

■ Formation

Campagne d'information Cicero : premiers résultats

Le 4 décembre 2016, après quatre semaines de déroulement, la première vague de la campagne d'information Cicero s'est achevée. La campagne présente Cicero en tant que standard de qualité pour le conseil en assurance. Le spot de 20 secondes délivre un message simple à la clientèle de l'assurance : « Pour ce qui touche à votre conseiller en assurance, ne vous arrêtez pas à l'apparence. Soyez attentifs à Cicero, le label de qualité pour le conseil en assurance. » Compte tenu de ce que l'objectif principal est la notoriété, TV et vidéos, en tant que médias dominants, occupent une position centrale. Dans un savant mélange composé de 13 émetteurs de Suisse alémanique, de 7 émetteurs de la Suisse romande et de 2 de la Suisse italienne, le spot a pu être diffusé pour plus de 70% en PrimeTime. L'objectif publicitaire prévu d'une diffusion de 72 pourcent et d'une moyenne de contacts de 7.2 a été atteint. Sur youtube, le spot dans les trois langues a été consulté bien plus de 300'000 fois. Un marketing parallèle par machine de recherche garantit pendant l'année prochaine que les requêtes sur les thèmes pertinents seront dirigés sur le site-web de Cicero.

Quel effet ces mesures incitatives obtiennent-elles ? Une réponse à cette question pourrait être fournie par une coûteuse étude de marché qui ne permettrait toutefois des conclusions pertinentes que si elle était régulièrement renouvelée. Compte tenu du rapport coûts-bénéfices, on a renoncé à une classique étude de marché. Le fait que la campagne a de l'effet peut se déduire des nombreux appels et prises de contact auprès du Service Cicero. Le nombre des membres-Cicero est monté à plus de 7000. La pression croissante exercée sur les courtiers et les brokers suscite des réactions contrastées au sein de ce groupe-cible.

L'engagement s'est sensiblement accru auprès des membres-Cicero actuels. Les membres-Cicero tiennent à être repérés sur la liste des conseillers. Ils améliorent leur profil personnel et arborent fièrement leur carte de membre. Un effet secondaire voulu qui fait plaisir.

Les différentes compagnies d'assurance sont aussi devenues activement communicantes. Suivant la stratégie propre à chacune, les mesures vont de l'impression du label de qualité sur les cartes de visite des conseillères et conseillers à la clientèle, en passant par l'engagement en faveur de Cicero sur leur propre canal Facebook jusqu'à la finale sonore individuelle de leur spot-TV publicitaire. La somme de toutes ces activités en faveur de l'offensive de qualité Cicero renforce aussi bien la réputation de l'industrie de l'assurance dans le grand public que la crédibilité au plan interne.



Tiré de la campagne-TV : Cicero est le label de qualité pour le conseil en assurance

Service Cicero de l'AFA
Téléphone 031 328 26 26
www.cicero.ch

IMPRESSUM

Editeur:

Association Suisse d'Assurance ASA
Conrad-Ferdinand-Meyer-Strasse 14
Case postale
CH-8022 Zurich
info@svv.ch