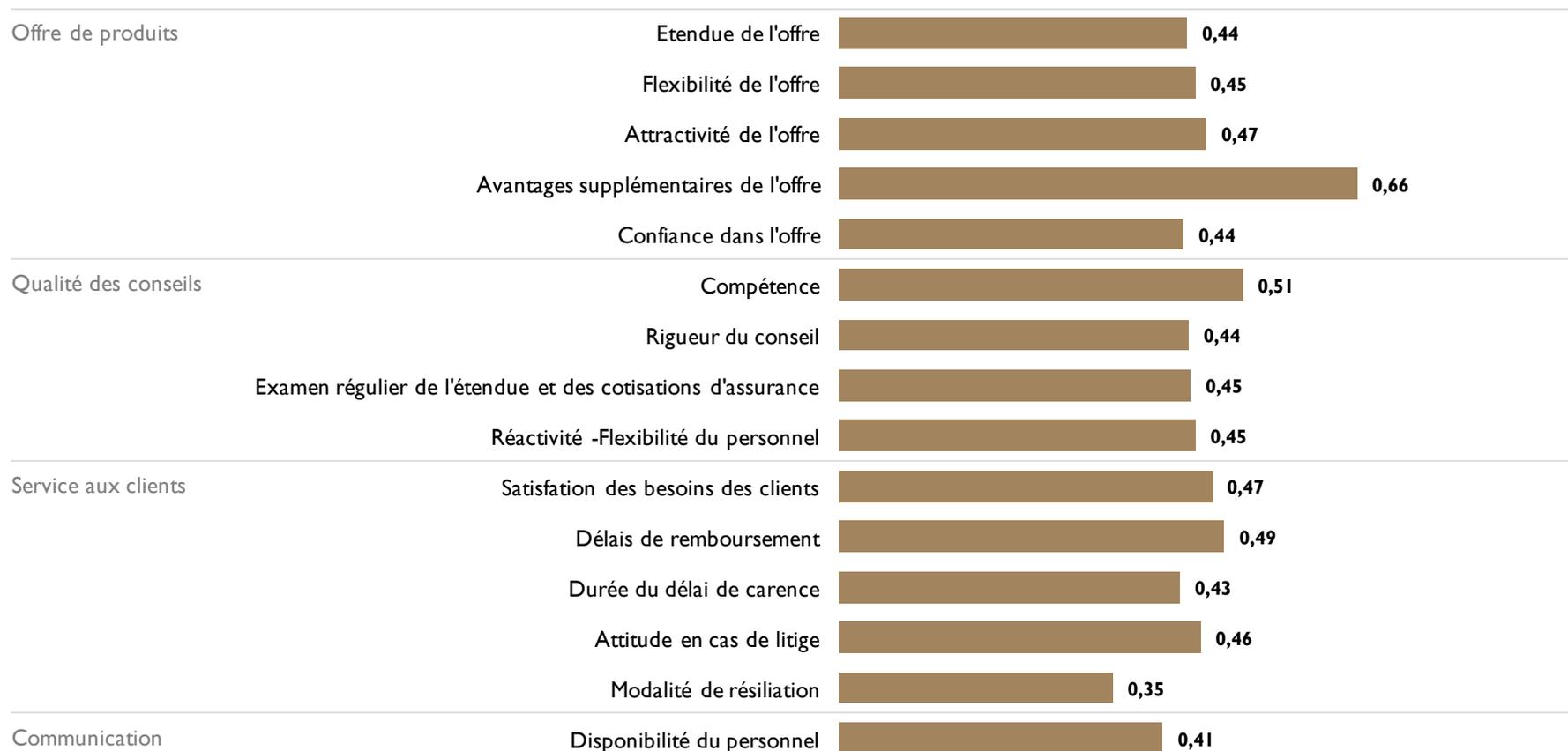
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Abeille Assurances.

Matrice action-pertinence – Abeille Assurances

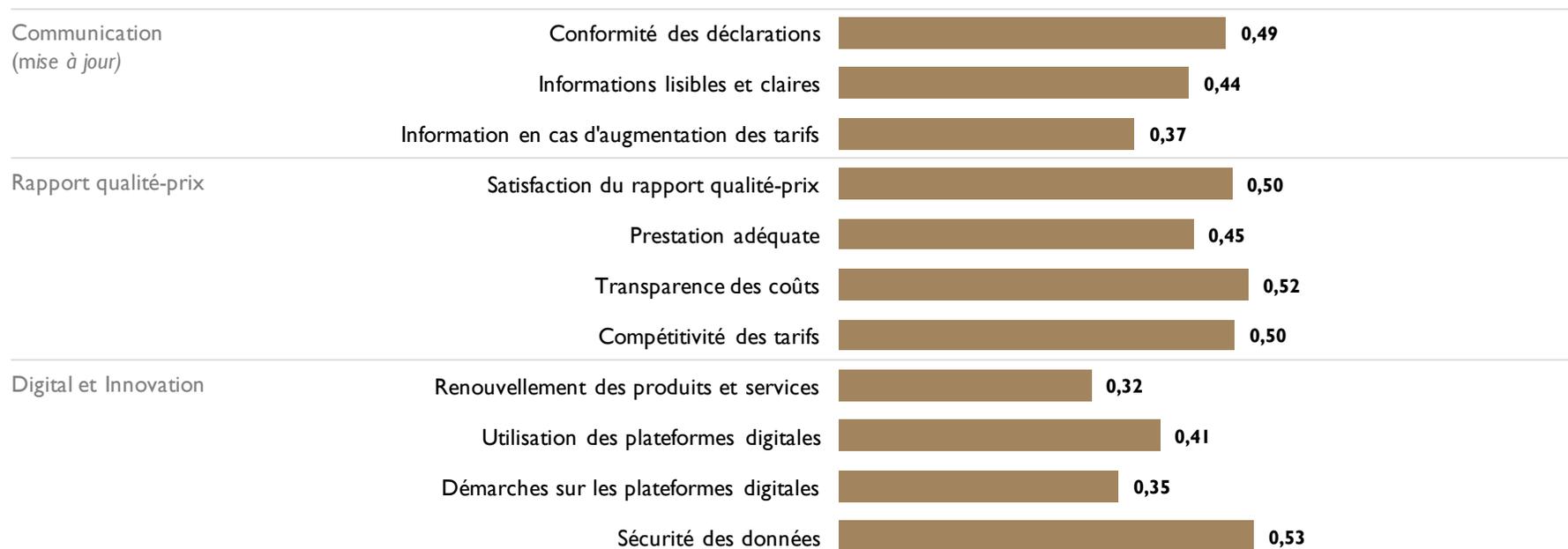


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Allianz (I)



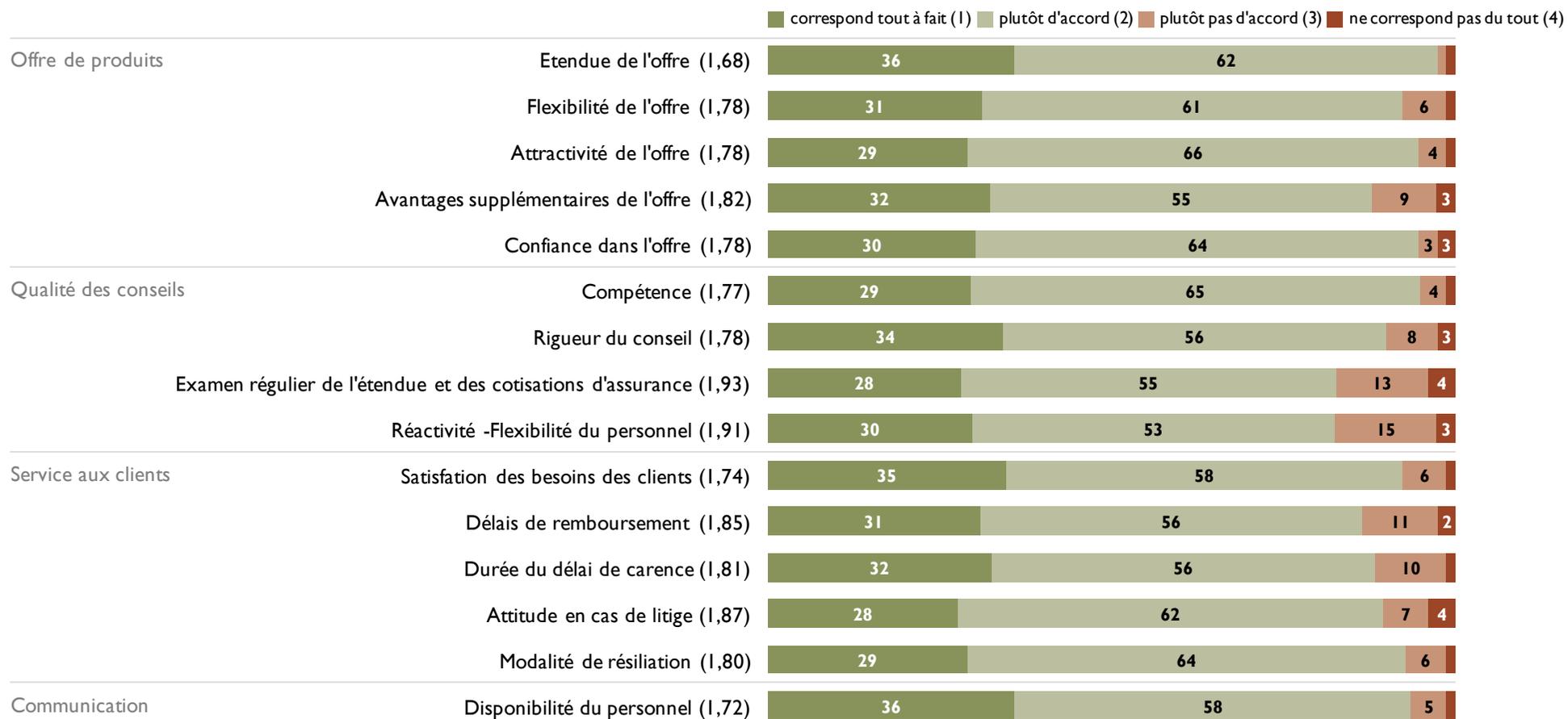
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Allianz (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

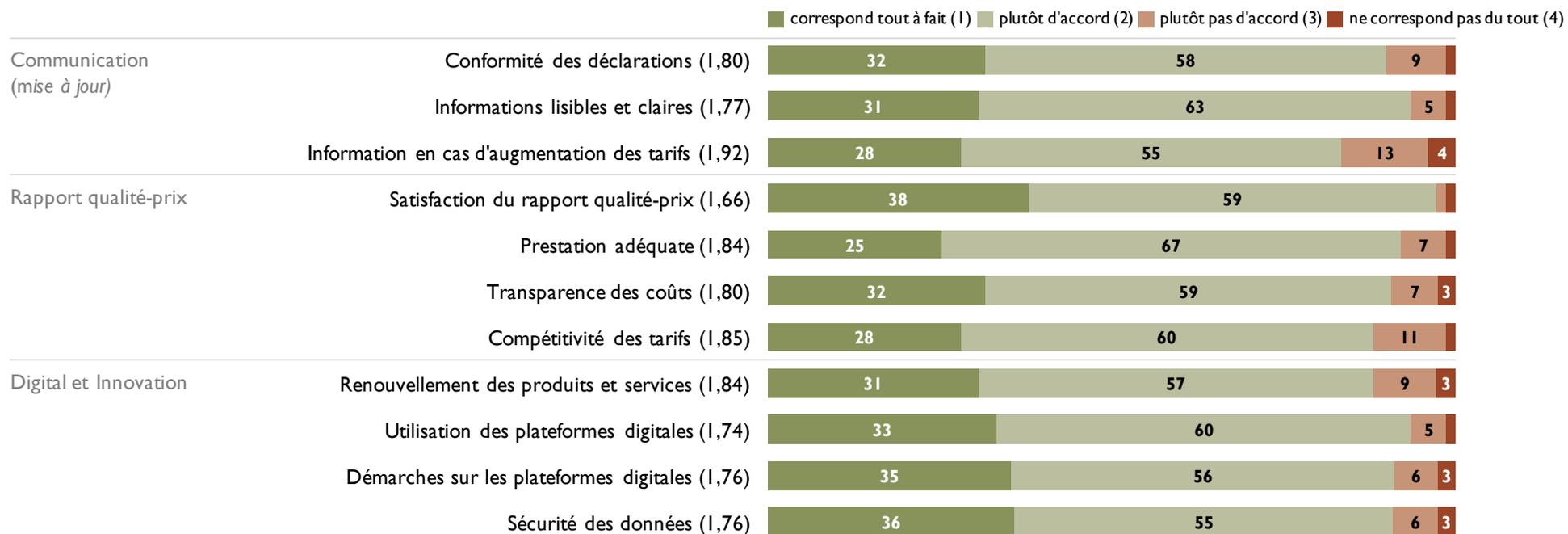
Profil-qualité – Allianz (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Allianz .

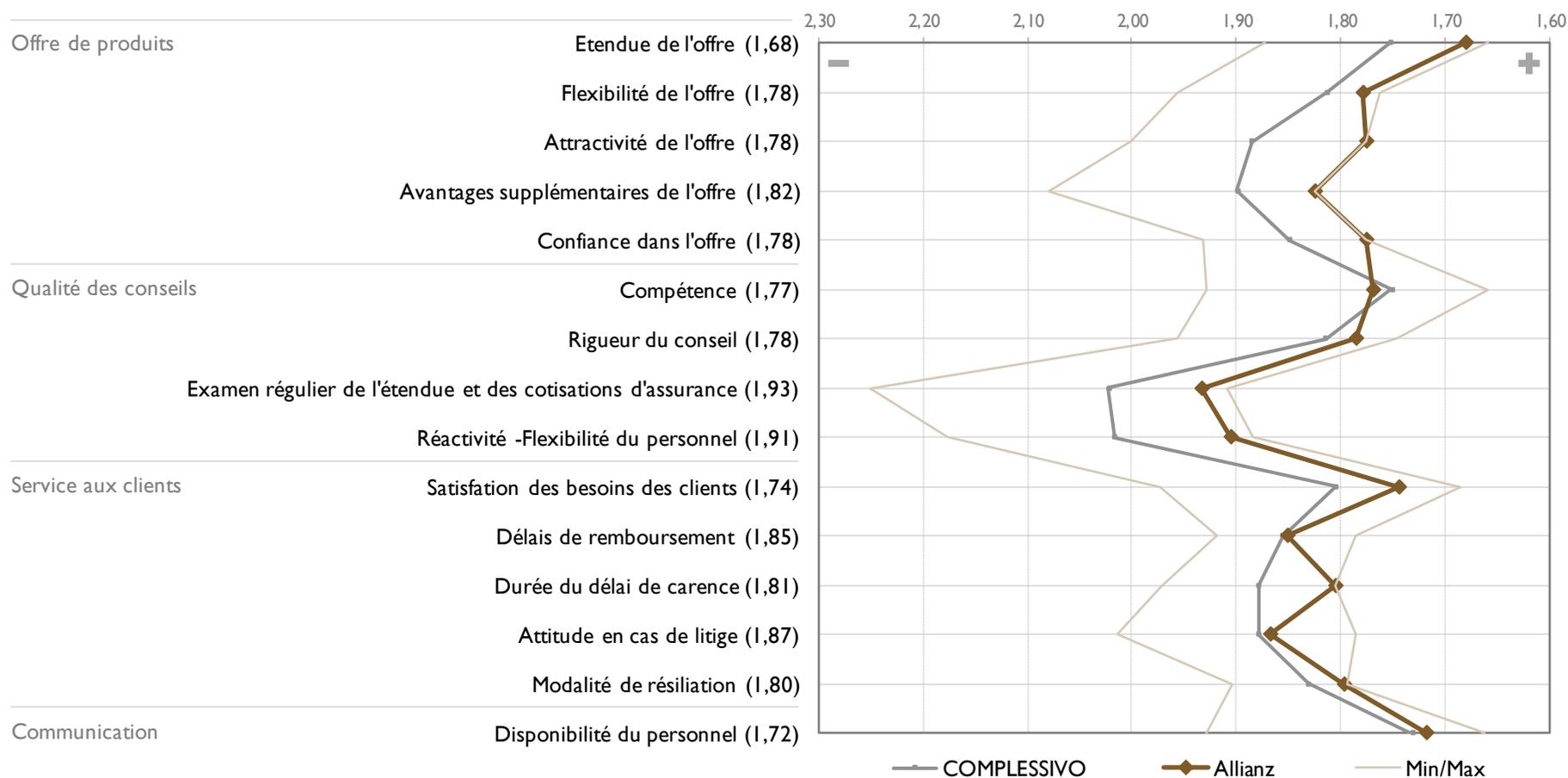
Profil-qualité – Allianz (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Allianz .

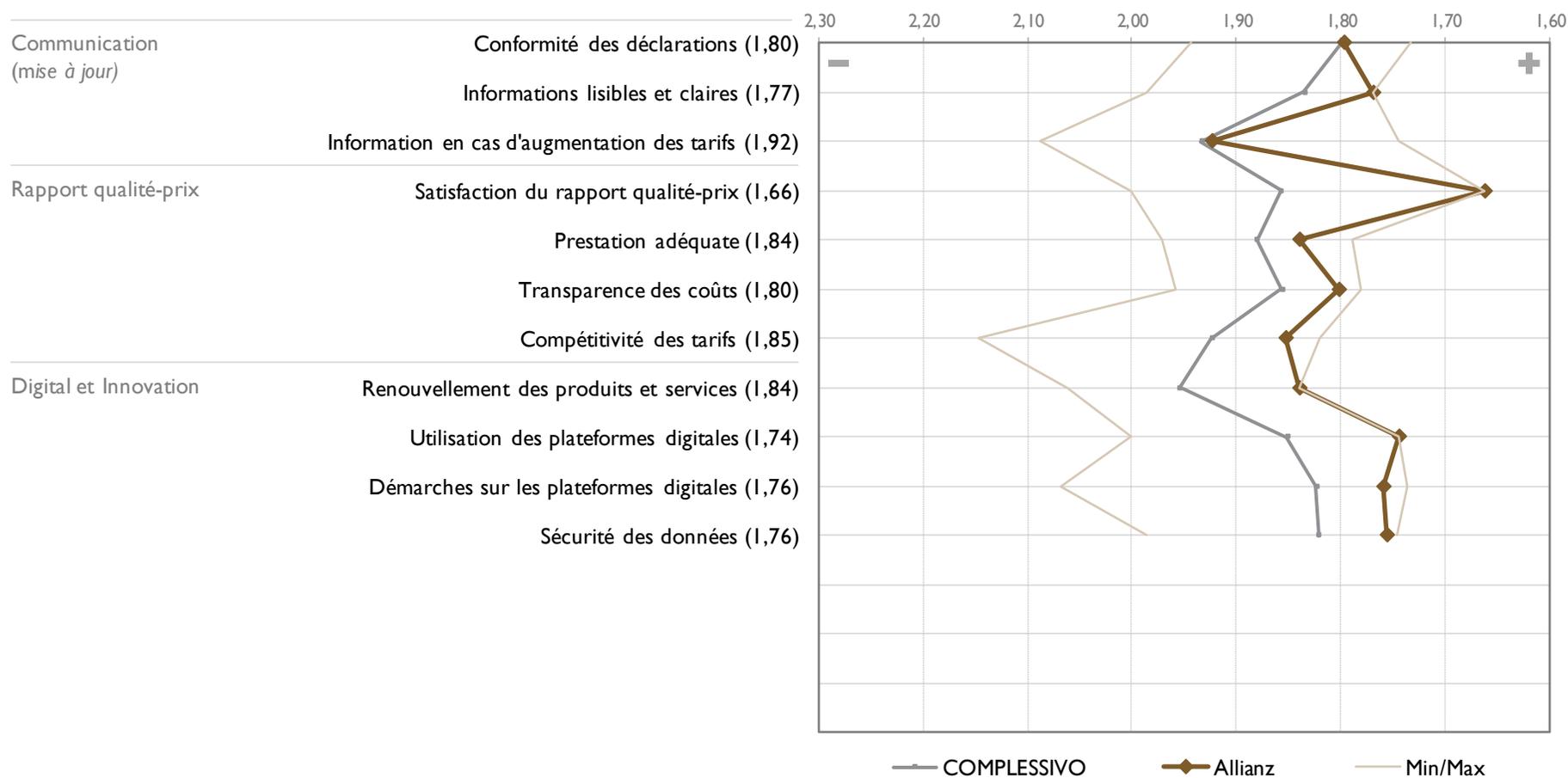
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Allianz (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Allianz .

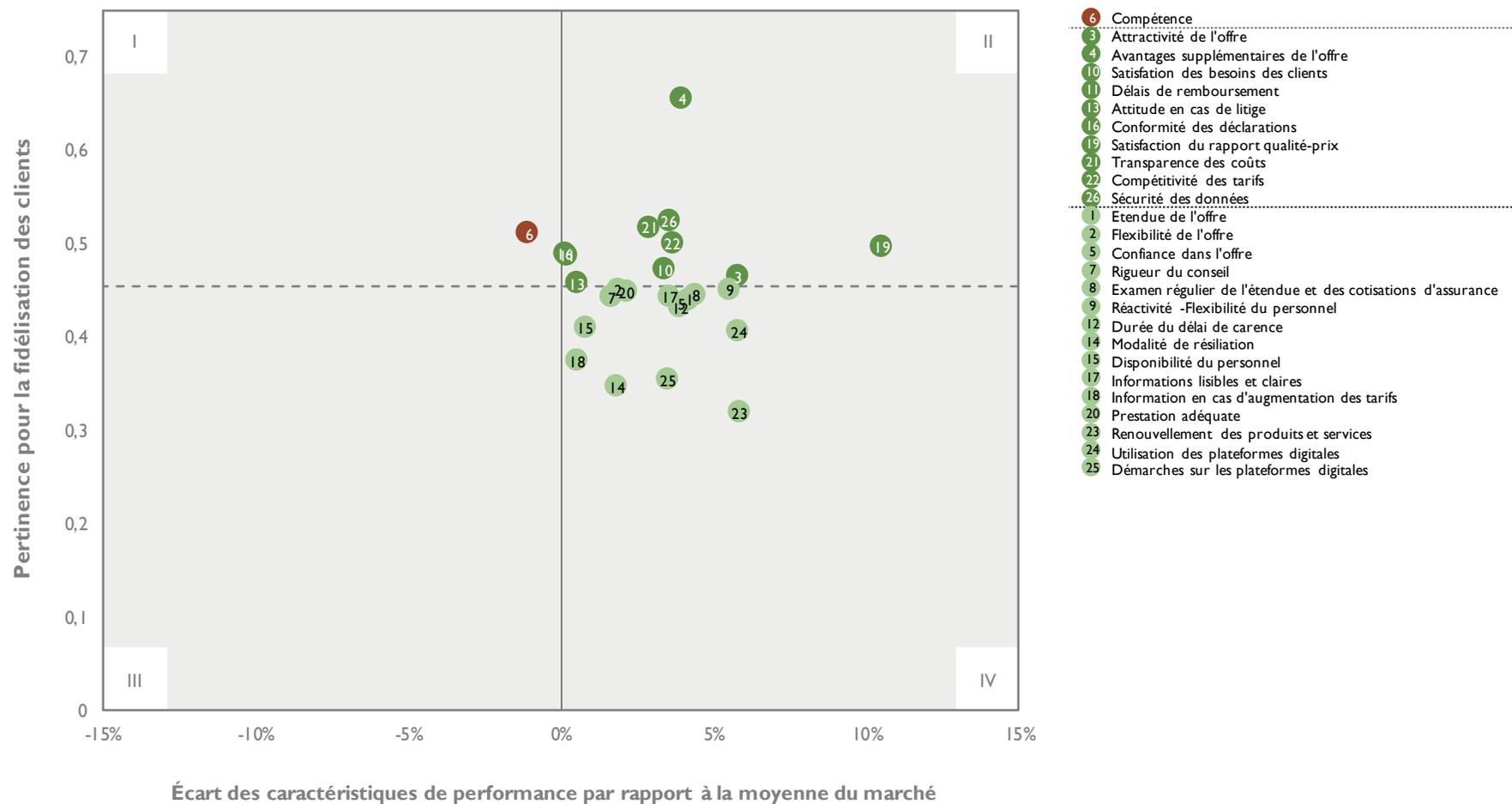
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Allianz (II)



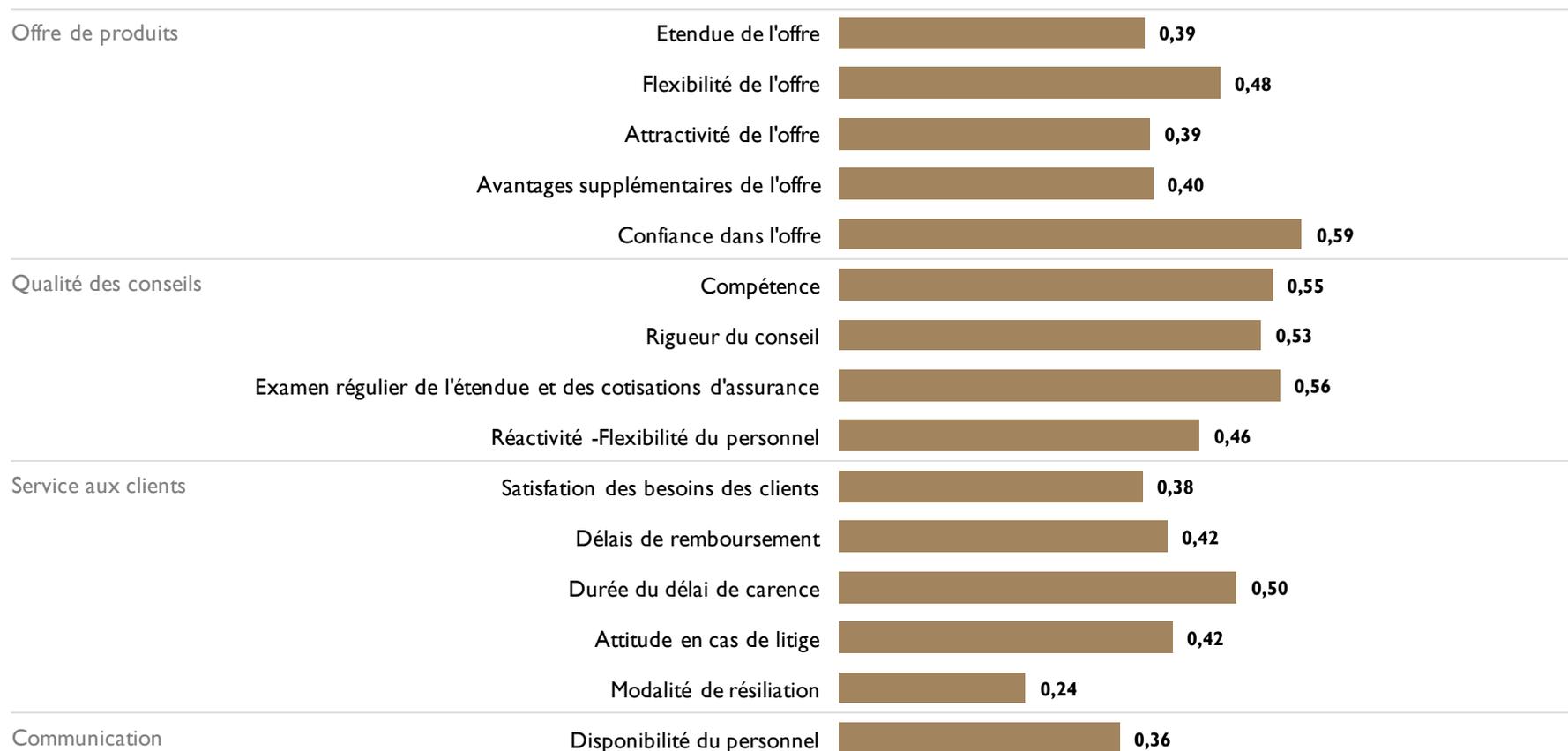
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Allianz .

Matrice action-pertinence – Allianz

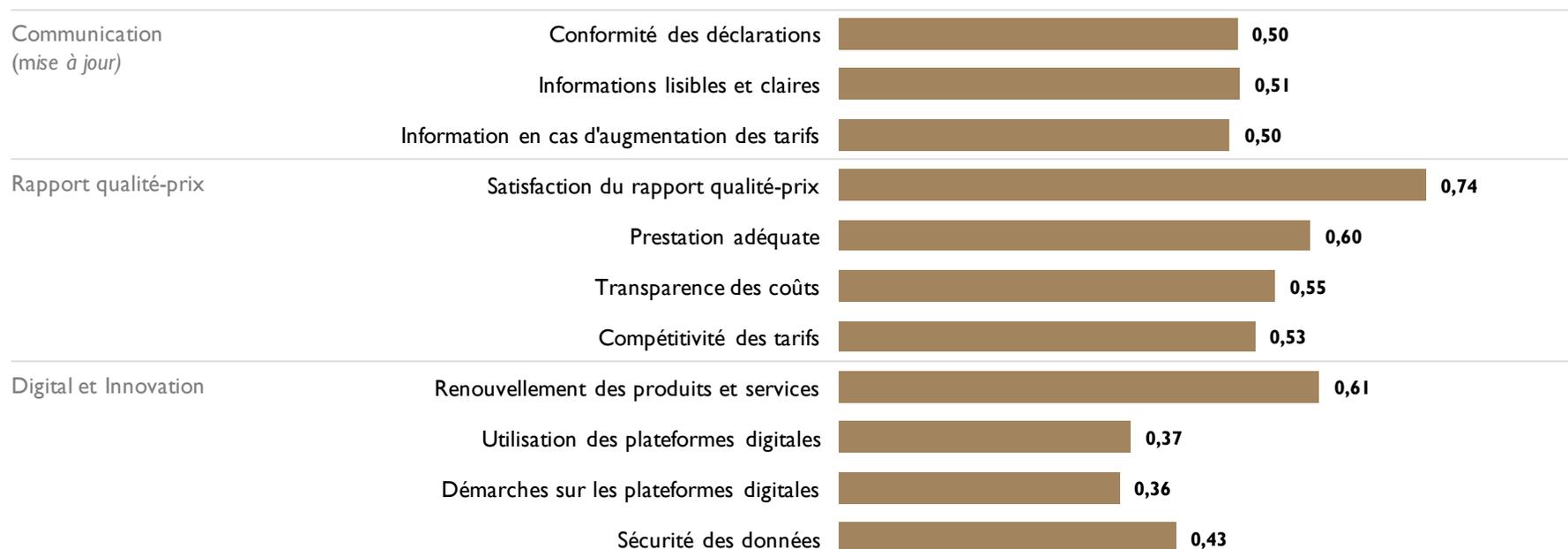


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Axa (I)



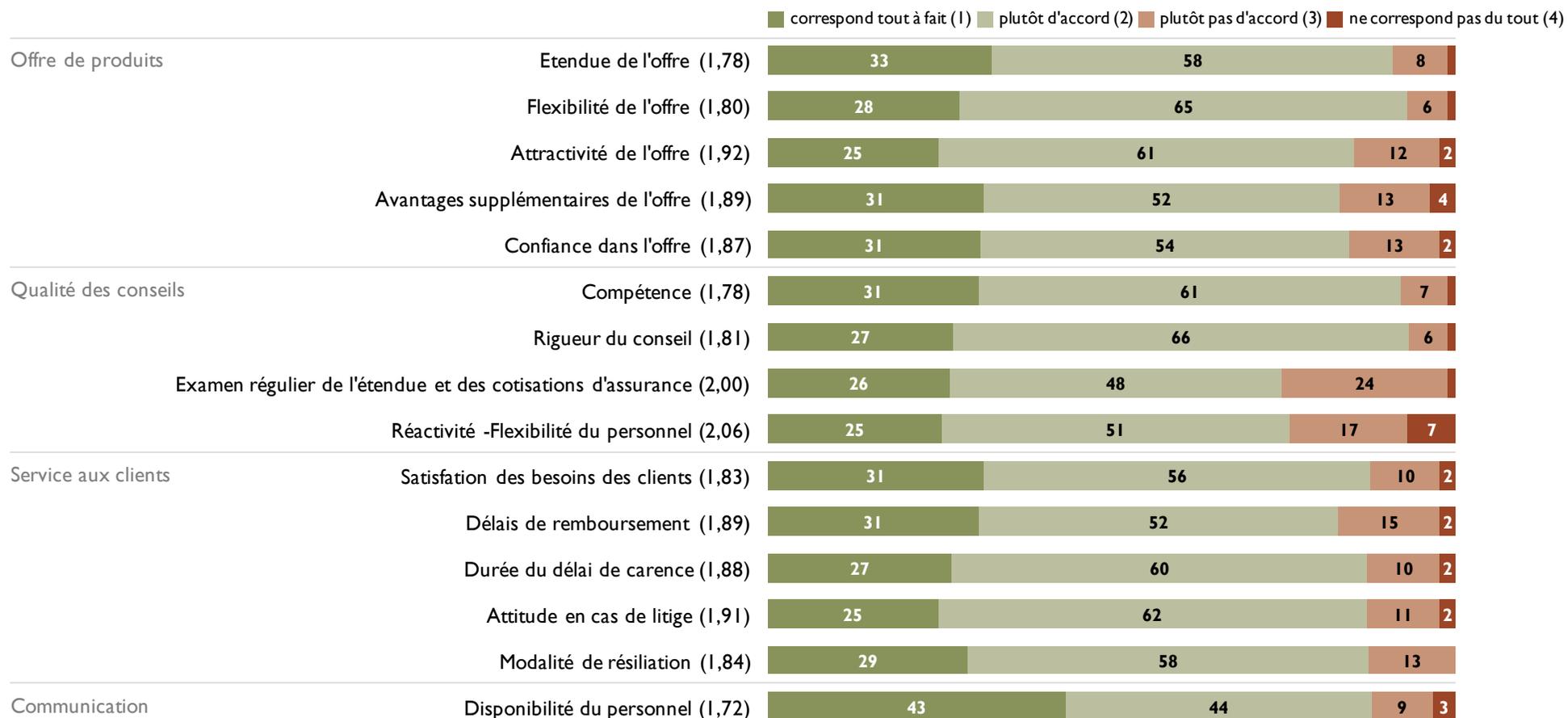
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Axa (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

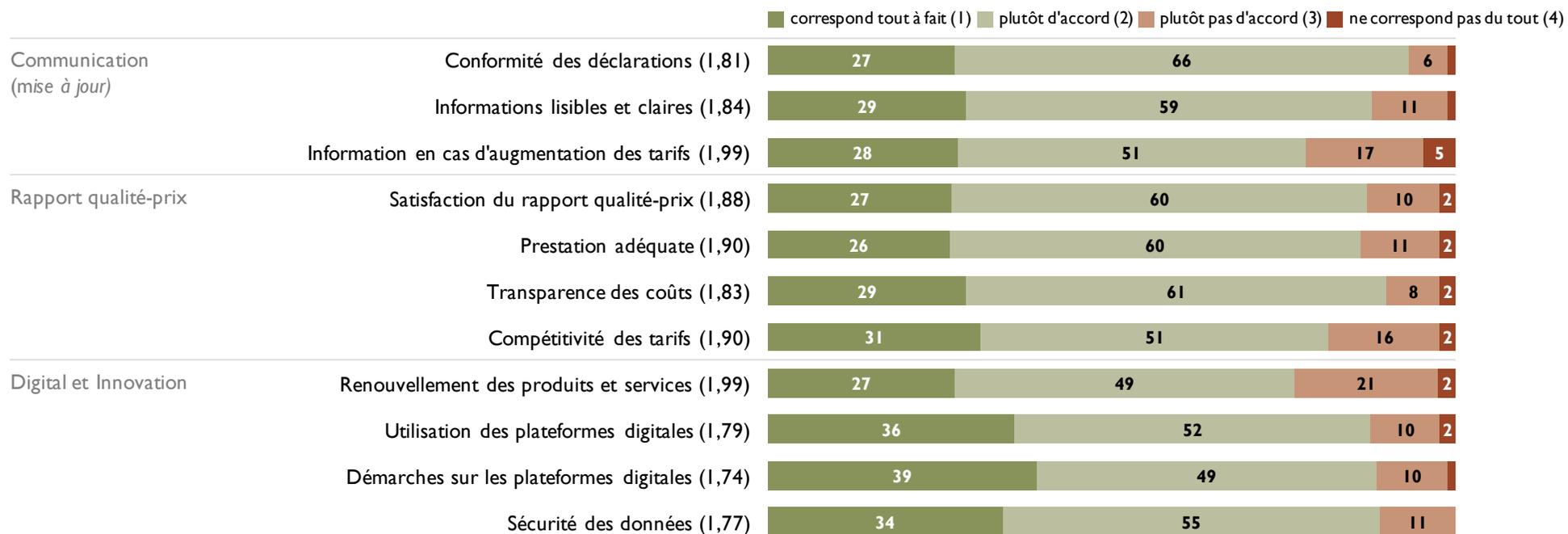
Profil-qualité – Axa (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Axa.

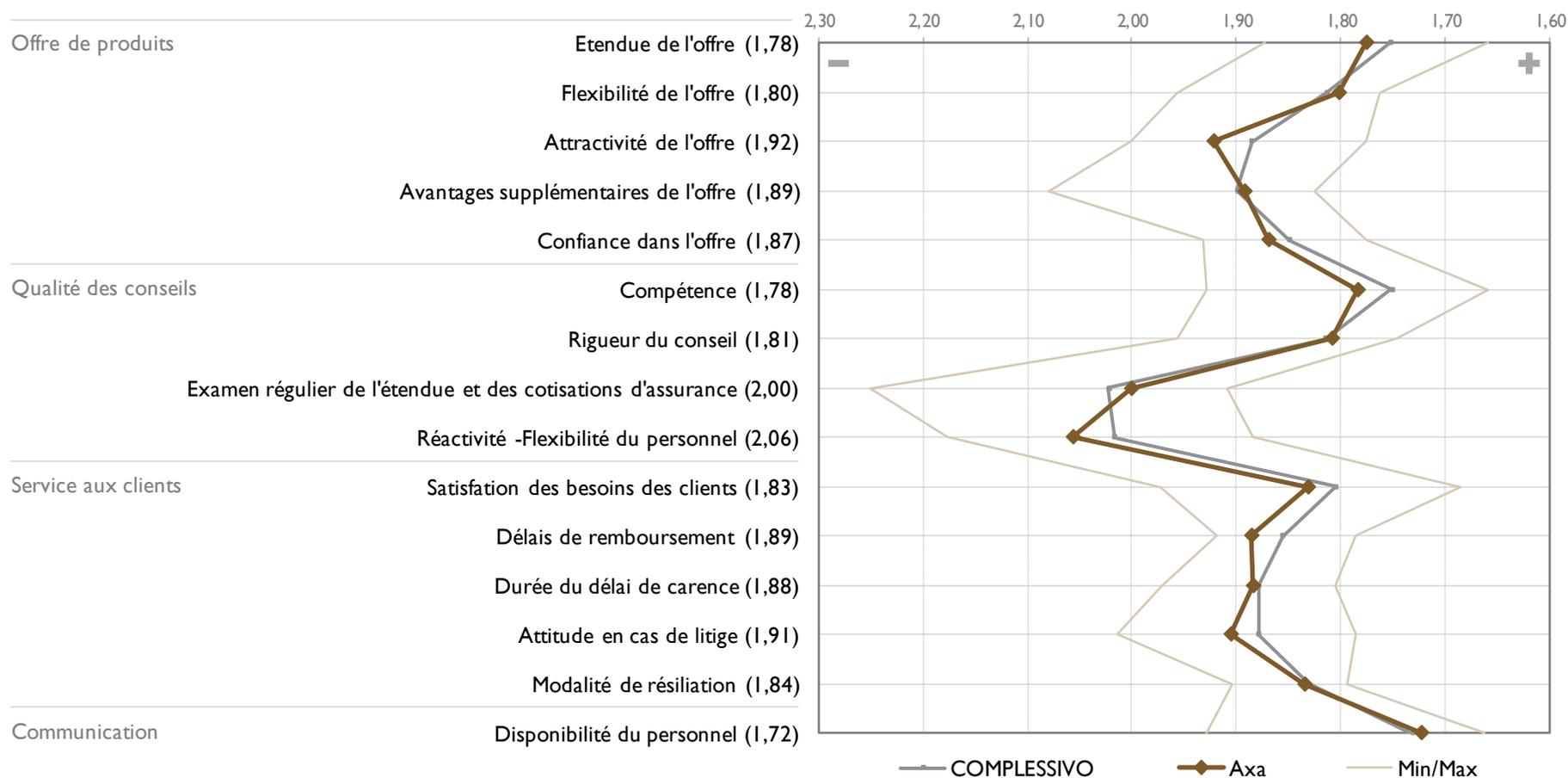
Profil-qualité – Axa (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Axa.

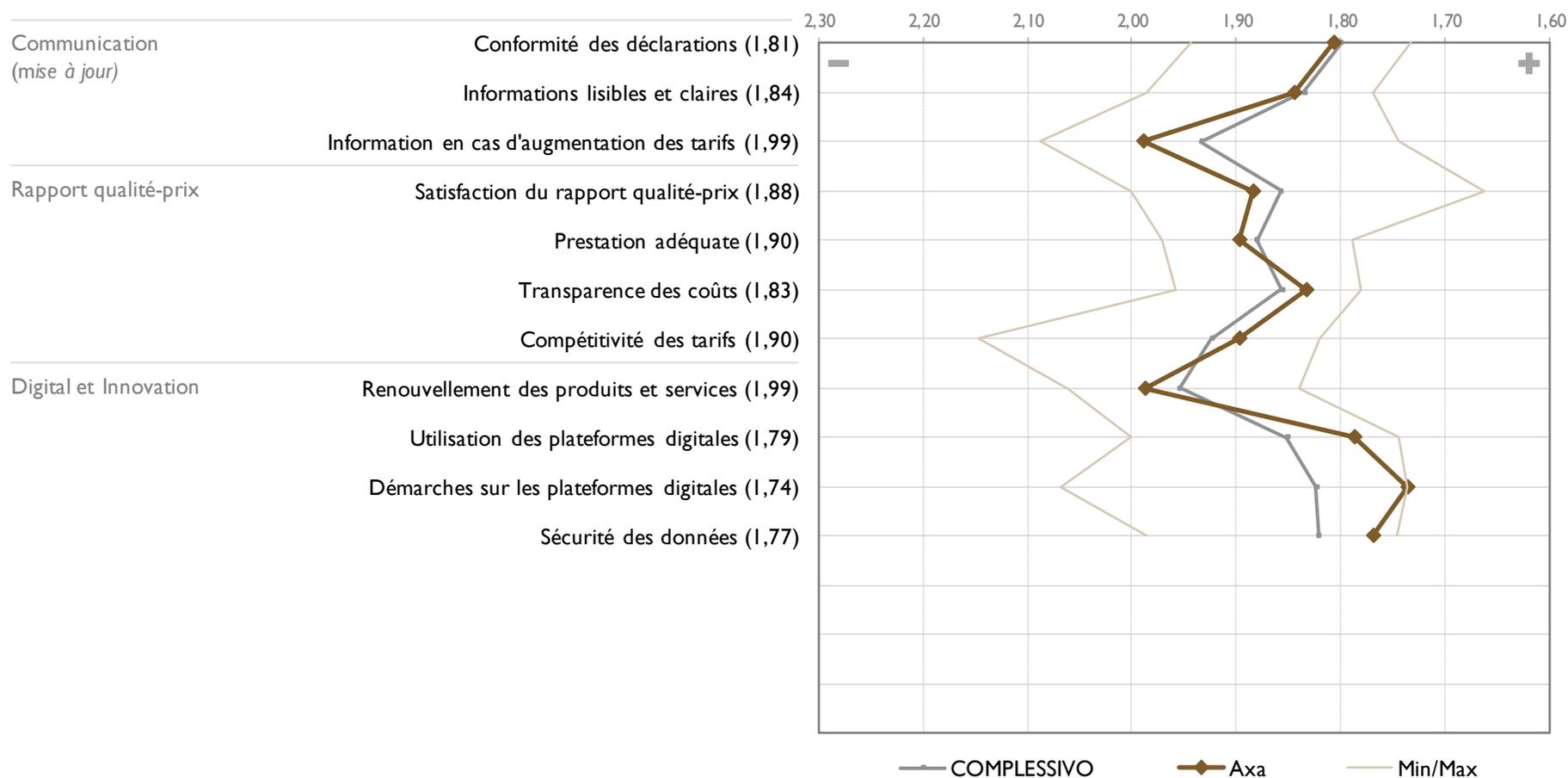
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Axa (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Axa.

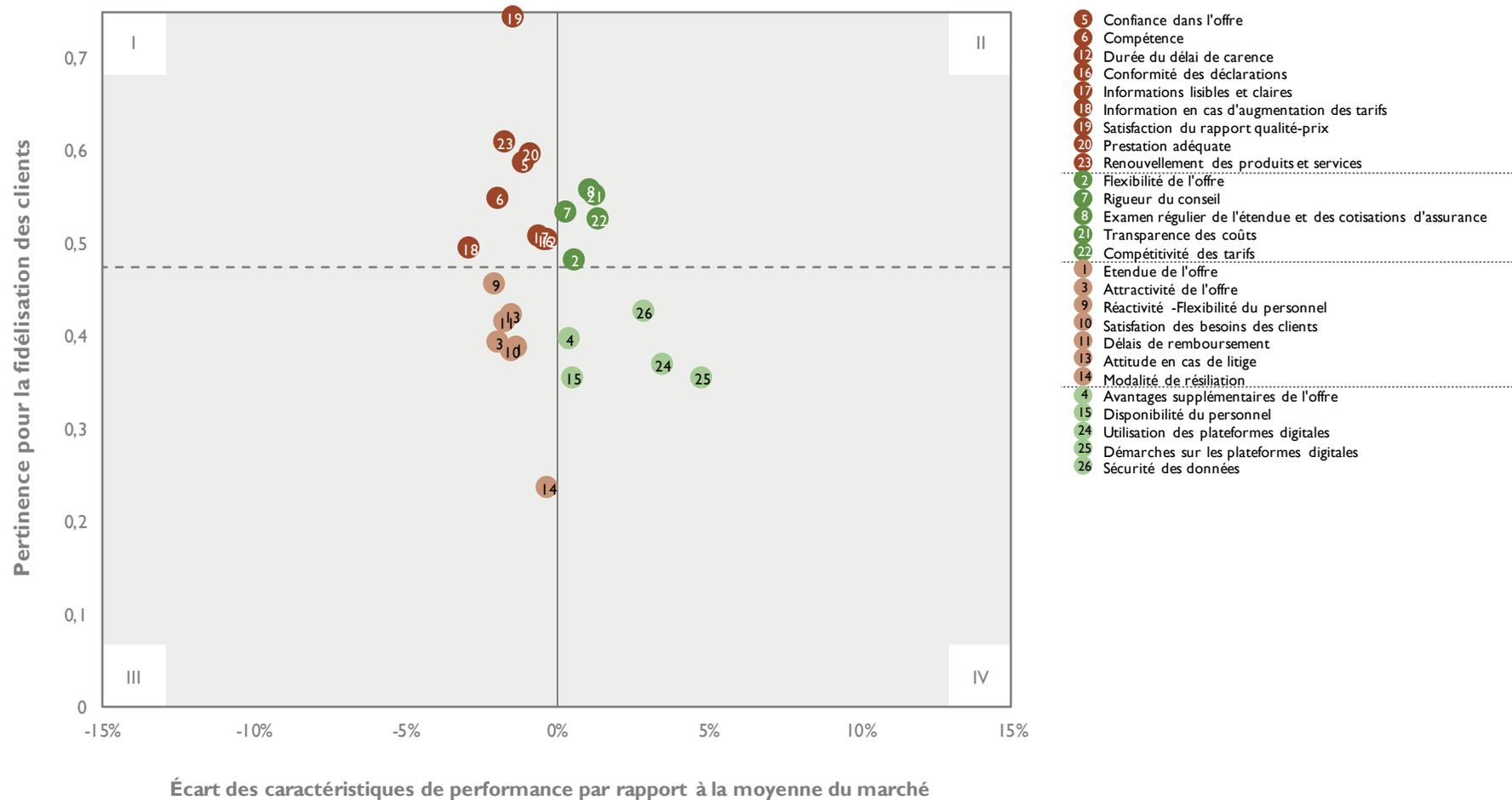
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Axa (II)



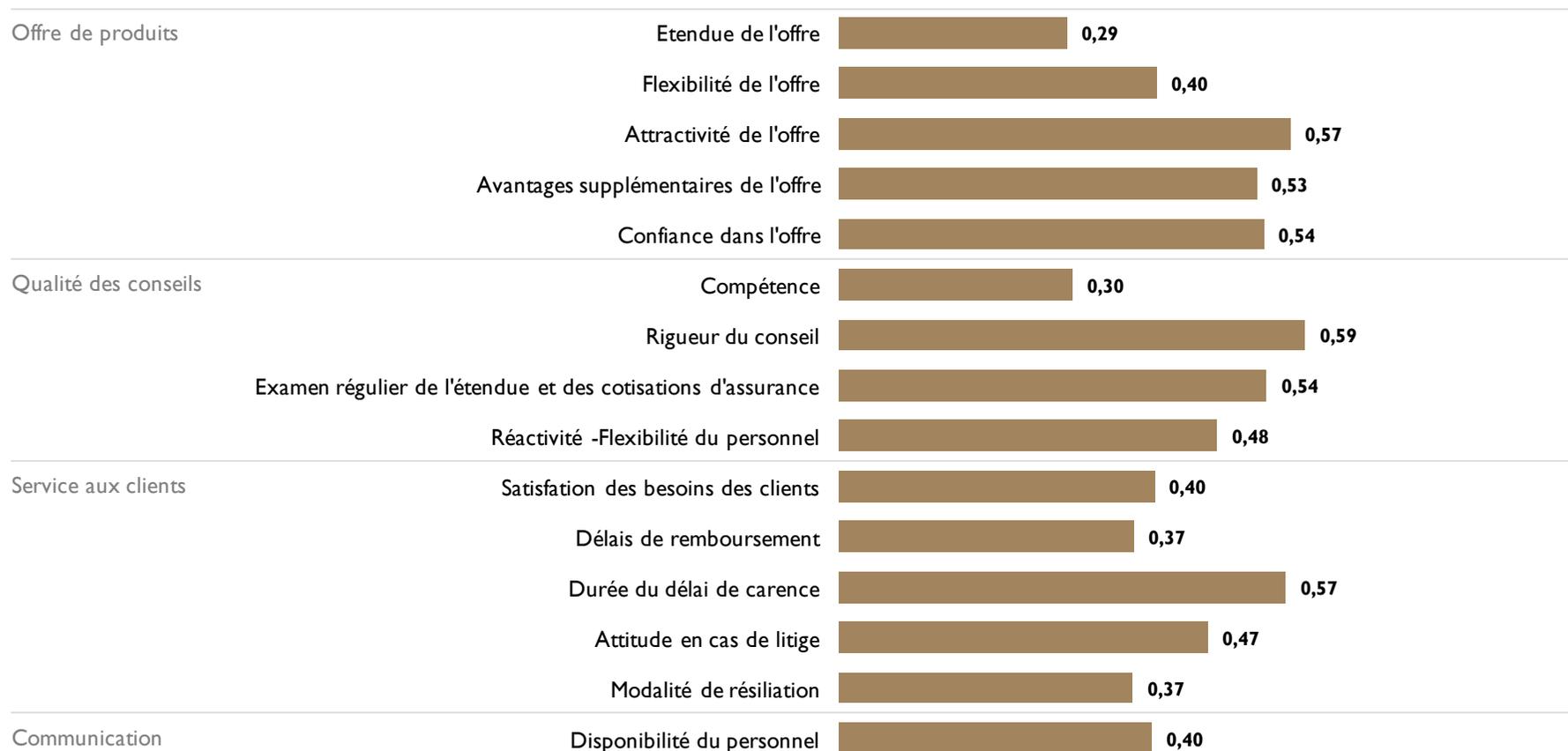
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Axa.

Matrice action-pertinence – Axa

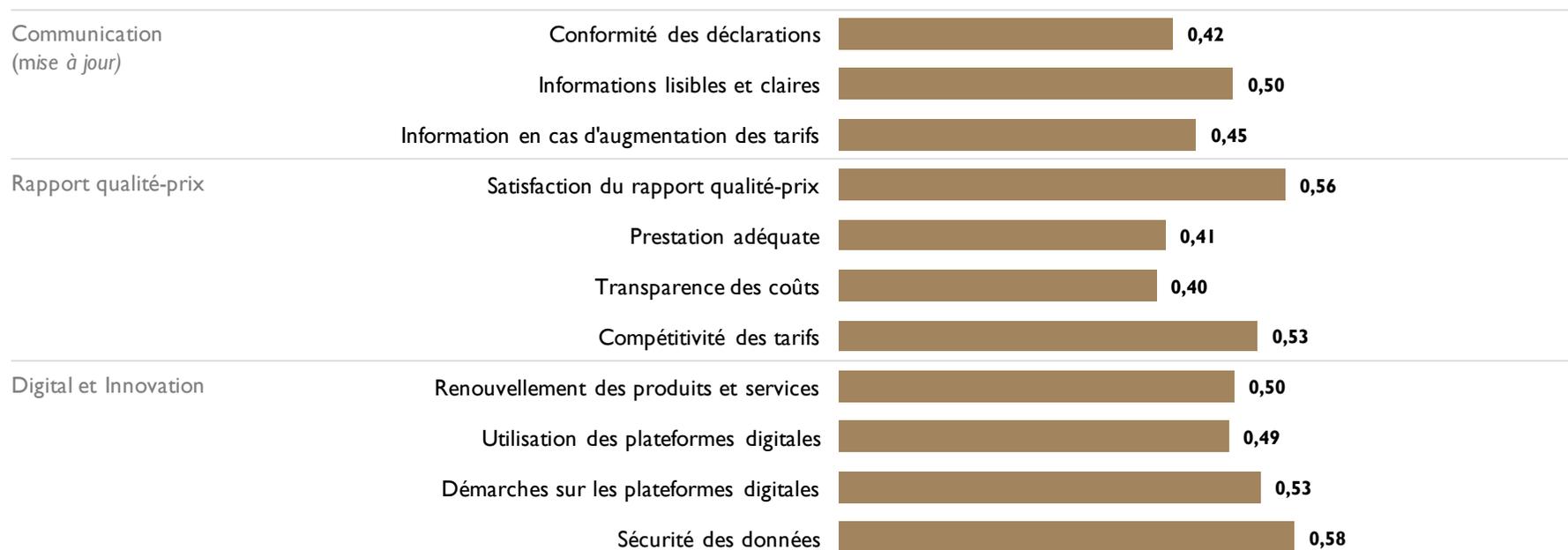


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Generali (I)



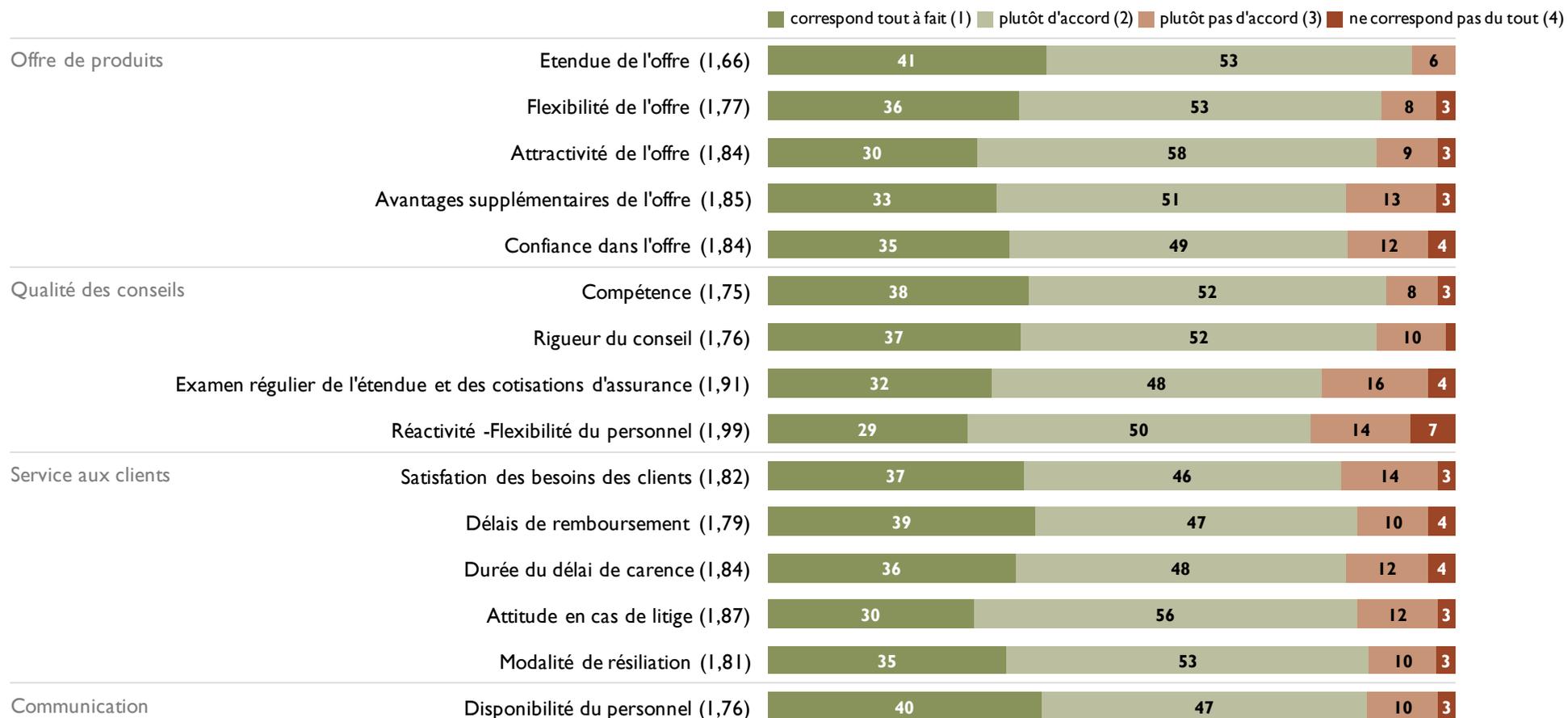
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Generali (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

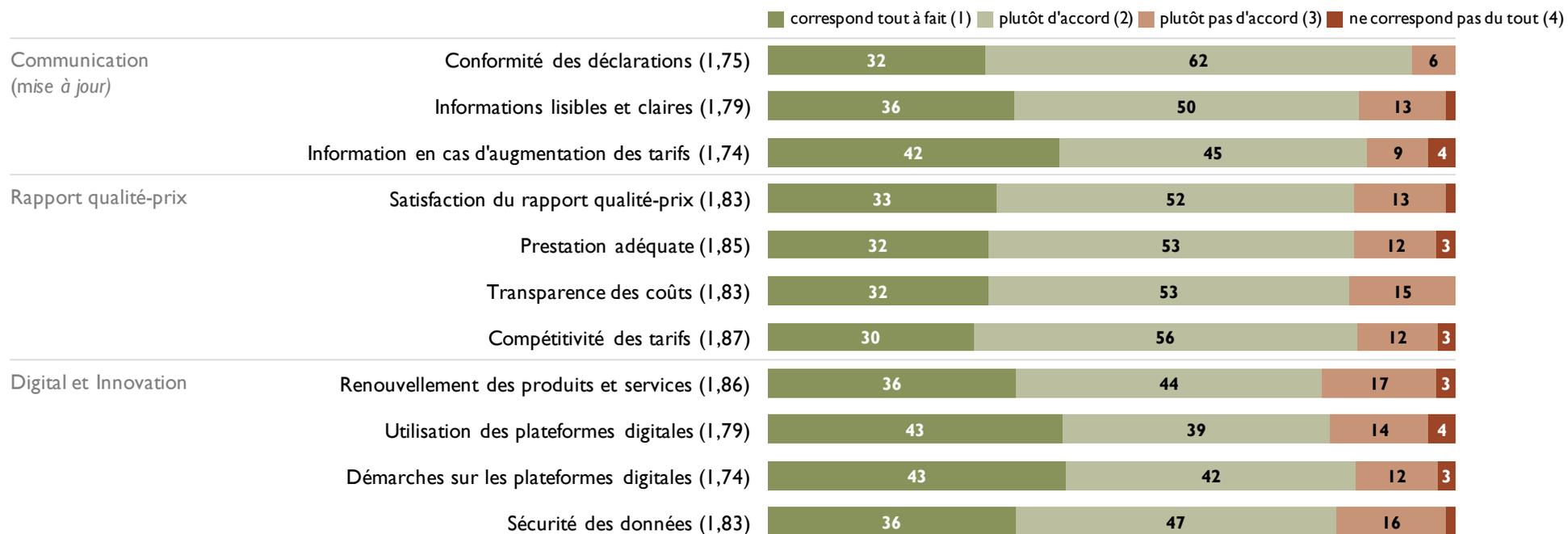
Profil-qualité – Generali (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Generali.

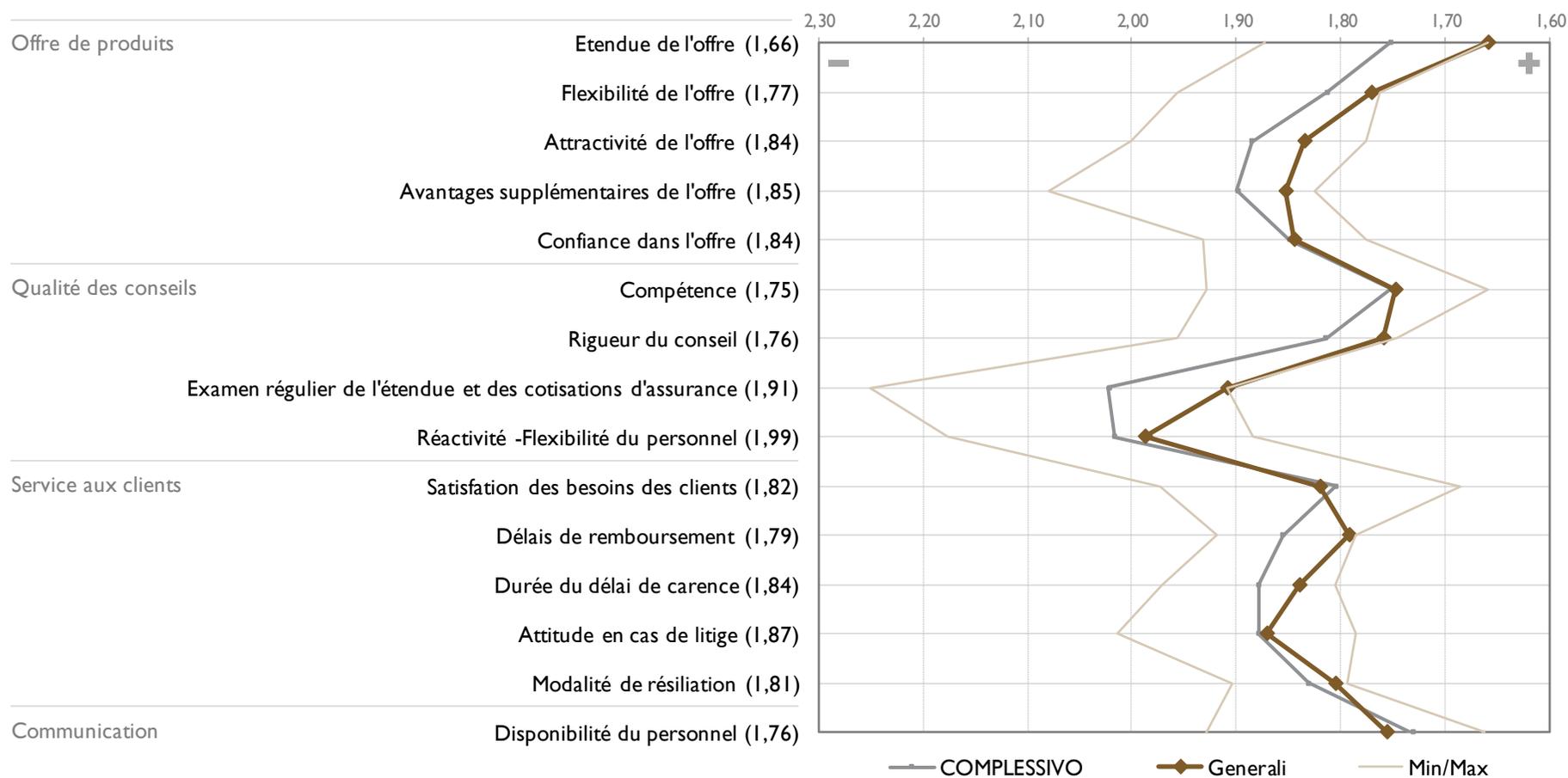
Profil-qualité – Generali (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Generali.

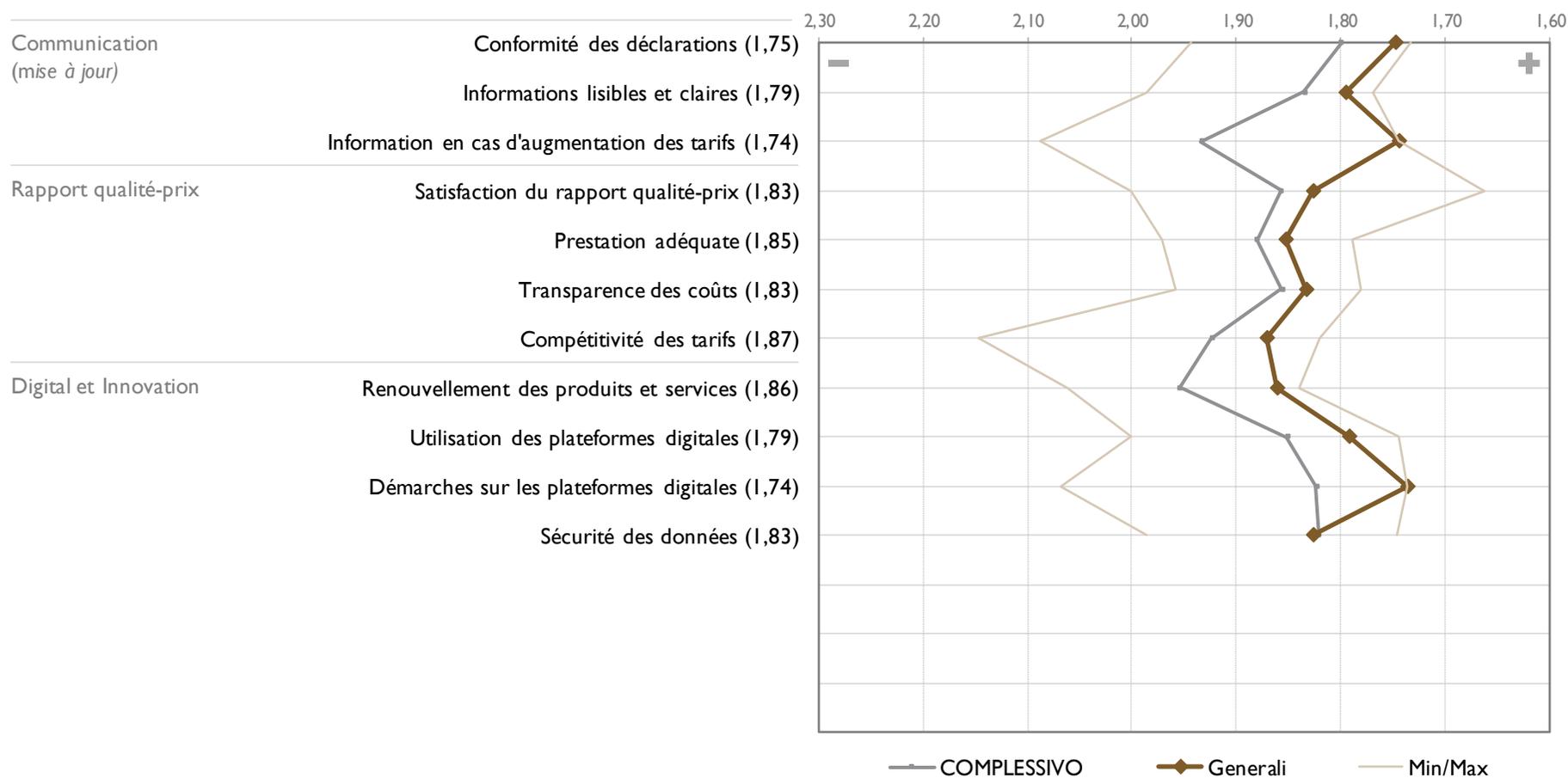
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Generali (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Generali.

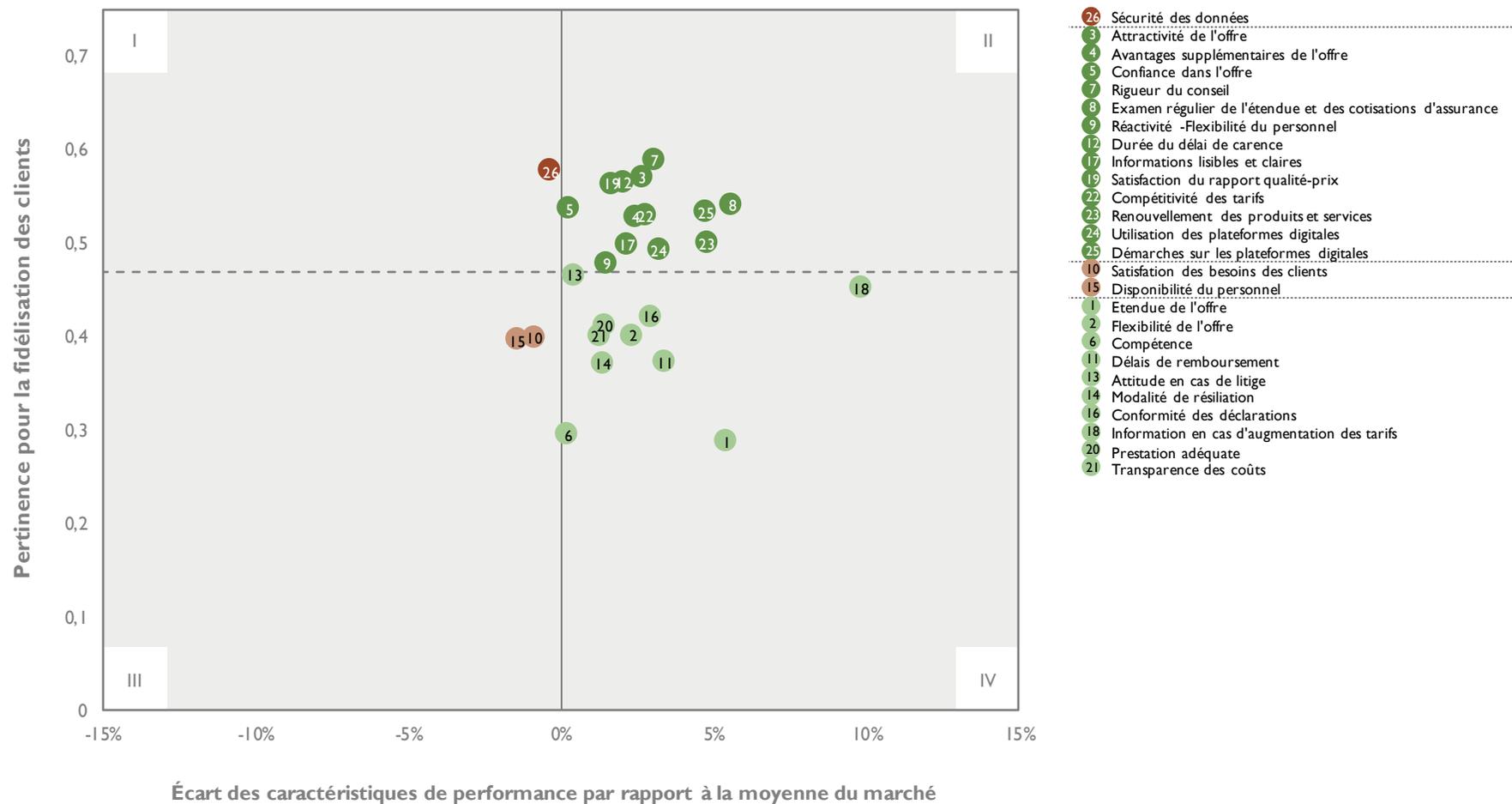
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Generali (II)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

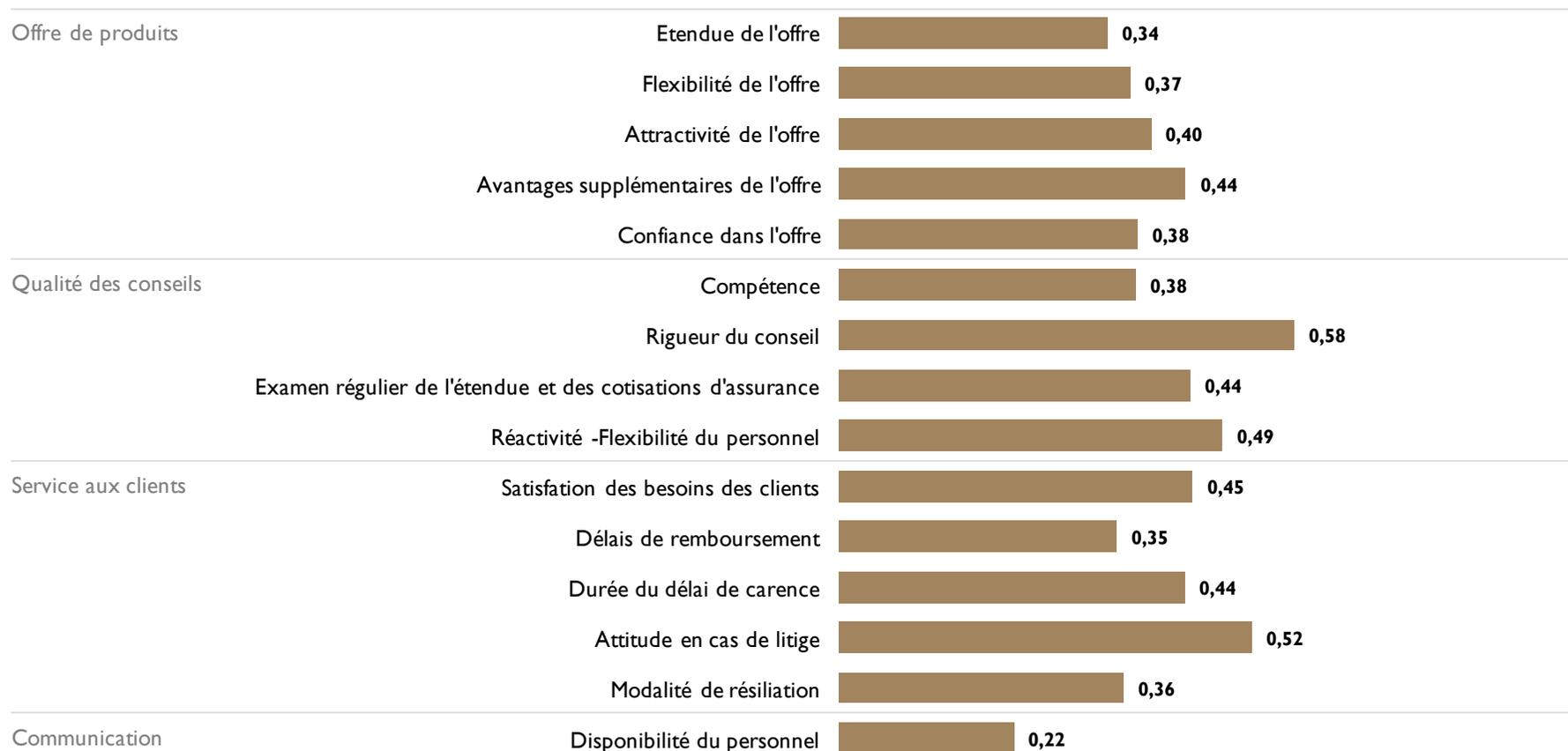
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Generali.

Matrice action-pertinence – Generali



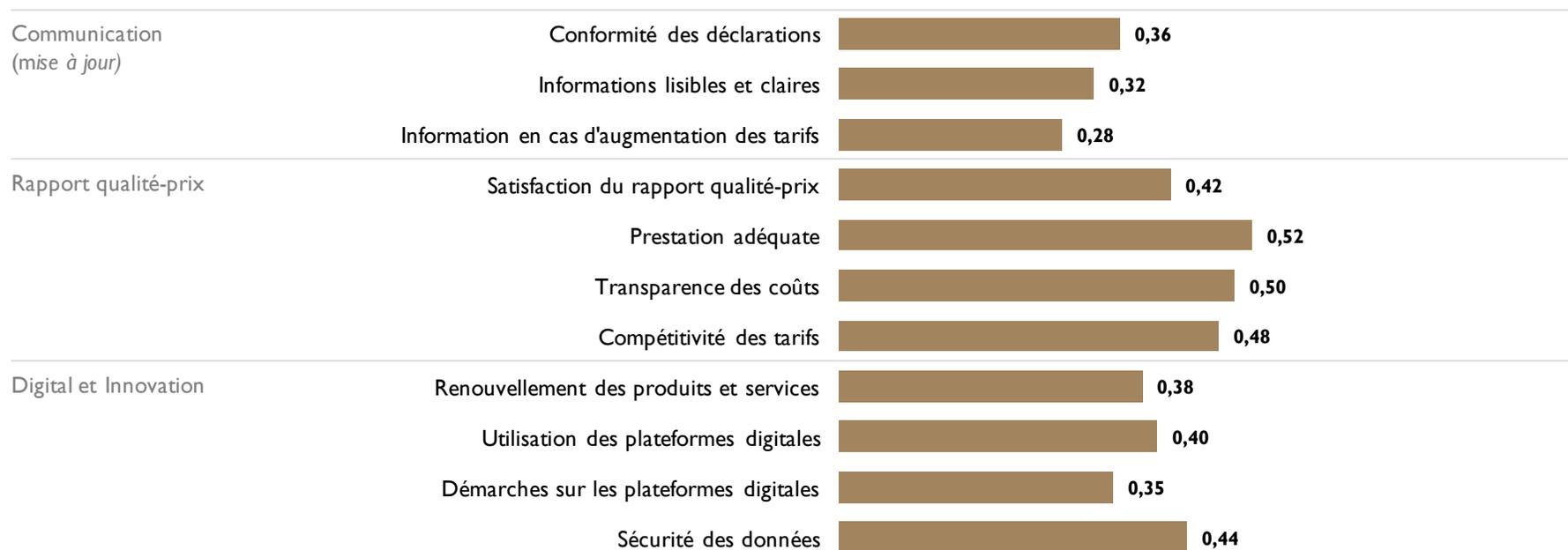
- 26 Sécurité des données
- 3 Attractivité de l'offre
- 4 Avantages supplémentaires de l'offre
- 5 Confiance dans l'offre
- 7 Rigueur du conseil
- 8 Examen régulier de l'étendue et des cotisations d'assurance
- 9 Réactivité -Flexibilité du personnel
- 12 Durée du délai de carence
- 17 Informations lisibles et claires
- 19 Satisfaction du rapport qualité-prix
- 22 Compétitivité des tarifs
- 23 Renouvellement des produits et services
- 24 Utilisation des plateformes digitales
- 25 Démarches sur les plateformes digitales
- 10 Satisfaction des besoins des clients
- 15 Disponibilité du personnel
- 1 Etendue de l'offre
- 2 Flexibilité de l'offre
- 6 Compétence
- 11 Délais de remboursement
- 13 Attitude en cas de litige
- 14 Modalité de résiliation
- 16 Conformité des déclarations
- 18 Information en cas d'augmentation des tarifs
- 20 Prestation adéquate
- 21 Transparence des coûts

Moteurs de fidélisation de la clientèle – GMF (I)



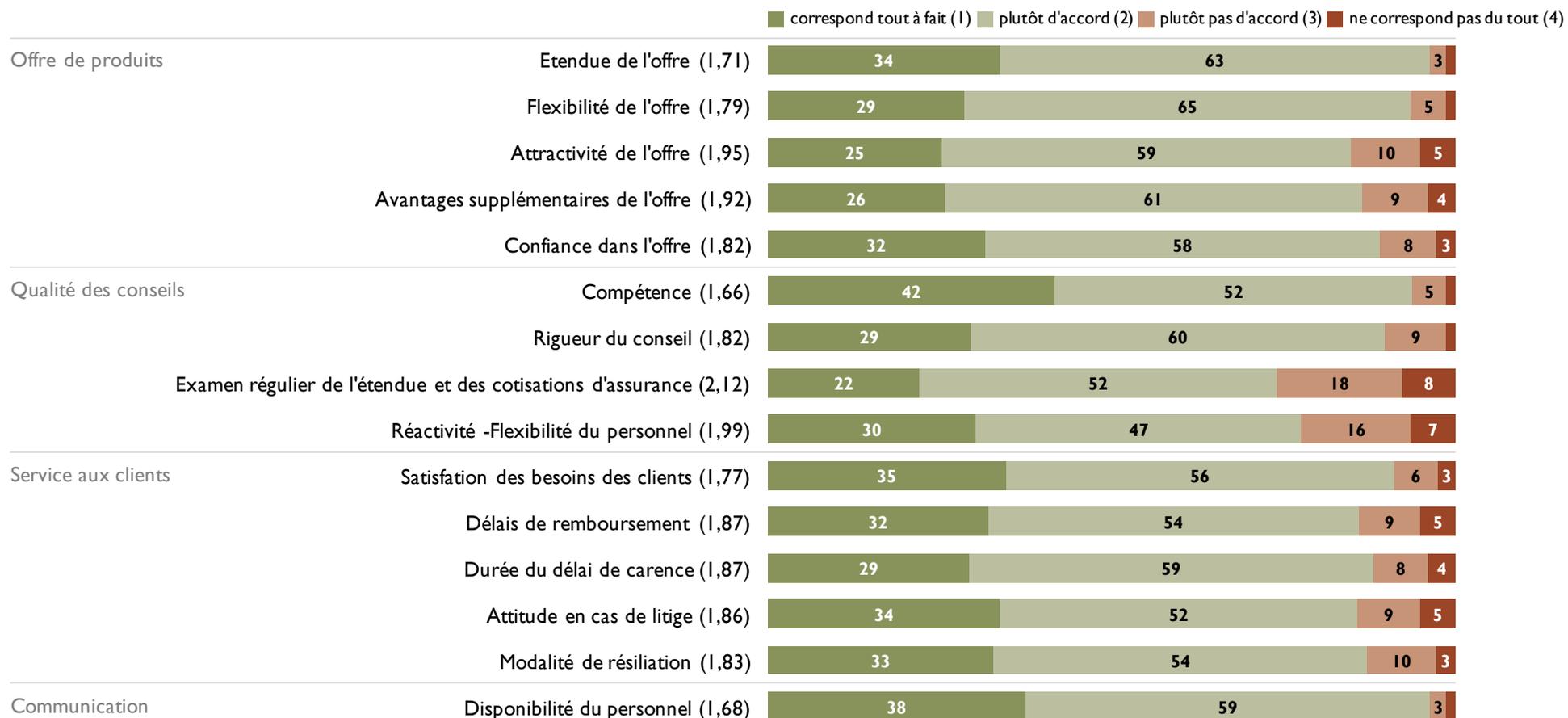
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – GMF (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

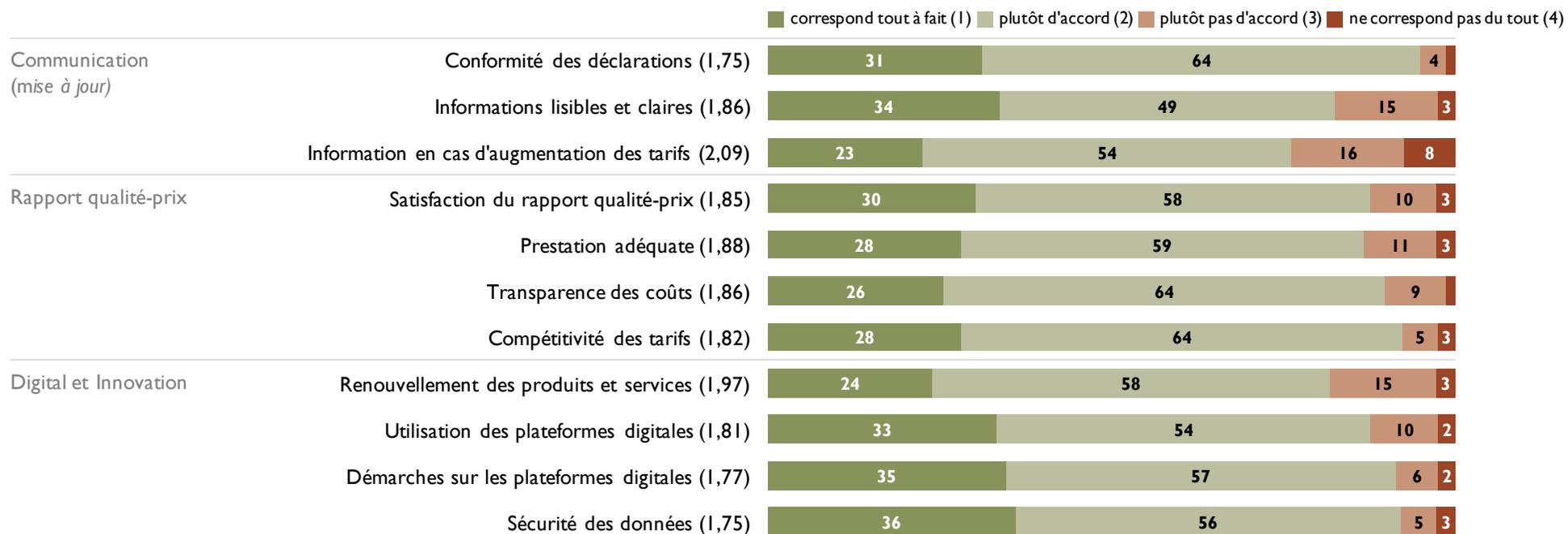
Profil-qualité – GMF (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à GMF.

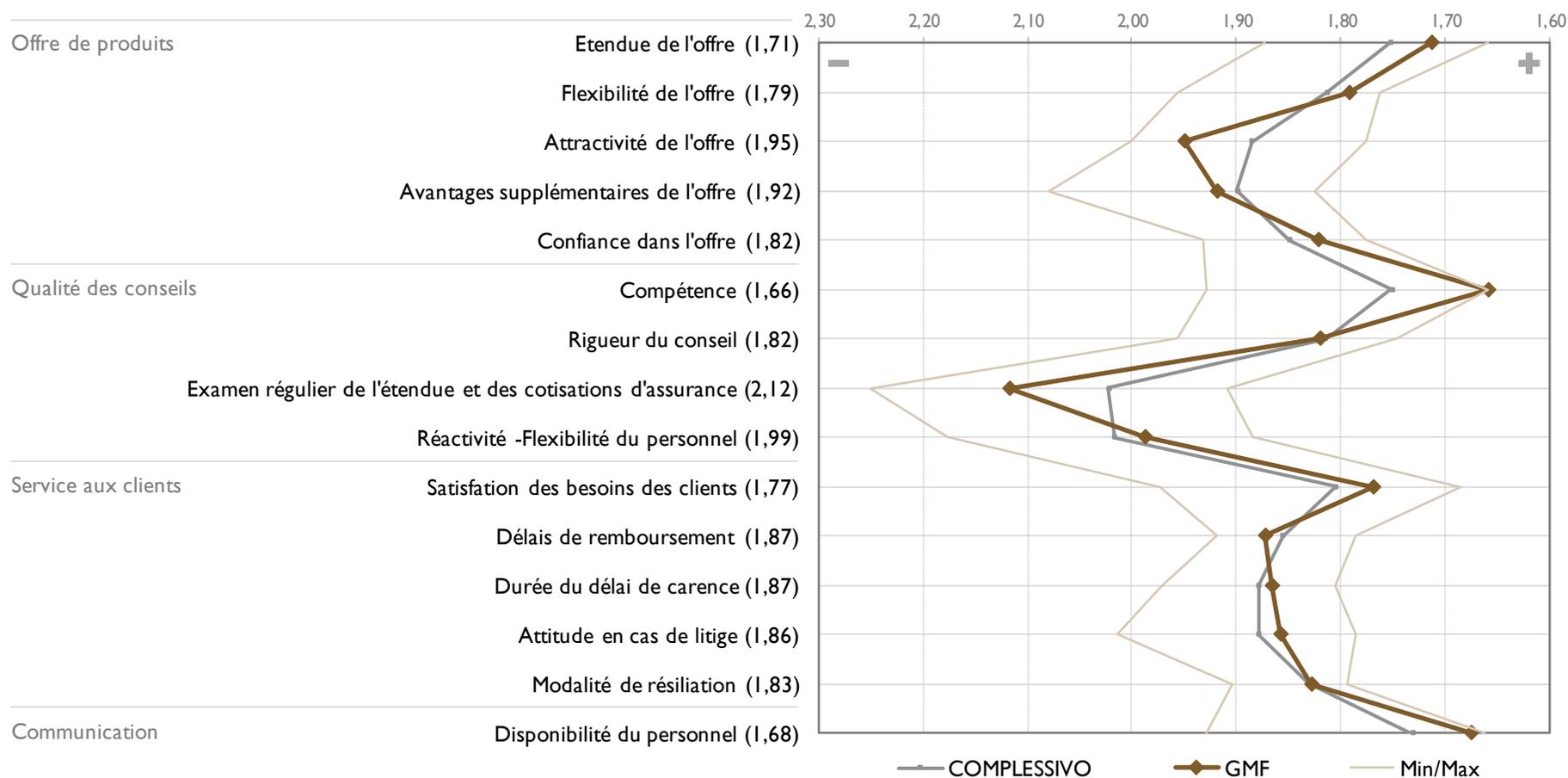
Profil-qualité – GMF (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à GMF.

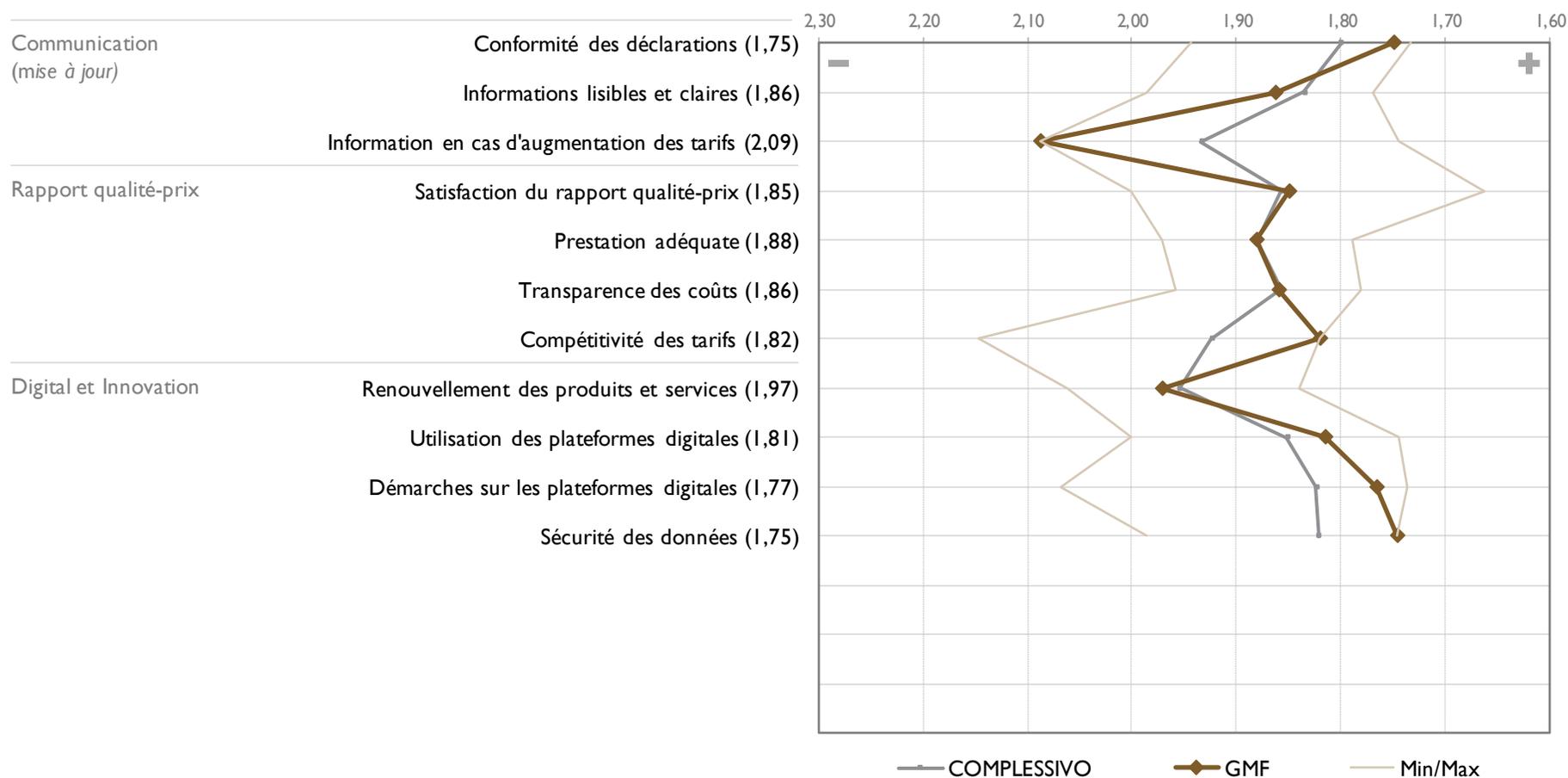
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – GMF (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à GMF.

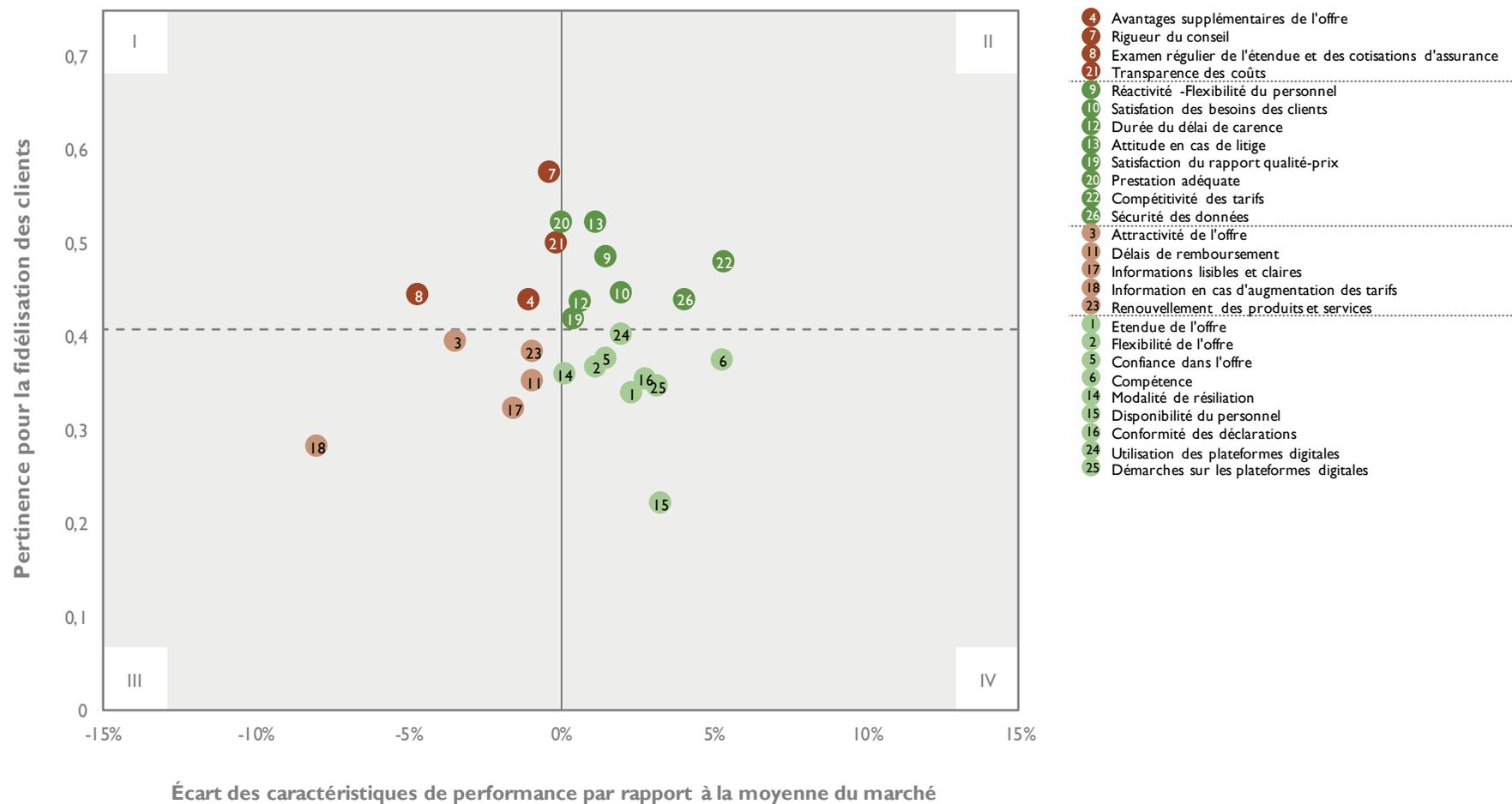
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – GMF (II)



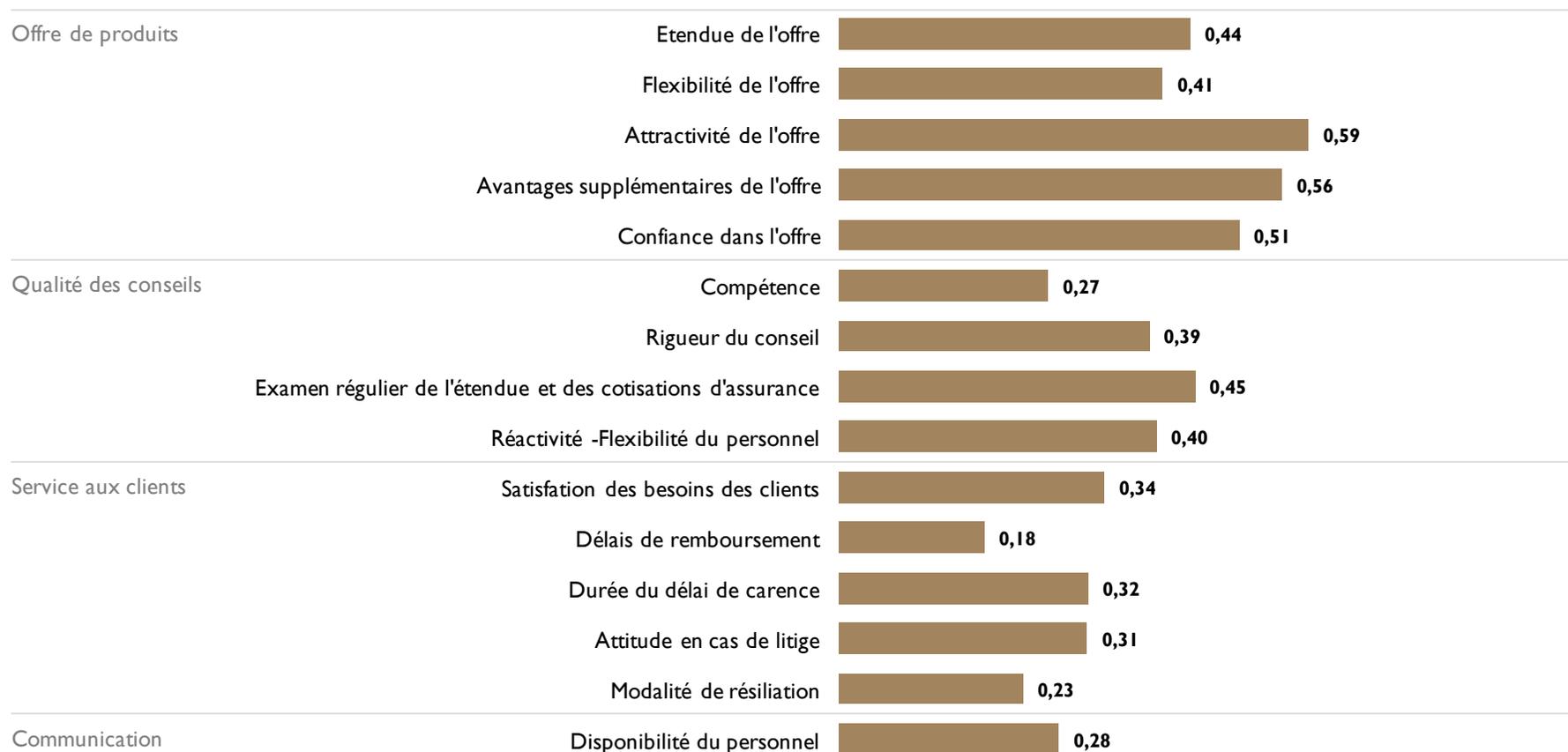
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à GMF.

Matrice action-pertinence – GMF

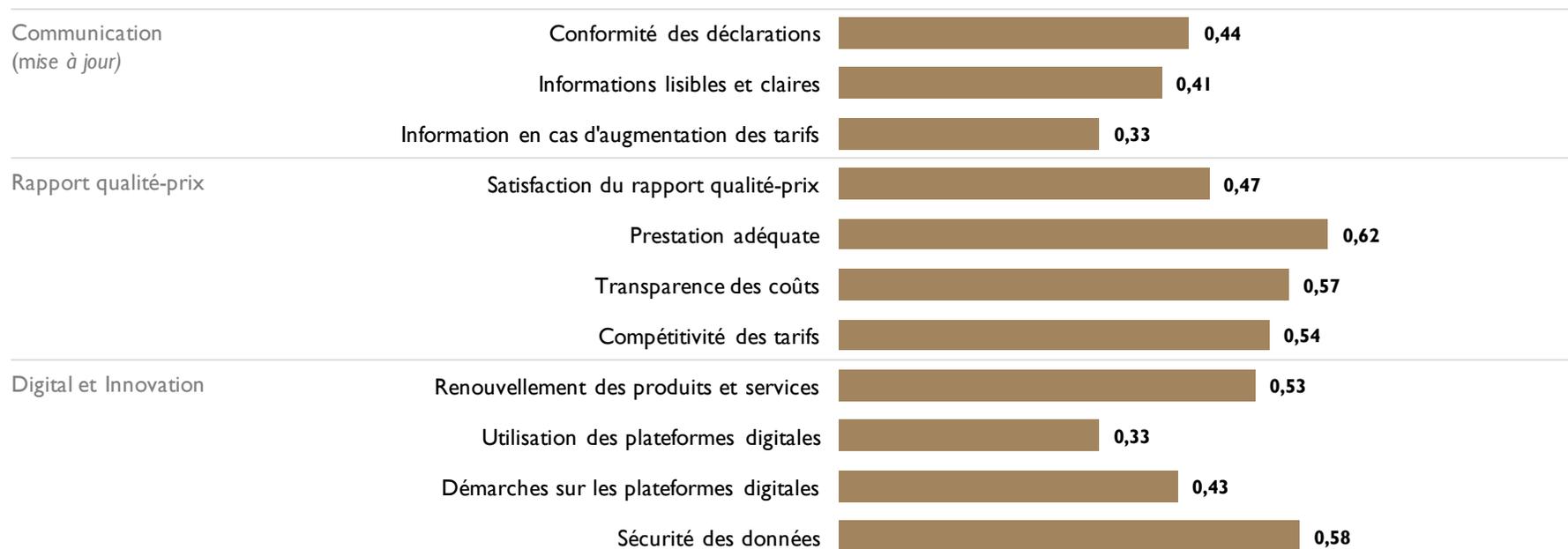


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Groupama (I)



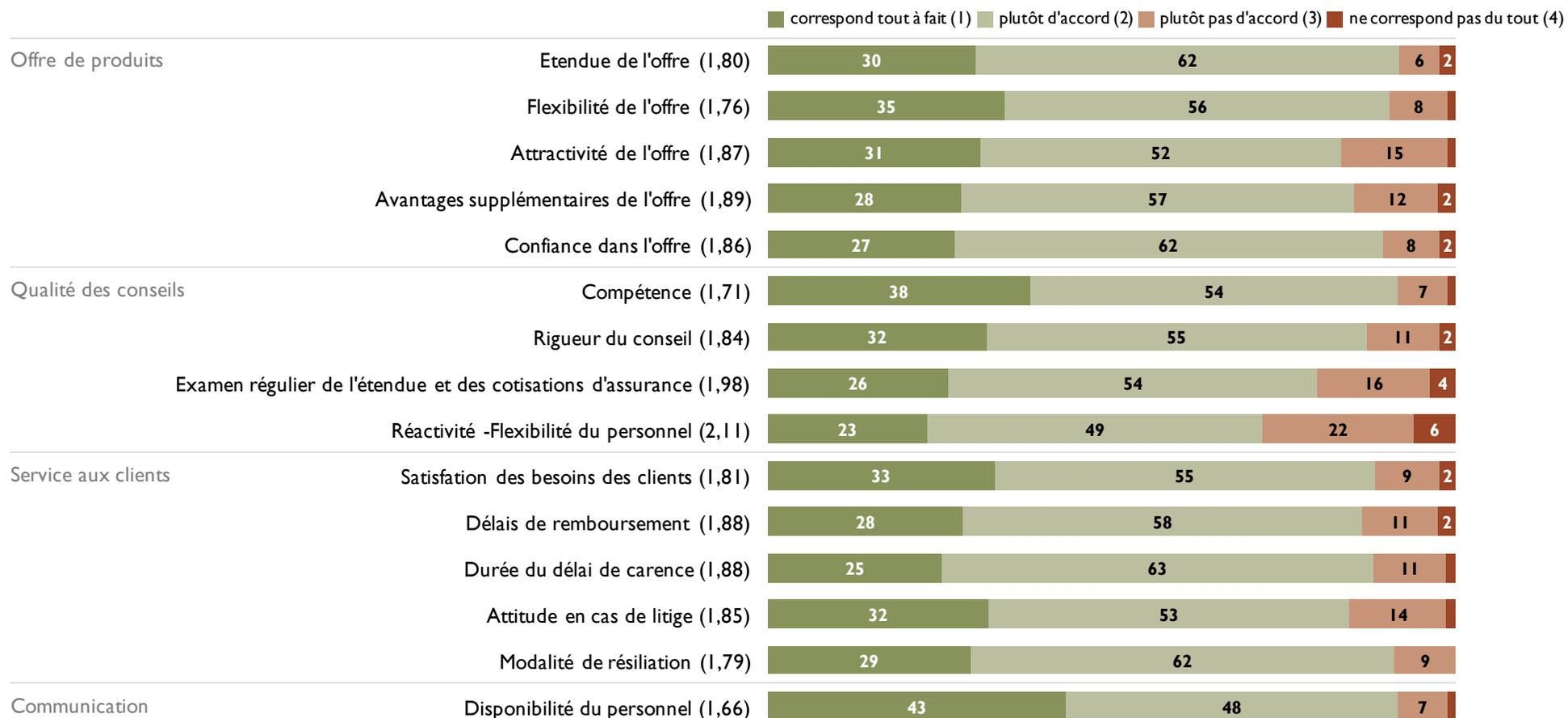
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Groupama (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

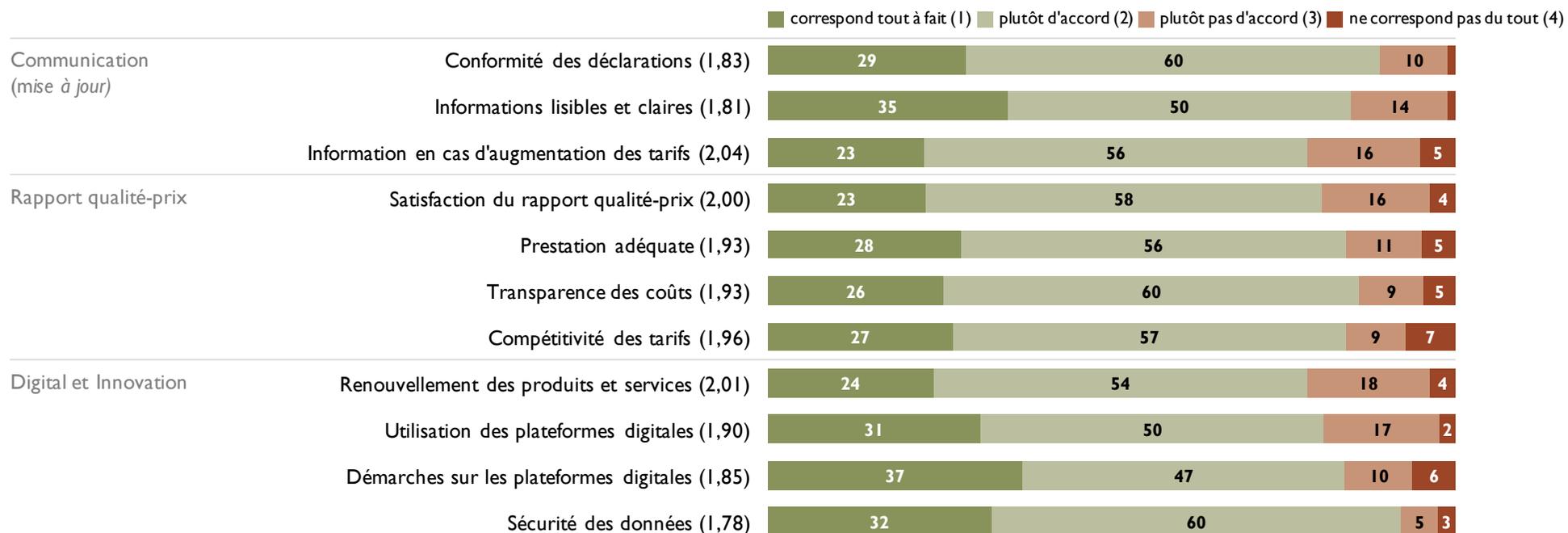
Profil-qualité – Groupama (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Groupama.

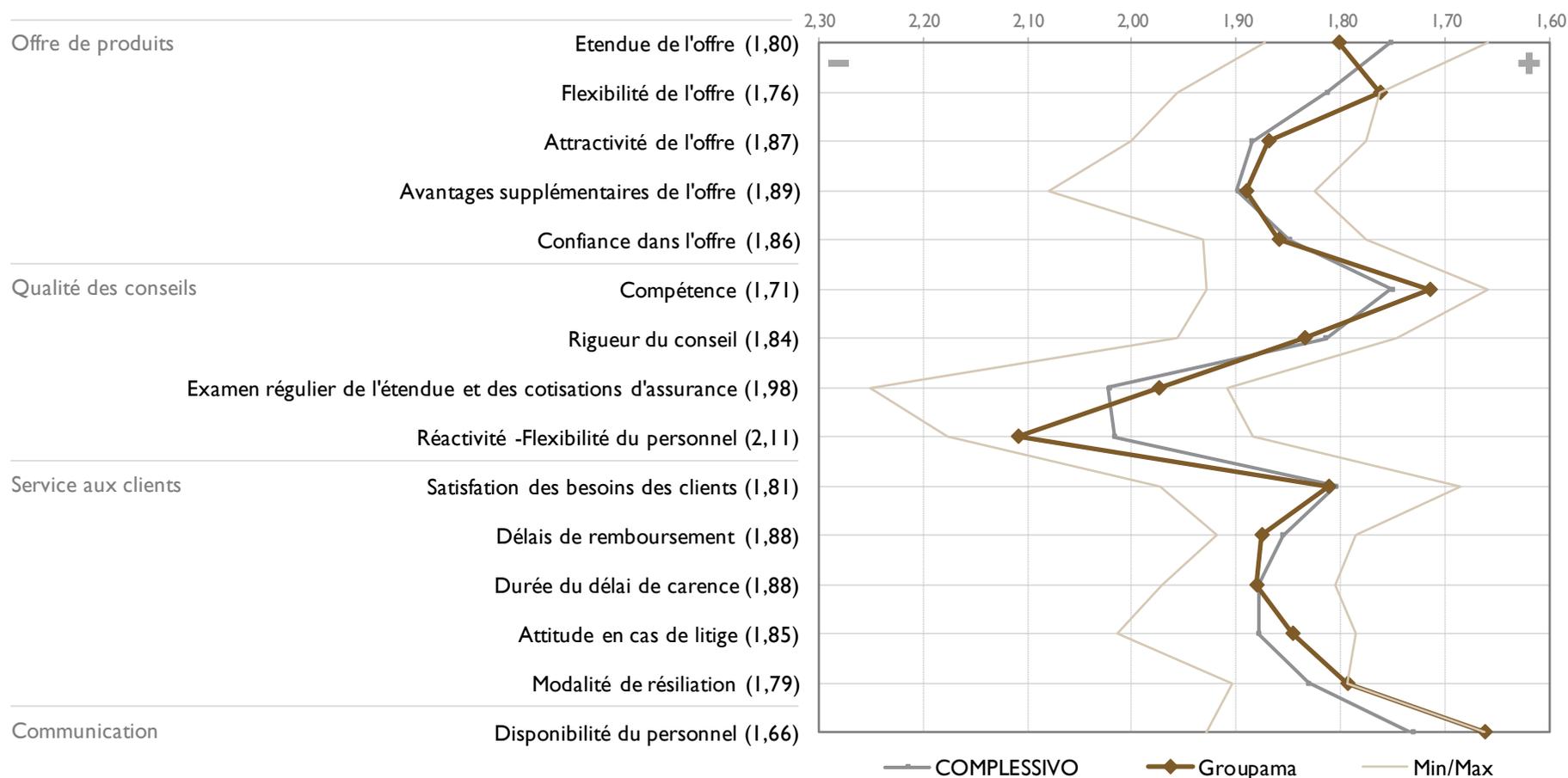
Profil-qualité – Groupama (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Groupama.

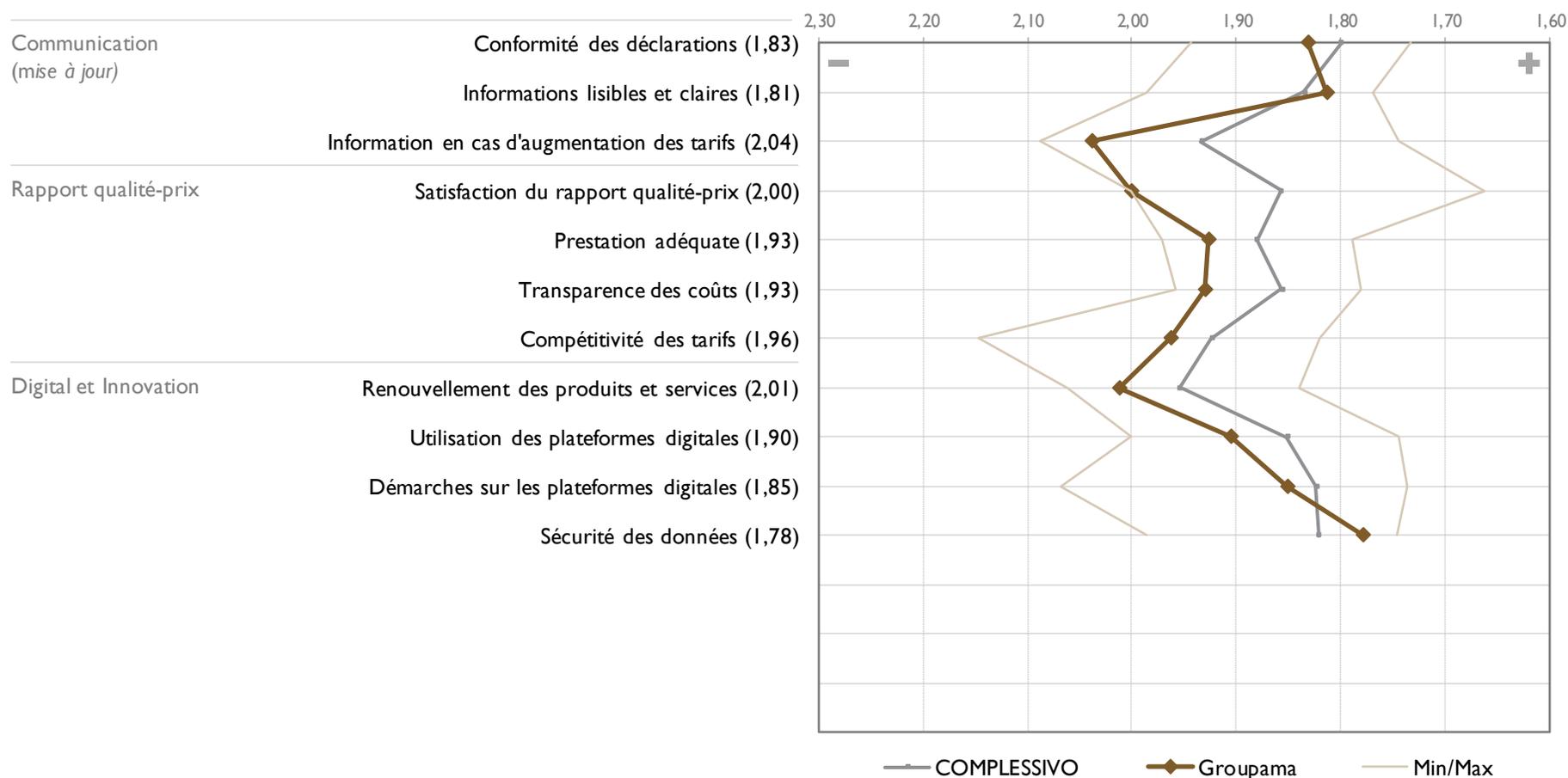
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Groupama (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Groupama.

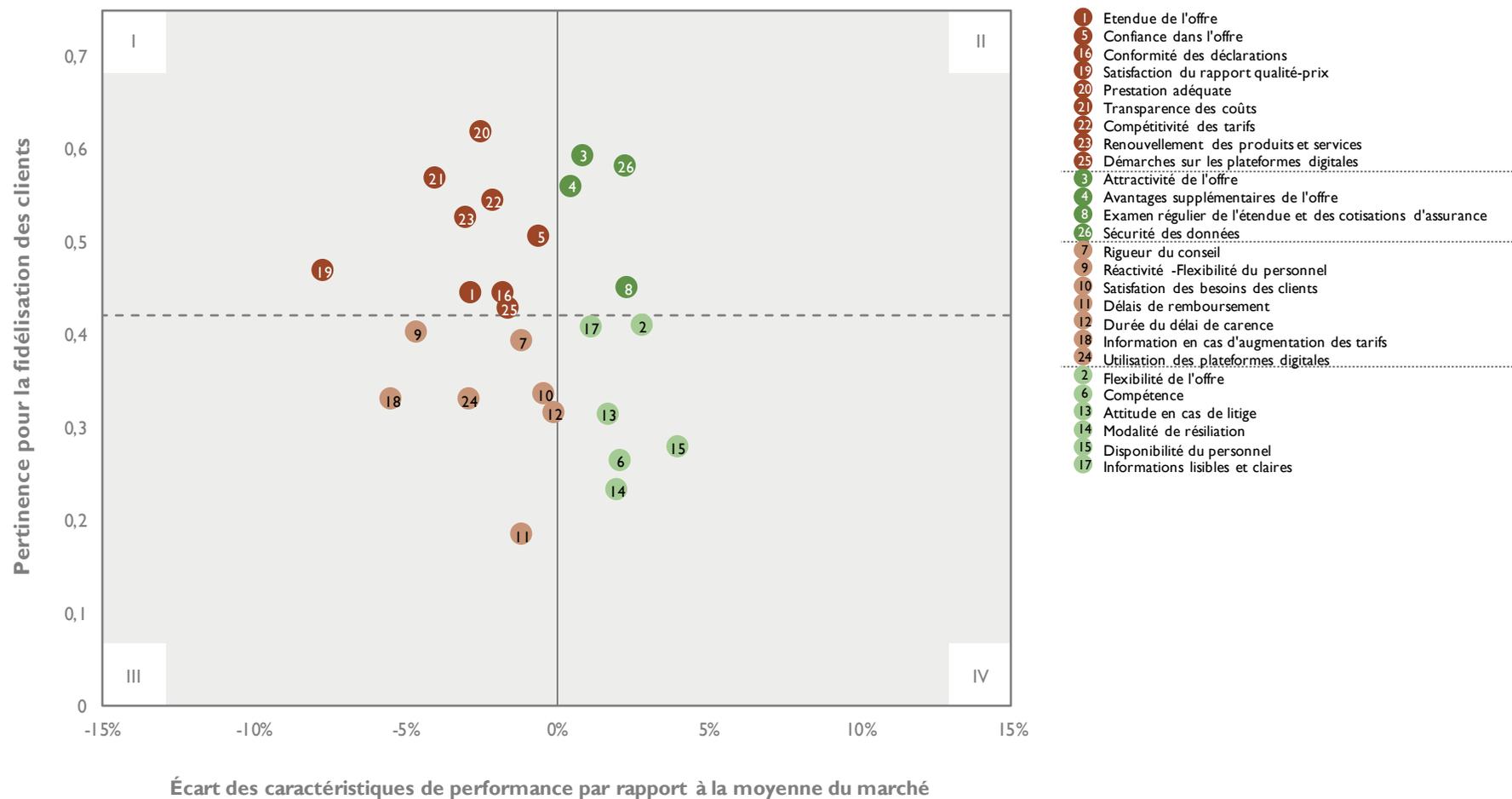
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Groupama (II)



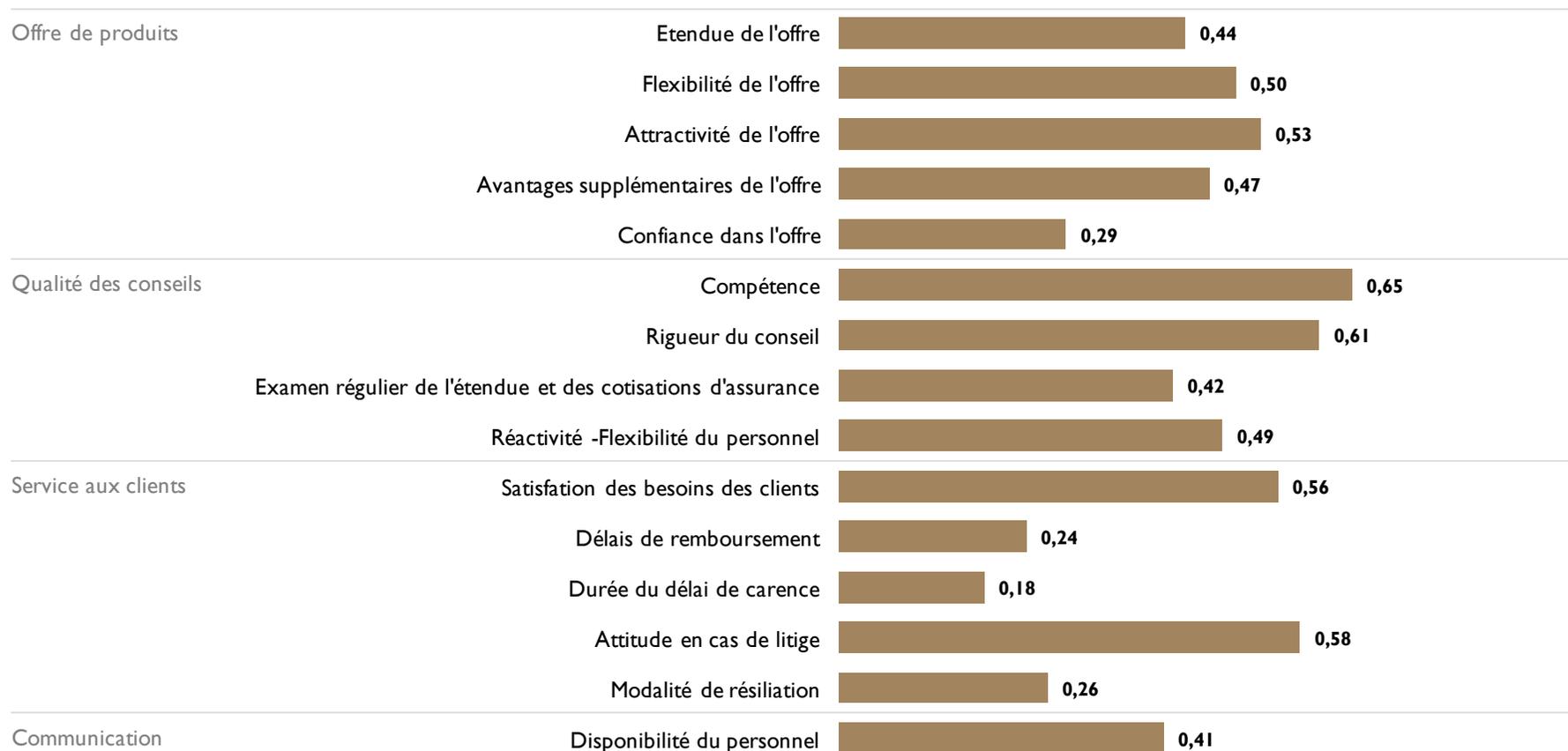
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Groupama.

Matrice action-pertinence – Groupama

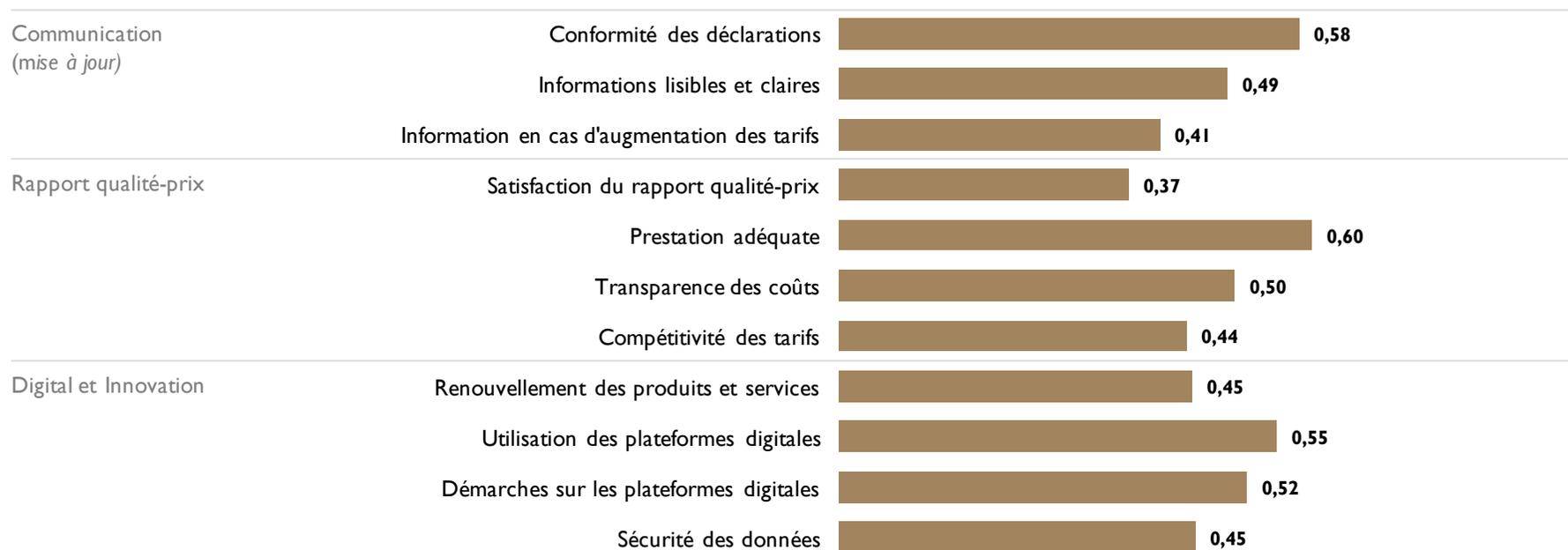


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Swiss Life (I)



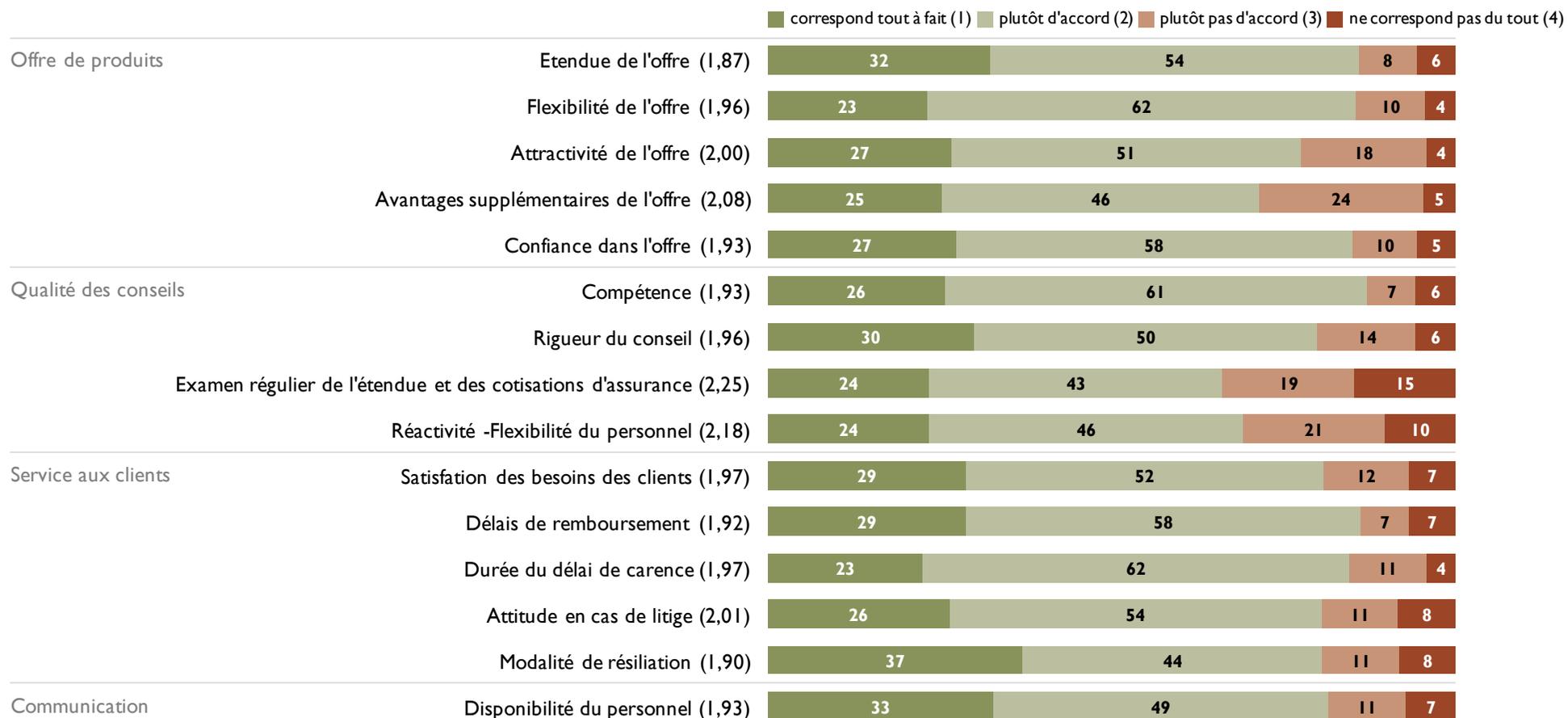
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Swiss Life (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

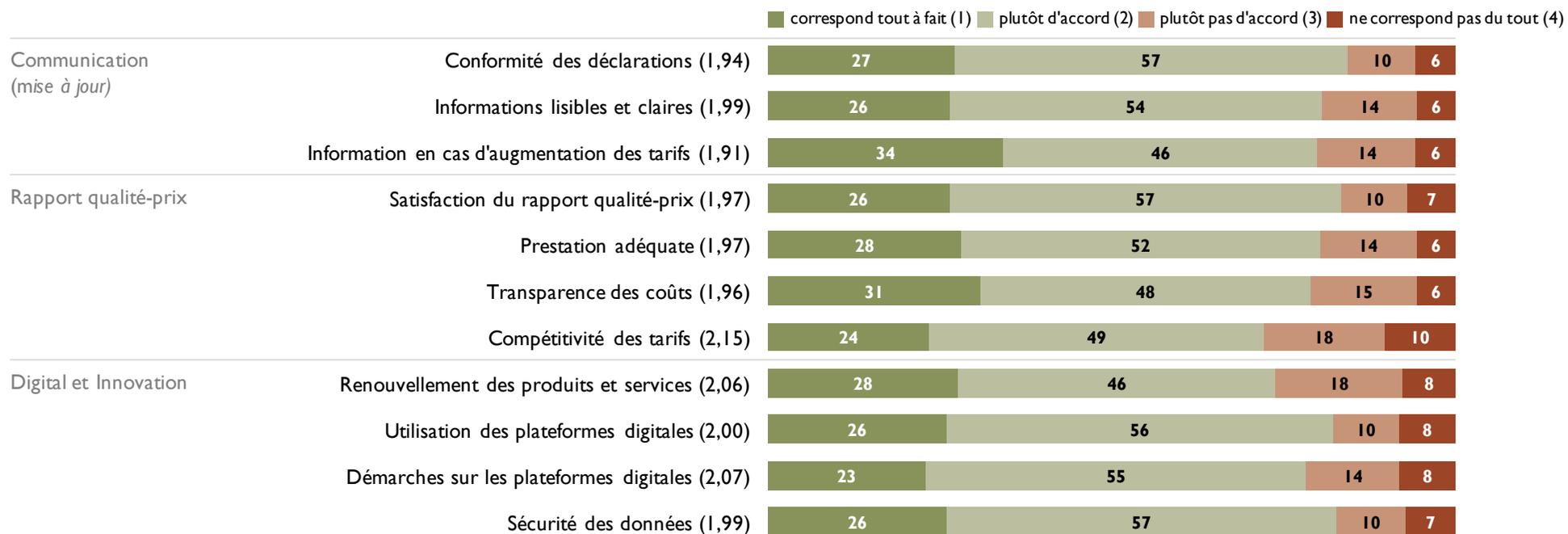
Profil-qualité – Swiss Life (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Swiss Life.

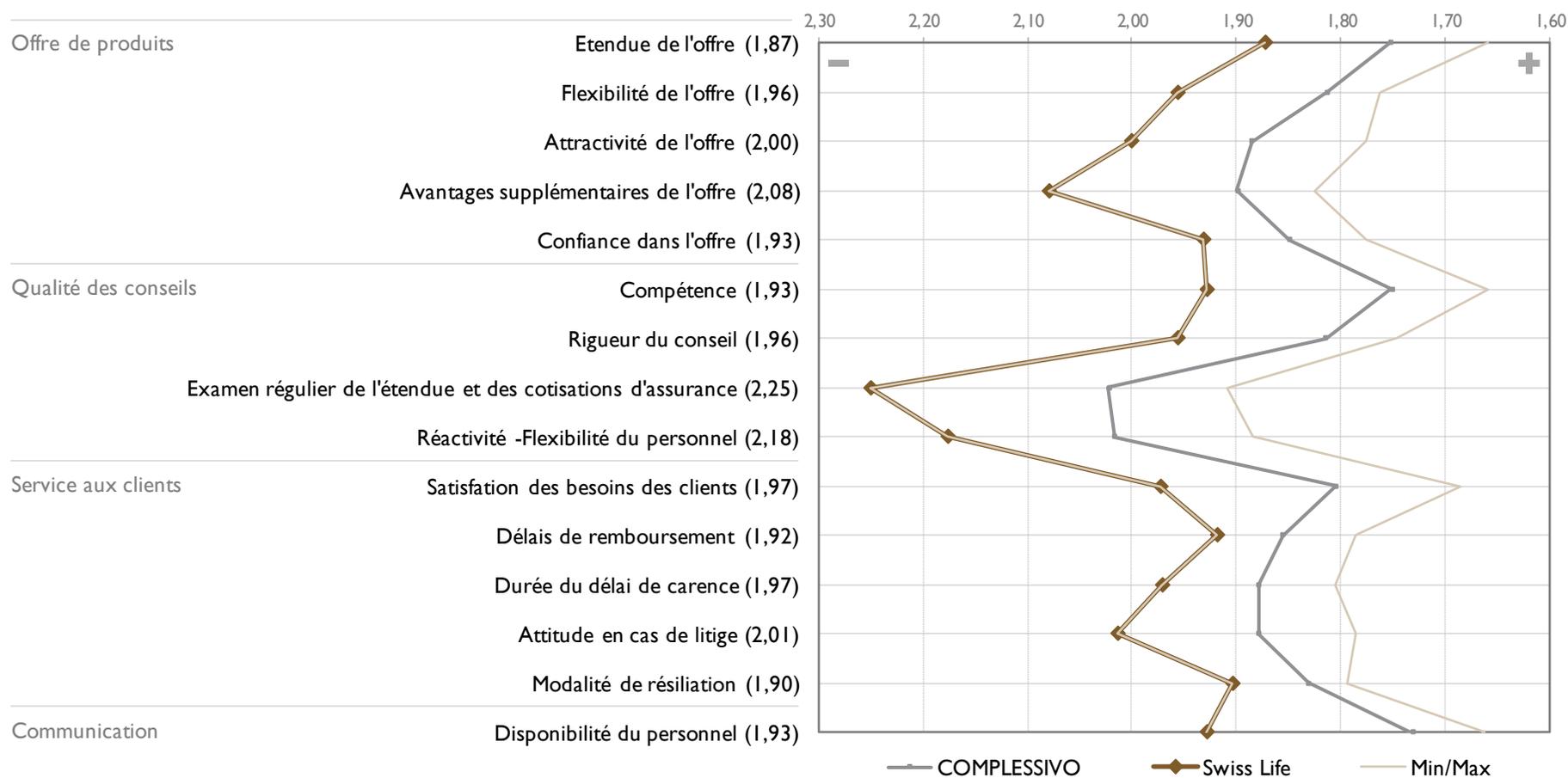
Profil-qualité – Swiss Life (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Swiss Life.

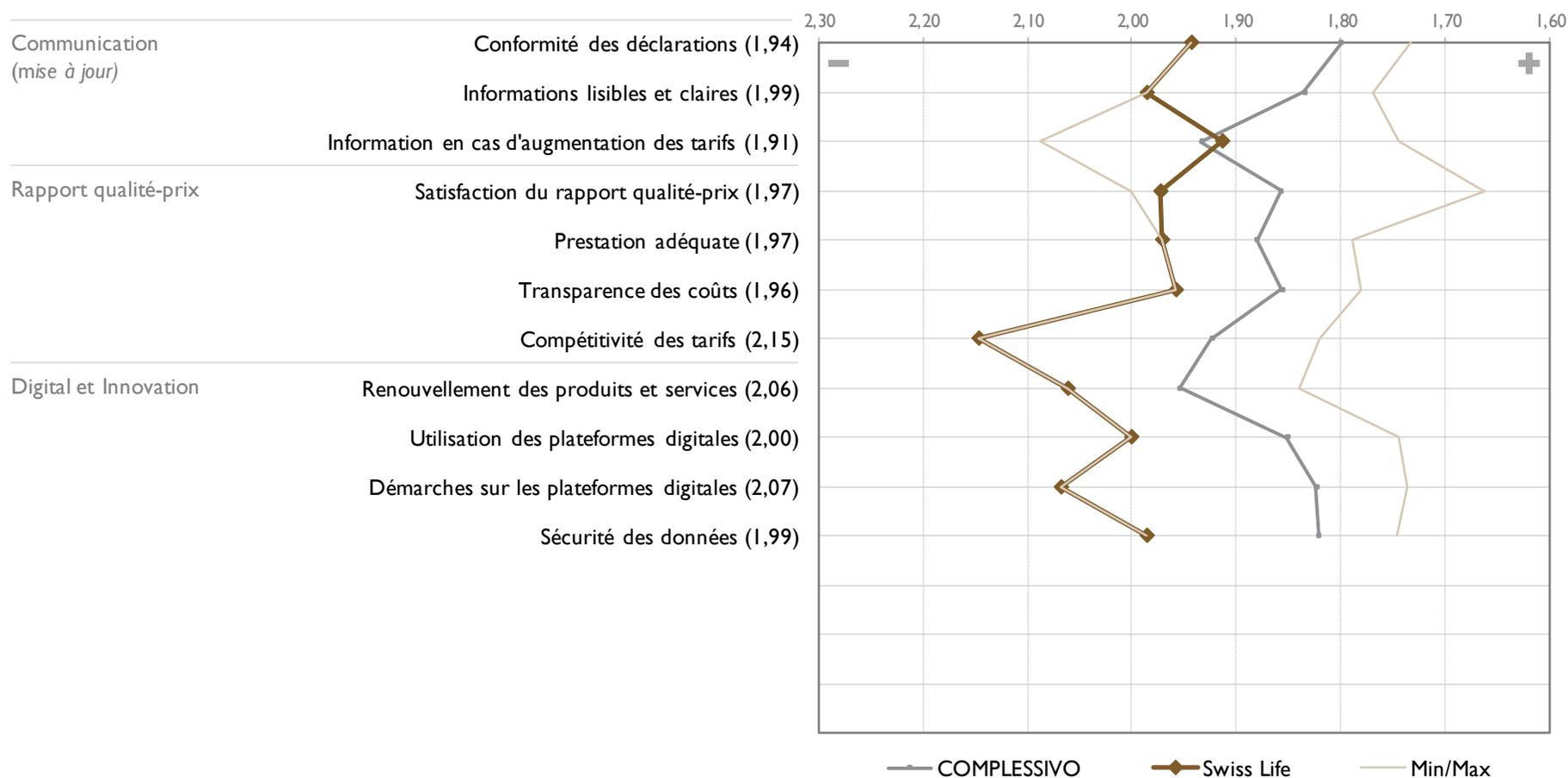
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Swiss Life (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Swiss Life.

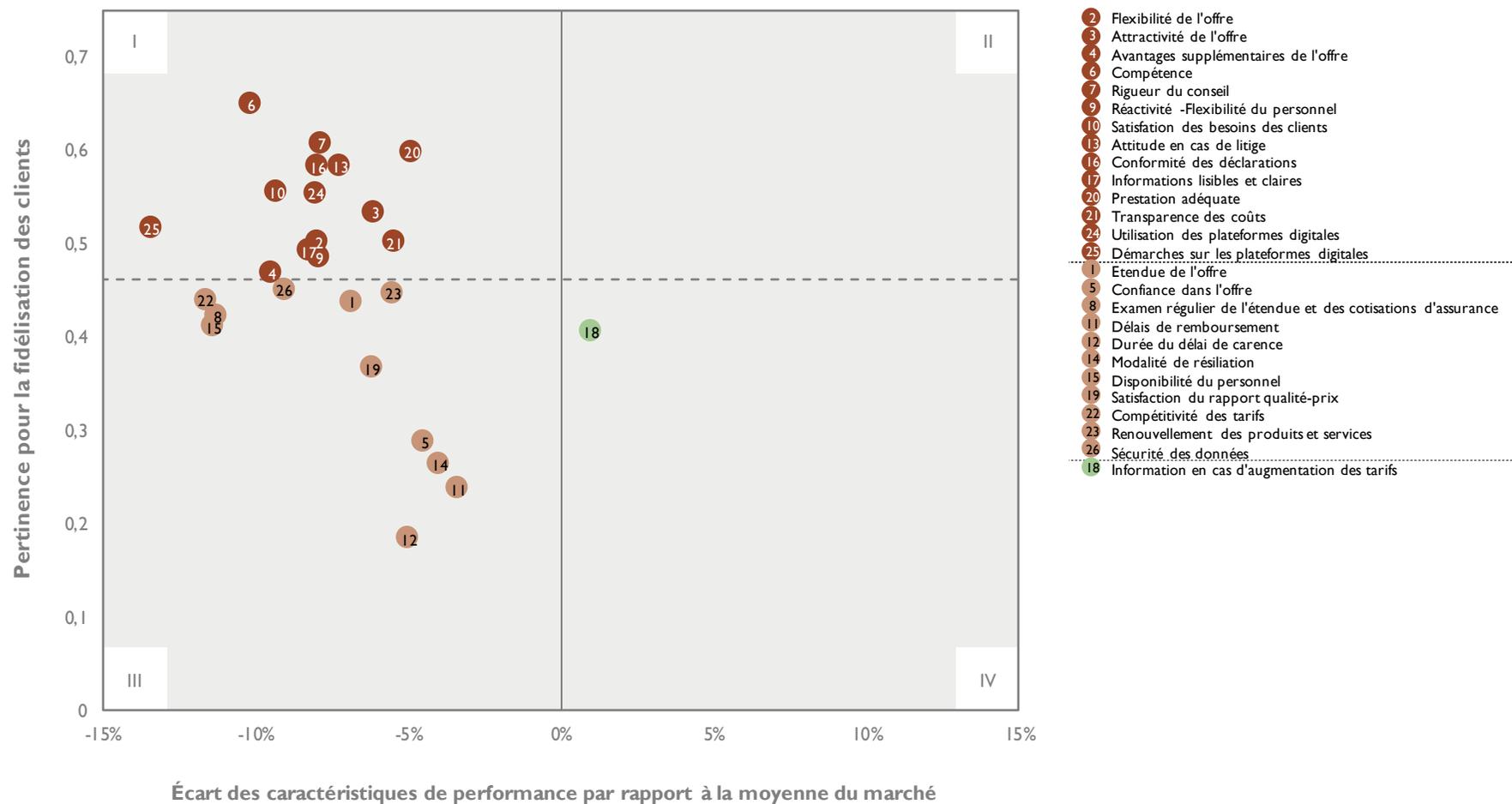
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Swiss Life (II)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

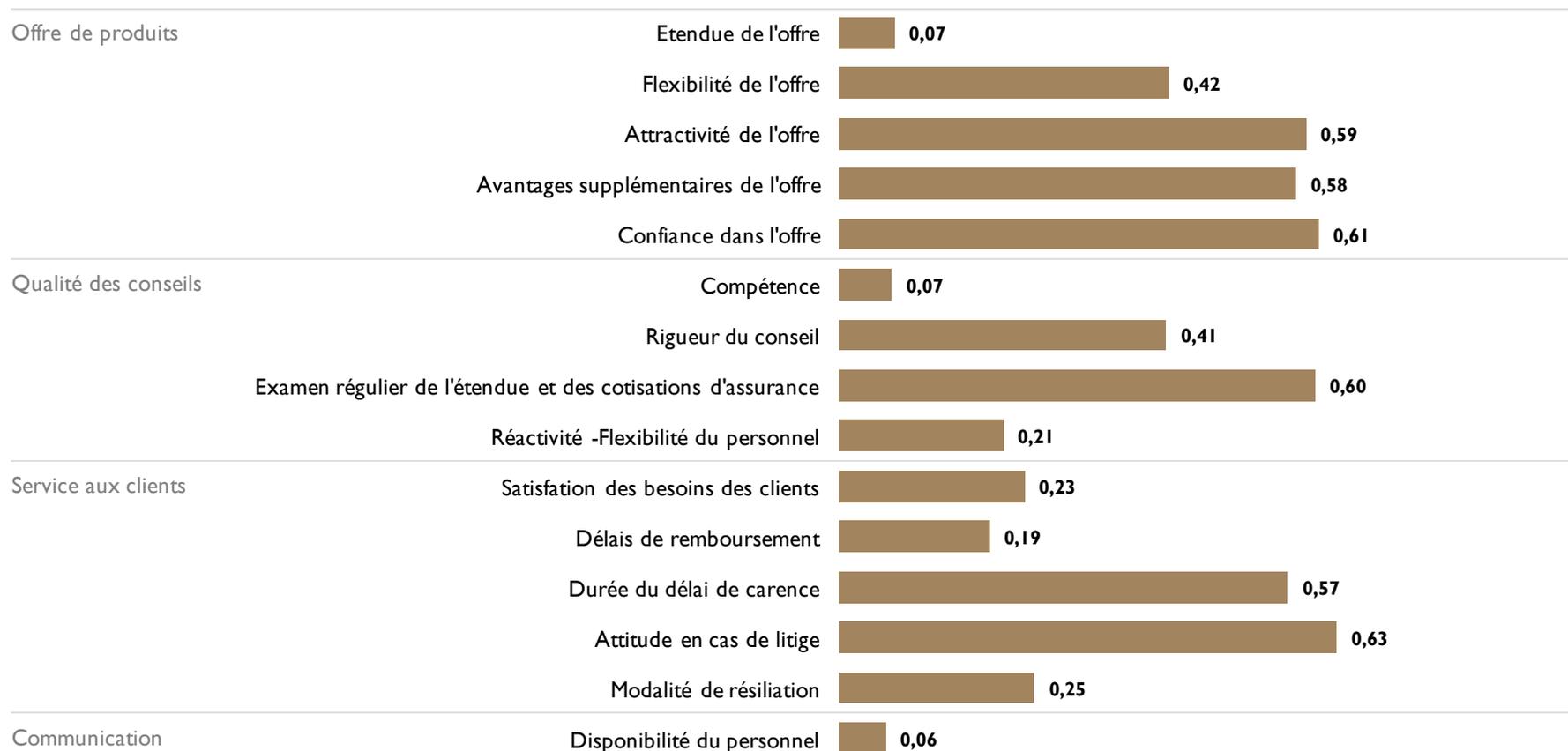
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Swiss Life.

Matrice action-pertinence – Swiss Life



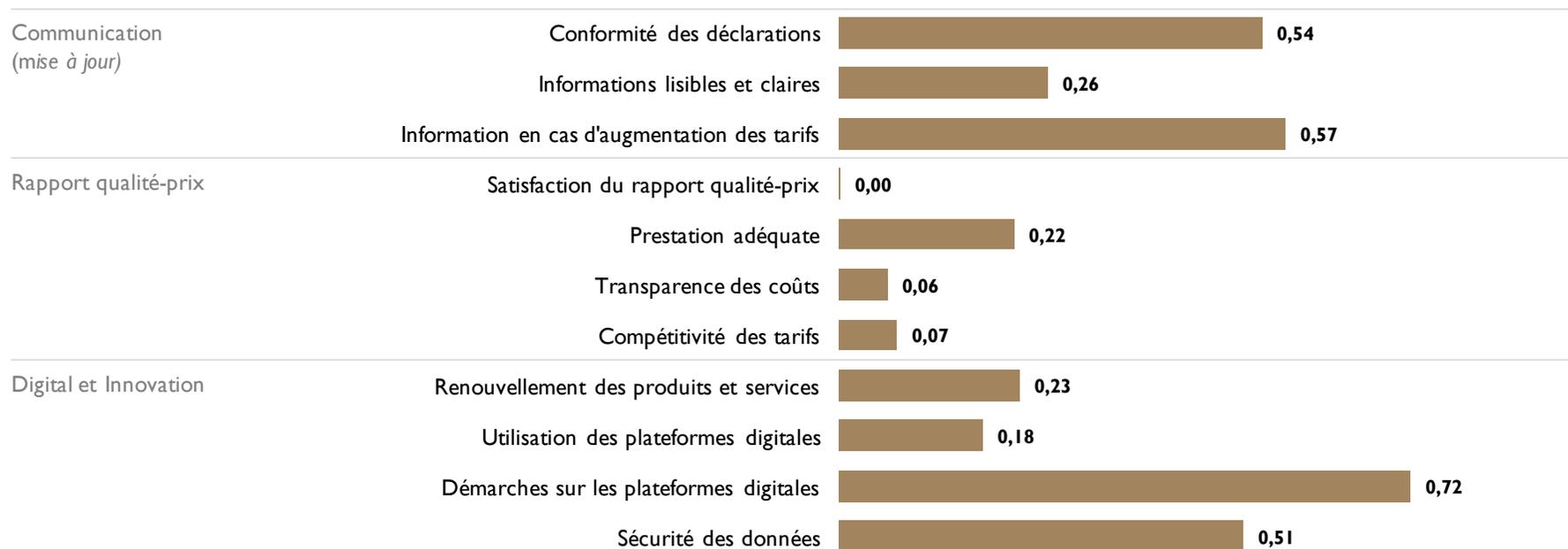
1. Annexe de l'enquête
2. INSTITUT DE LA QUALITÉ Appréciations des clients: Classements de qualité
3. Satisfaction globale, Orientation client et fidélisation
4. Aperçu global de toutes les caractéristiques de service et de performance
5. Profil-qualité
 - 5.1 Profil-qualité des Mutuelles
 - 5.2 Profil-qualité des Bancassurances
 - 5.3 Profil-qualité des Assurances
 - 5.4 Profil-qualité des Assurances chien et chat
6. Annexe: Explication de l'échantillon

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Apivia Macif Mutuelle (I)



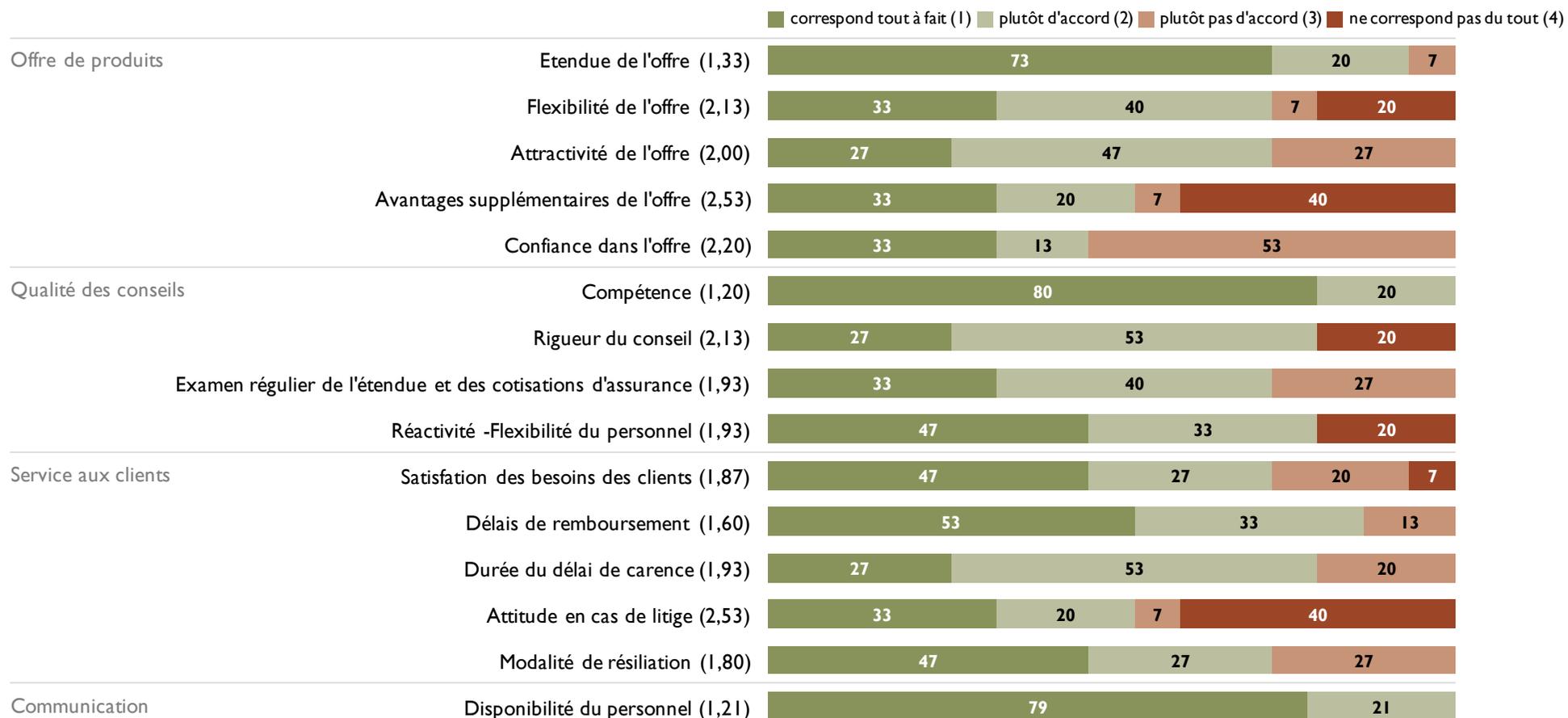
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Apivia Macif Mutuelle (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

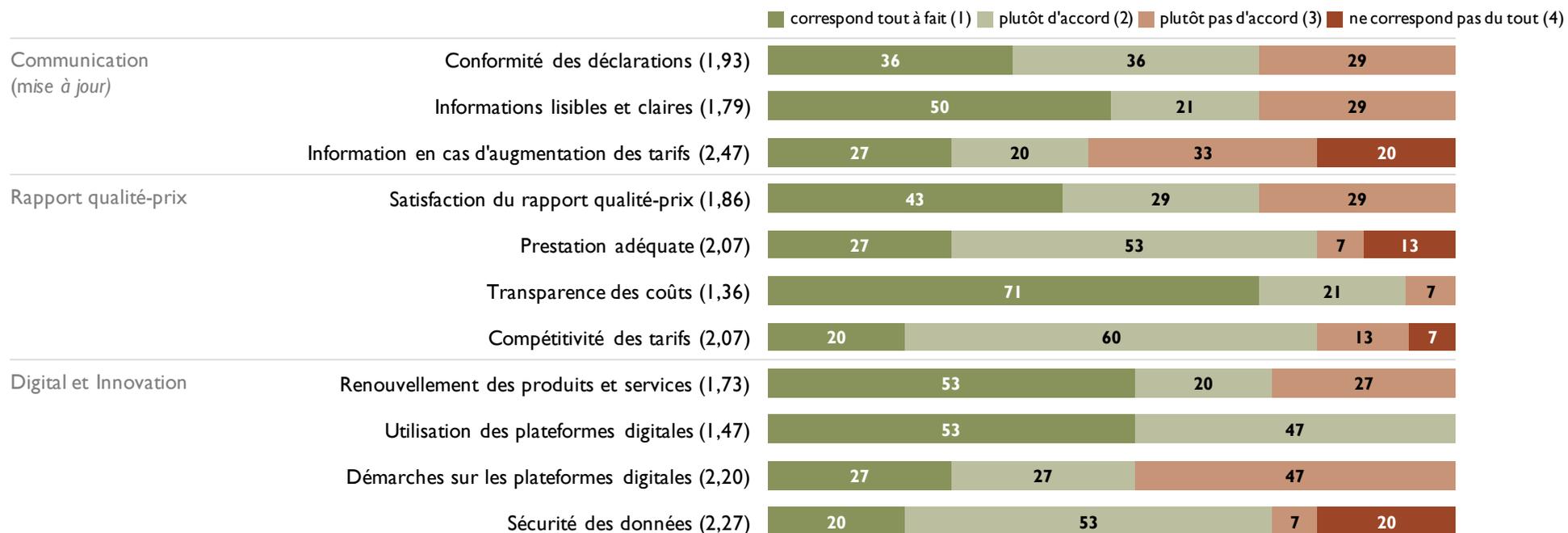
Profil-qualité – Apivia Macif Mutuelle (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Apivia Macif Mutuelle.

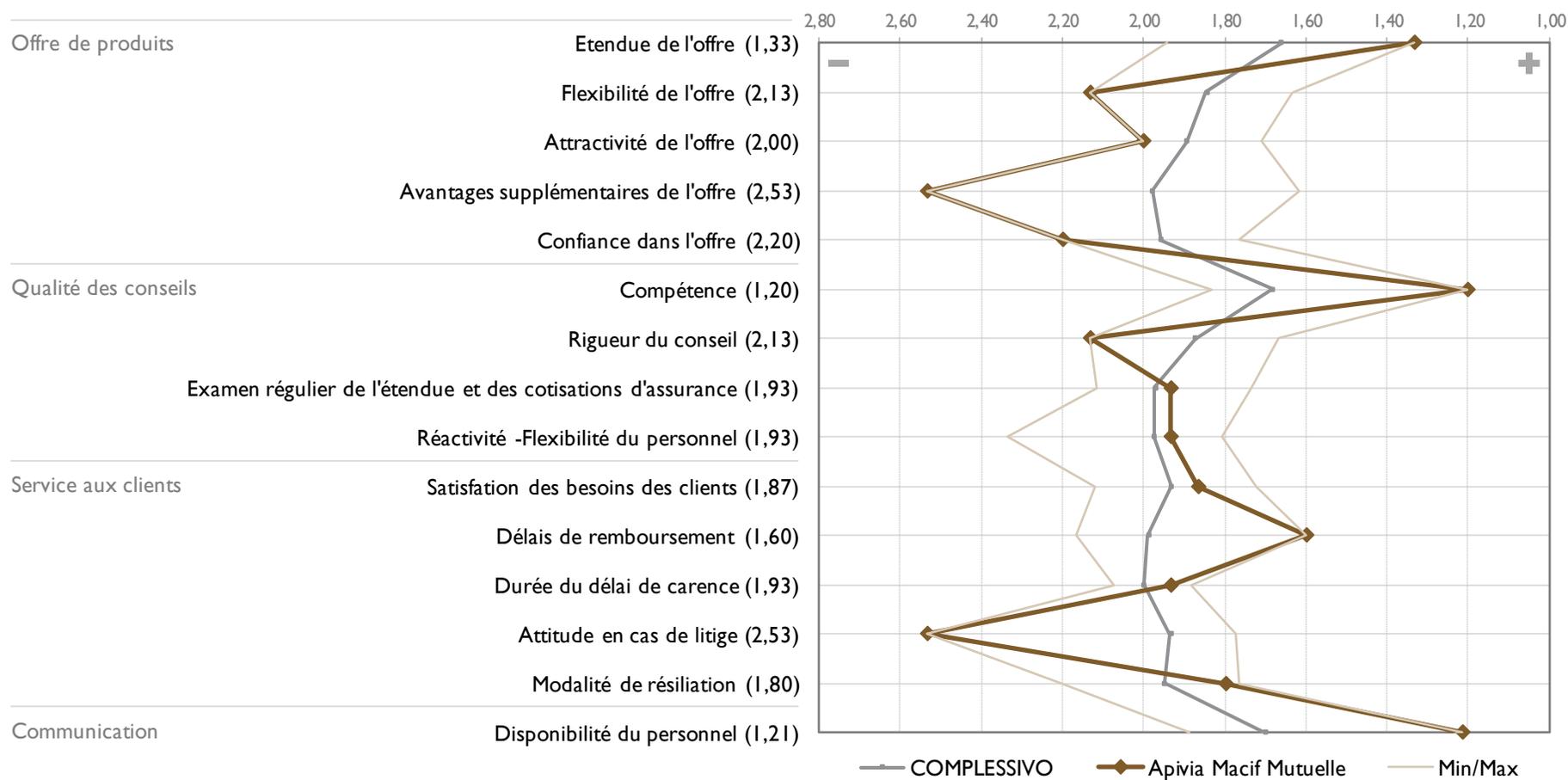
Profil-qualité – Apivia Macif Mutuelle (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Apivia Macif Mutuelle.

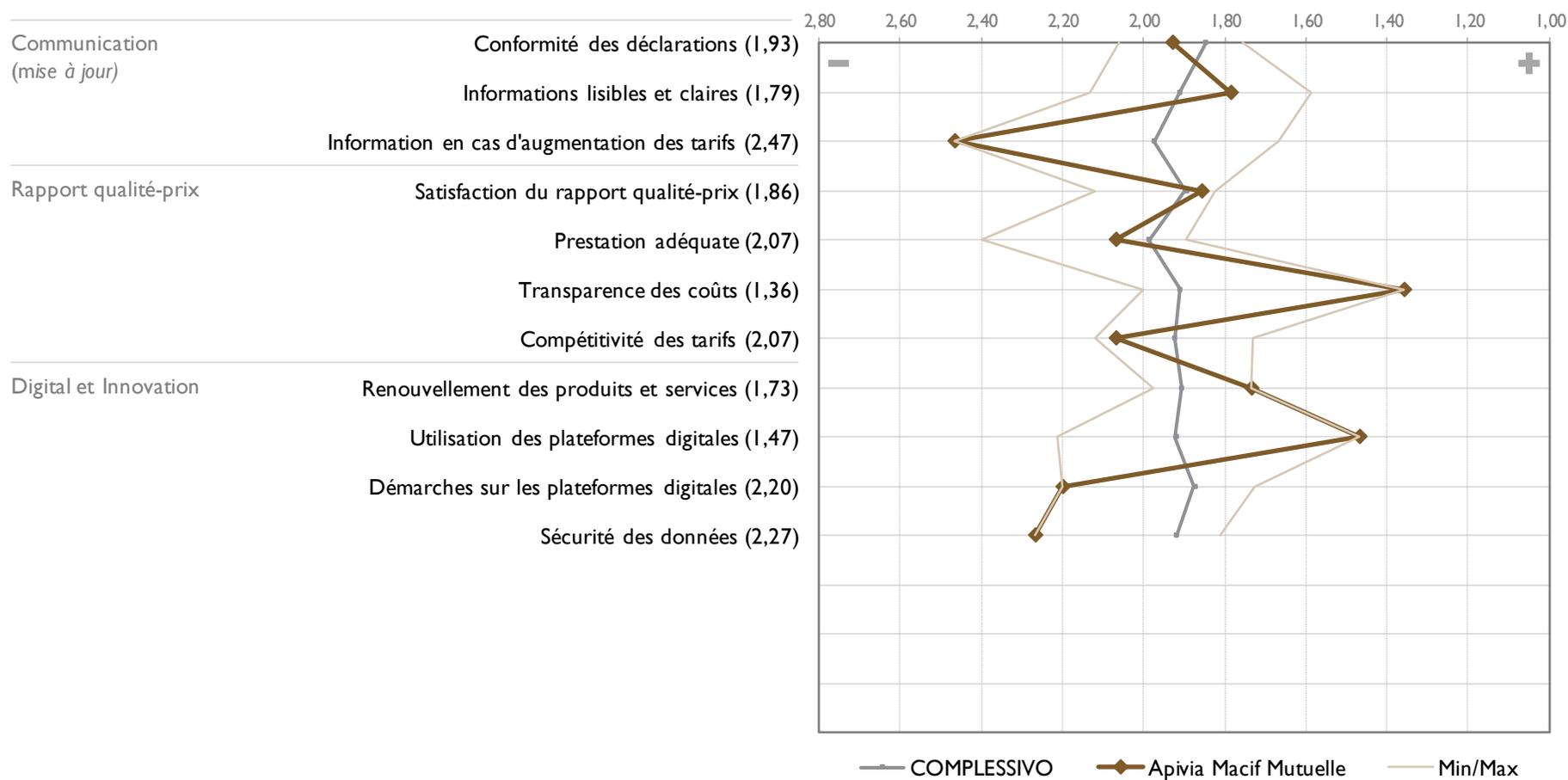
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Apivia Macif Mutuelle (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Apivia Macif Mutuelle.

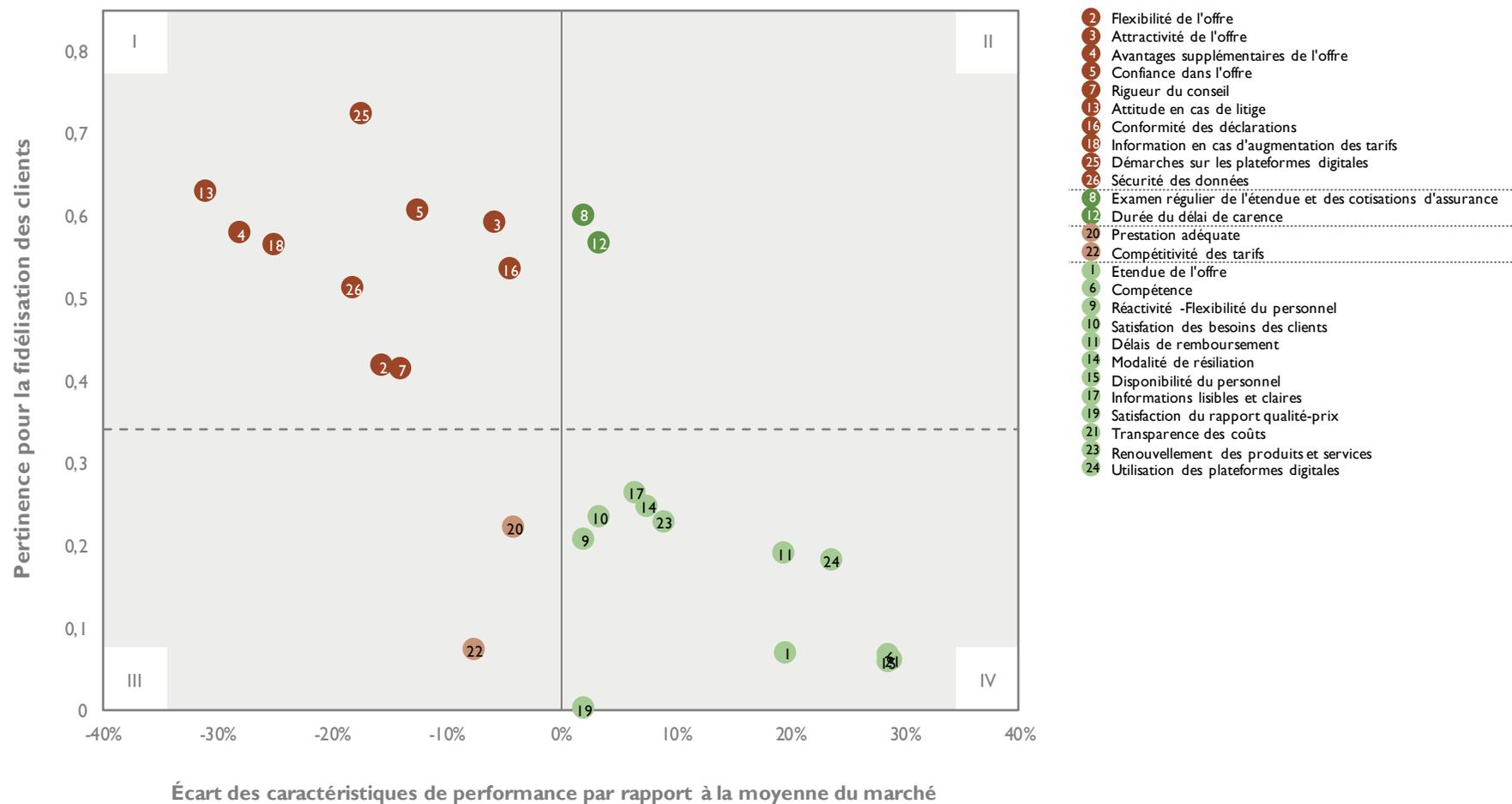
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Apivia Macif Mutuelle (II)



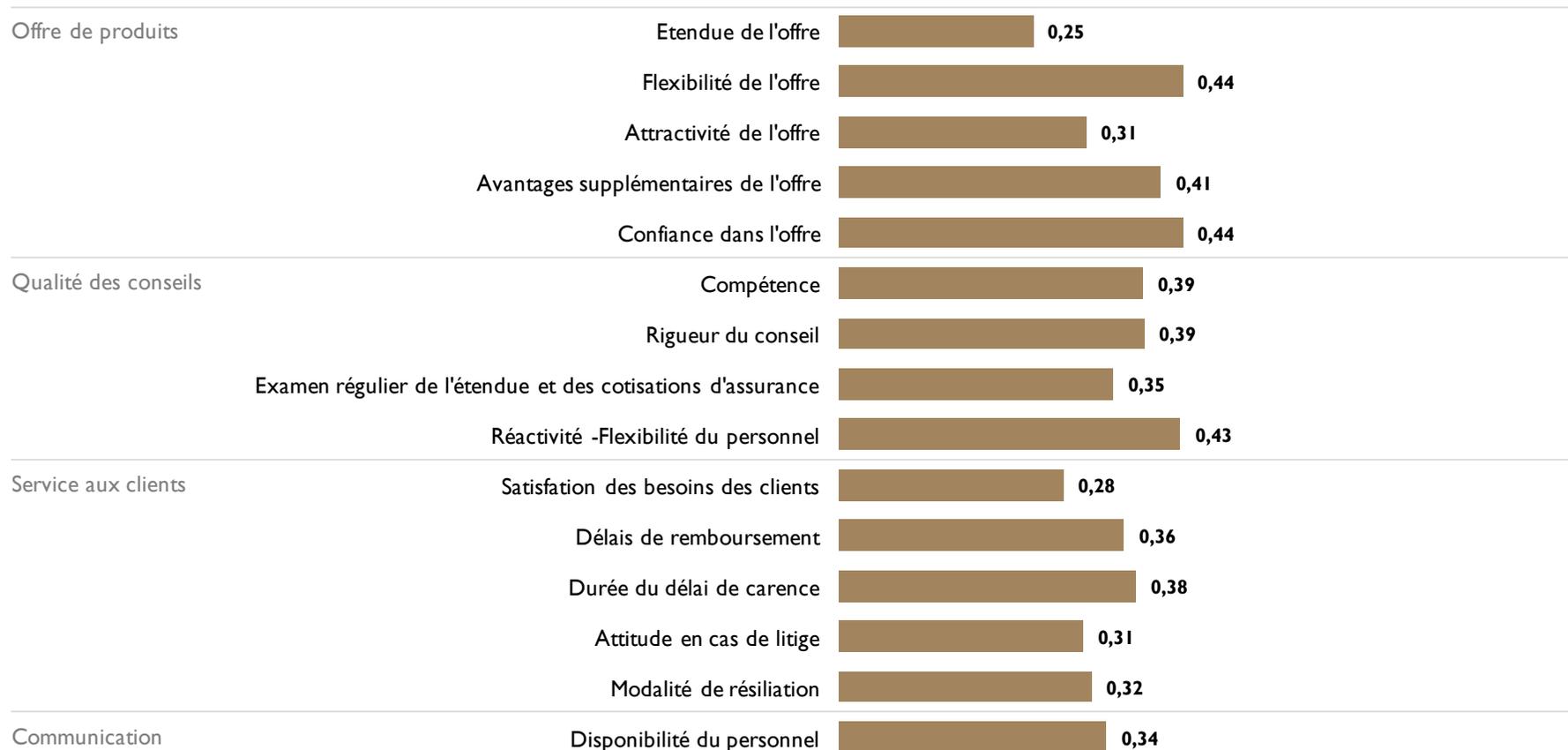
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Apivia Macif Mutuelle.

Matrice action-pertinence – Apivia Macif Mutuelle

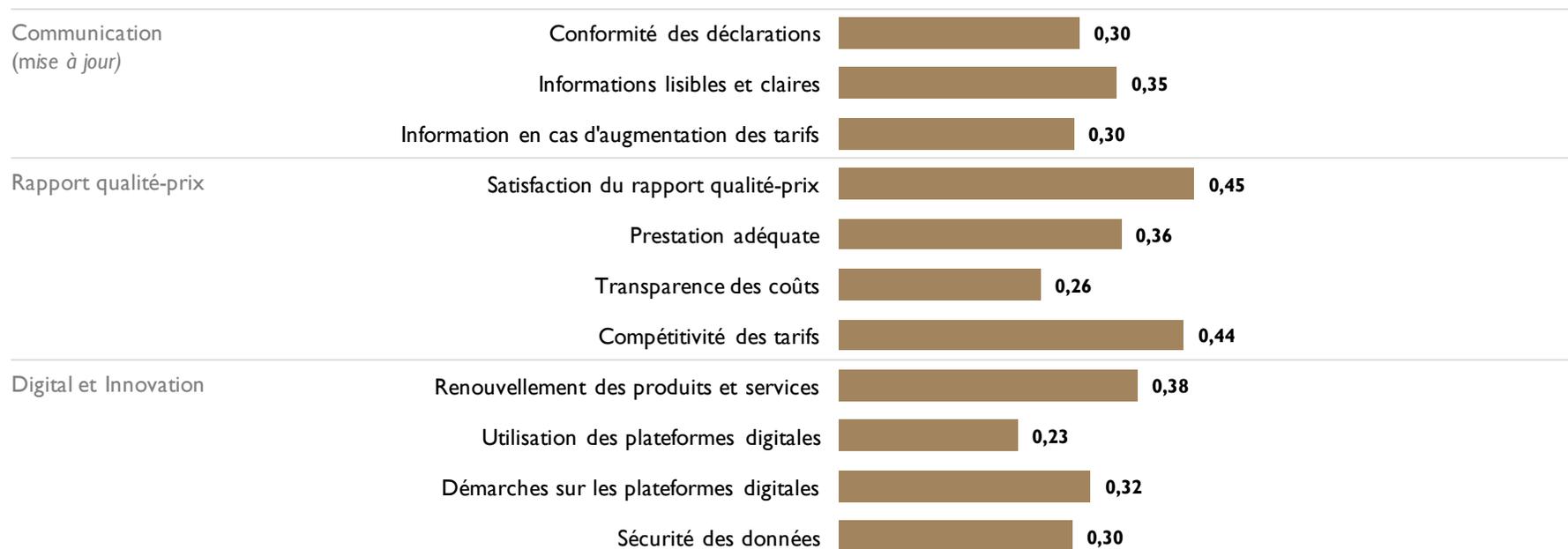


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Assur O'Poil (I)



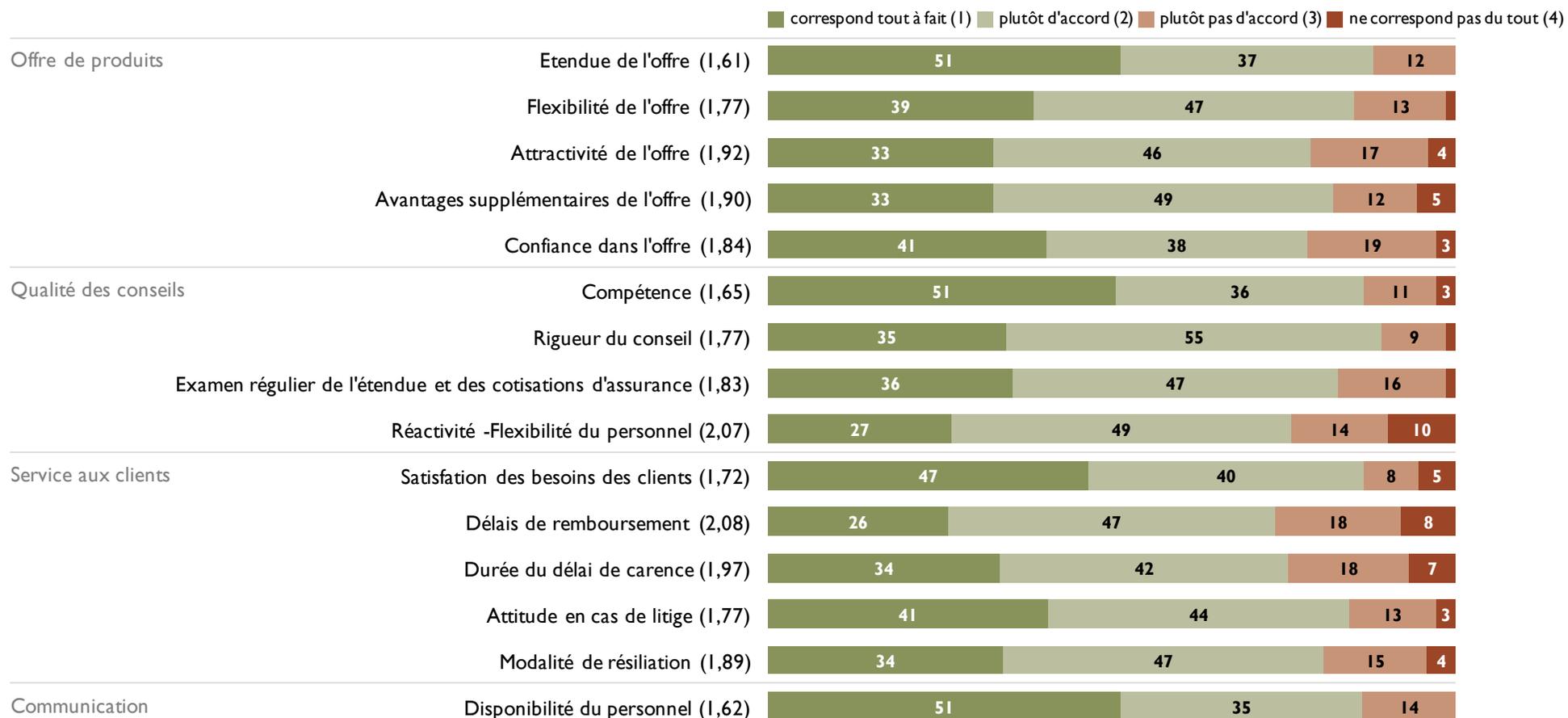
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Assur O'Poil (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

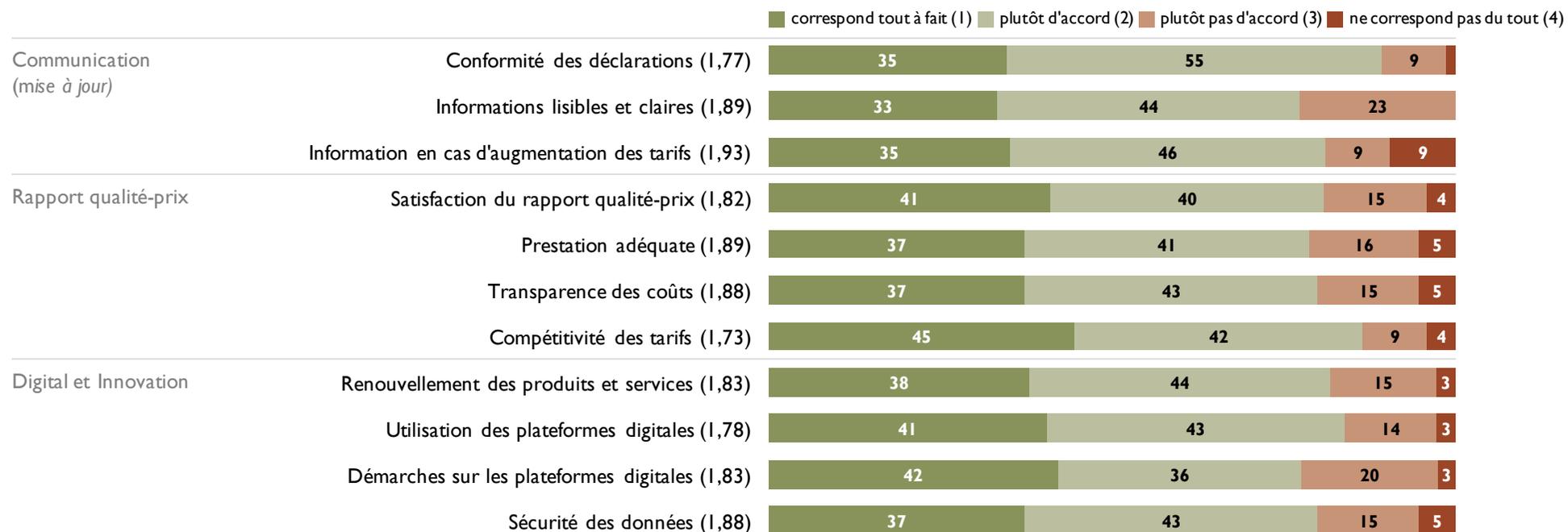
Profil-qualité – Assur O'Poil (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Assur O'Poil.

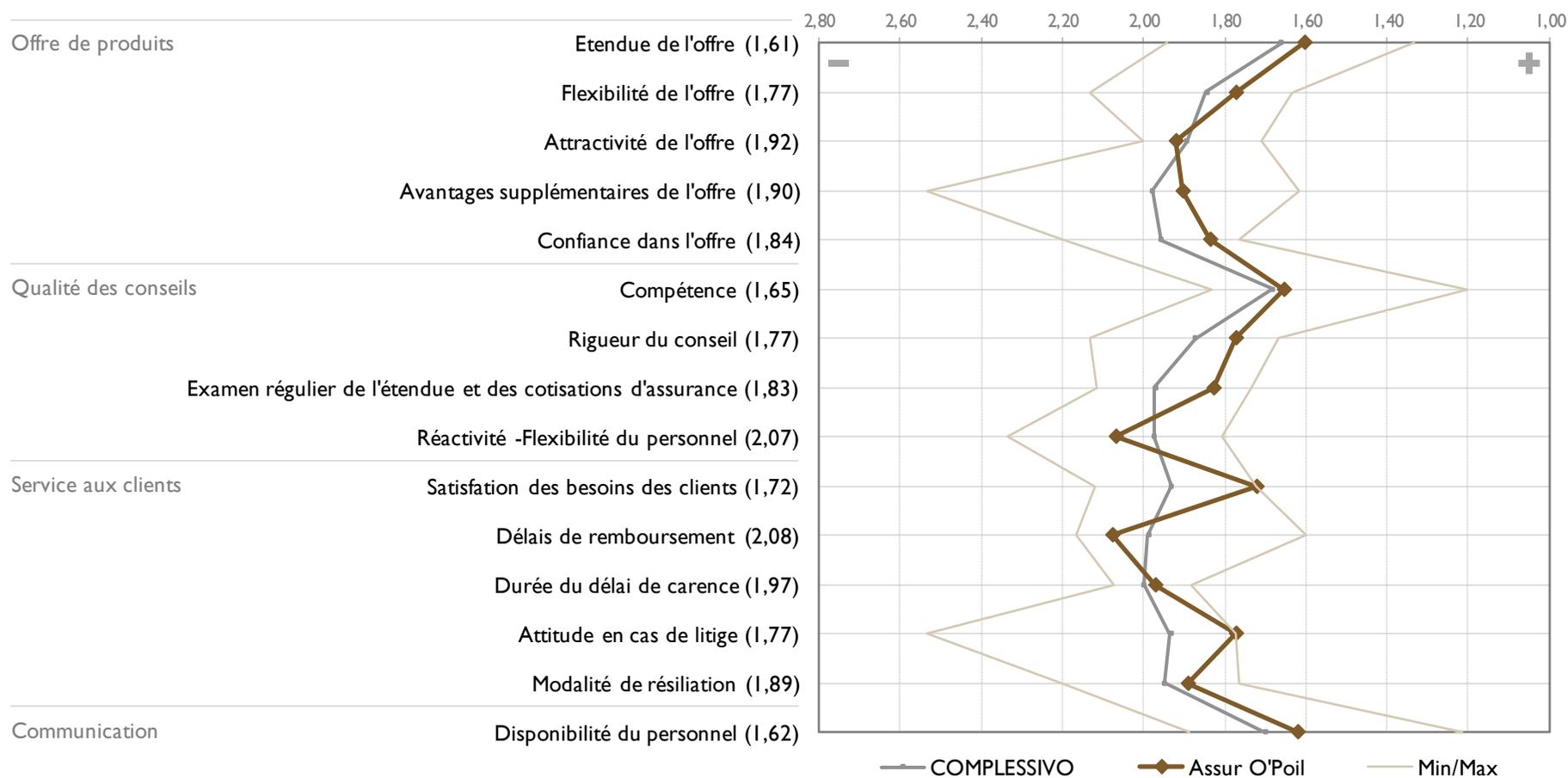
Profil-qualité – Assur O'Poil (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Assur O'Poil.

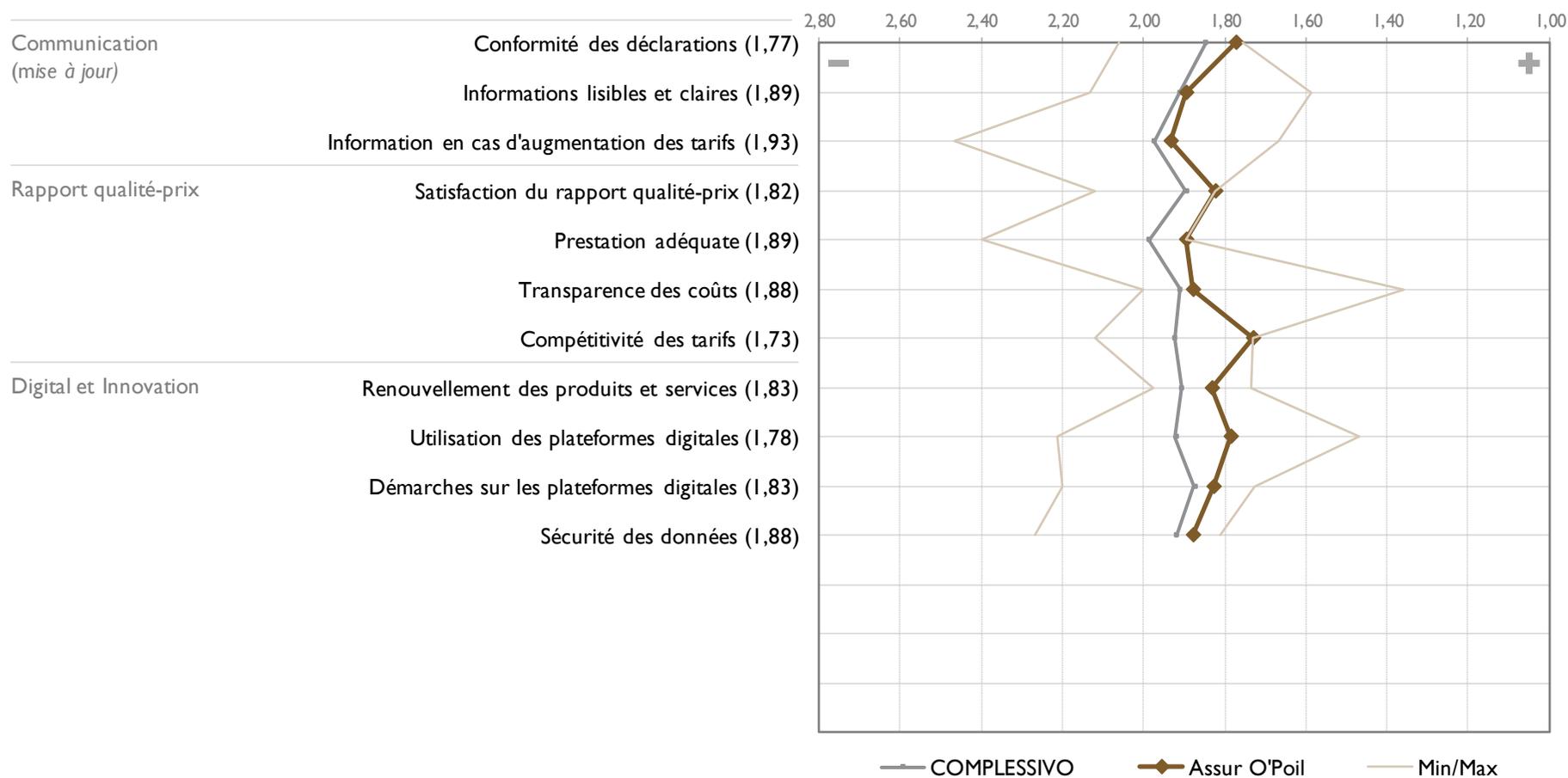
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Assur O'Poil (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Assur O'Poil.

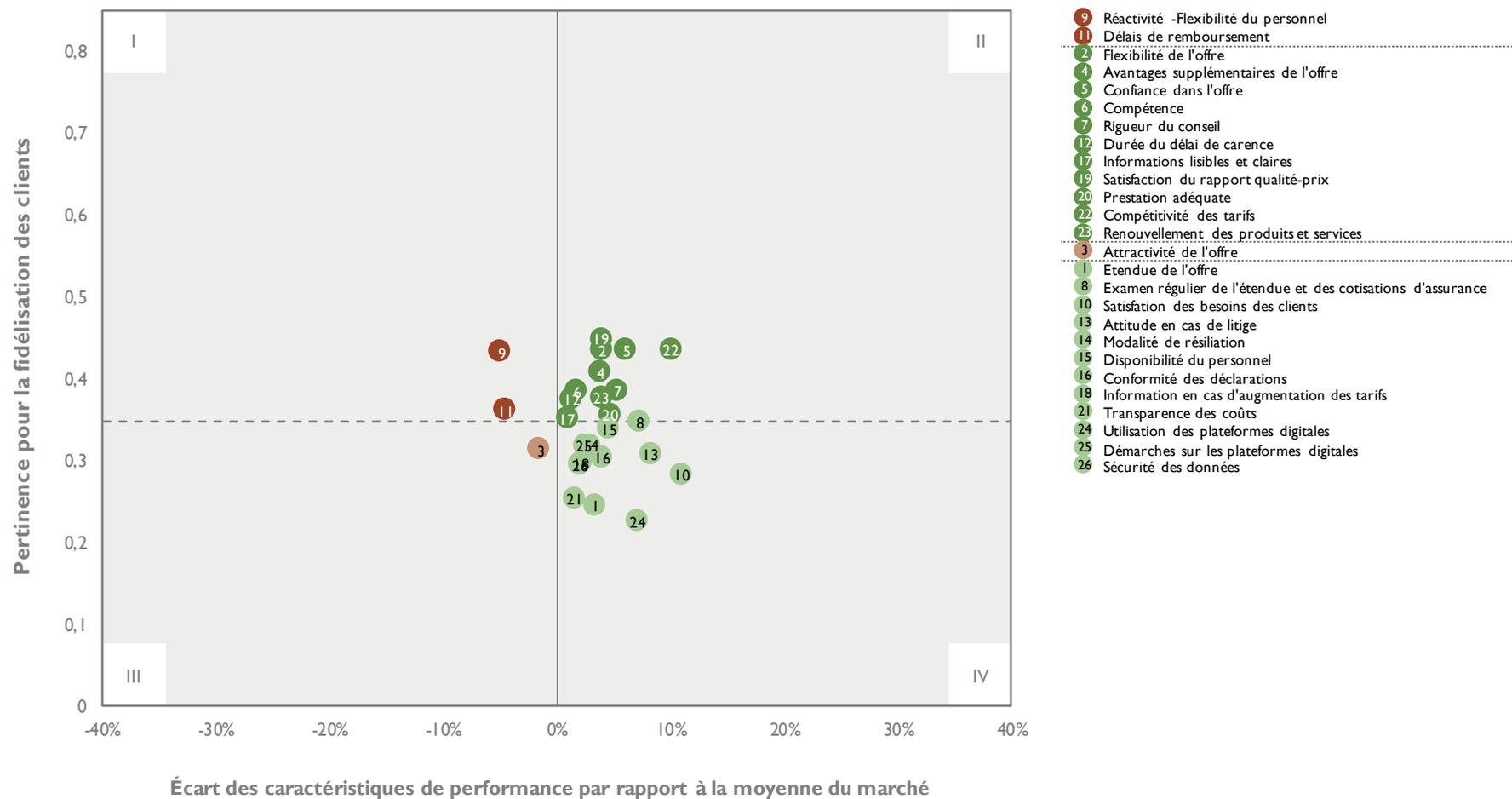
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Assur O'Poil (II)



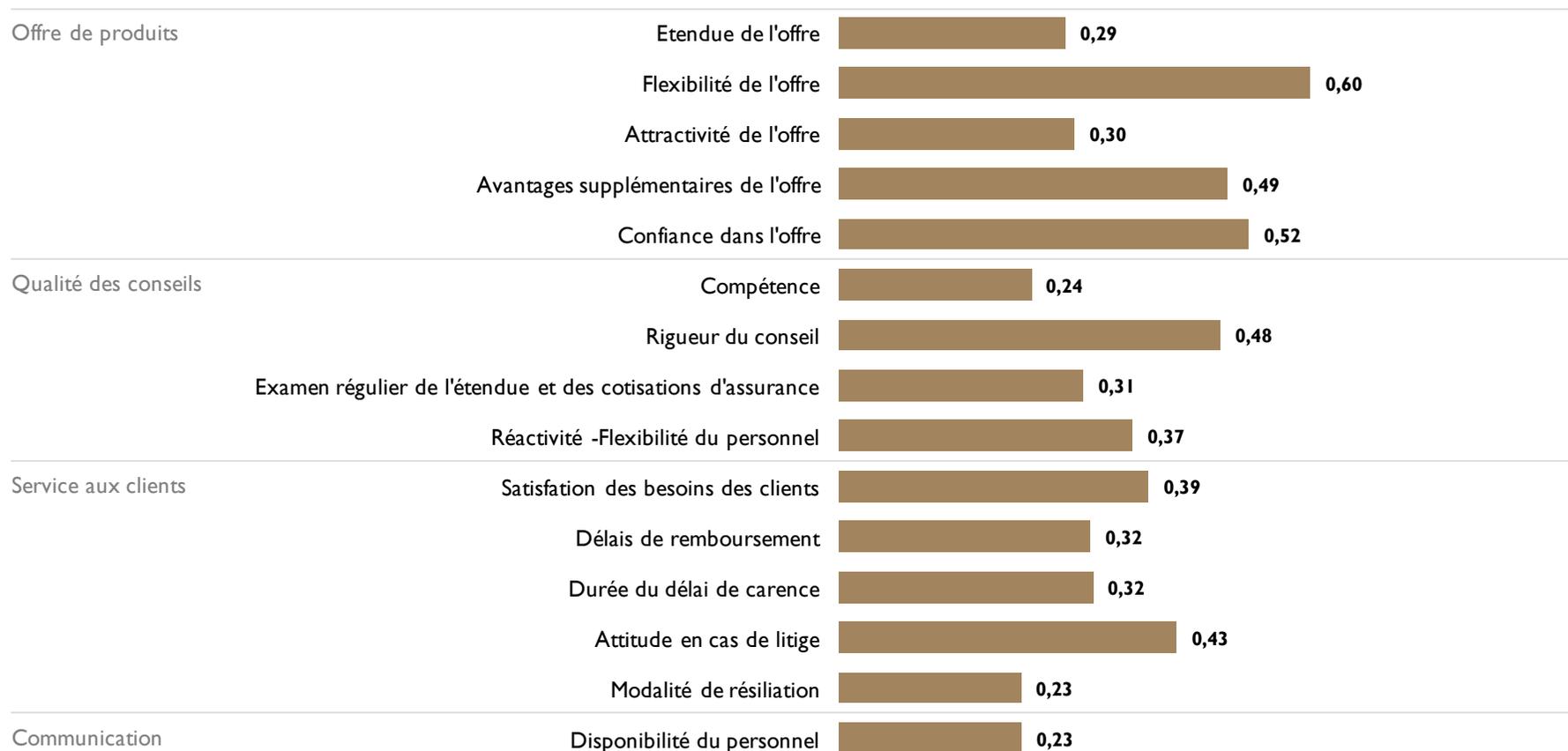
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Assur O'Poil.

Matrice action-pertinence – Assur O'Poil

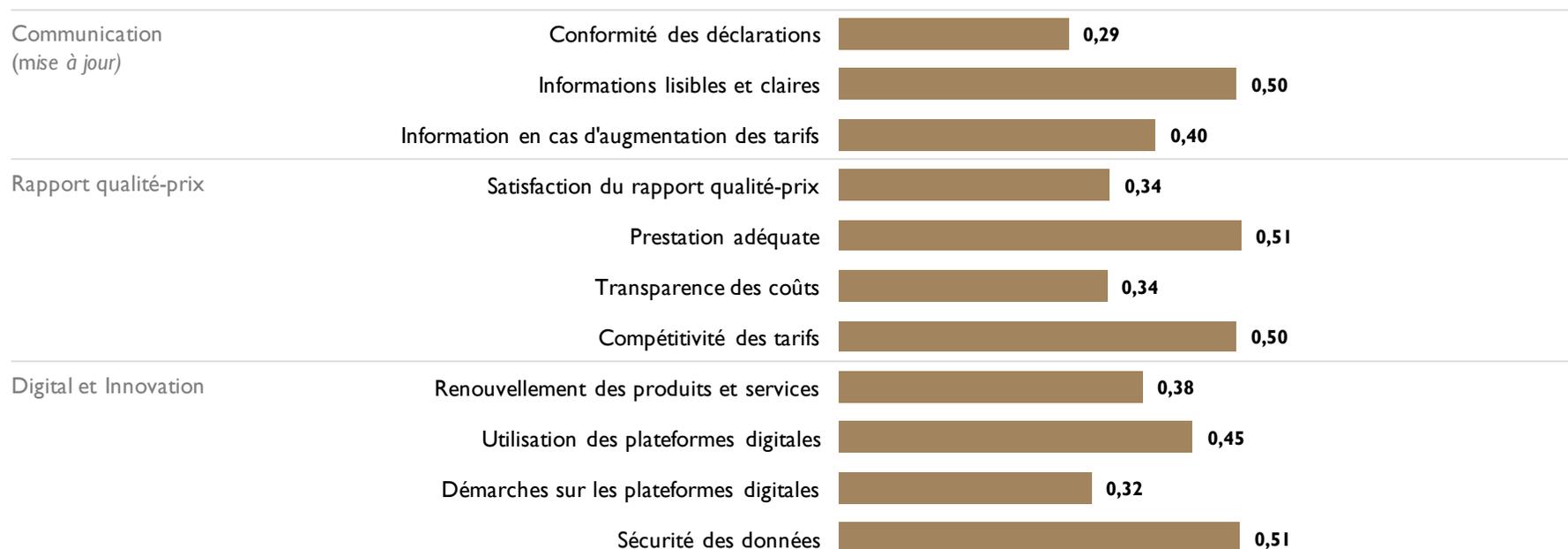


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Bulle bleue (I)



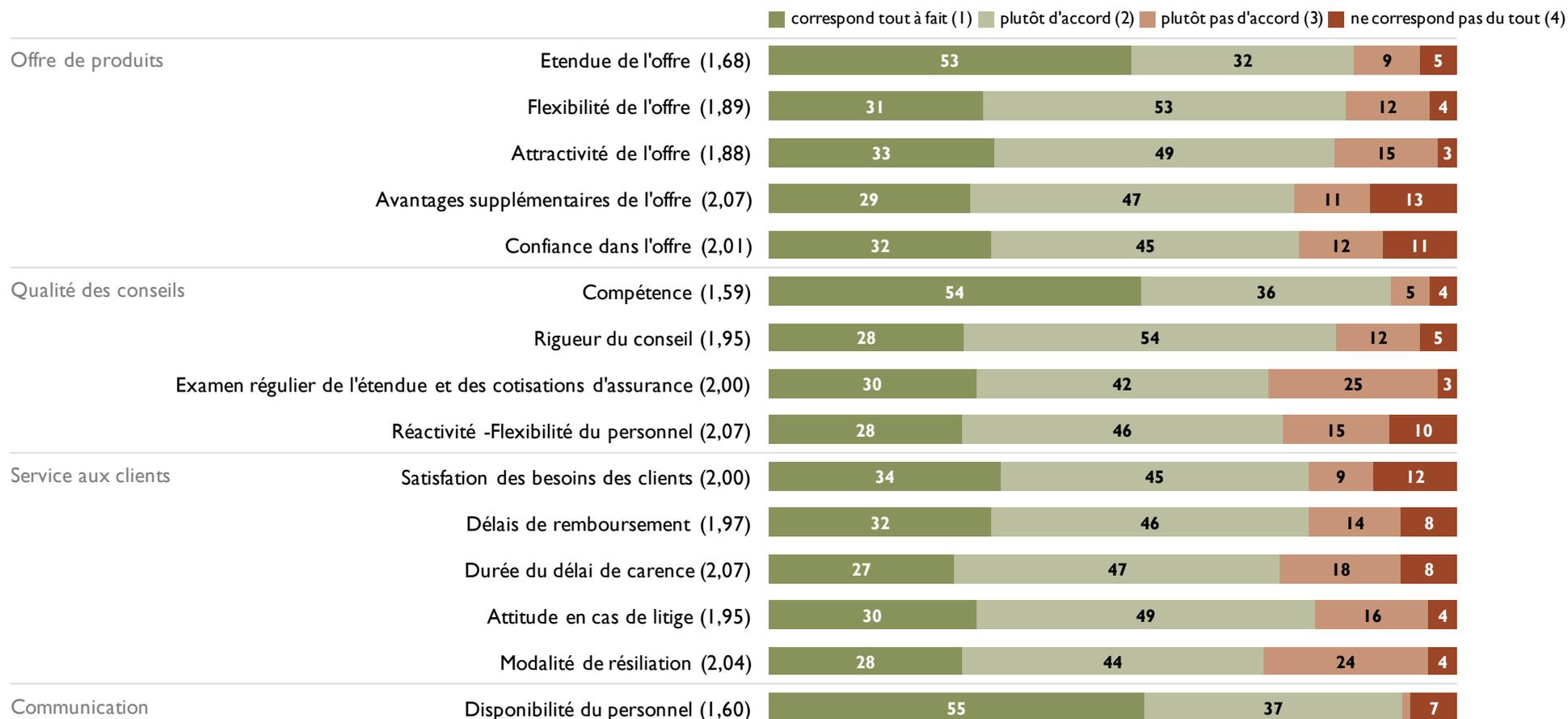
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Bulle bleue (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

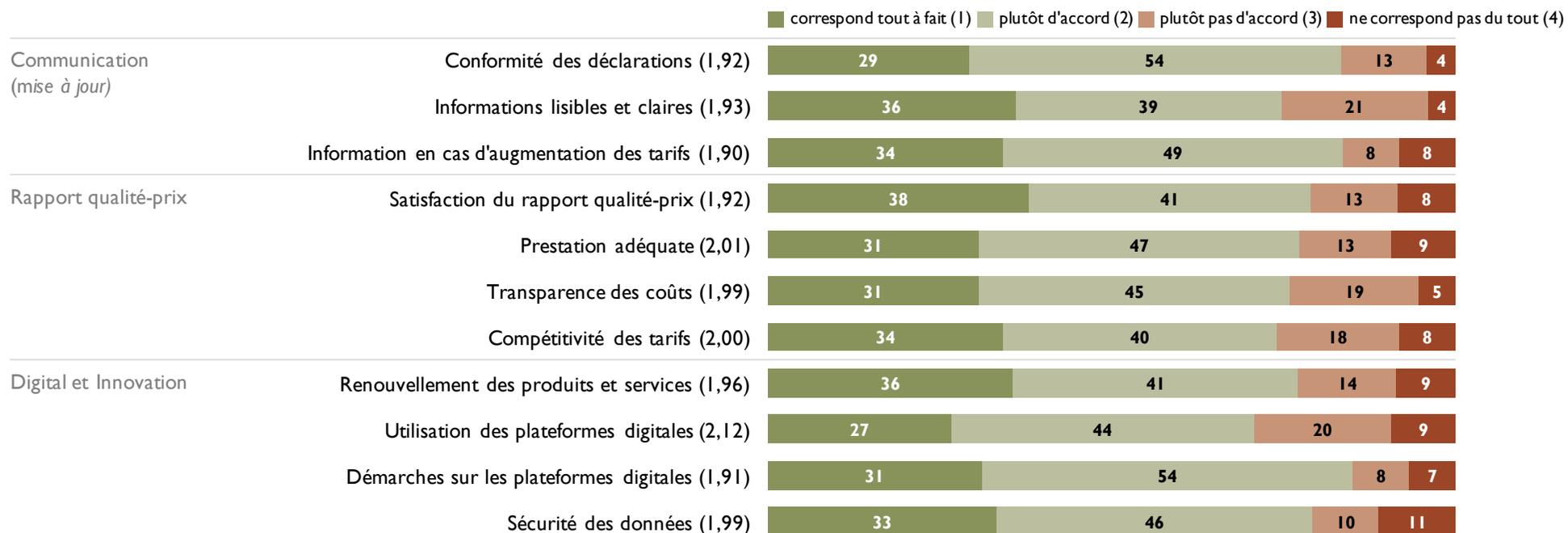
Profil-qualité – Bulle bleue (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Bulle bleue.

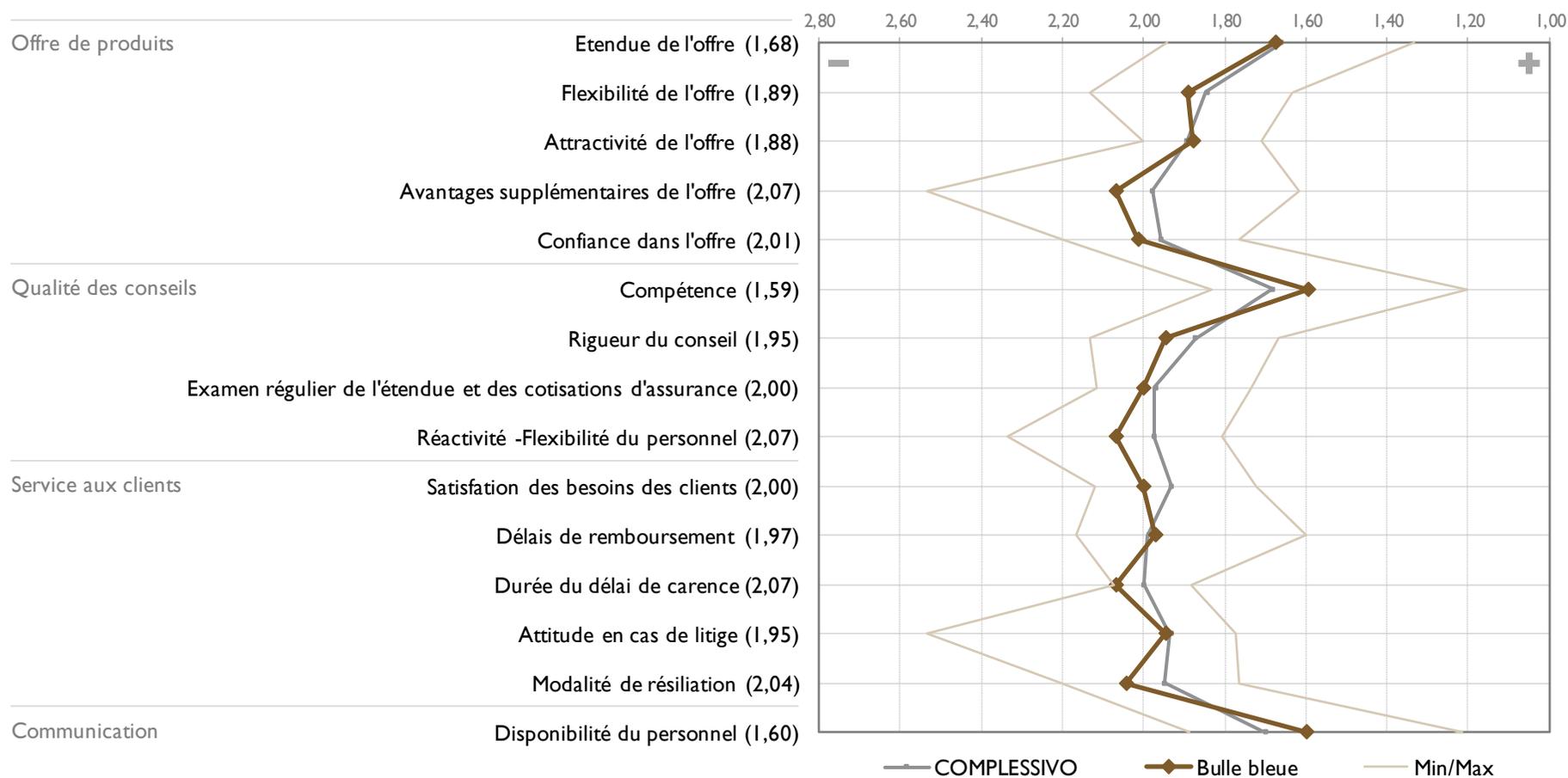
Profil-qualité – Bulle bleue (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Bulle bleue.

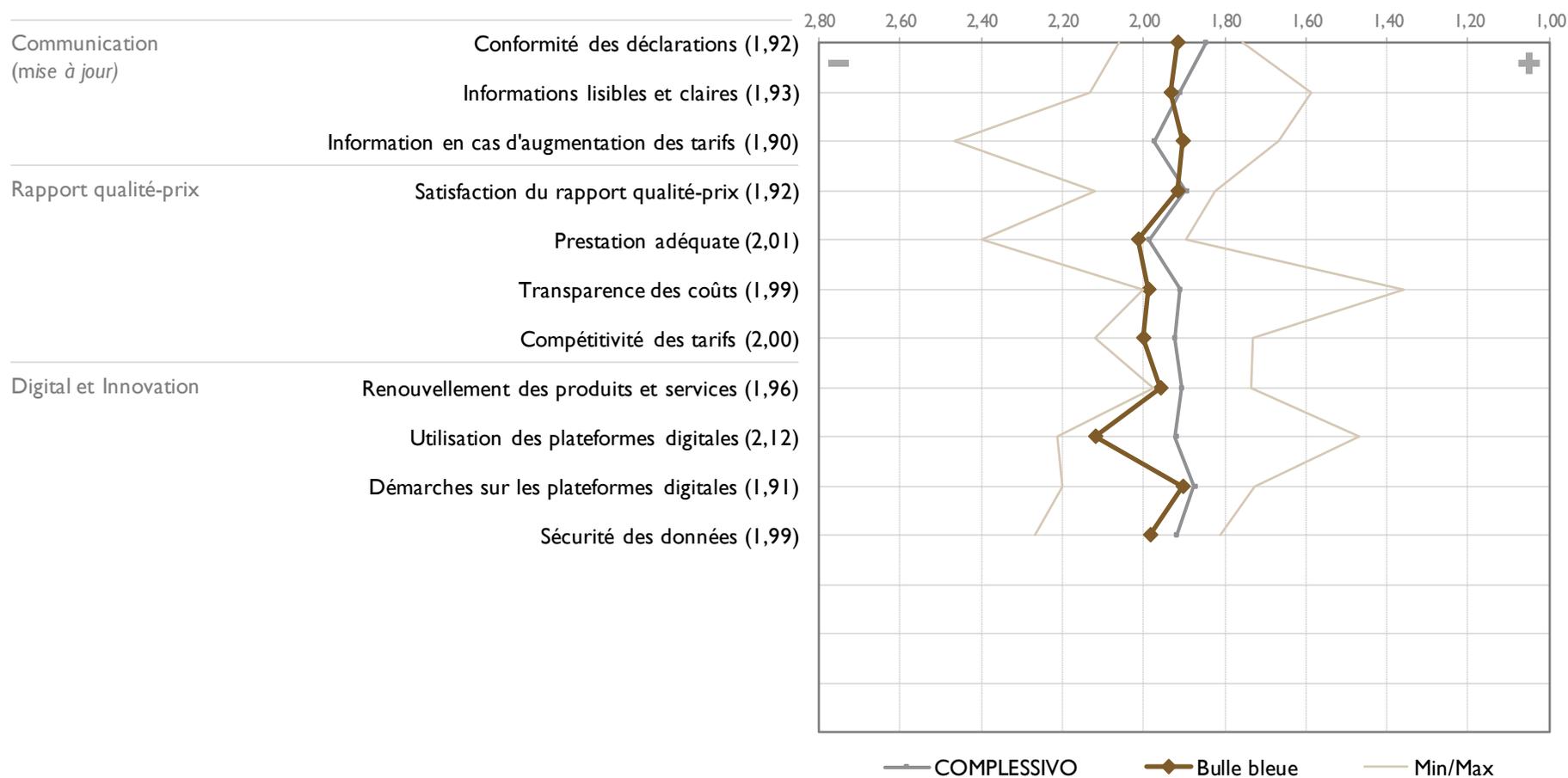
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Bulle bleue (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Bulle bleue.

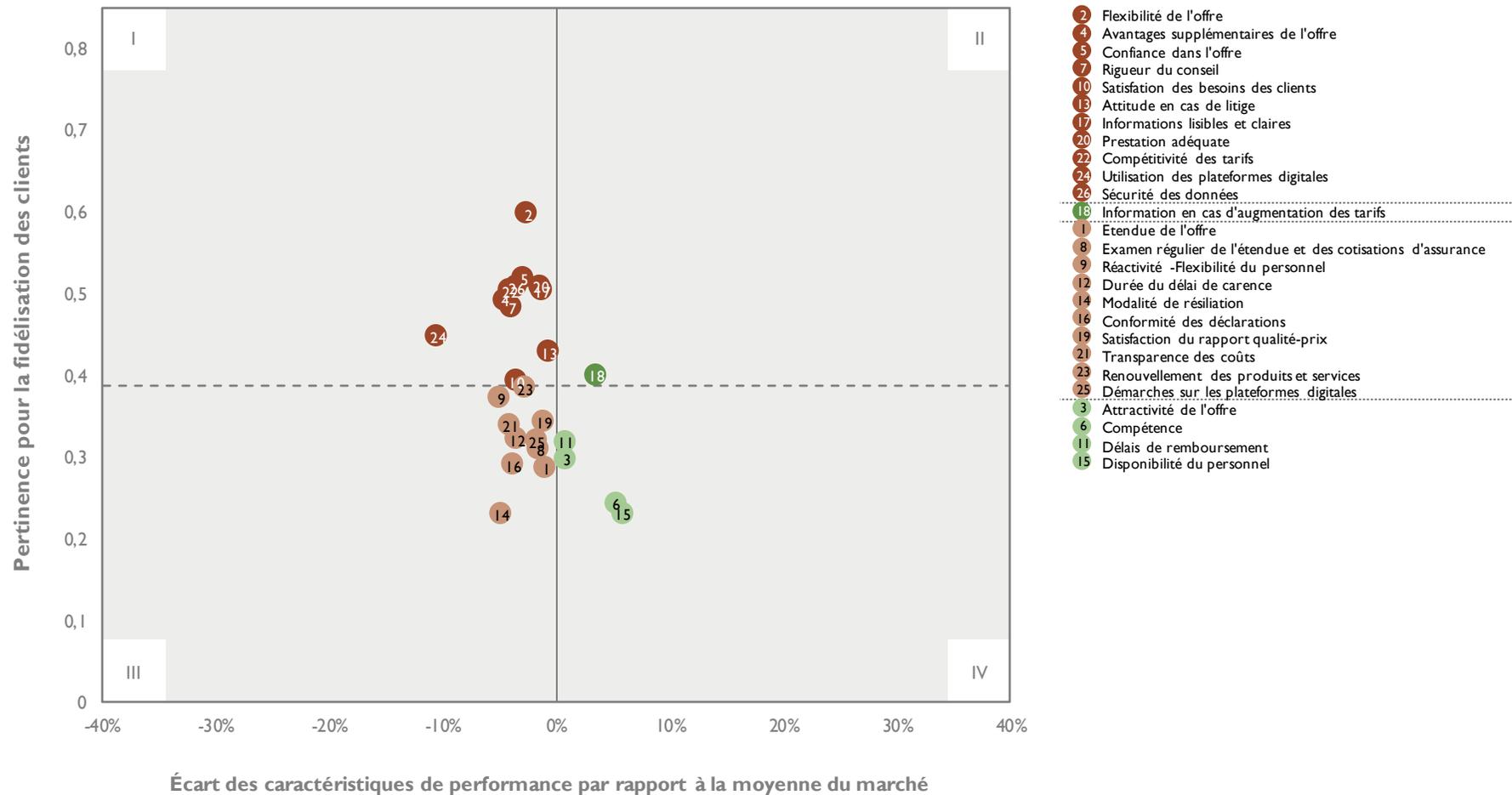
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Bulle bleue (II)



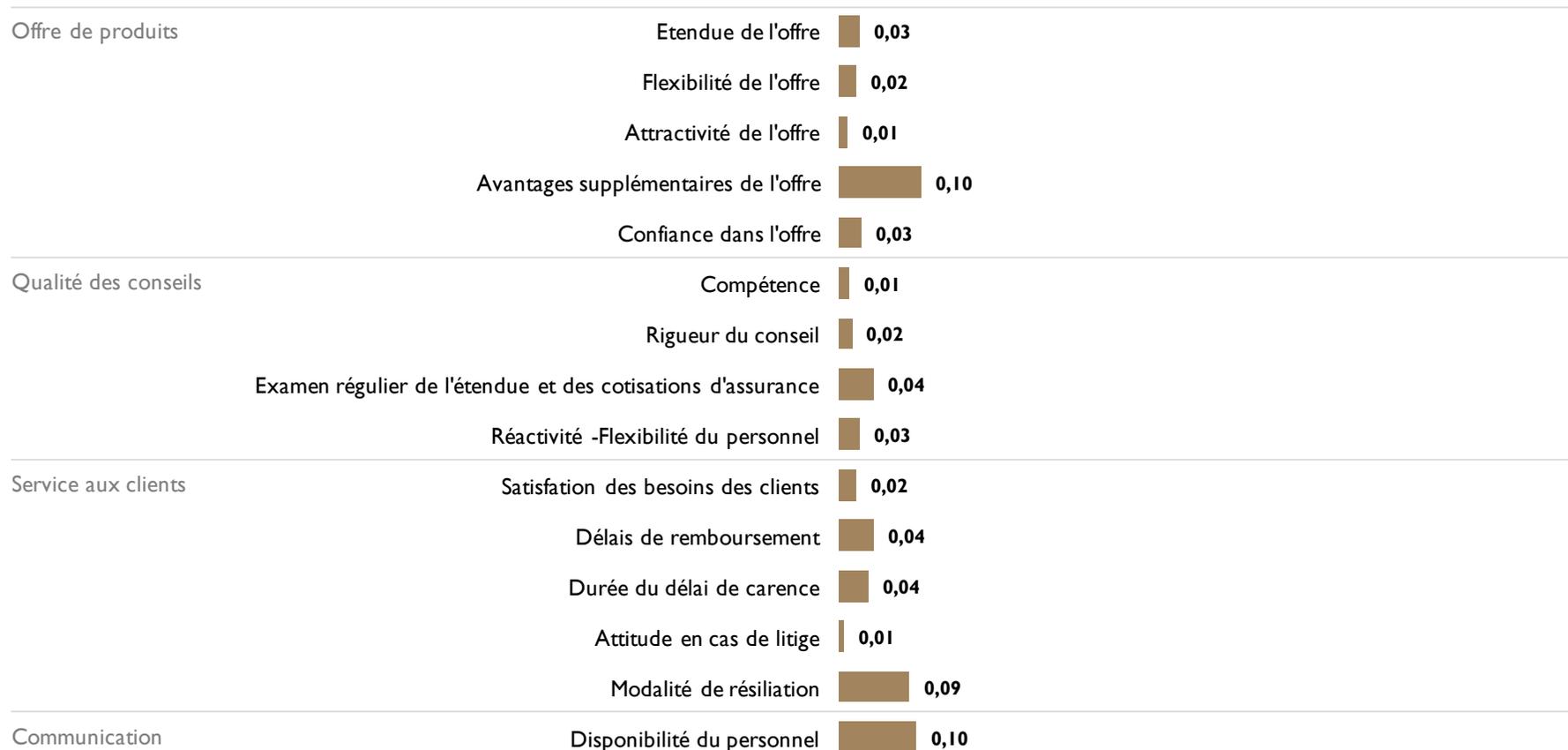
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Bulle bleue.

Matrice action-pertinence – Bulle bleue

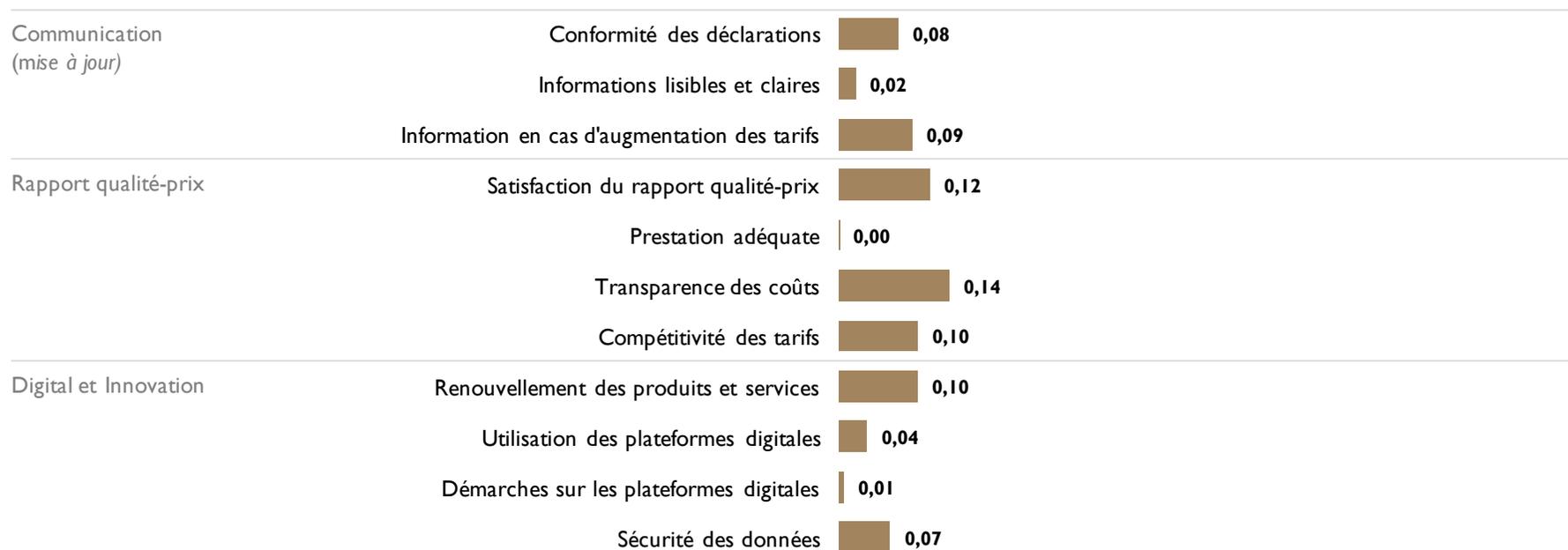


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Crédit Mutuel Alliance Fédérale (I)



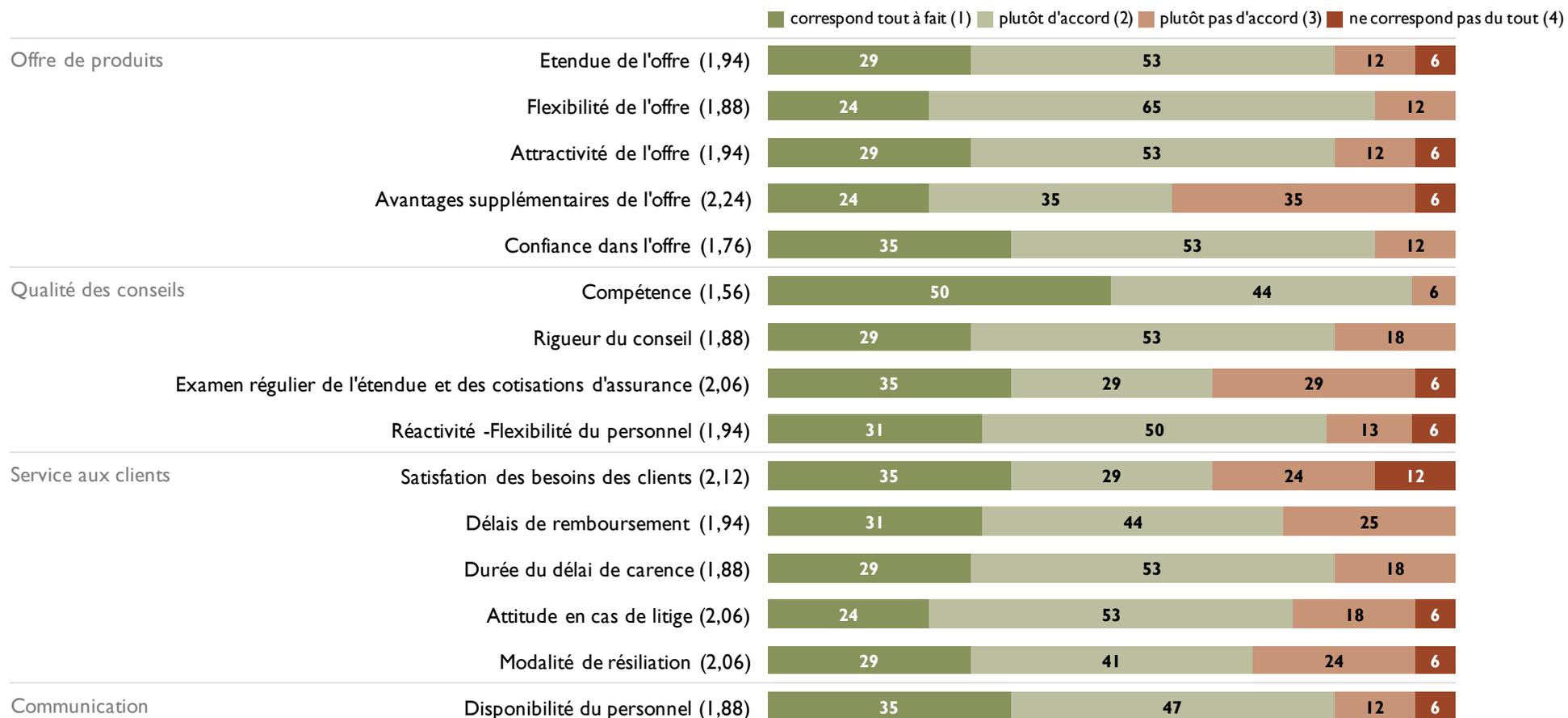
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Crédit Mutuel Alliance Fédérale (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

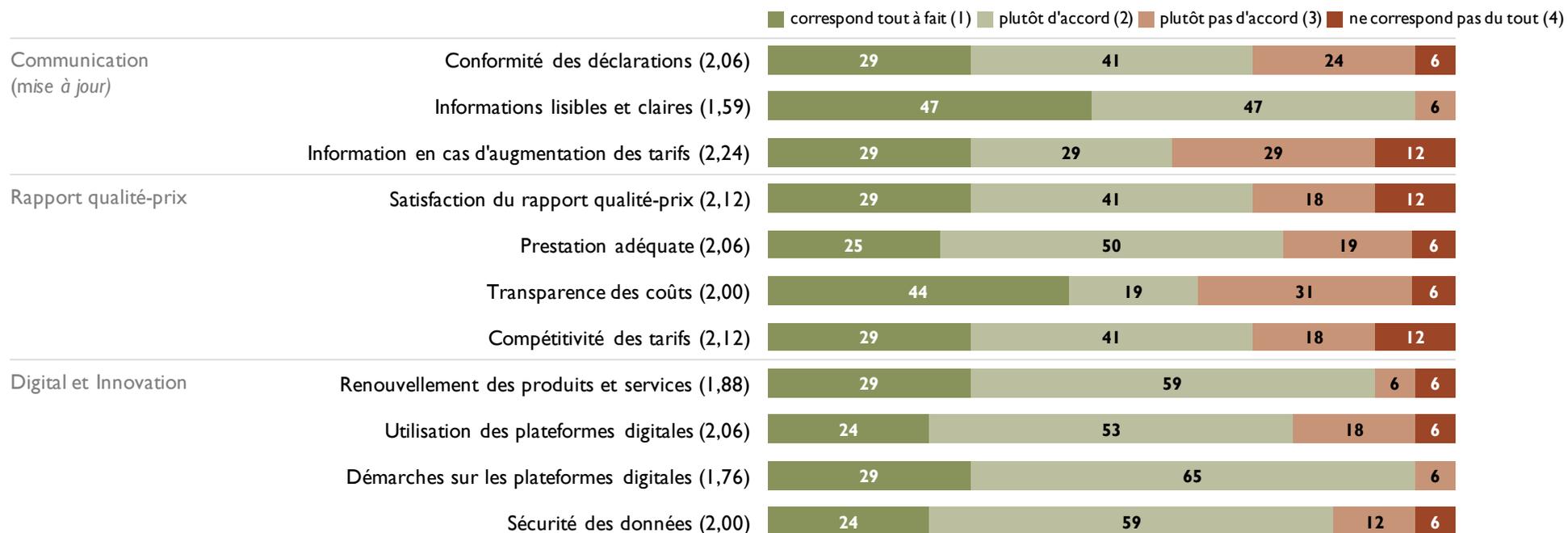
Profil-qualité – Crédit Mutuel Alliance Fédérale (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

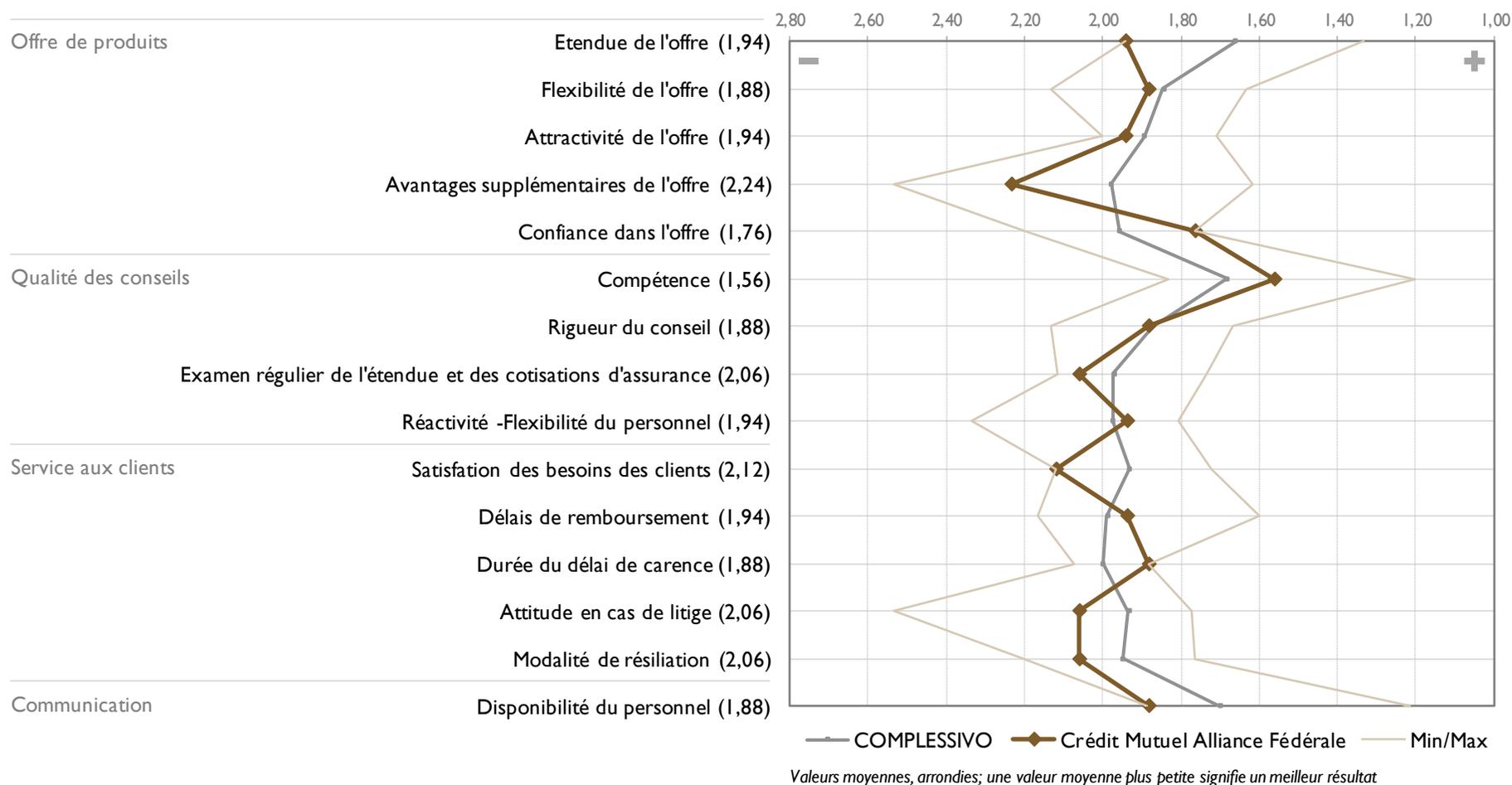
Profil-qualité – Crédit Mutuel Alliance Fédérale (II)



Données en pourcentage, arrondies

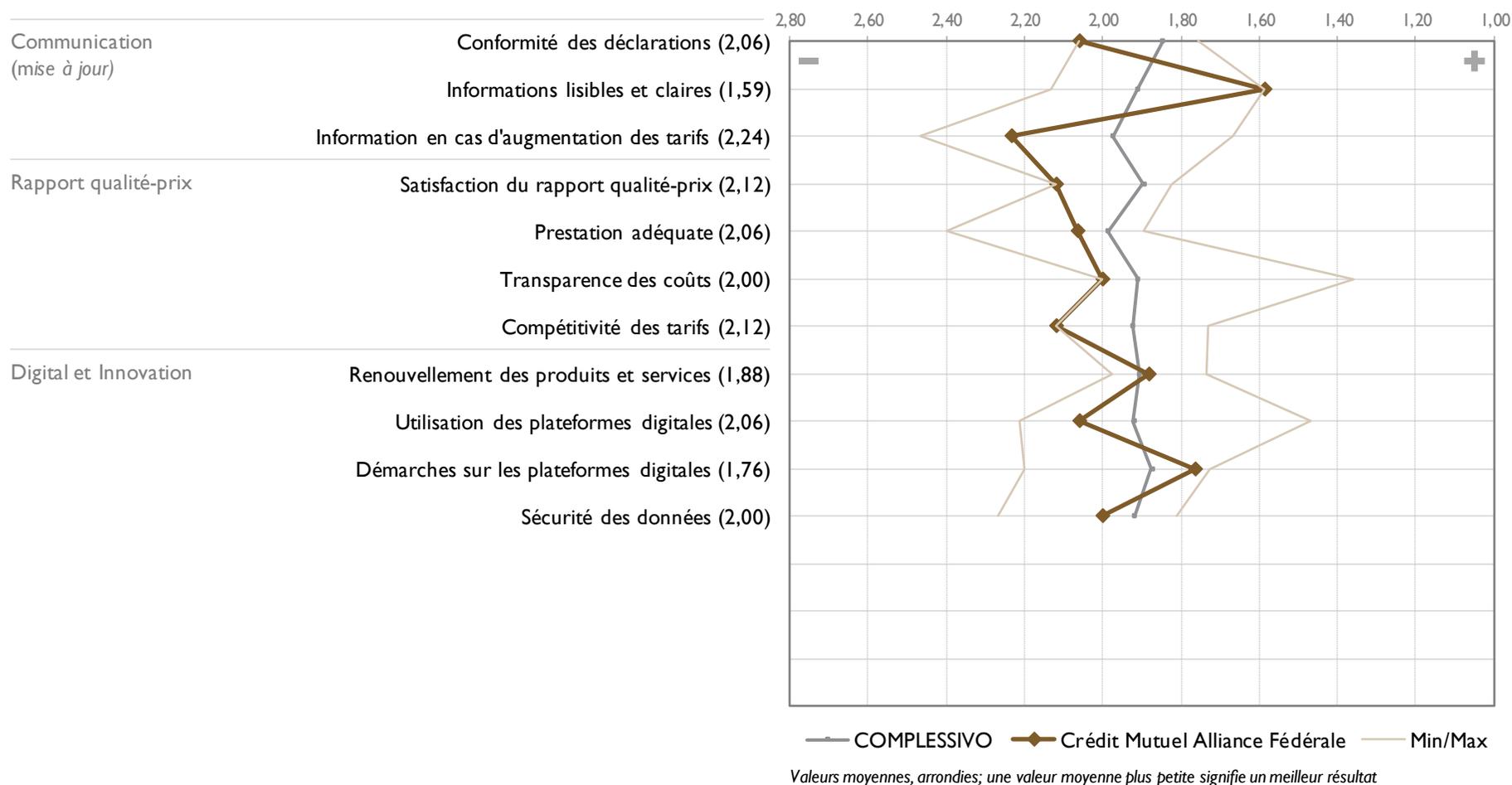
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Crédit Mutuel Alliance Fédérale (I)



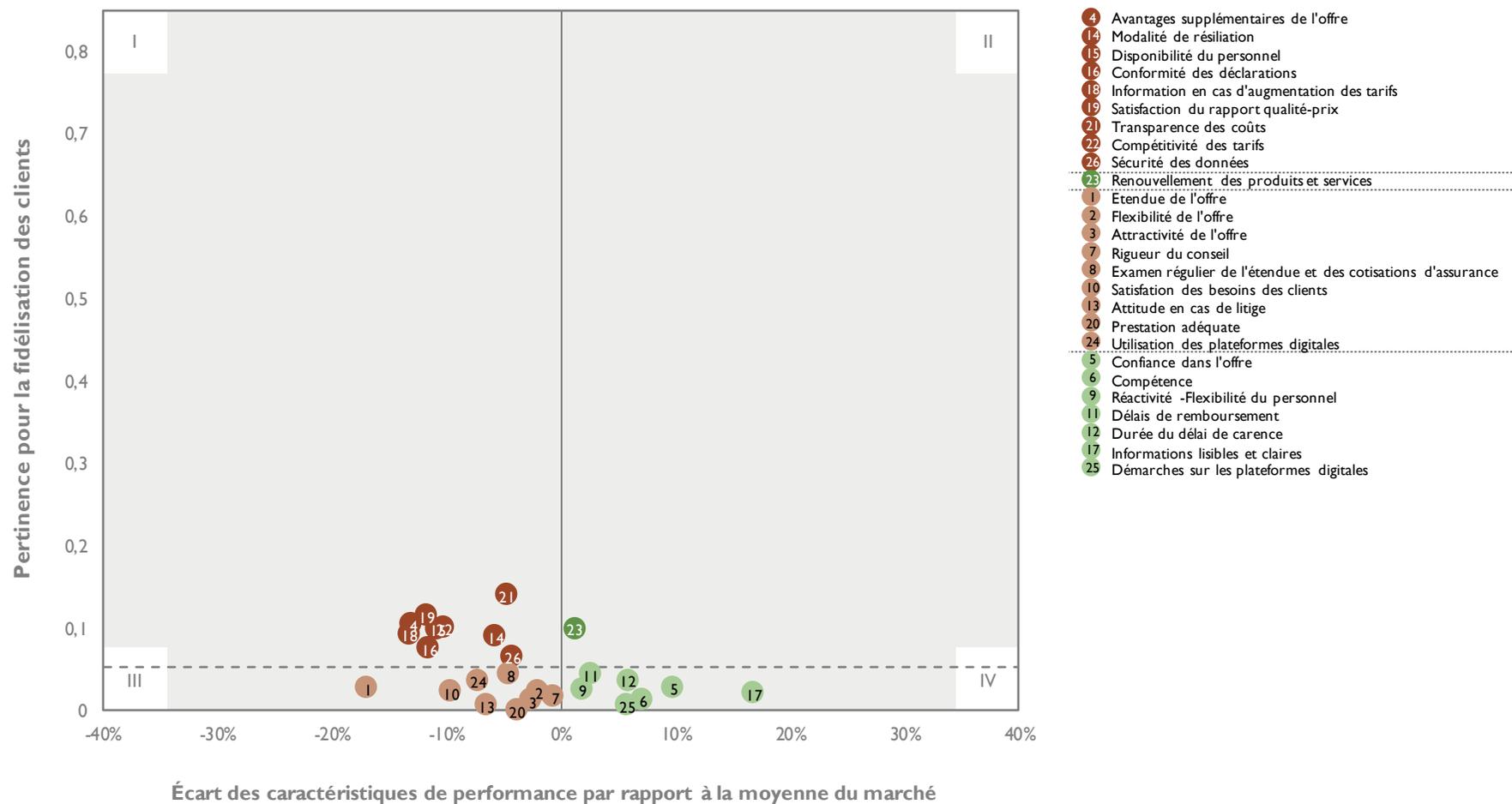
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Crédit Mutuel Alliance Fédérale (II)

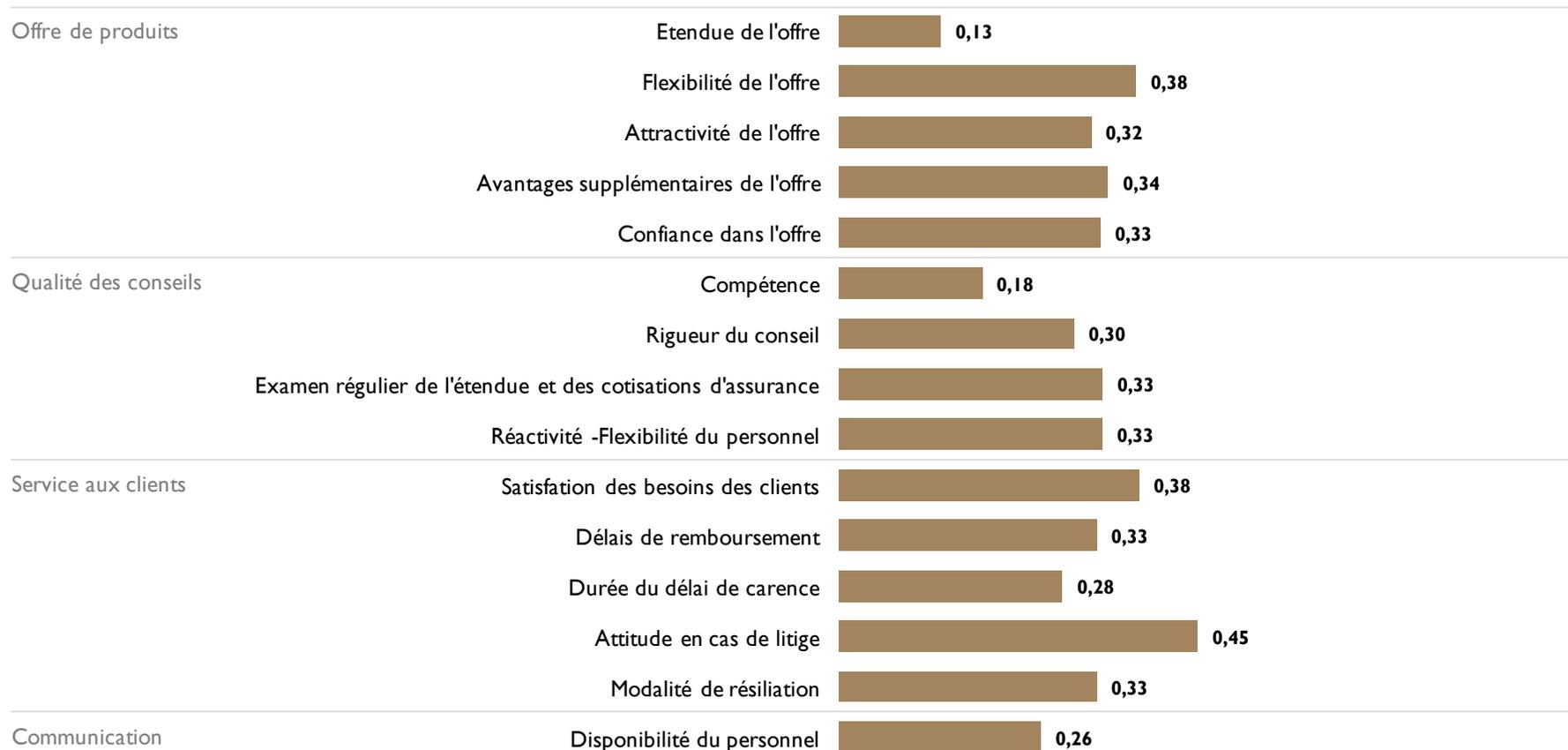


Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

Matrice action-pertinence – Crédit Mutuel Alliance Fédérale

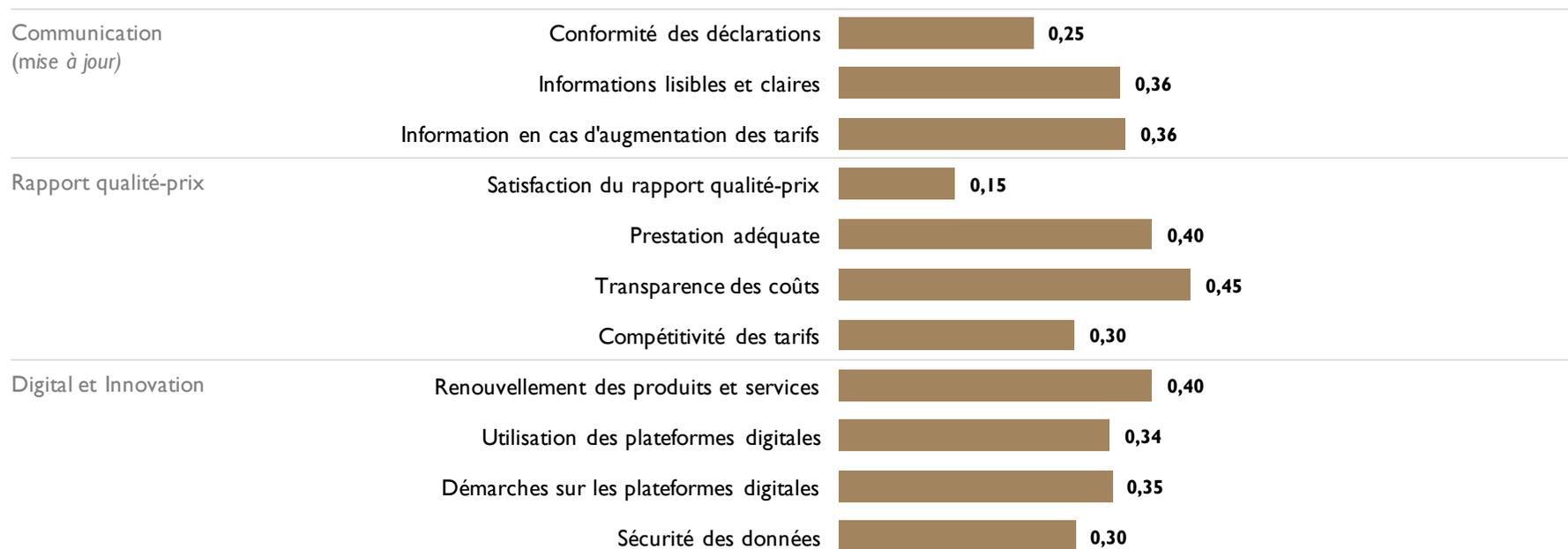


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Fidanimo (I)



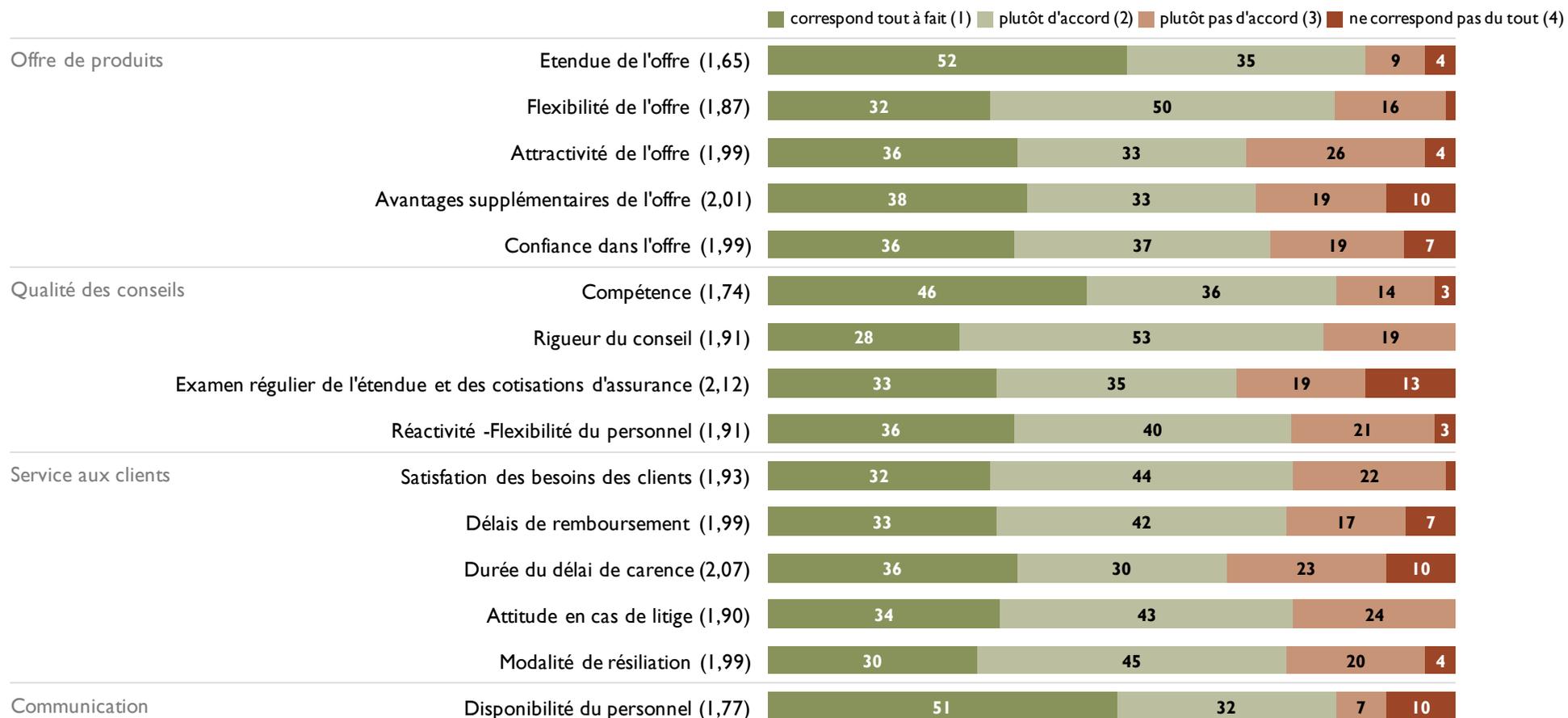
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Fidanimo (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

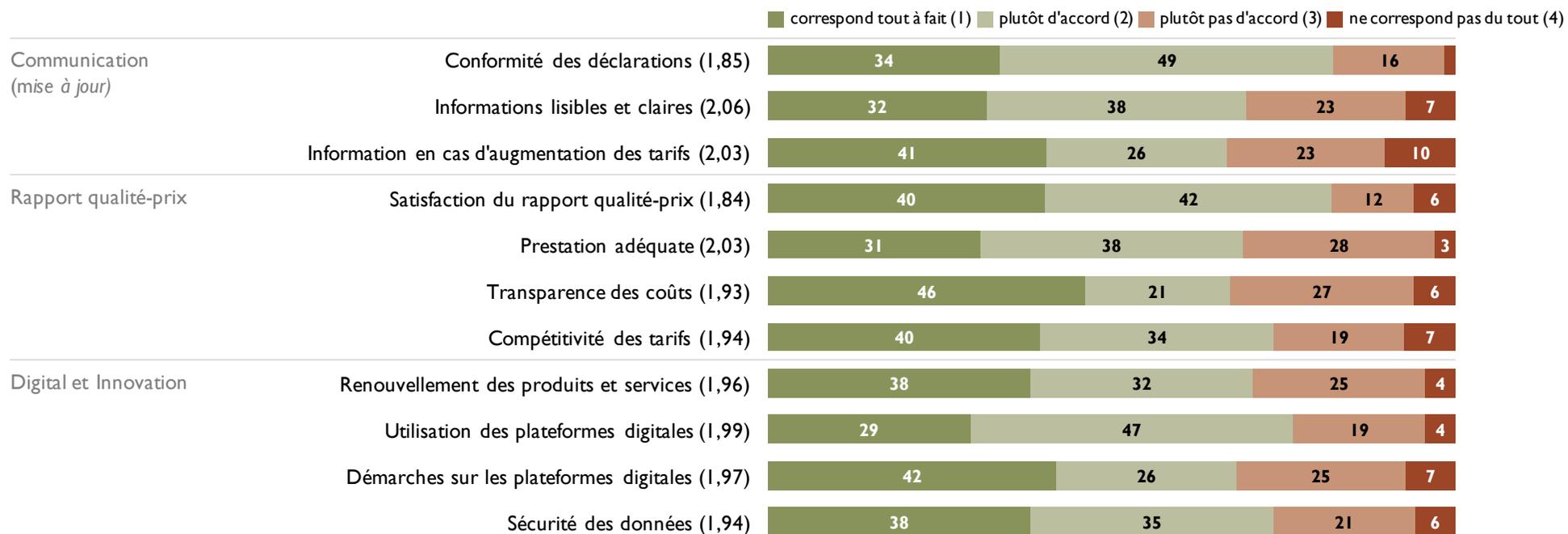
Profil-qualité – Fidanimo (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Fidanimo.

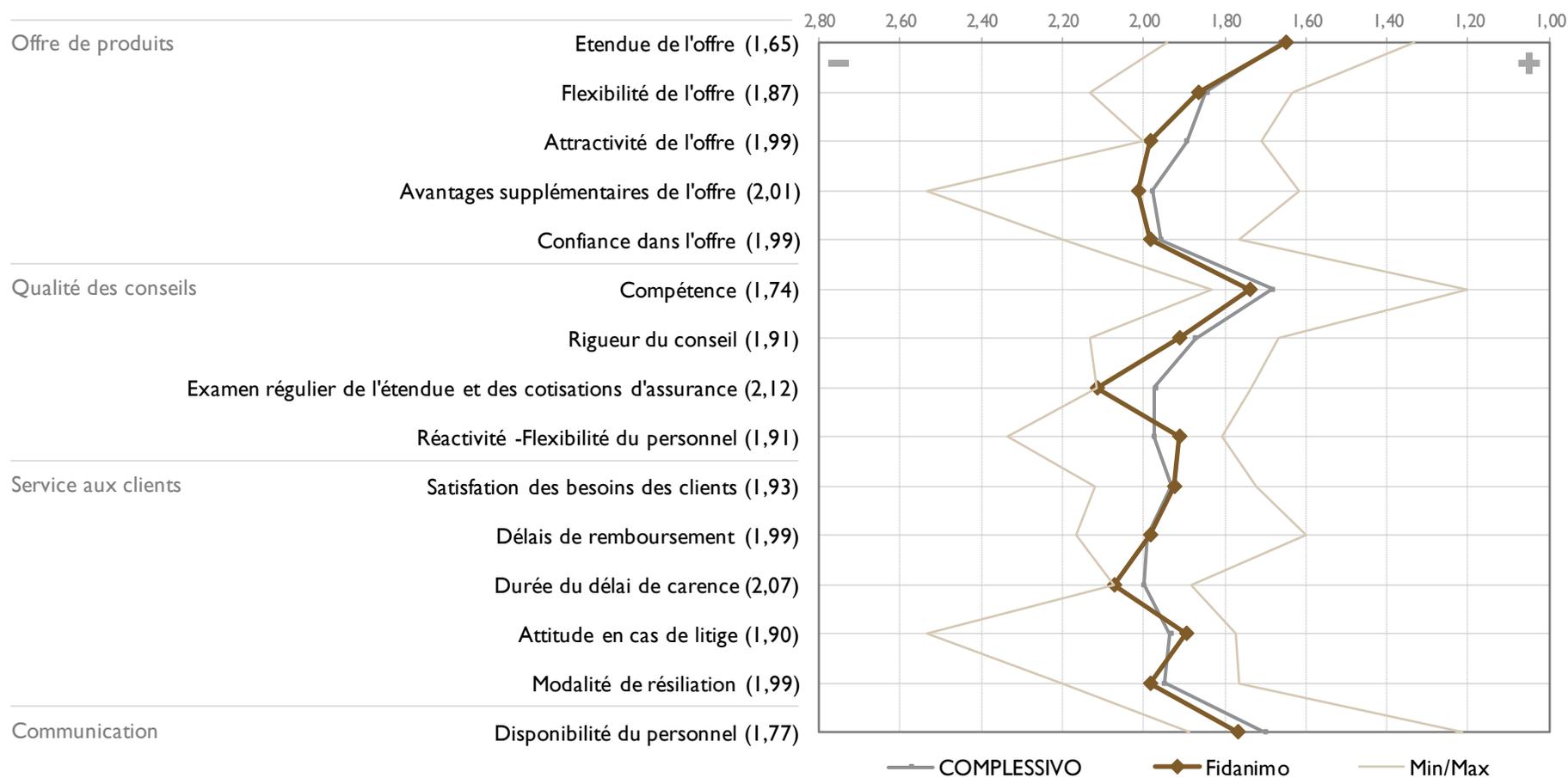
Profil-qualité – Fidanimo (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Fidanimo.

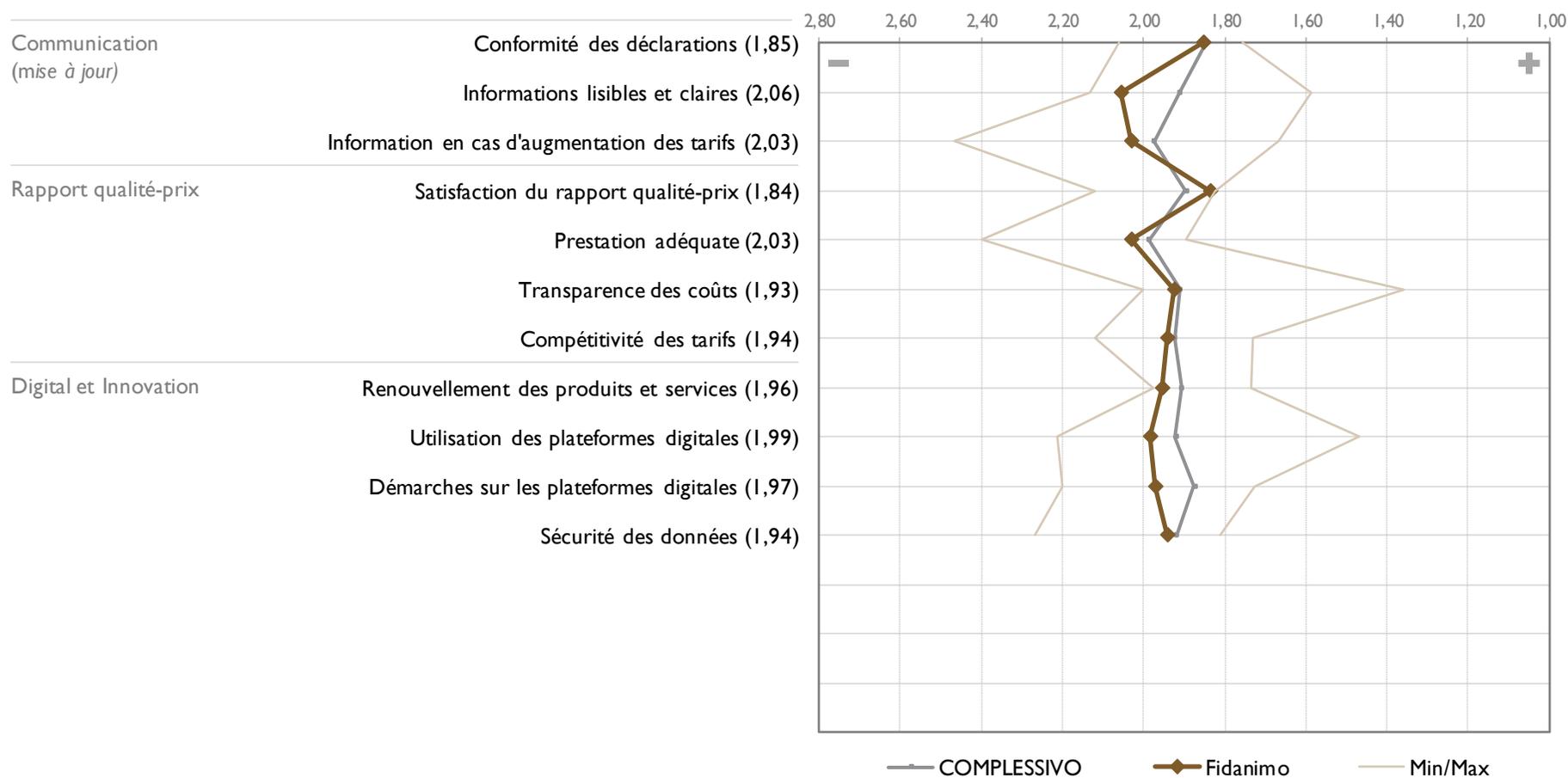
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Fidanimo (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Fidanimo.

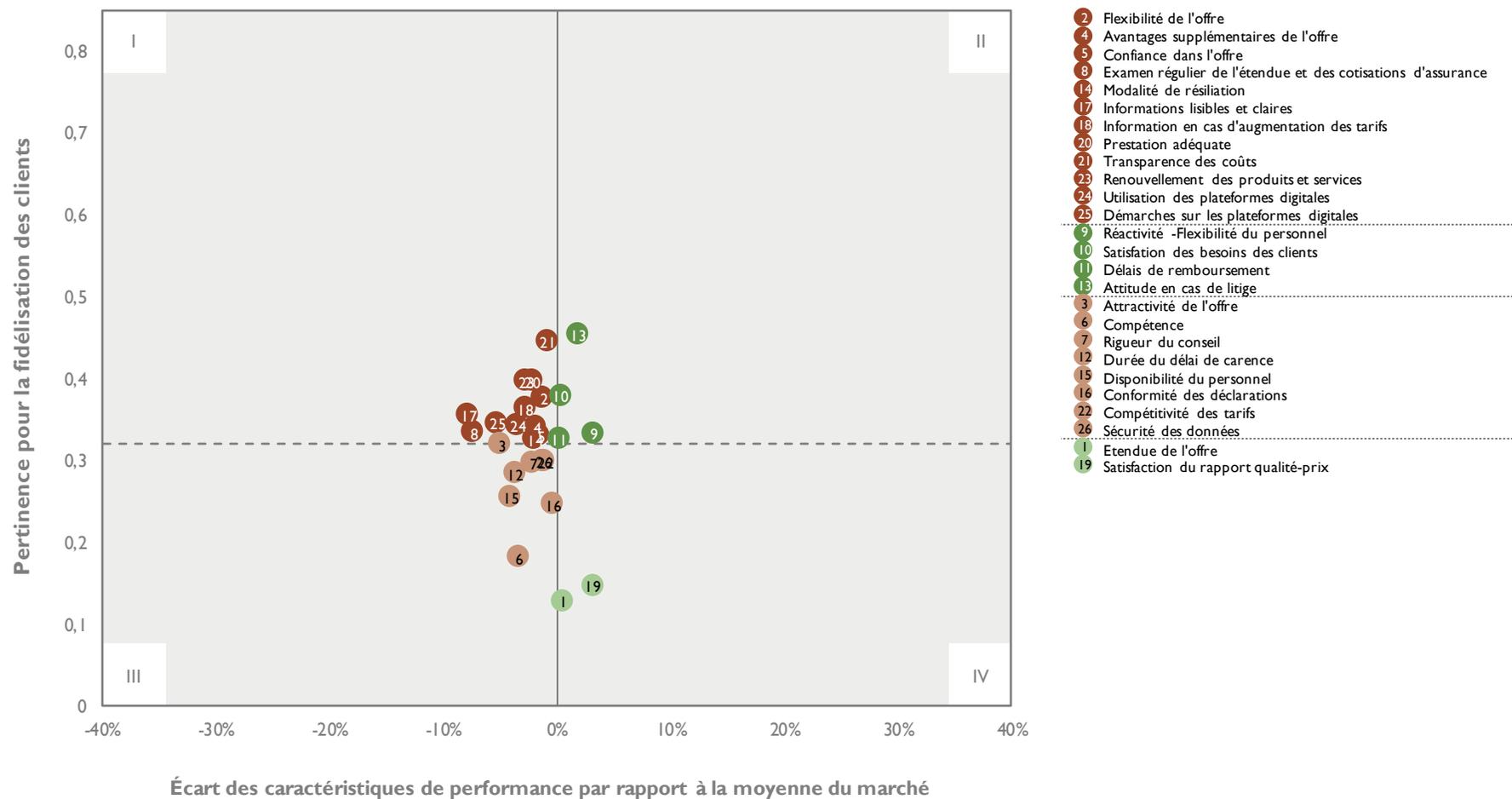
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Fidanimo (II)



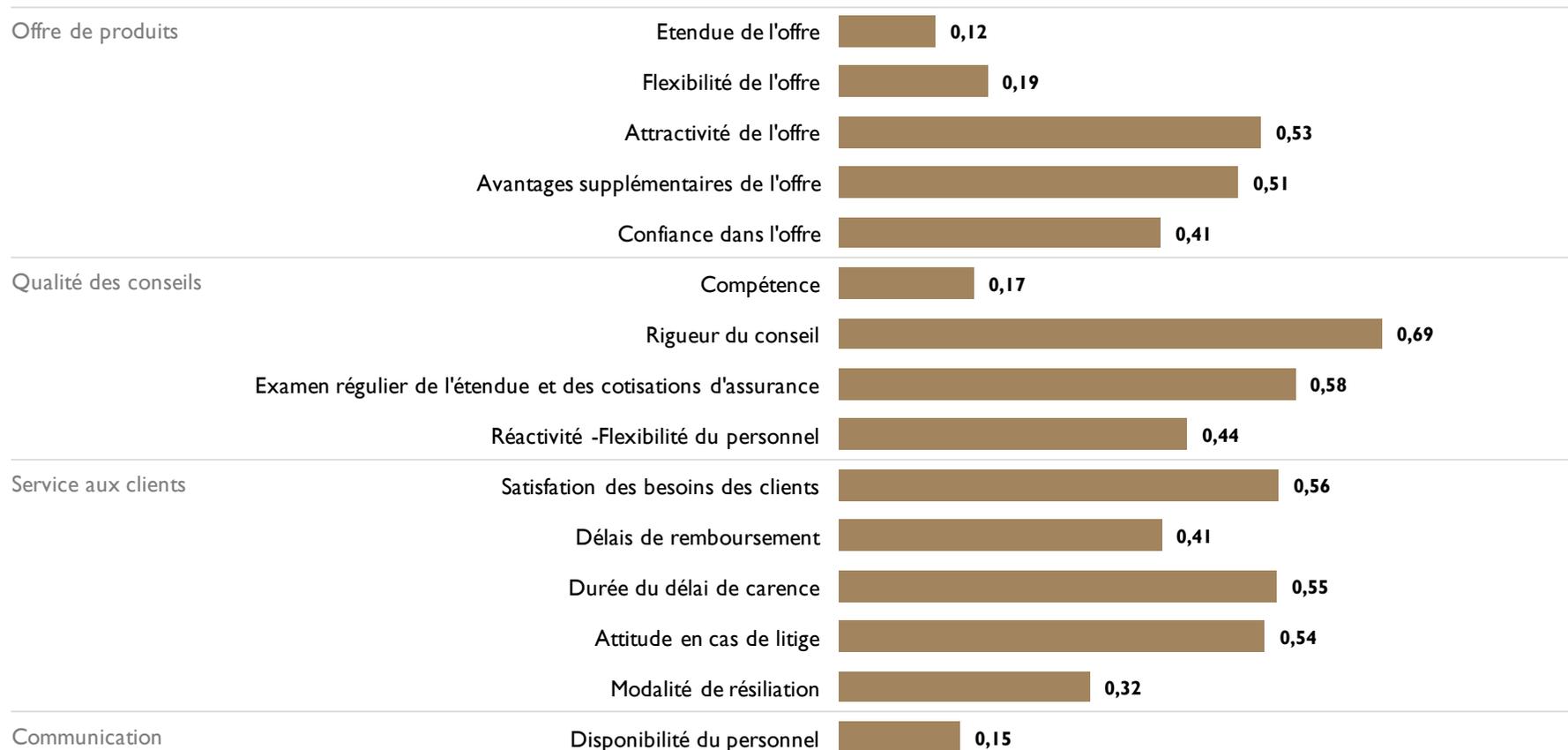
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Fidanimo.

Matrice action-pertinence – Fidanimo

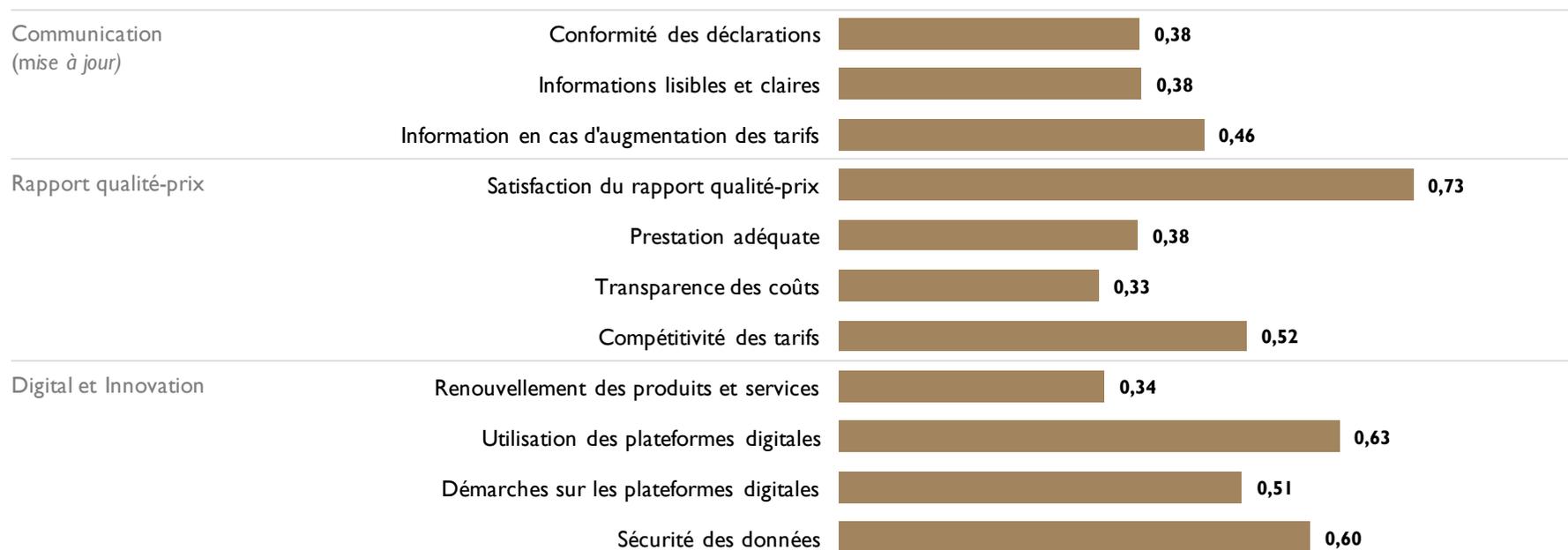


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Generali (I)



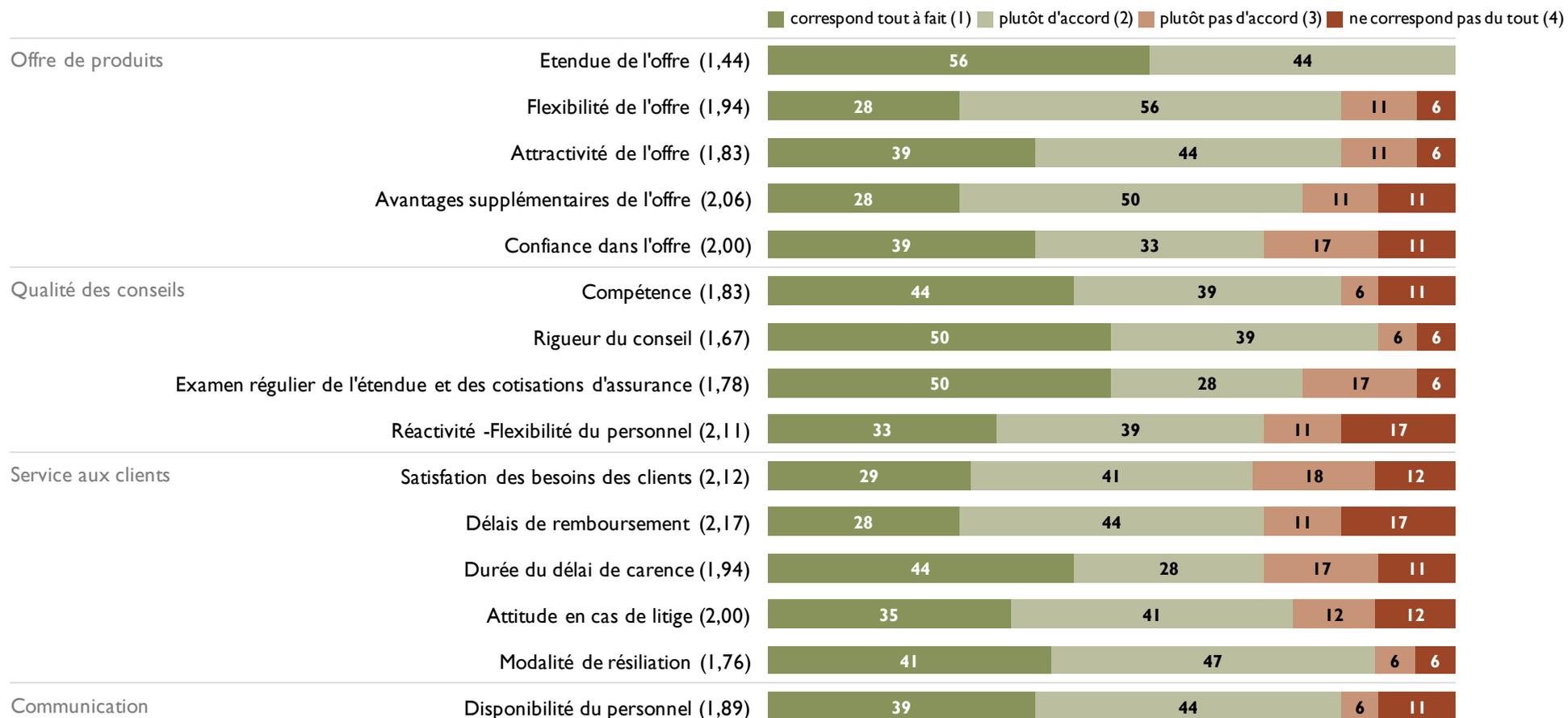
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Generali (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

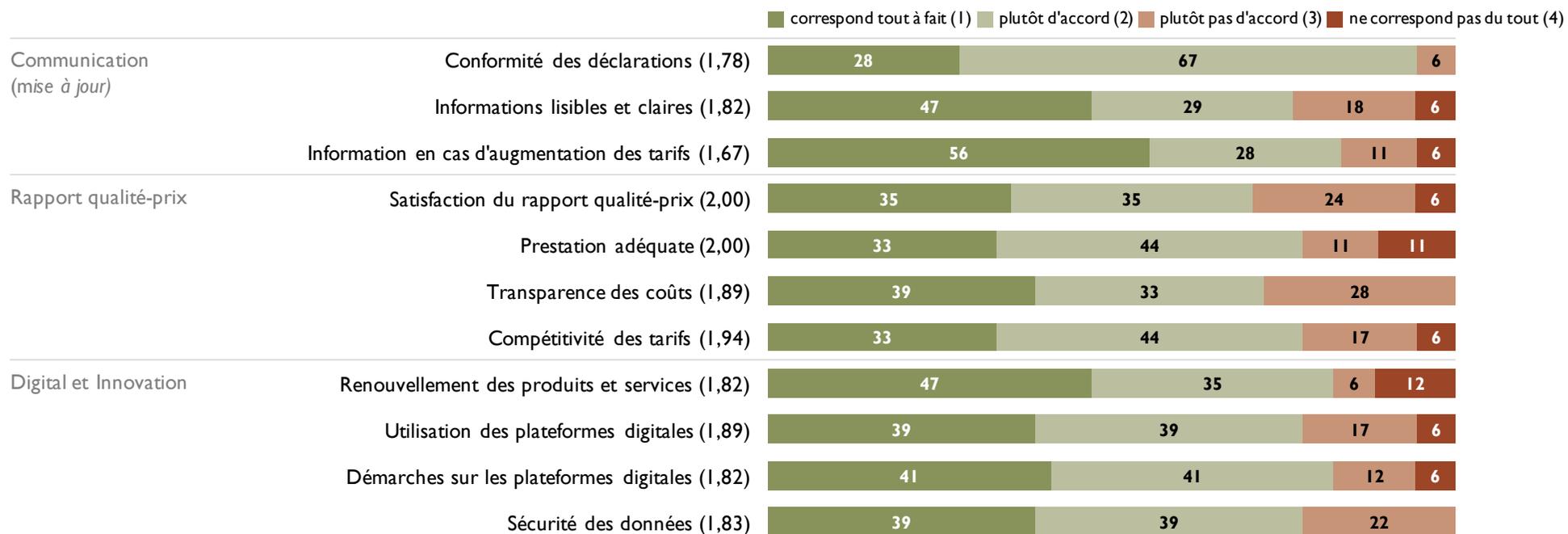
Profil-qualité – Generali (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Generali.

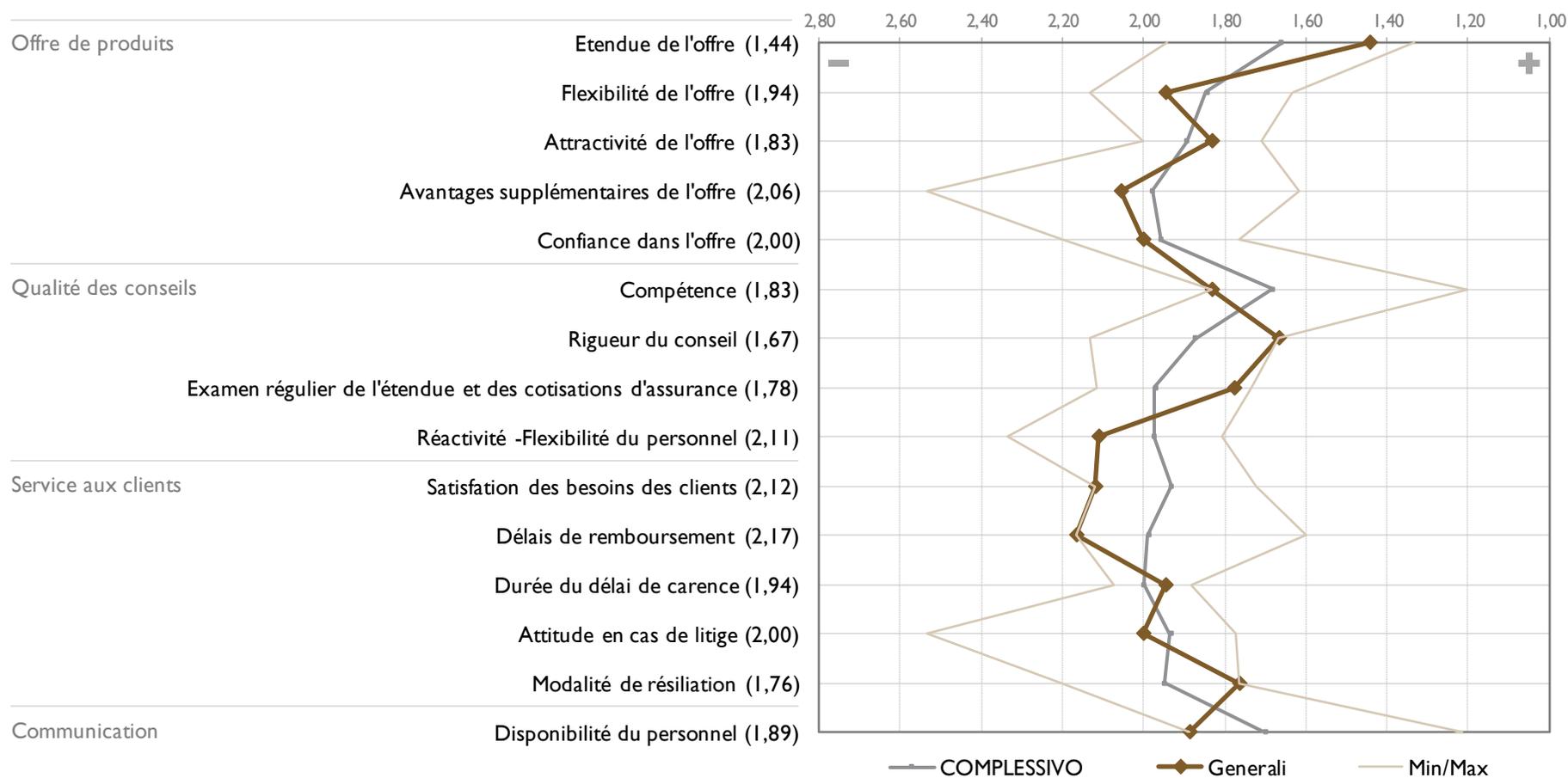
Profil-qualité – Generali (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Generali.

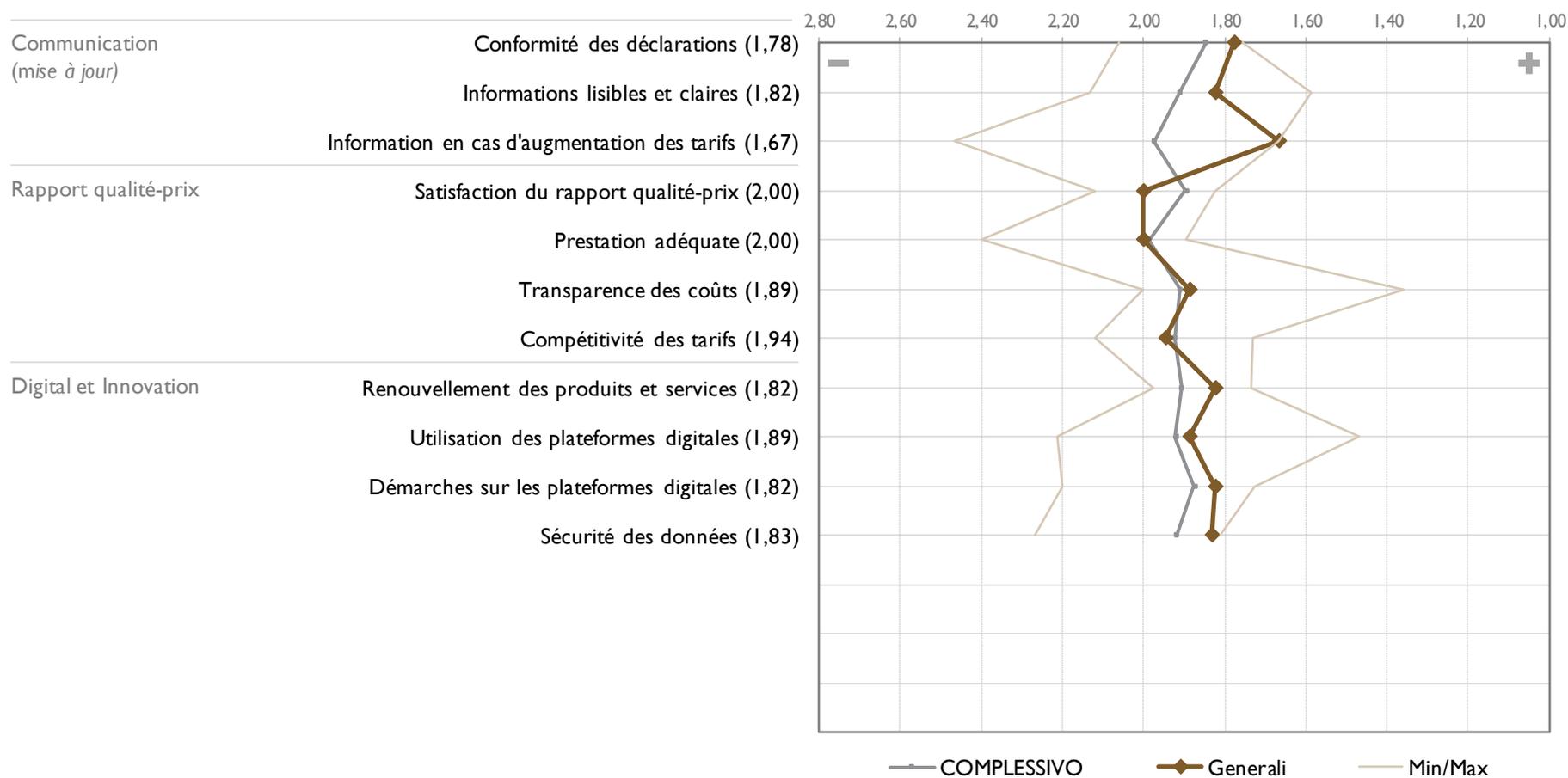
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Generali (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Generali.

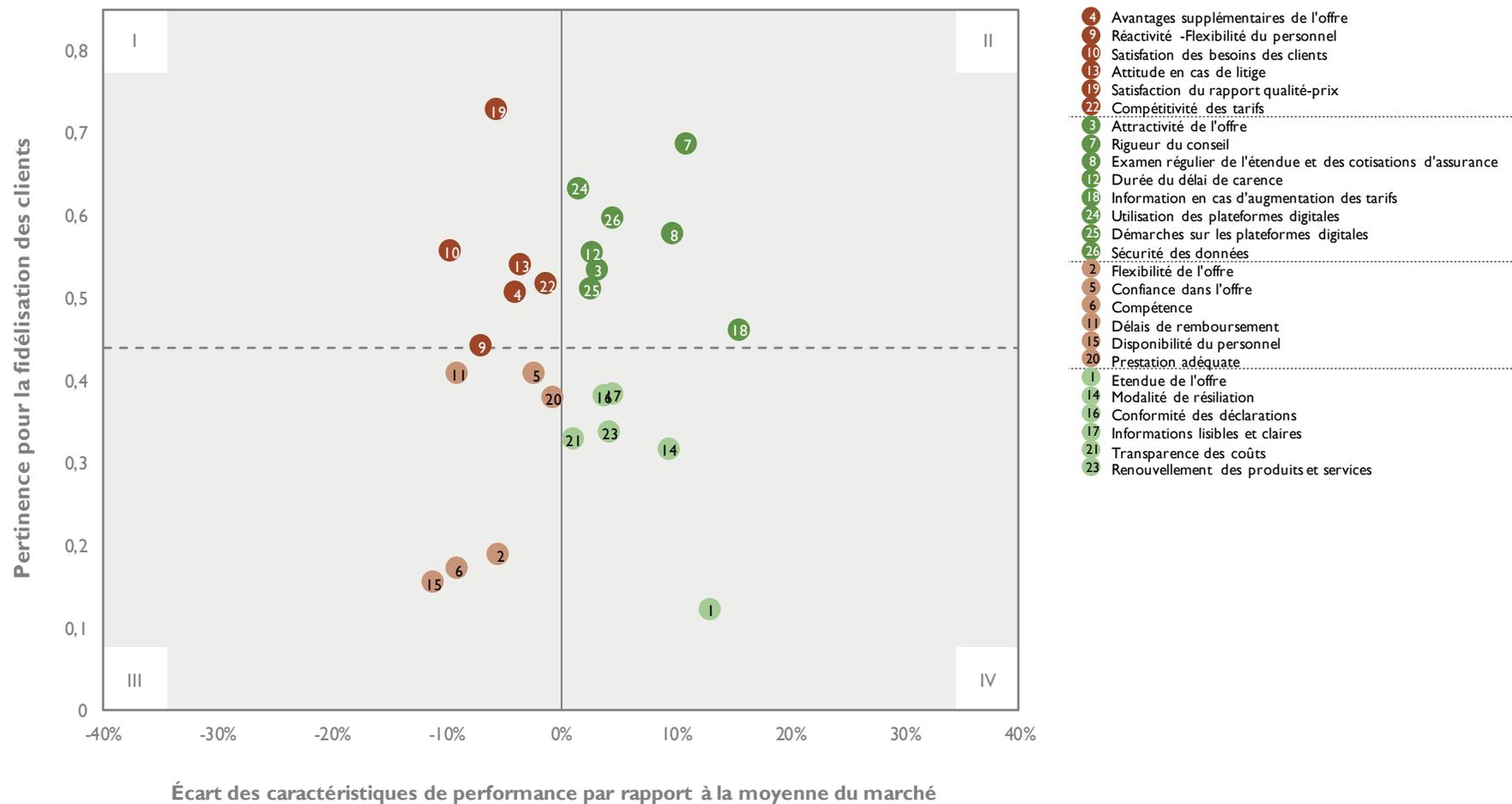
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Generali (II)



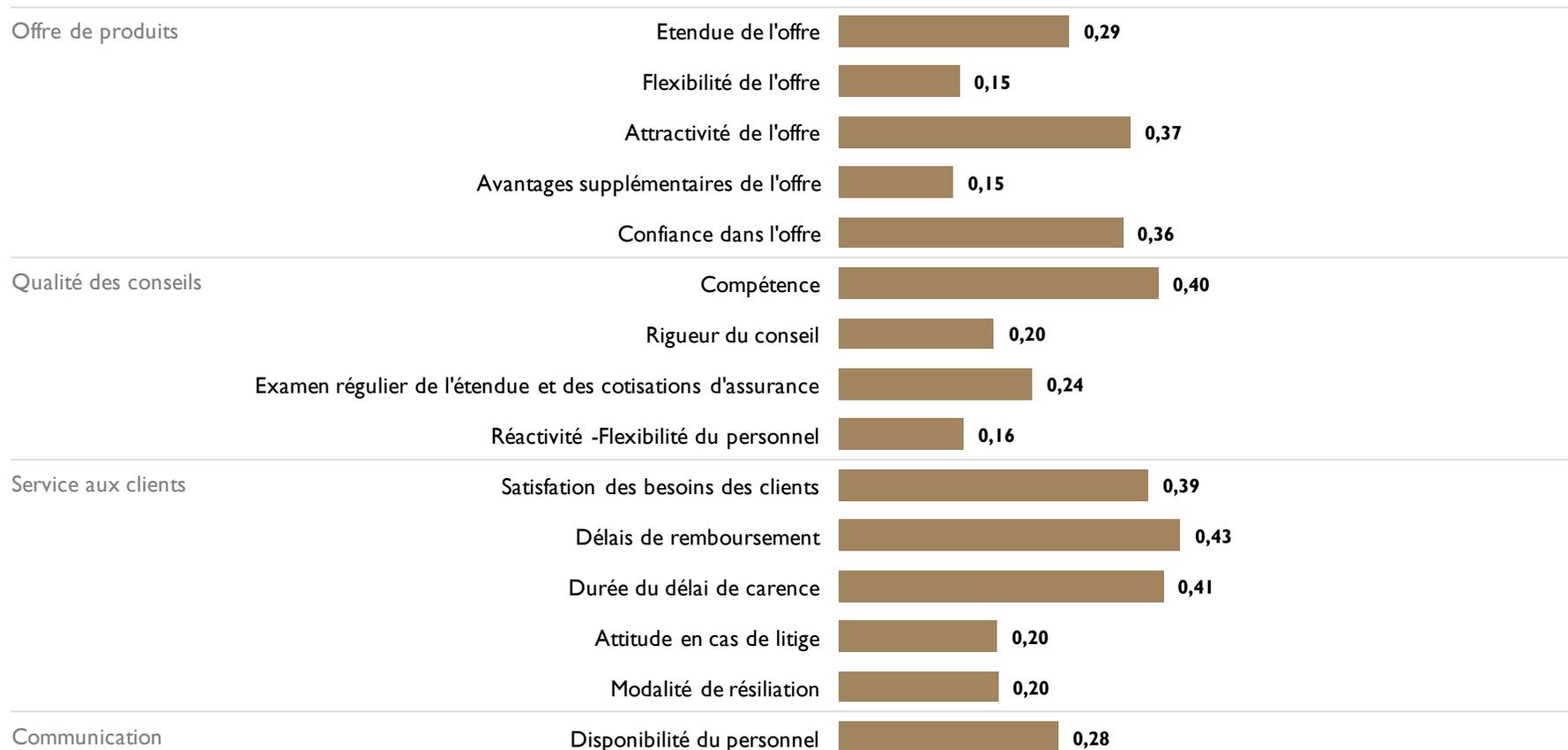
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Generali.

Matrice action-pertinence – Generali



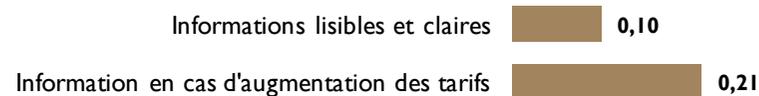
Moteurs de fidélisation de la clientèle – Jim & Joe



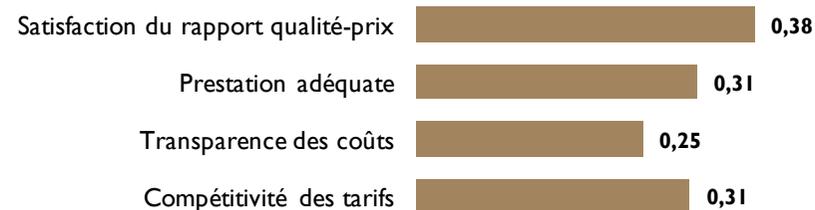
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Jim & Joe (II)

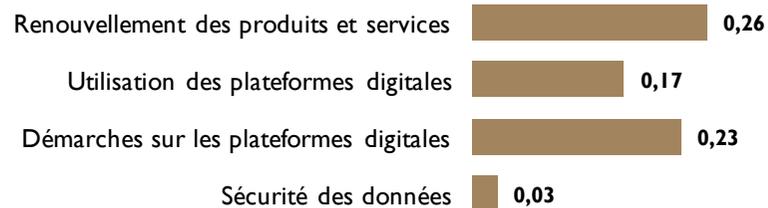
Communication (mise à jour)



Rapport qualité-prix

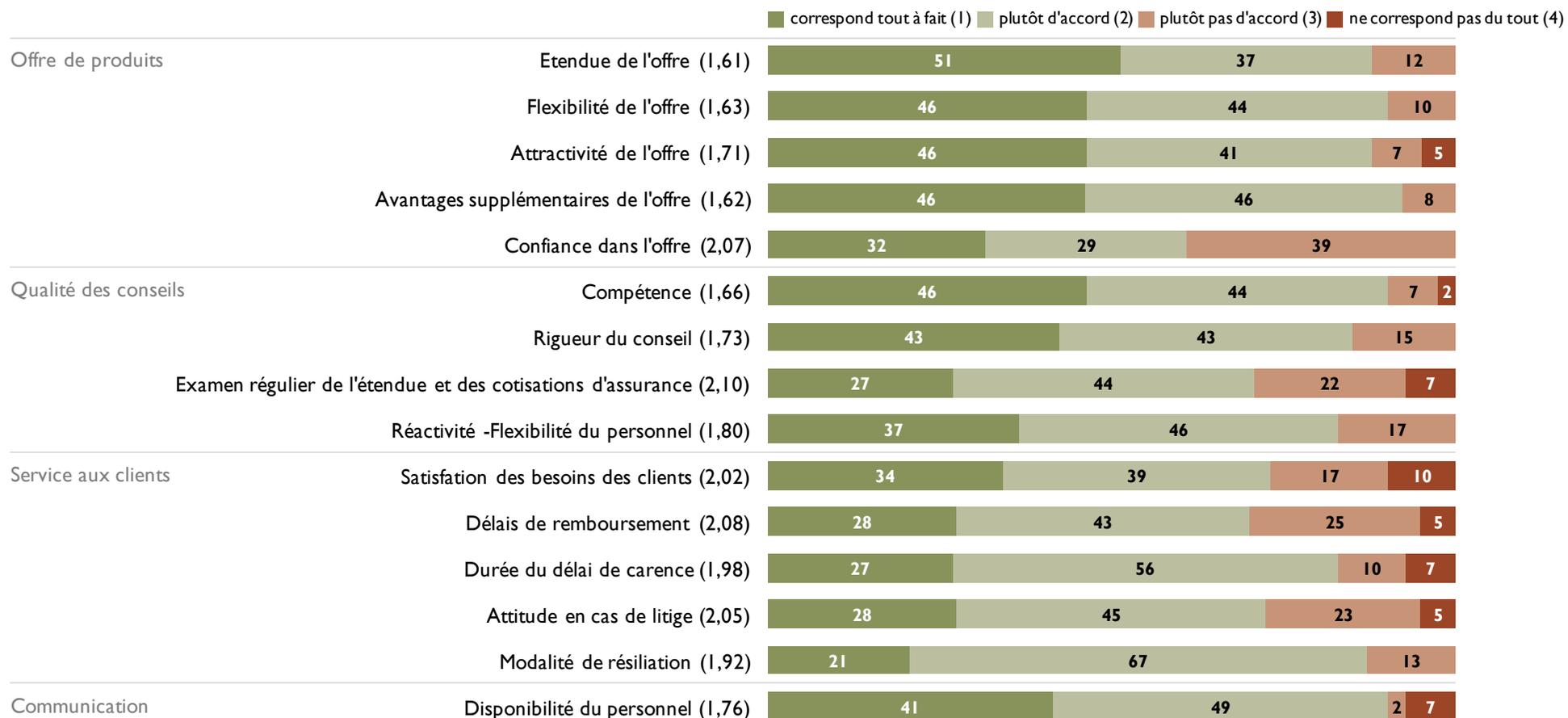


Digital et Innovation



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

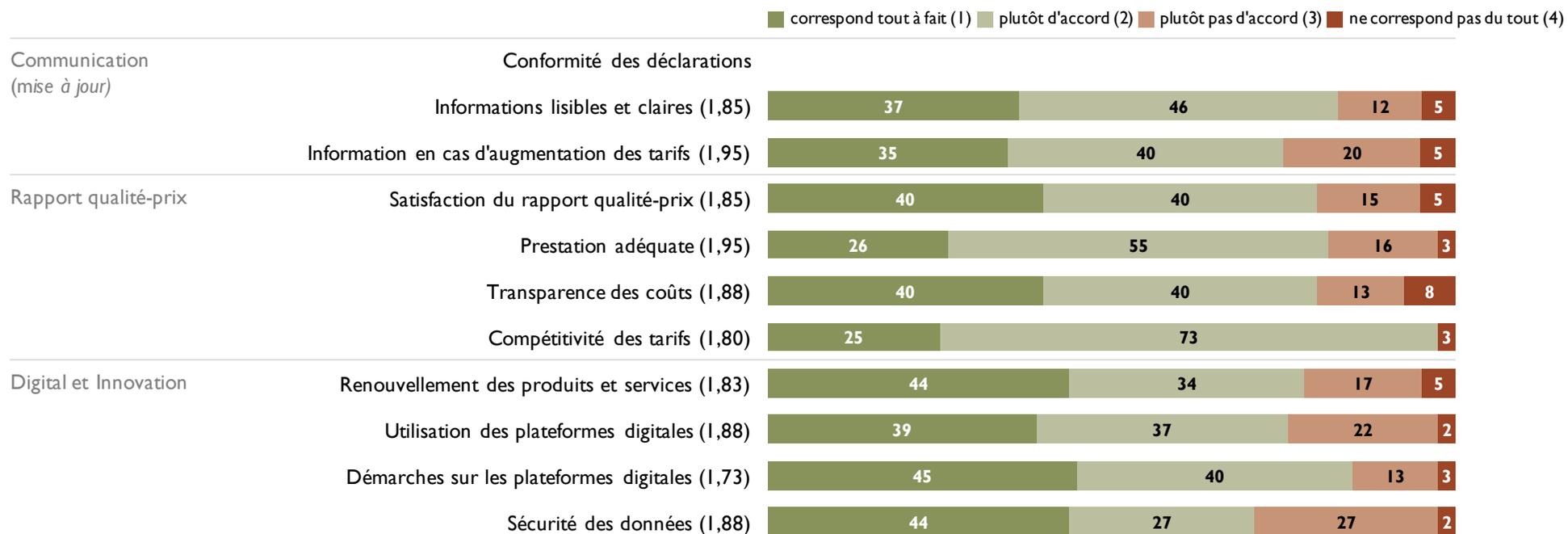
Profil-qualité – Jim & Joe (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Jim & Joe.

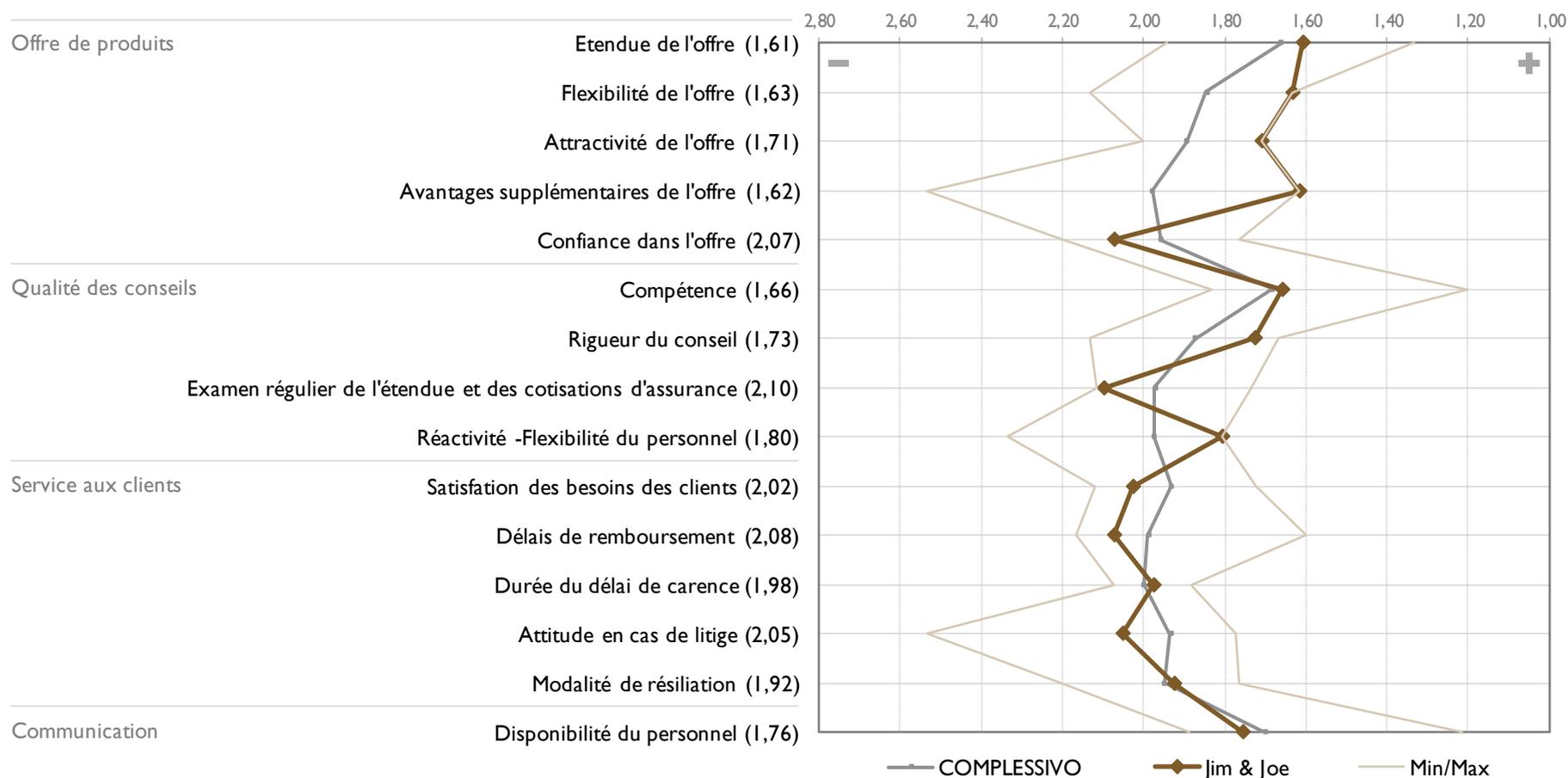
Profil-qualité – Jim & Joe (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Jim & Joe.

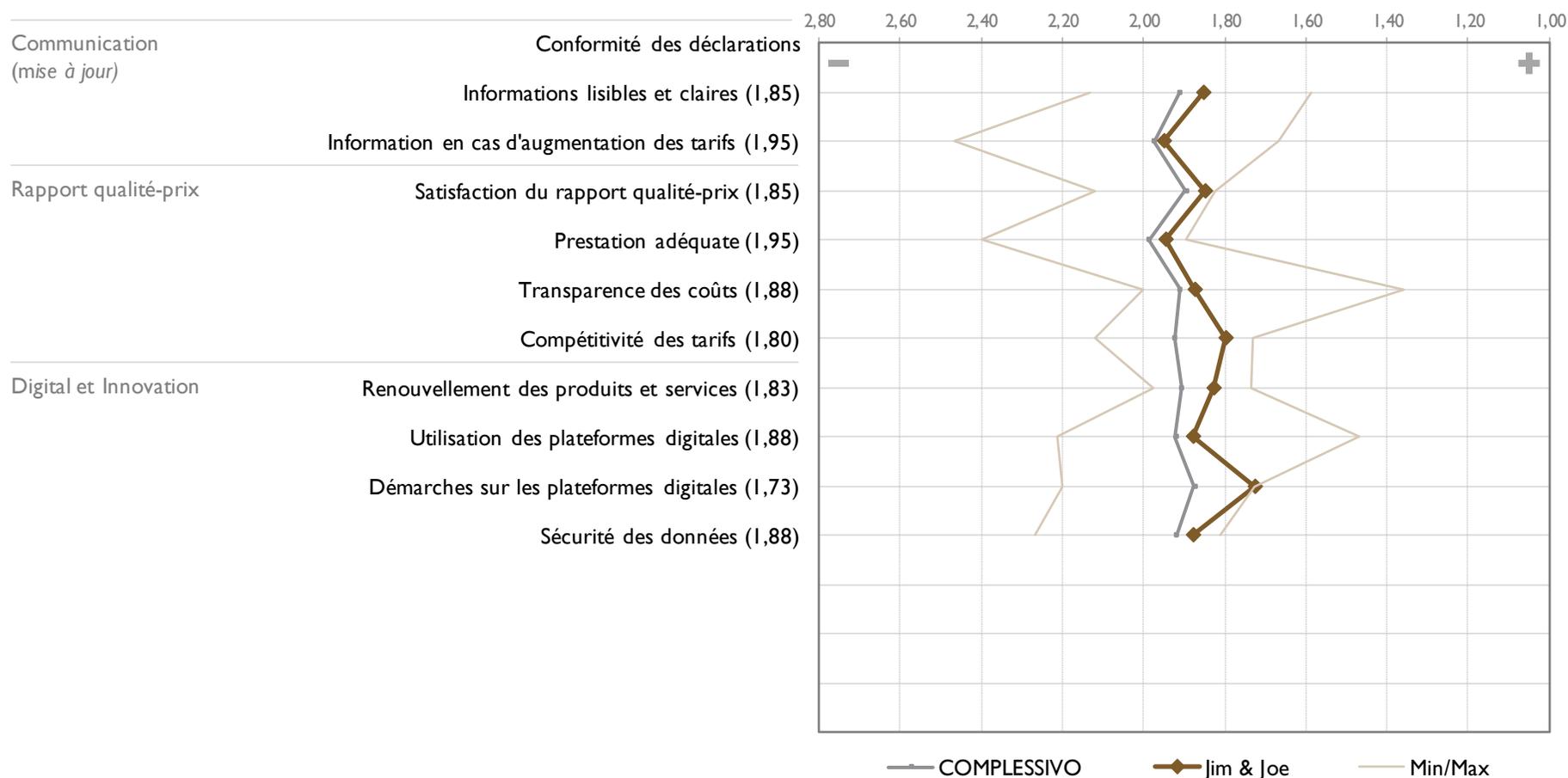
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Jim & Joe



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Jim & Joe.

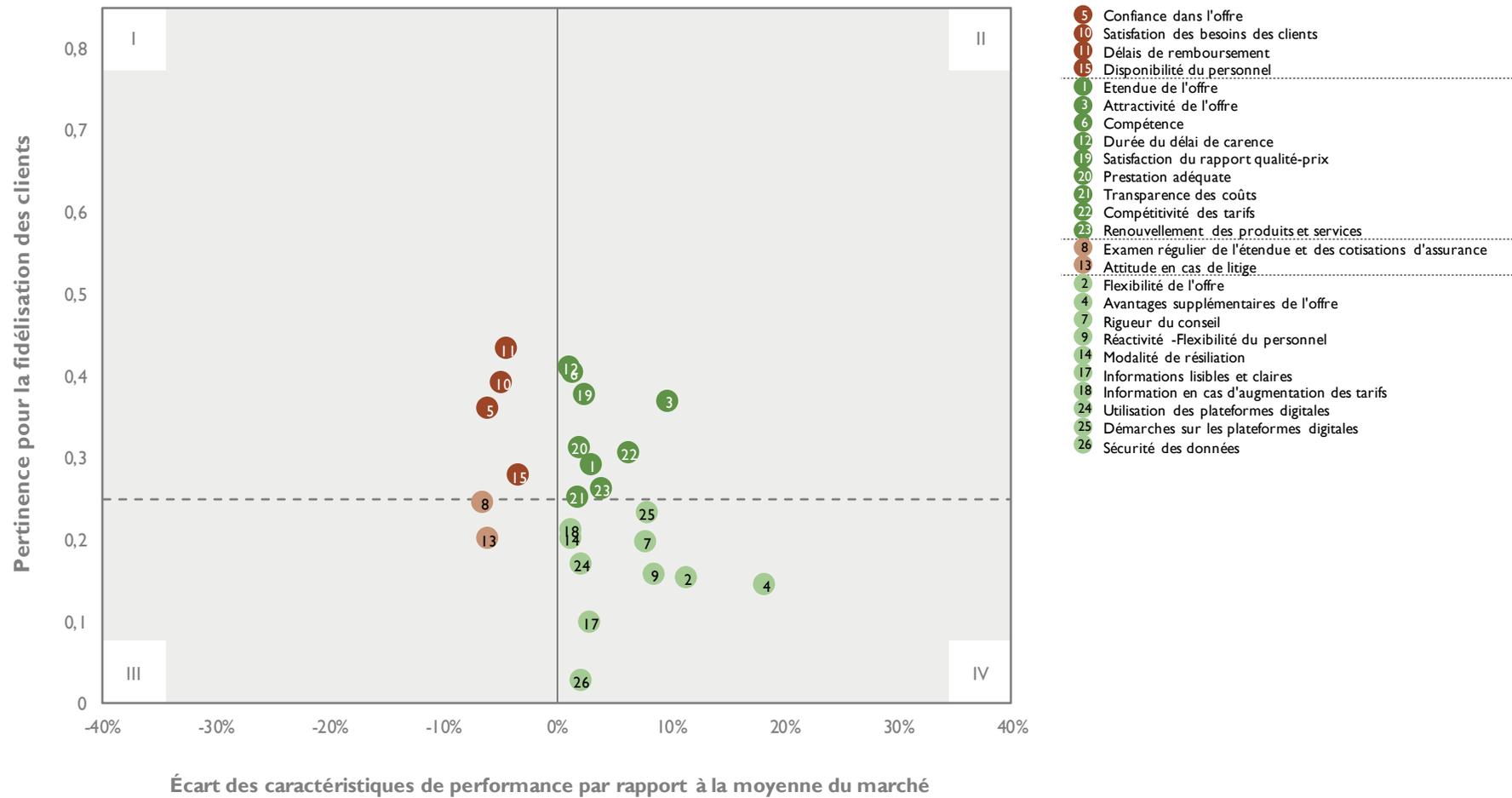
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Jim & Joe (II)



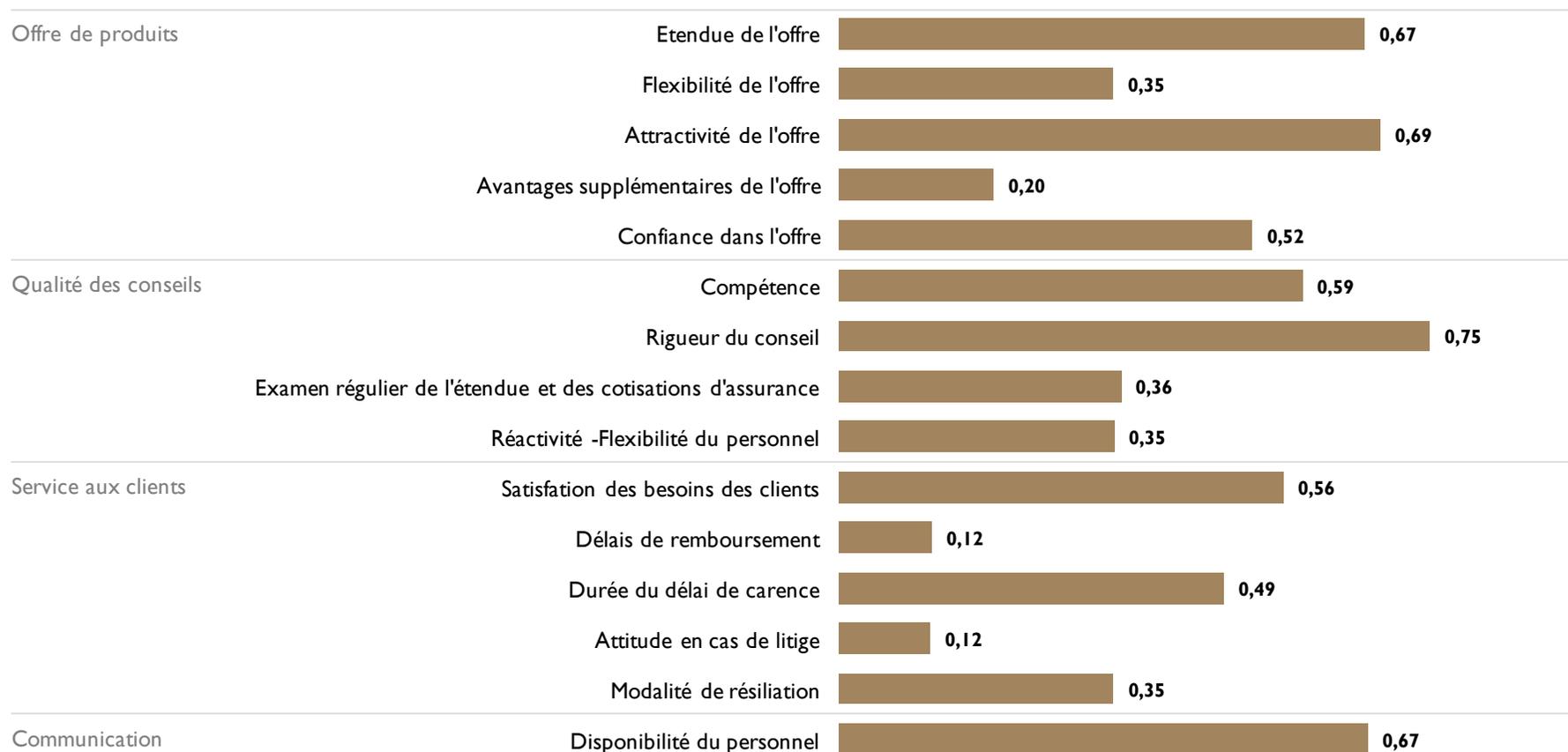
Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Jim & Joe.

Matrice action-pertinence – Jim & Joe

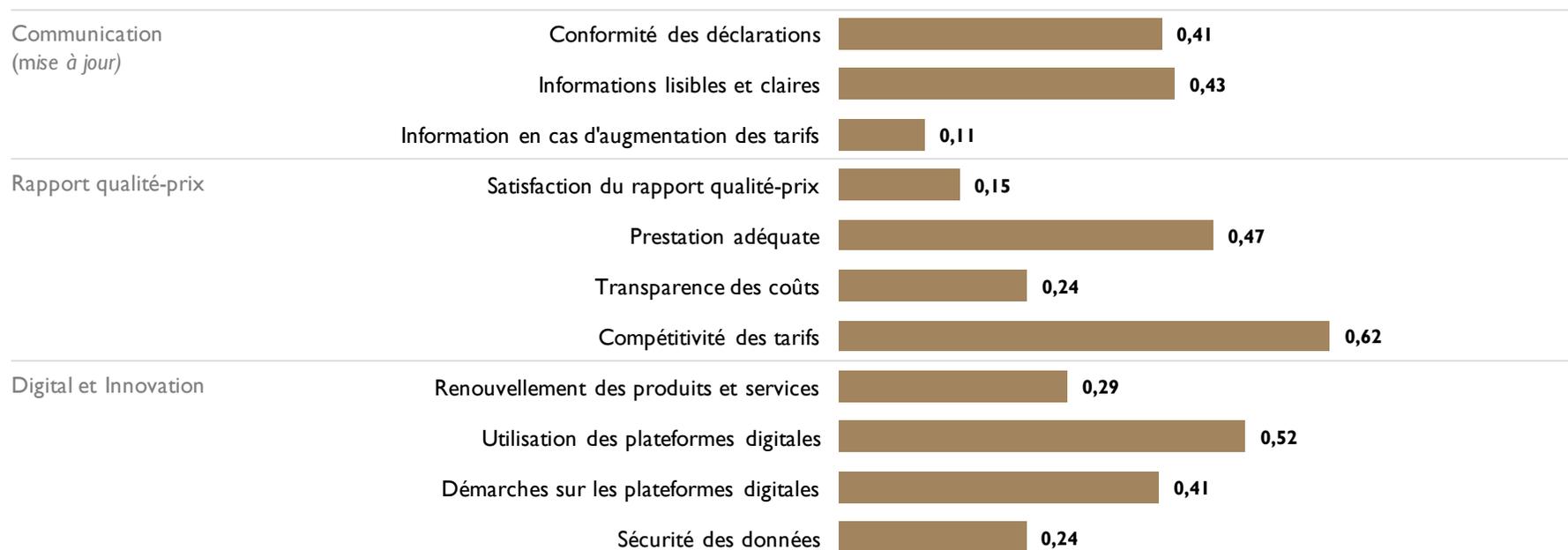


Moteurs de fidélisation de la clientèle – Mutuelle Ociane Matmut (I)



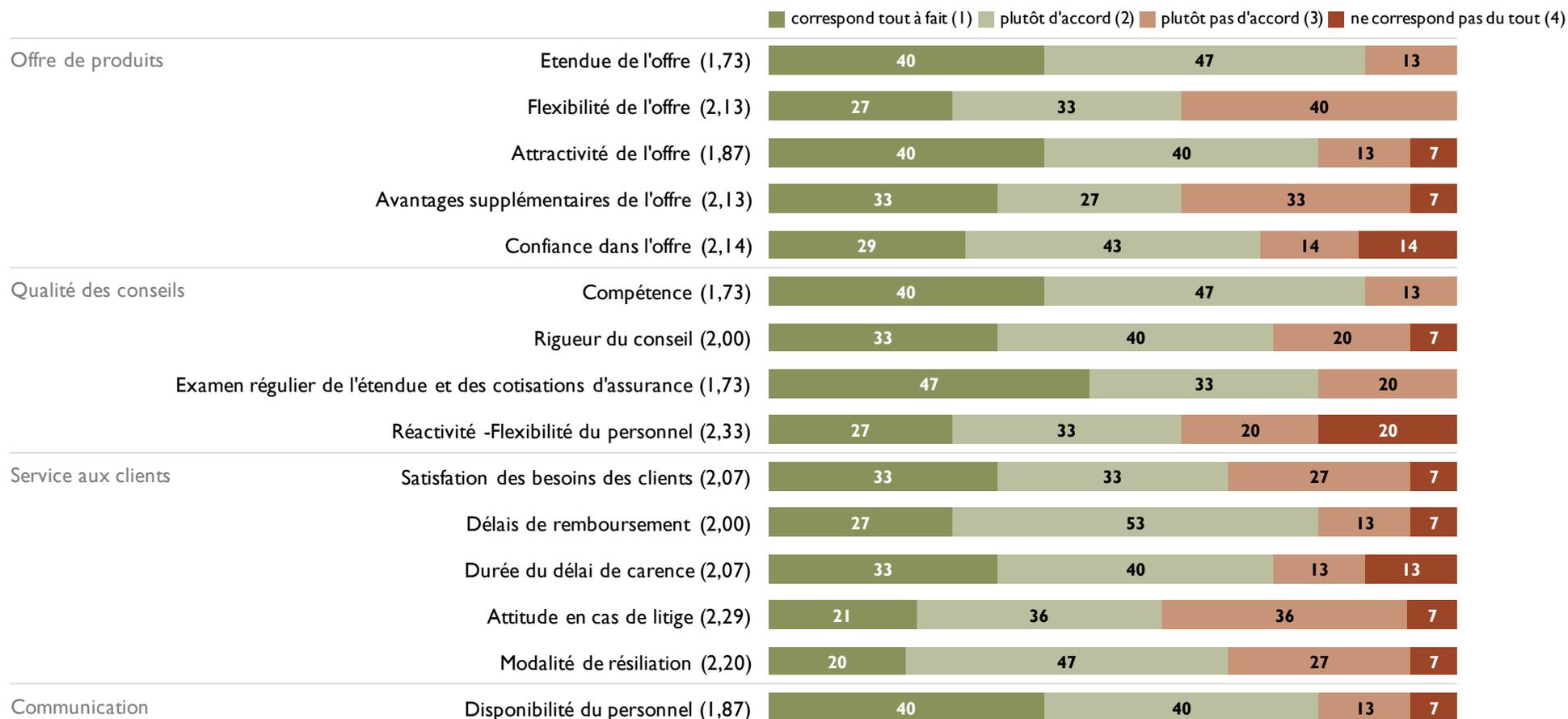
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – Mutuelle Ociane Matmut (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

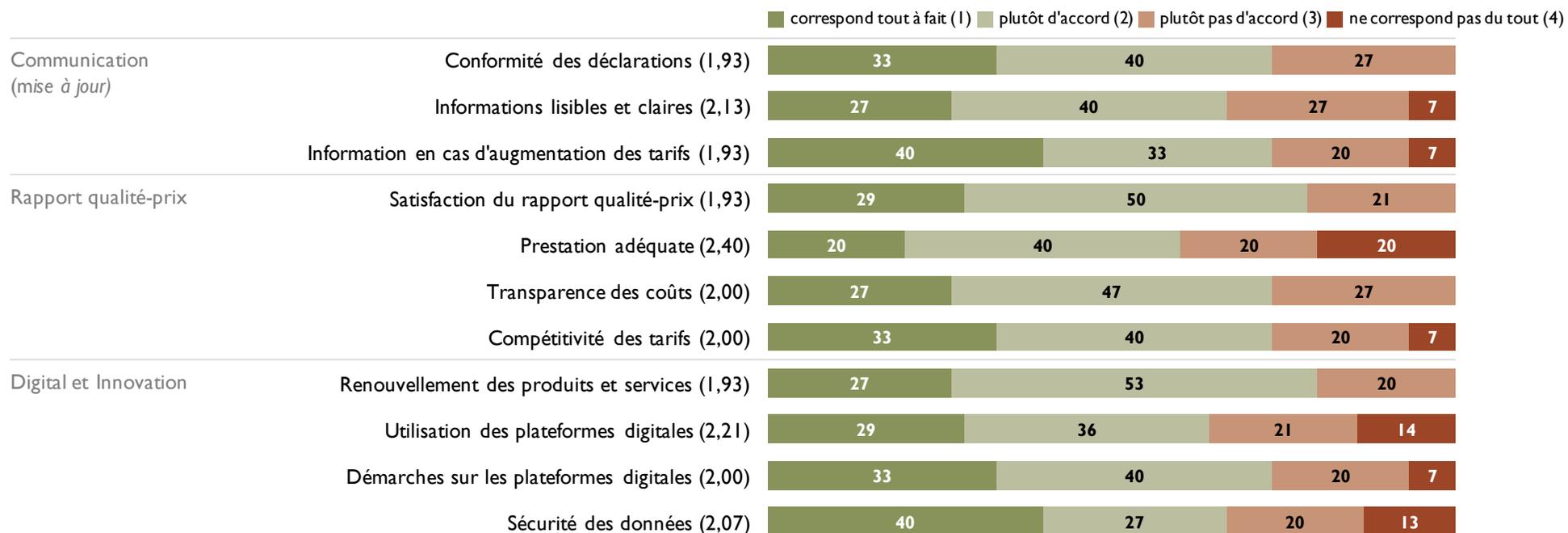
Profil-qualité – Mutuelle Ociane Matmut (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Ociane Matmut.

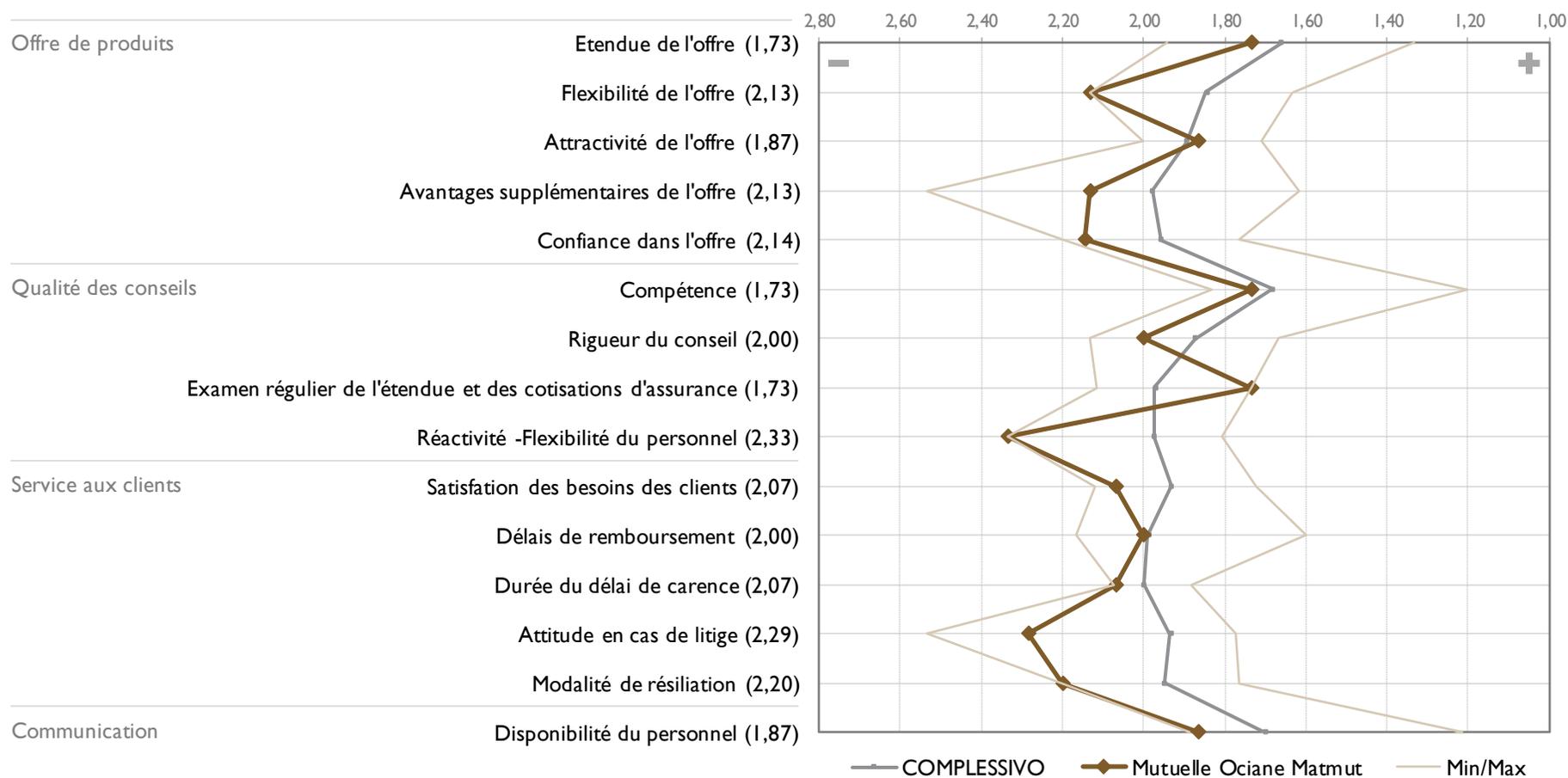
Profil-qualité – Mutuelle Ociane Matmut (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Ociane Matmut.

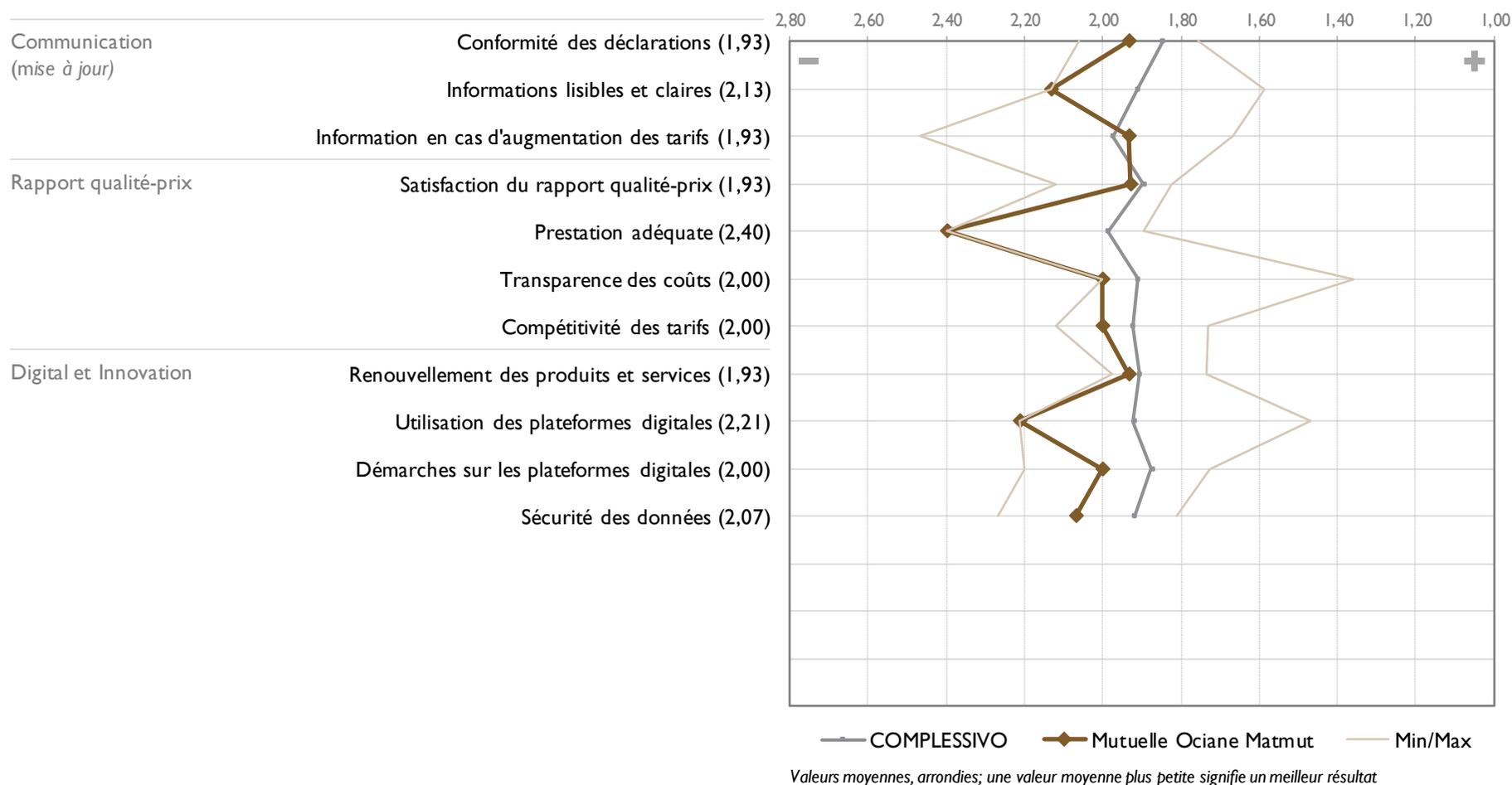
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Mutuelle Ociane Matmut (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

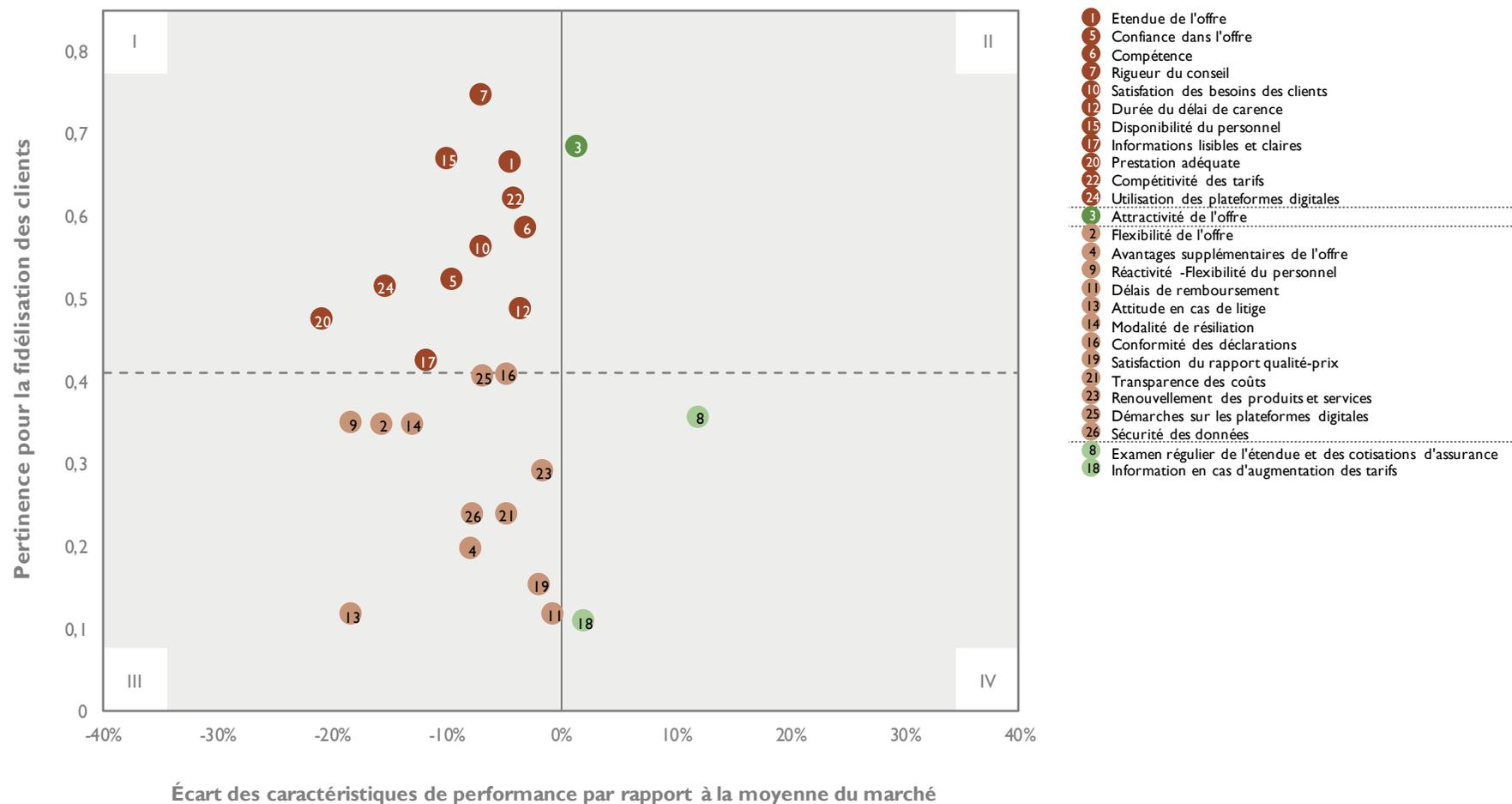
Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Ociane Matmut.

Profil-qualité, Comparaison sur le marché – Mutuelle Ociane Matmut (II)

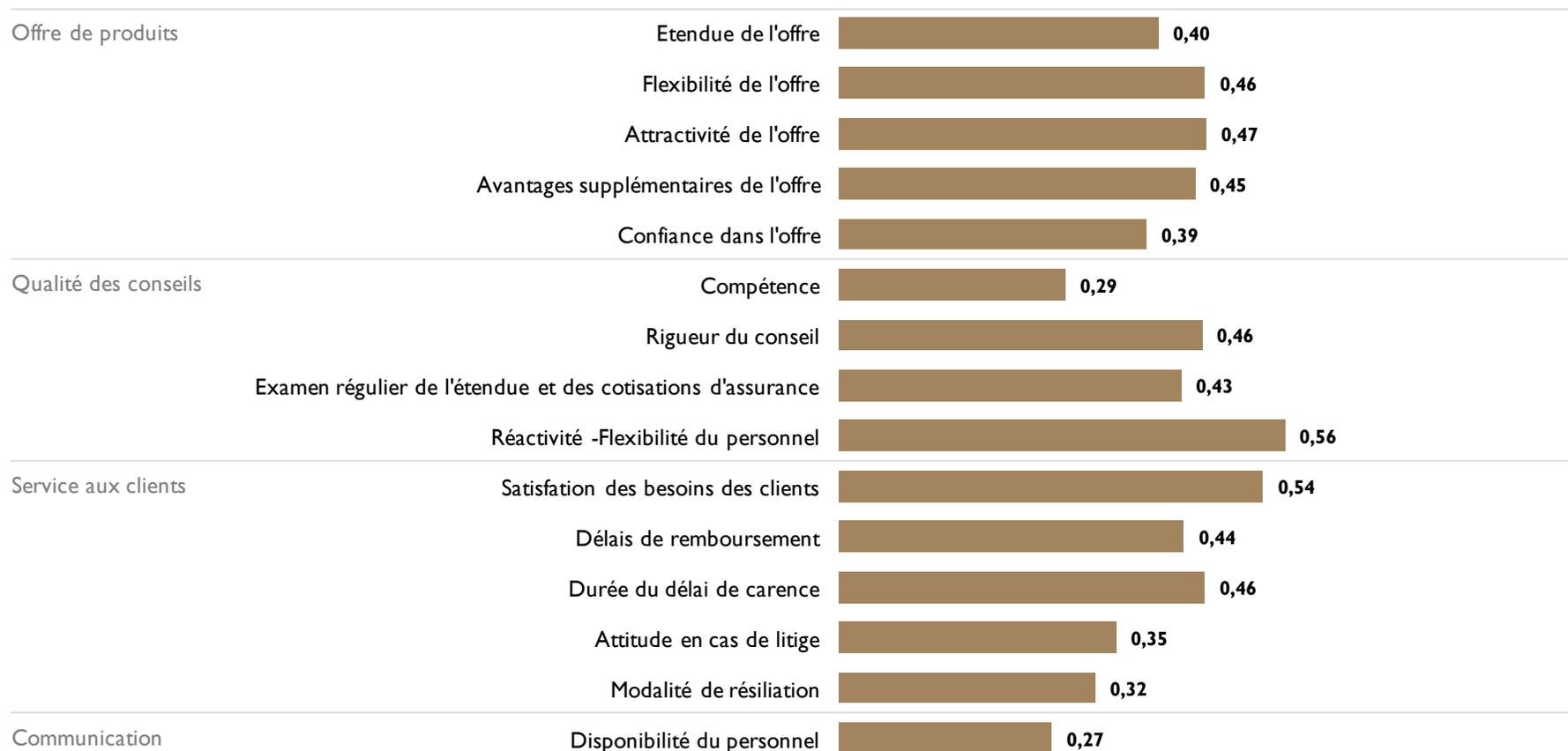


Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à Mutuelle Ociane Matmut.

Matrice action-pertinence – Mutuelle Ociane Matmut

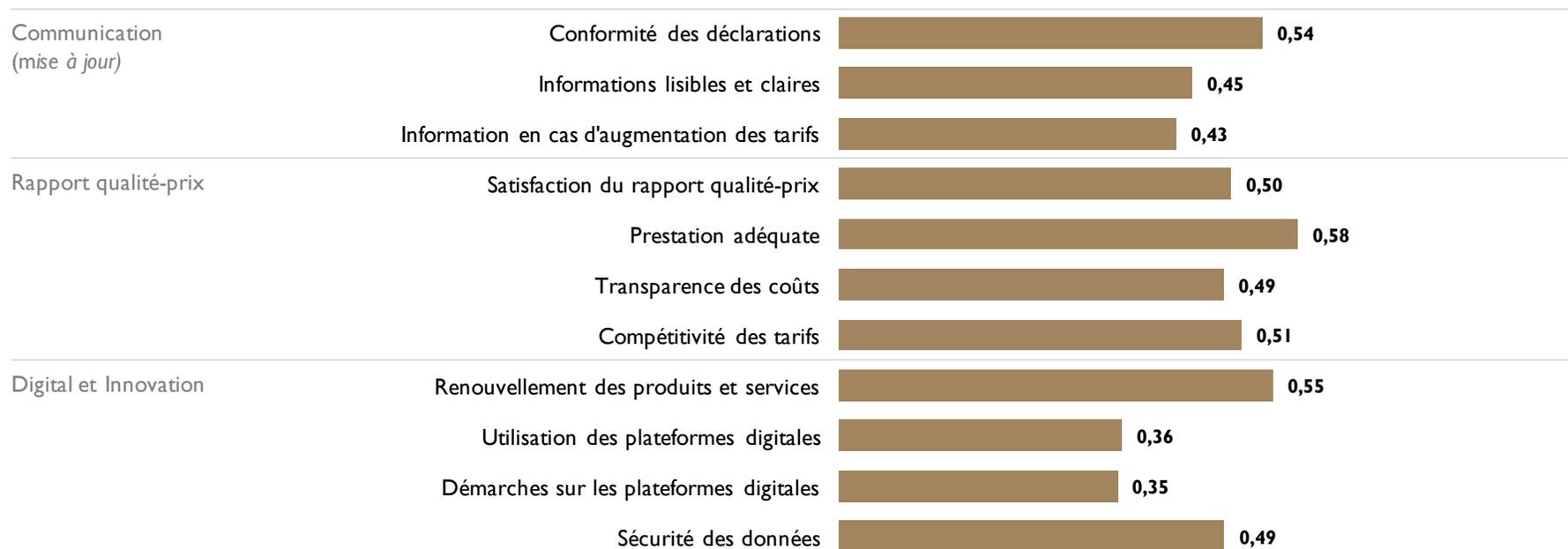


Moteurs de fidélisation de la clientèle – SantéVet (I)



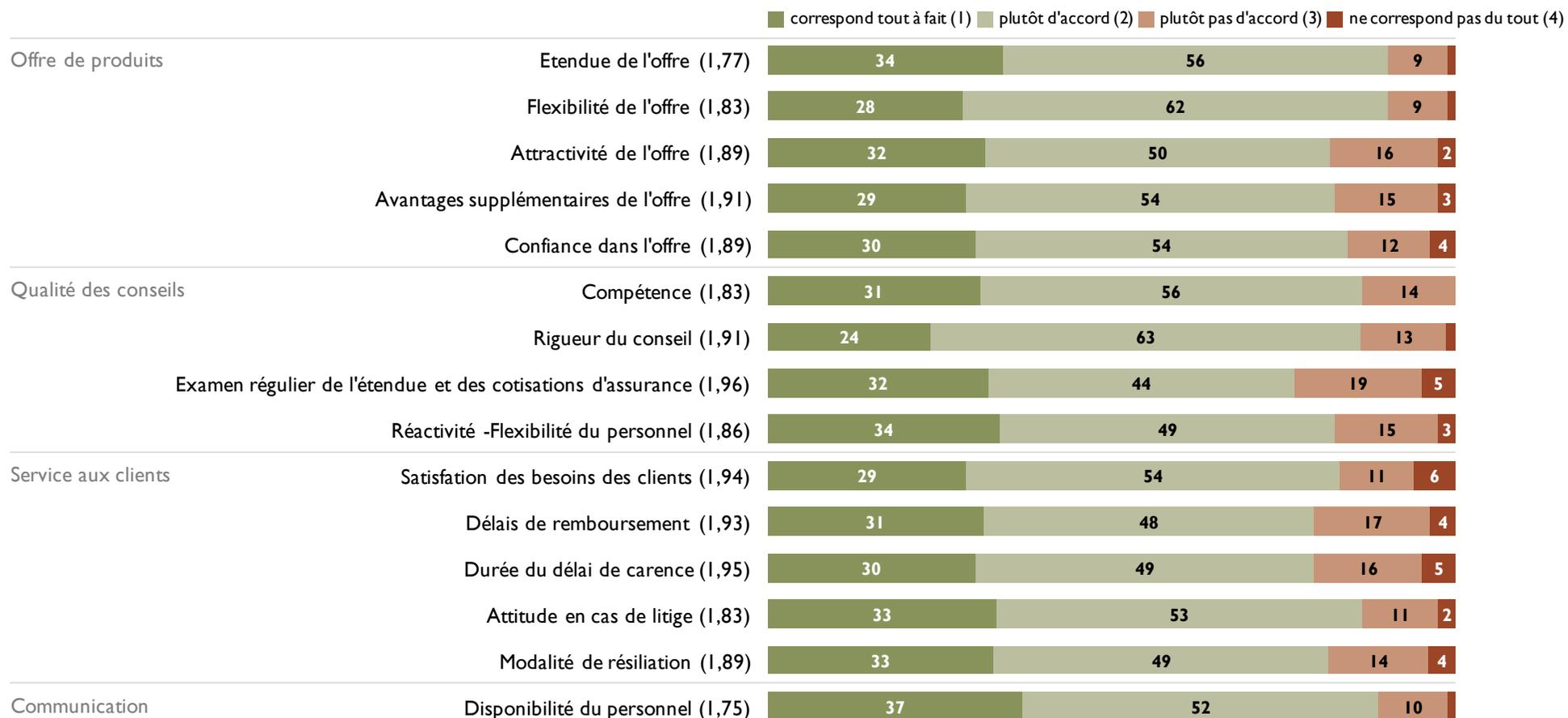
Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

Moteurs de fidélisation de la clientèle – SantéVet (II)



Méthode d'analyse de la pertinence: Explication de la variance de la corrélation selon Pearson

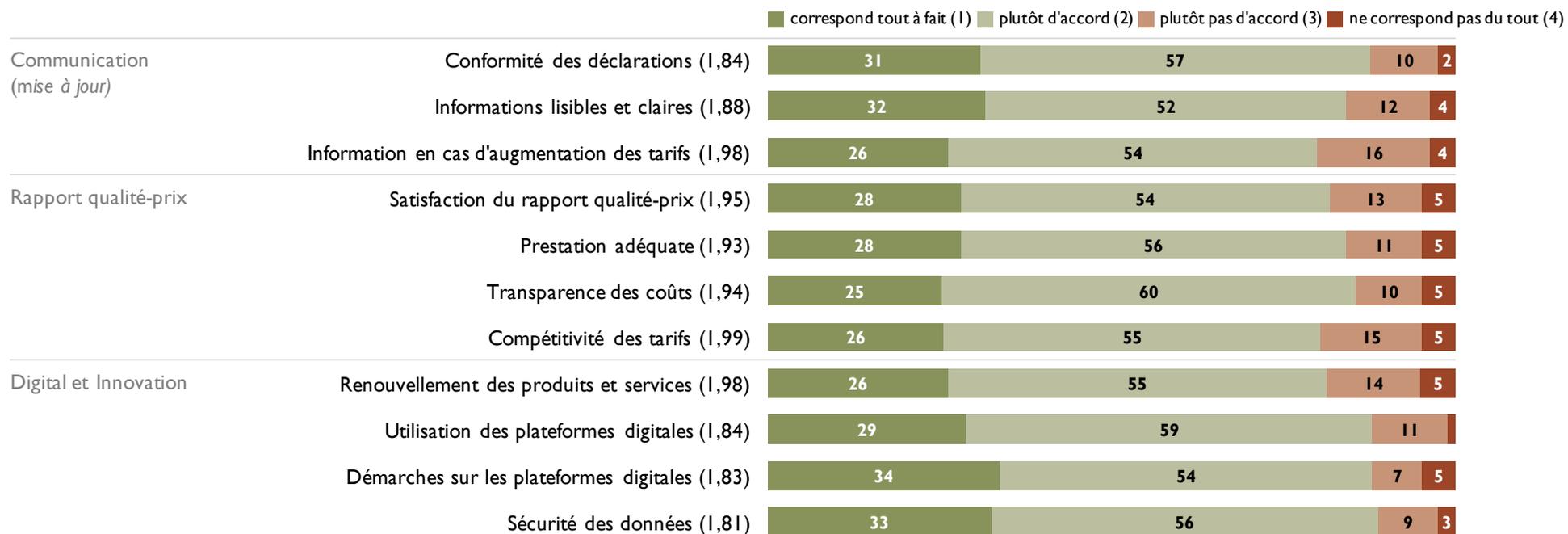
Profil-qualité – SantéVet (I)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à SantéVet.

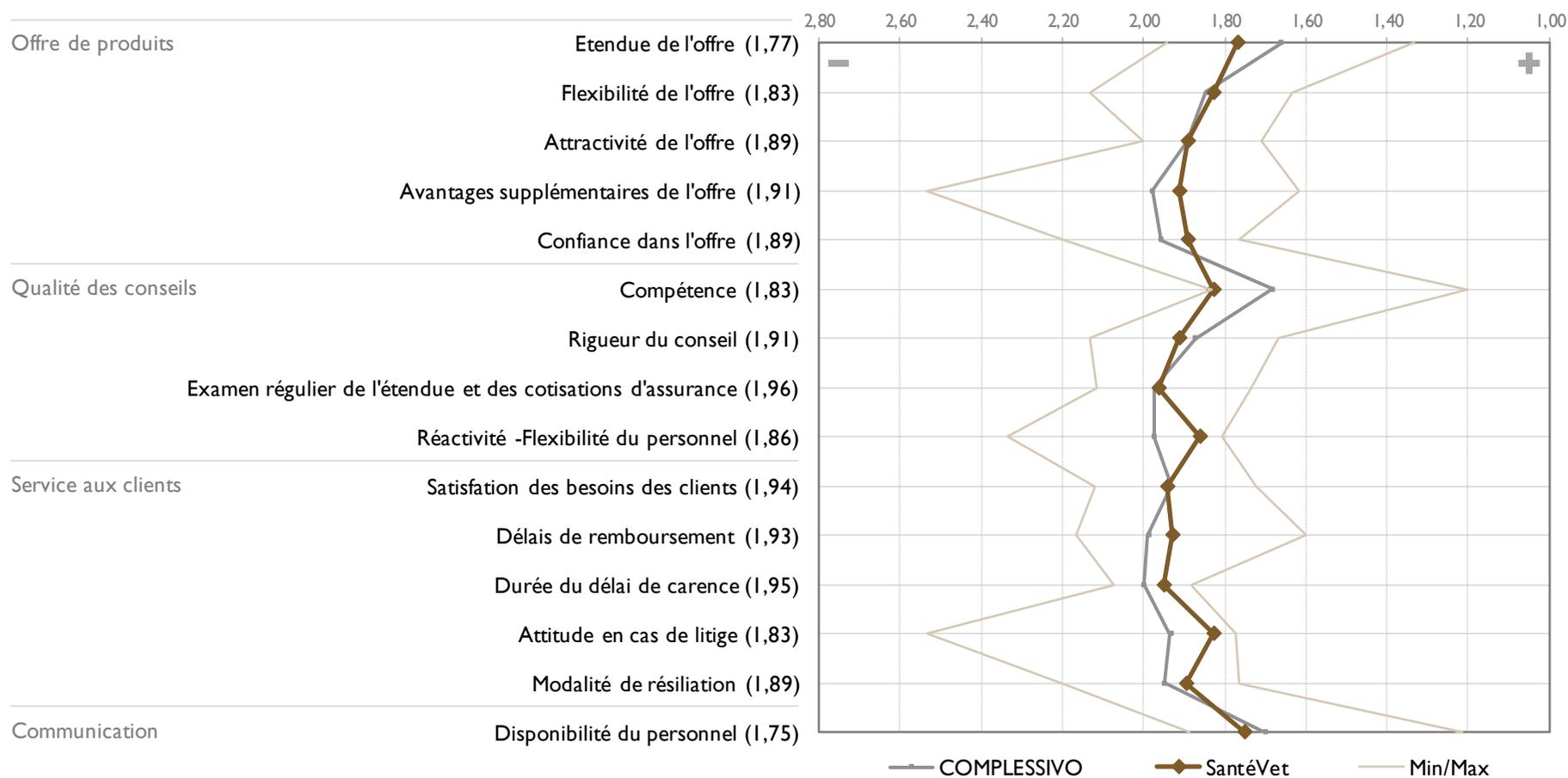
Profil-qualité – SantéVet (II)



Données en pourcentage, arrondies

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à SantéVet.

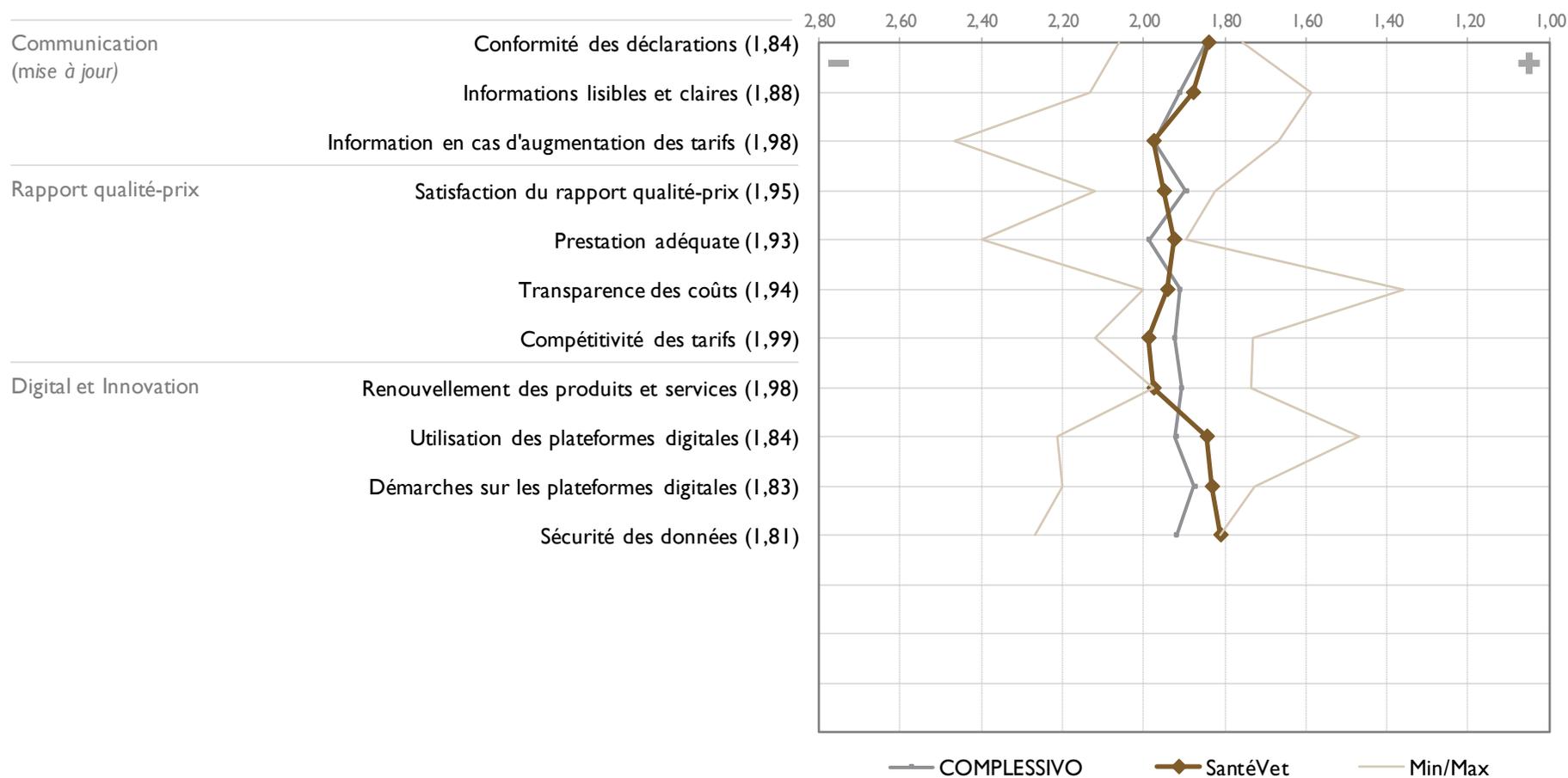
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – SantéVet (I)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à SantéVet.

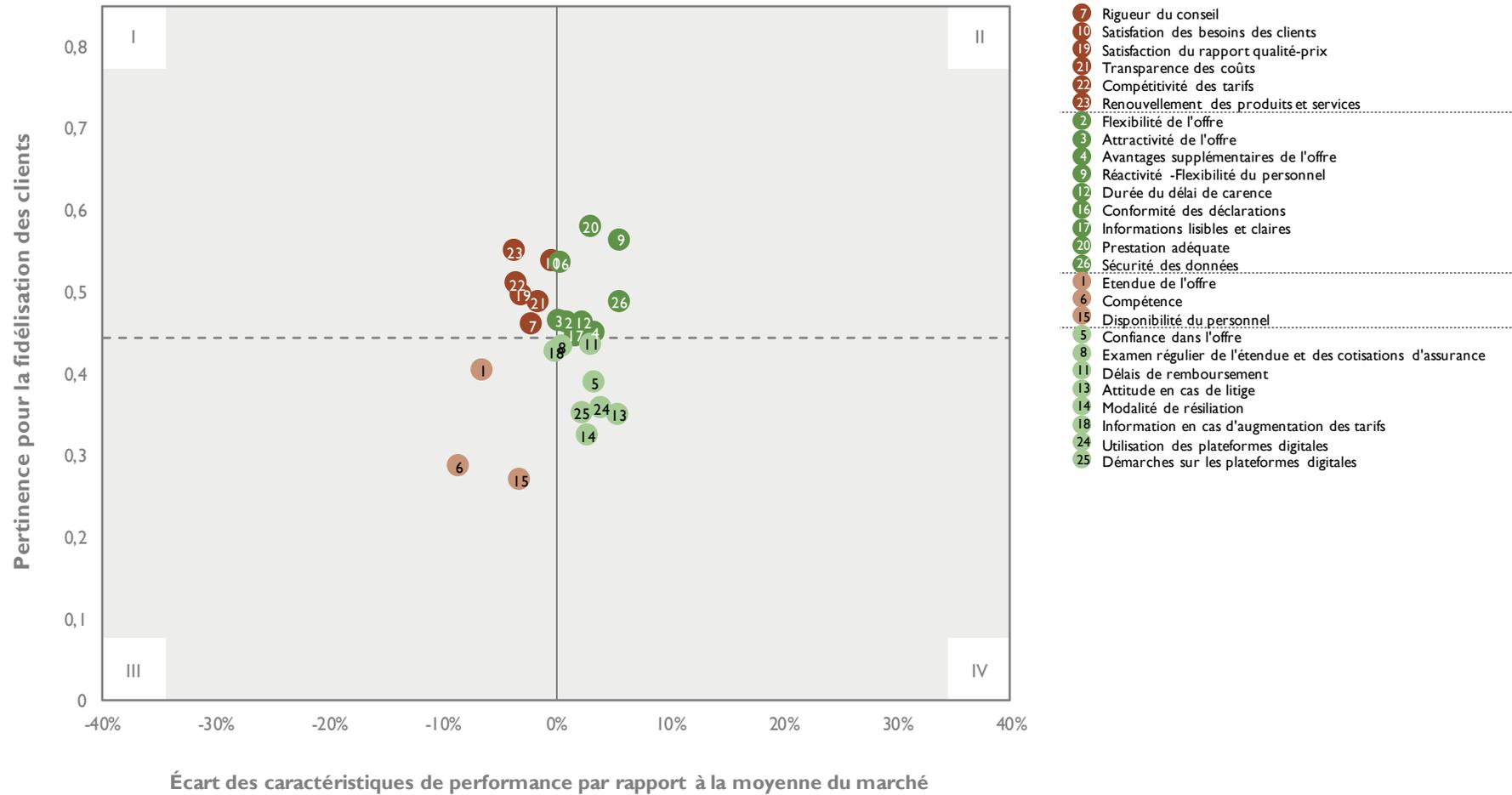
Profil-qualité, Comparaison sur le marché – SantéVet (II)



Valeurs moyennes, arrondies; une valeur moyenne plus petite signifie un meilleur résultat

Question: Veuillez indiquer dans quelle mesure les affirmations suivantes s'appliquent à SantéVet.

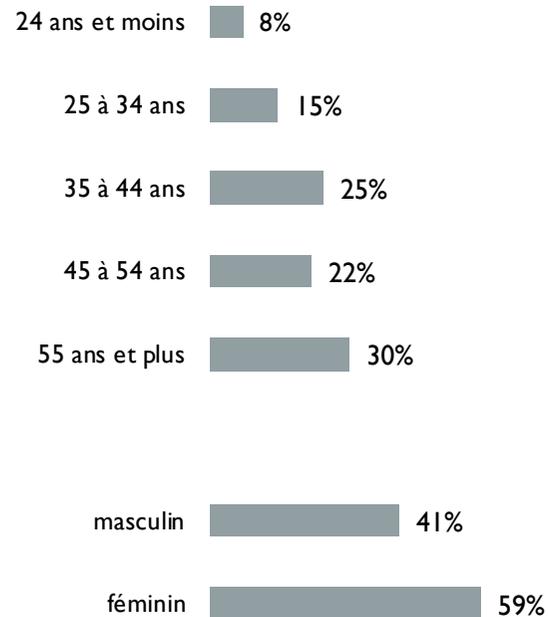
Matrice action-pertinence – SantéVet



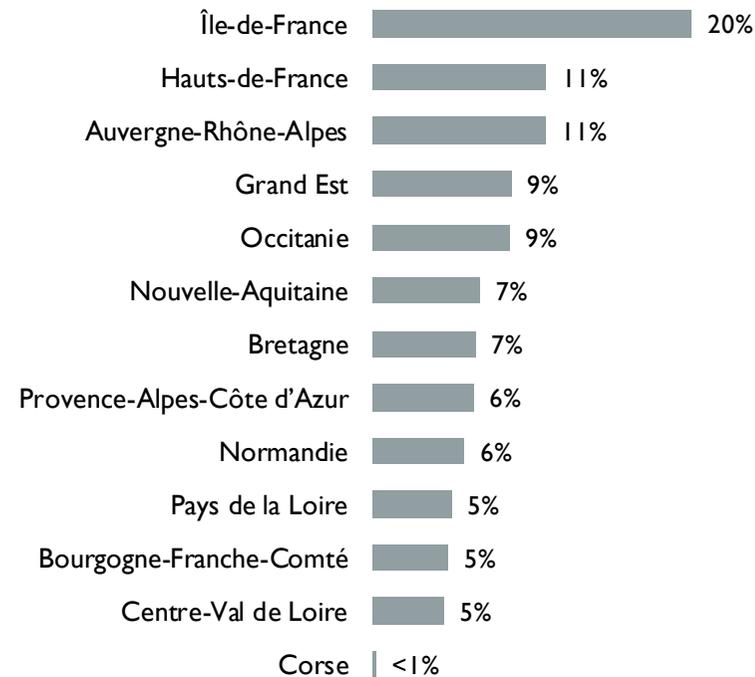
1. Annexe de l'enquête
2. INSTITUT DE LA QUALITE Appréciations des clients: Classements de qualité
3. Satisfaction globale, Orientation client et fidélisation
4. Aperçu global de toutes les caractéristiques de service et de performance
5. Profil-qualité
 - 5.1 Profil-qualité des Mutuelles
 - 5.2 Profil-qualité des Bancassurances
 - 5.3 Profil-qualité des Assurances
 - 5.4 Profil-qualité des Assurances chien et chat
6. Annexe: Explication de l'échantillon

Caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon (I)

Âge et sexe



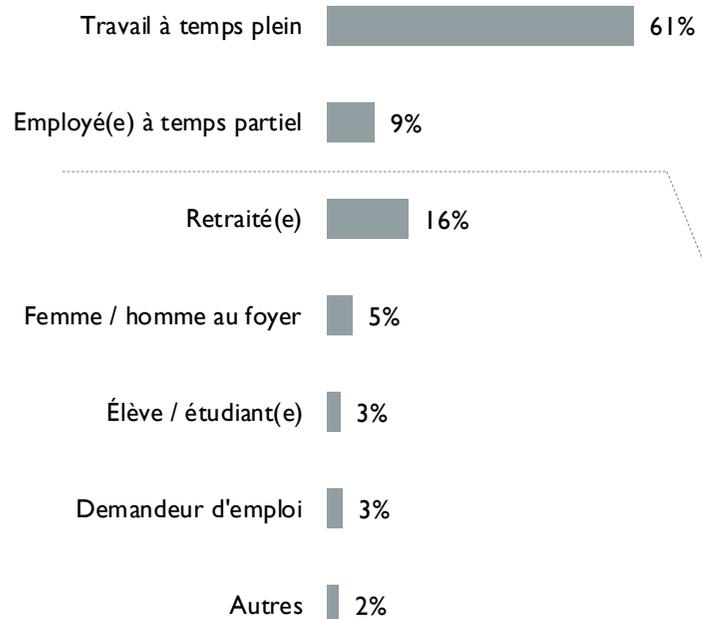
Région



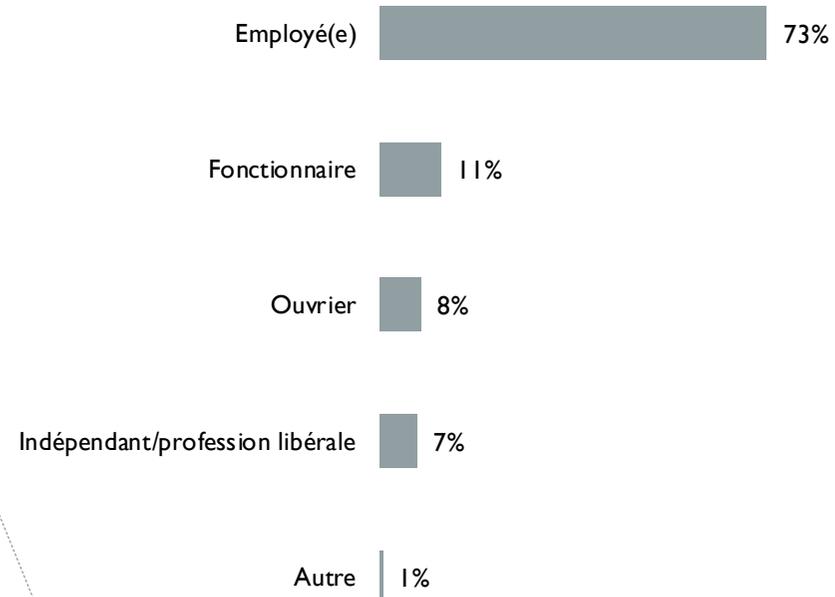
n = 2.068 (personnes interrogées ayant été clientes d'une des enseignes au cours des 12 derniers mois)

Caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon (II)

Activité professionnelle



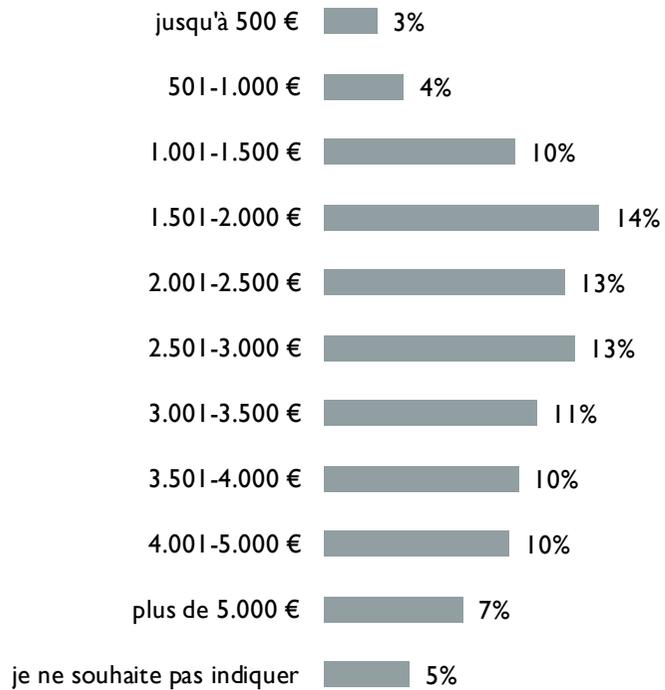
Relation de travail



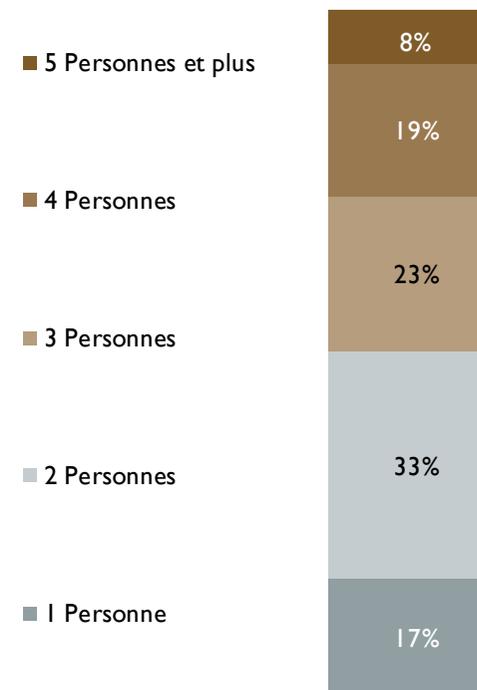
n = 2.068 (personnes interrogées ayant été clientes d'une des enseignes au cours des 12 derniers mois)

Caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon (III)

Revenu net du ménage



Personnes vivant dans le foyer



n = 2.068 (personnes interrogées ayant été clientes d'une des enseignes au cours des 12 derniers mois)

Mentions légales

Éditeur

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34I
50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0
Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99
www.ServiceValue.de
Info@ServiceValue.de

Contact

Institut de la Qualité IAQ

Christian Bieker 

Tel +49 89 9250-3611
info@institut-qualite.fr

Philippe Nevo 

Tel +33 7 54 15 56 06

Avertissement : ServiceValue GmbH attire l'attention sur le fait que les résultats de l'étude ont été établis avec le plus grand soin sur la base des commentaires des clients. Néanmoins, les résultats ne constituent pas un fait irréfutable et ne doivent pas être considérés comme une recommandation unique d'initier ou d'abandonner des activités commerciales individuelles.

Cette étude, y compris tous ses éléments, est protégée par des droits d'auteur. La transmission à des tiers, par exemple à une filiale ou à des tiers en relation économique avec le bénéficiaire de l'étude, n'est pas autorisée. Les utilisations qui ne sont pas expressément autorisées conformément aux dispositions du droit d'auteur requièrent l'accord écrit préalable des éditeurs. Cela vaut en particulier pour les adaptations, les reproductions, les traductions, l'enregistrement et le traitement électroniques ainsi que l'utilisation dans le cadre d'analyses et d'évaluations d'entreprises (ratings/certifications) ou de prestations de conseil par des tiers qui n'appartiennent pas à ServiceValue GmbH ou à des entreprises liées à celle-ci.

Photo de couverture: © dobrinya / Darko Stojanovic – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de