



Communiqué de presse

MAAF Assurances choisit LINK Mobility pour mener ses campagnes RCS (SMS 2.0)

Paris, le 19 mai 2022

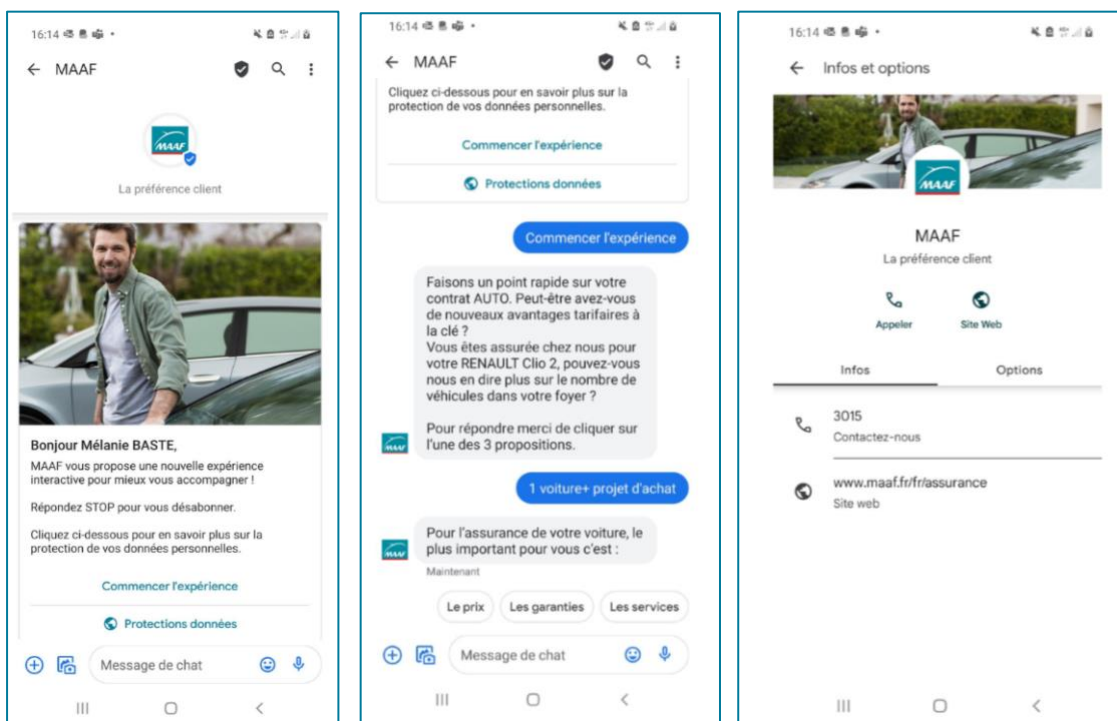
Afin d'optimiser son expérience client, MAAF Assurances a décidé de faire confiance à LINK Mobility, acteur mondial de solutions de messagerie mobile et de plateforme de communication en tant que service (CPaaS), pour déployer une campagne de communication innovante en utilisant le canal RCS (le SMS 2.0) à destination de ses clients particuliers et professionnels. Avec LINK Mobility, MAAF Assurances propose désormais une nouvelle expérience interactive grâce à un échange de réponses pré-écrites pour faciliter la communication bidirectionnelle entre les clients et la marque.

Un canal innovant pour une expérience client plus fluide et complète

Présenté comme le successeur du SMS, le Rich Communication Services (RCS) est un vecteur performant pour les actions marketing et transactionnelles qui désigne un protocole de communication (compatible avec la quasi-totalité des nouveaux smartphones Android commercialisés en France) qui propose des fonctionnalités avancées très proches de celles des applications de messagerie comme Facebook Messenger, WhatsApp ou iMessage d'Apple.

Alors que LINK Mobility a été récompensée en février 2022 en tant que "Meilleur fournisseur RCS" (Platinum Winner) par l'analyste Juniper Research, le Groupe a imaginé avec MAAF une expérience pour optimiser son parcours client : **en engageant la conversation via le canal RCS** au travers d'un échange de réponses pré-écrites, **les clients de MAAF peuvent profiter de nouveaux avantages.**

« La satisfaction client est un réel défi pour l'enseigne. Notre choix s'est très simplement orienté vers des conversations automatisées pour innover dans la manière d'apporter certains services à nos clients, les inciter à la prise de rendez-vous ou encore mesurer leur satisfaction » indique Léa LASSALE, chargée de projets marketing au sein de MAAF.



Des résultats très encourageants

À destination de 150 681 clients, cette **première campagne** a permis d'analyser l'engagement du client au travers du canal RCS. Avec près de 89% de taux d'ouverture sur les plus de 33 000 RCS envoyés, MAAF a ainsi pu enrichir sa base de données de façon significative.

Pour s'assurer de toucher tous les clients de la marque, LINK Mobility a déployé une expérience unique en combinant la campagne RCS à une campagne de SMS enrichis (*rich SMS*). Grâce à la combinaison des canaux RCS et SMS, le taux d'exposition à l'image de la marque MAAF a été maximisé (près de 31% des personnes ayant reçu la campagne ont été exposées à l'univers MAAF) et celle-ci a pu récolter des informations qualitatives au travers des réponses venant alimenter la connaissance client de la marque.

Ainsi, ce **canal RCS devrait continuer à être testé au sein de la MAAF et plus largement du groupe Covéa sur de futures actions marketing.**

LINK Mobility, qui est l'un des leaders sur le marché, compte déjà **plus de 5 millions de RCS envoyés** pour le compte de plus d'une vingtaine de clients.

A propos de LINK Mobility

LINK Mobility est l'un des principaux fournisseurs mondiaux de solutions de messagerie mobile et de plateforme de communication en tant que service (CPaaS), et sert aussi bien les Grandes Entreprises, les PME et les Gouvernements. LINK Mobility offre une large gamme de solutions mobiles innovantes et évolutives, créant une

convergence numérique précieuse entre les entreprises et les clients, les gouvernements et les citoyens, les plateformes et les utilisateurs. Le Groupe compte plus de 47 000 comptes clients dans le monde, échange plus de 14 milliards de messages par an et compte plus de 700 salariés. LINK Mobility est cotée à la bourse d'Oslo sous le ticker LINK. www.linkmobility.com

Contacts presse

Maud Boucheron

+33 6 40 19 45 39

m.boucheron@agence-influences.fr

Philippe Vogel

+33 6 80 20 70 88

p.vogel@agence-influences.fr

<https://agence-influences.com/>