



## Barmenia

MarketDirect Cross Media augmente les revenus et simplifie le traitement des commandes

## L'application confère une nouvelle intelligence à la communication imprimée

### Communication imprimée sur mesure

Barmenia est un des plus grands groupes d'assurance indépendants en Allemagne. La compagnie propose un large éventail de polices d'assurance maladie, d'assurance-vie, d'assurance habitation et d'assurance auto à plus de deux millions de clients. Son parrainage du Bayer Leverkusen en Bundesliga l'aide à maintenir de la visibilité.

Le courrier publicitaire demeure toutefois le principal moteur opérationnel du groupe. Dans le domaine de la promotion de produits d'assurance complexes, le courrier publicitaire personnalisé a fait ses preuves. Jusqu'il y a peu, les campagnes d'envoi de courrier publicitaire organisées par Barmenia reposaient sur une réponse par courrier ou par fax. Désormais, les clients potentiels peuvent également répondre par voie électronique.

### Intégration numérique

Ricoh a aidé Barmenia à introduire l'intelligence numérique dans sa communication imprimée. Il suffit aux clients potentiels de scanner les QR code qui figurent dans les communications écrites de Barmenia pour se retrouver directement sur une page d'accueil personnalisée. Celle-ci offre des services supplémentaires et permet au client de répondre par simple clic.

L'intégration numérique a transformé le marketing de Barmenia. Alors que les clients peuvent désormais accéder directement au contenu numérique au départ des communications imprimées, Barmenia a enregistré une augmentation de 100 % de son taux de conversion et un renforcement de son activité. Qui plus est, la réponse par voie électronique a sensiblement réduit les coûts de traitement.



Augmentation de  
**100 %**  
du taux de conversion des  
courriers publicitaires

*"MarketDirect Cross Media est un outil marketing d'une puissance incroyable. Nous l'avons adopté pour introduire l'intelligence numérique à notre communication imprimée. Il a permis d'augmenter considérablement le taux de conversion de nos courriers publicitaires."*

Ansgar Schneider,  
Responsable de la gestion  
des entrées/des sorties

**RICOH**  
imagine. change.

"Ricoh nous a proposé une solution prête à l'emploi d'une remarquable efficacité. Nous avons envisagé d'externaliser le processus, mais la mise en œuvre de MarketDirect Cross Media nous a permis de conserver le marketing et l'impression en interne."

Ansgar Schneider,  
Responsable de la gestion  
des entrées/des sorties

Barmenia-Allee 1

## Application flexible sur la base de modèles

La solution de Ricoh repose sur l'application MarketDirect Cross Media d'EFI. Grâce à cette application flexible sur la base de modèles, Barmenia peut créer rapidement des courriers publicitaires et du contenu en ligne sur mesure. Les lettres imprimées contiennent des QR codes qui permettent aux clients potentiels d'atteindre directement leurs offres en ligne personnalisées.

Le courrier publicitaire demeure le principal moteur opérationnel du groupe. Les communications imprimées aux couleurs de la marque, envoyées aux clients potentiels par une société d'assurance de confiance, suscitent un grand intérêt. Ces lettres sont envoyées à l'approche de dates de rénovation de polices. Elles invitent les clients actuels et potentiels à passer à une police offrant de meilleurs avantages ou à envisager la souscription à de nouveaux produits.

## Augmentation sensible de l'activité

La mise en œuvre de ces campagnes de marketing sur plusieurs supports a entraîné une augmentation sensible et soutenue de l'activité de Barmenia. Près de 25 % des nouvelles ventes sont désormais générées par le courrier publicitaire. Les indicateurs de Barmenia montrent que la société a enregistré une augmentation de 100 % de son taux de conversion des courriers publicitaires depuis le passage à la communication imprimée ET numérique.

Et les mécanismes de réponse par voie électroniques, rendus possible par l'accès au contenu en ligne, ont permis d'automatiser le processus de commande, ce qui signifie que l'assureur peut réagir plus vite aux commandes des clients. De plus, l'élimination de l'étape de la saisie manuelle des données a entraîné une réduction sensible des frais d'administration. L'impact sur la rentabilité est positif.