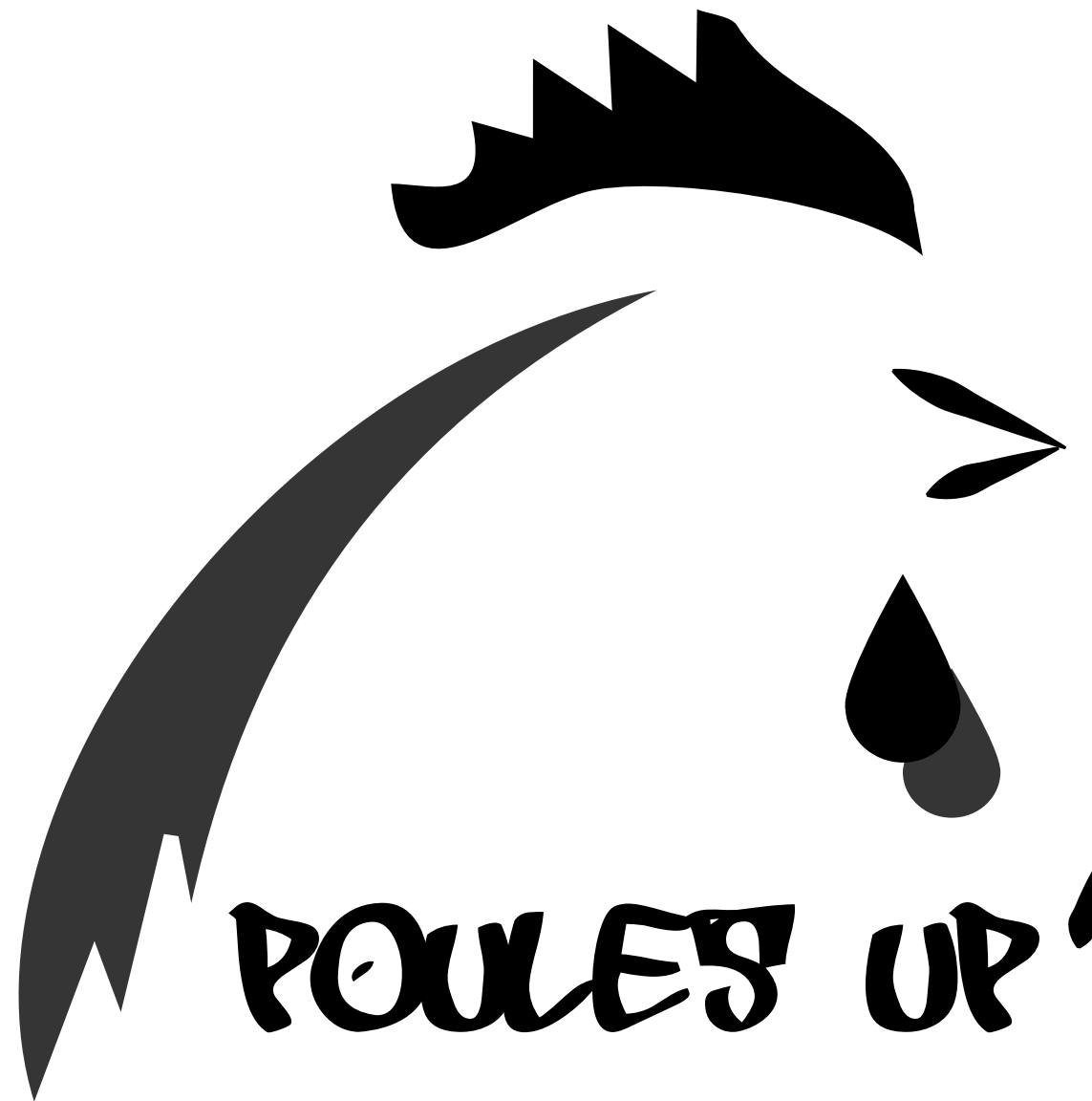
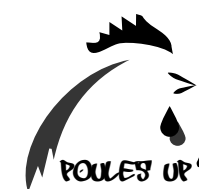


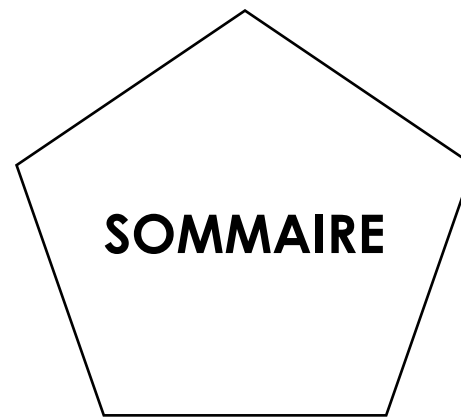
TEAM POULES UP'

Agence 13



Poules Up' c'est 11 filles pondeuses d'idées

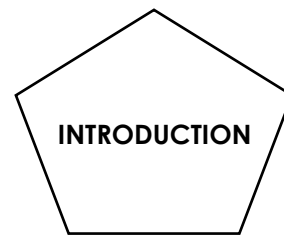




4	I. Introduction	15	IV. Stratégie créative
	x Rappel du brief	16	x Big Idea
5	x Annonceur		
6	II. Analyse de la situation	17	V. Créations et moyens
	x Contexte		x Pré-lancement
7	x SWOT	25	x Lancement
8	x Constat et problématique	27	x Post-Lancement
9	III. Stratégie de communication	29	VI. Planning
	x Positionnement		
10	x Objectifs	30	VII. Budget
11	x Cibles & personae	34	VIII. ROI



I.

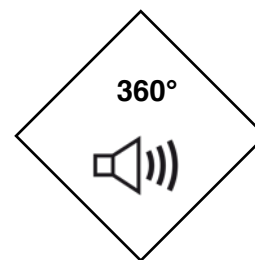


x Rappel du brief

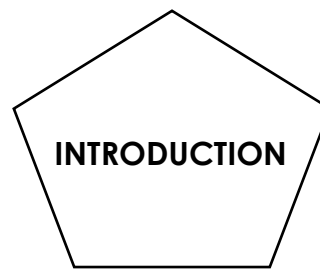
Le 14 juin 2017, l'assurance Gan Eurocourtage lancera une nouvelle solution santé permettant de répondre aux besoins de personnalisation des entreprises et propose une multiplicité de combinaisons de garanties. La nouveauté? La mise en place d'un dispositif de vente de contrats sur-mesure en ligne. Gan Eurocourtage a développé un nouvel outil d'accompagnement des courtiers permettant de simplifier leurs démarches en réalisant des devis et en souscrivant des contrats en ligne.

L'enjeu principal de cette opération est de convaincre les courtiers de vendre cette solution santé auprès des entreprises. C'est pour cela que Gan Eurocourtage souhaite lancer une campagne de communication 360° à destination de ses partenaires courtiers et des entreprises de moins de 300 salariés. Elle recherche un axe créatif permettant de se démarquer de ses concurrents et de casser les codes de la communication des assurances.

Le budget alloué à la future campagne de communication est de 30 000 euros.



I.



x L'annonceur

Gan Eurocourtage est une filiale d'assurance dédiée au courtage, intervenant sur l'ensemble des secteurs de la protection sociale. Ses trois produits phares sont les contrats d'Assurance Prévoyance, Retraite et Santé.

Gan Eurocourtage possède un **réseau de distribution de dimension nationale** qui inclut 600 partenaires courtiers. La filiale est présente à Paris, Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Nantes et Strasbourg. Parmi ses courtiers principaux, on retrouve Gras Savoye, Mercer, Siaci Saint Honoré, Aon, Verspieren et Verlingue. L'entreprise de 850 salariés compte 15 000 clients.

L'offre s'appuie sur son réseau partenaire afin de vendre des solutions sur-mesure qui seront adaptées aux attentes et aux besoins des entreprises.

L'expertise, la proximité et la réactivité constituent l'ADN de Gan Eurocourtage.

En 2015, la société réalise un chiffre d'affaires de 764 millions d'euros, soit 62 % du chiffre d'affaires des assurances collectives de Groupama Gan Vie.

Communication antérieure

La marque dispose d'une communication principalement digitale :

- LinkedIn très actif avec 384 followers, des posts quotidiens qualitatifs sur les actualités de l'entreprise et du secteur de l'assurance
- Twitter avec 543 abonnés, une moyenne de 3 à 4 tweets par jours mais entraînant peu d'engagement des abonnés
- Youtube n'est pas assez exploité avec 5 abonnés pour 4 vidéos et aucune communication n'est faite entre Youtube et les autres réseaux

Du côté media, Gan Eurocourtage n'a communiqué qu'en 2015 par le biais de publi-communiqués en presse professionnelle écrite et en digitale avec des GIFS.

La communication événementielle se décline autour de :

- Soirées, dîners, cocktails, spectacles, matchs de rugby...
- Salons (ex : journées du courtage)
- Voyages (2 fois/an)



La complémentaire santé obligatoire pour tous les salariés est entrée en vigueur le 1er janvier 2016. Campagnes de publicité sur les écrans, les ondes et par affichage, offres tarifaires défiant toute concurrence : tous les moyens sont bons pour démarcher et séduire les entreprises concernées par cet accord.

Pour anticiper le développement de ce marché, de nombreux assureurs misent sur leur expertise en conseil, pour accompagner les chefs d'entreprise. La concurrence ne se ressent pas uniquement sur la multiplication des acteurs, elle est aussi valable sur les prix. L'importance de développer un réseau de distribution sur et séduisant arrive en premier plan.

Le marché des complémentaires santé compte environ 96 acteurs. L'ensemble du marché est évalué à 33,9 milliards d'euros en 2014, ce qui représente une croissance de 15% de l'activité. Une hausse modérée de cotisations des organismes complémentaires santé de 1,3% a été constatée en 2015. Les experts estiment entre 4 et 5 milliards d'euros le montant transféré de contrats individuels vers des contrats collectifs.

Les assureurs et banquiers redoublent d'imagination pour séduire les chefs d'entreprise. Les institutions de prévoyance ont la connaissance du marché de la complémentaire santé collective mais ne disposent pas de réseaux contrairement aux assureurs et aux banques, petits nouveaux sur ce marché du collectif.

Les entreprises face à la généralisation de la complémentaire santé

Les employeurs peinent-ils à se retrouver dans toutes ces offres, toutes plus attractives les unes des autres ? Certains chefs d'entreprise attendent également que le marché se structure au niveau des accords de branche dans leur secteur d'activité.

Trois raisons ont principalement conduit les entreprises à la mise en place de la complémentaire : l'existence d'obligations, l'accomplissement d'un devoir social et la généralisation de la complémentaire santé.

La souscription à un contrat supplémentaire permet à l'entreprise de bénéficier d'une baisse des charges sociales. L'entreprise se voit attribuer un rôle de plus en plus important dans la couverture sociale des salariés et de leur famille.

Cependant, les TPE/PME sont davantage équipées en raison de la contrainte réglementaire que par souci de protection des salariés.

Les courtiers face à la généralisation de la complémentaire santé

La généralisation de la complémentaire santé est devenue une opportunité pour les courtiers. De fait, ils se sont redéployés vers les contrats de santé collective après avoir accusé un recul d'activité sur les contrats individuels. Pour autant les performances des courtiers restent disparates en fonction de leurs profils. L'intensité concurrentielle au sein du courtage en assurance pénalise les courtiers.

Face à l'évolution de nouveaux acteurs digitaux, les courtiers 3.0 misent sur le digital en bousculant les codes de l'assurance traditionnelle.

Les courtiers conseillent et influencent les entreprises de 50 à 249 salariés soit 117 800 entreprises en France. Cependant, la profession n'est responsable des ventes qu'à hauteur de 6%, d'où la nécessité de cibler les entreprises.

Face à l'intensification de la concurrence et au durcissement des conditions du marché, les courtiers ne restent pas inactifs. C'est ainsi que la profession poursuit ses actions de croissance externe avec l'appui financier des fonds d'investissement de plus en plus présent dans la capitale des cabinets de courtage.

II.

**ANALYSE
DE LA
SITUATION**

x SWOT

	Forces	Faiblesses
Annonceur	Réseau de dimension nationale Courtiers de renom et de confiance Entité Groupama => Forte crédibilité 3 ^{ème} dans les classements des mutuelles 2015 selon MerciHenri.com De nombreuses récompenses, dont le Label de l'Excellence en 2015	En 2012, Groupama annonce son option de ne pas verser les intérêts sur 1 partie de sa dette => Situation ambiguë qui a impacté l'image de Gan Eurocourtage
Produit	Personnalisation de l'offre Dispositif digital => Rapidité, simplicité	Absence d'aspect innovant de l'offre Moins d'affinités entre le courtier et le chef d'entreprise à cause du numérique
Com antérieure	Présence sur LinkedIn, réseau pro La Fondation Gan pour le cinéma soutenant des jeunes réalisateurs apportant une aide financière pour tourner leur premier film Journées et Congrès du Courtage	Le même contenu sur Twitter et LinkedIn, peu d'interactivité, les visuels généralistes Le site Internet n'est pas assez développé, peu attractif et peu fonctionnel Absence de communication média en 2016
	Opportunités	Menace
Marché	33 Mds d'euros de cotisations en 2014 => une croissance de 15 % de l'activité Une hausse d'activité des contrats collectifs représentant 43% du marché en 2014	10,02 milliards d'euros d'assiette de TSA (indicateur de référence du marché) au 1 ^{er} trimestre 2016 => baisse de 2,6% par rapport au 1 ^{er} trimestre 2015 Multiplication des acteurs, des prix compétitifs Les courtiers ne sont responsables des ventes qu'à hauteur de 6%
Concurrents	Gan Courtage dispose d'une offre 100% sur-mesure, ce qui lui permet de se distinguer de la concurrence	L'axe de communication 'sur-mesure' très utilisé par les concurrents Les groupes paritaires et les sociétés d'assurance sont les catégories les plus retenus par les TPE/PME Les bancassureurs et les assureurs possèdent un réseau + important 47 % des entreprises mettent en compétition 3 ou 4 opérateurs Les offres similaires, communication peu distincte
Demande	Baisse des charges sociales des entreprises Accomplissement d'un devoir social des entreprises => Attribution du rôle de + en + important dans la couverture sociale des salariés Le courtier est valorisé en entreprise, ce qui permet de développer une relation sur le long terme basée sur la confiance et son expertise judiciaire	Hausse moyenne de 3 à 5% sur le collectif en 2017, elle suit l'inflation des dépenses de santé TPE/PME davantage équipées par la contrainte règlementaire, que par souci de protection des salariés 27 % des entreprises de 50 à 249 salariés ont changé d'opérateur ces 3 dernières années Les contrats collectifs sont moins rentables que les contrats individuels => une couverture presque généralisée Taux d'intérêt faibles, les complémentaires santé ne peuvent plus se rattraper avec les placements financiers Baisse des remboursements en raison de la mise en place des contrats dits «responsables»
Le contexte sociétal	La généralisation de la complémentaire santé = cœur de la stratégie nationale de santé énoncée par le gouvernement en 2013, à côté de l'objectif de réduction des inégalités sociales de santé	L'accès à la complémentaire santé n'est pas homogène au sein de la population Un changement important pour les TPE, 33 % des entreprises de < de 10 salariés offraient une complémentaire santé à leurs salariés en 2009

II.

ANALYSE DE LA SITUATION

x Constat et problématique



CONSTAT :

Les influences externes étant positives pour le secteur de l'assurance santé collective, le marché a vu de nombreux acteurs naître au cours des dernières années. Malgré les stratégies de distributions différentes, les offres proposées sont sensiblement similaires. En outre, le message communiqué par les assureurs, répétitif et non différenciant, il est aujourd'hui très difficile pour un courtier ou une entreprise de faire un choix.

Le nouveau produit santé de Gan Eurocourtage dispose d'un aspect différenciant : la construction de l'offre se fait entièrement sur Internet et les courtiers deviennent autonomes pour proposer une solution 100% sur-mesure à leurs clients. Elle permet un gain de temps et une marge de manoeuvre plus importante sur les commissions.

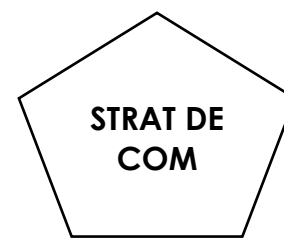
Notre communication devra donc mettre en avant l'autonomie et la personnalisation sur un axe différenciant des concurrents.



PROBLÉMATIQUE :

Comment créer une préférence pour la nouvelle solution santé, sachant qu'elle est sensiblement similaire aux autres offres proposées par les assureurs ?

III.

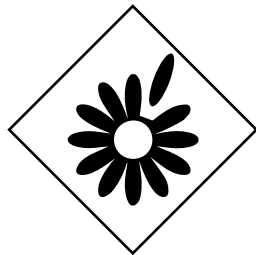


x Positionnement

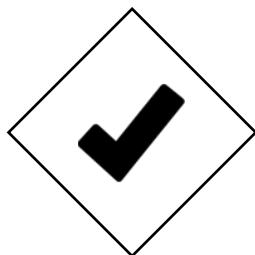
Galya Santé, l'offre sur-mesure en toute autonomie.



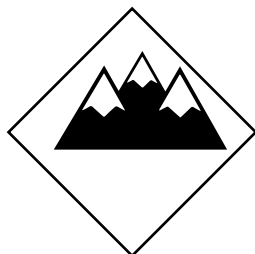
Le positionnement est attractif grâce à la qualité d'autonomie mise en avant qui signifie un gain de temps pour les courtiers et les entreprises puis l'aspect sur-mesure qui donne l'impression d'avoir la main sur la détermination de son offre.



Il est distinctif par l'autonomie de l'offre, qui supprime l'intermédiaire entre le commercial et le courtier.



Il est également crédible car la mise en place de la complémentaire santé se fait en ligne et propose plusieurs formules et modules.



Enfin, il sera durable tant que l'offre est sur-mesure et se fait en ligne et tant qu'une entreprise aura besoin d'une complémentaire santé et qu'il n'existera pas d'outils plus simple et rapide qu'Internet.

III.



x Objectifs qualitatifs

Objectif principal
Se différencier de la concurrence

Cognitif

- Faire connaître la nouvelle complémentaire santé
- Renforcer l'attribution à la marque par les publics cibles (augmenter l'indice de notoriété)

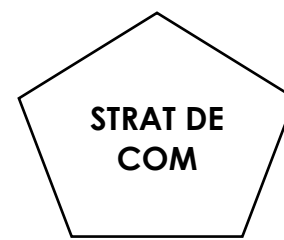
Affectif

- Entretenir l'aspect sur-mesure et pratique du produit pour le rendre plus attractif
- Entretenir la relation déjà existante entre Gan Eurocourtage et ses partenaires courtiers
- Créer une image de marque de produit distinctive en bouleversant les codes de la communication traditionnelle du secteur de l'assurance

Comportemental

- Pousser le public cible à se renseigner sur la nouvelle solution santé
- Inciter les courtiers à promouvoir le produit auprès des entreprises
- Déclencher un acte d'achat
- Rendre le produit indispensable
- Susciter un engouement pour la communication avec des relais sur les réseaux sociaux
- Susciter une trentaine de rédactionnels chez les journalistes de presse print et web spécialisés en assurance santé, innovation, RH

III.



x Cibles & personae

Notre 1ère cible est composée des ressources humaines, directions administratives et financières ainsi que des chefs d'entreprises de moins de 300 collaborateurs. Issus de CSP moyenne à plus et de toutes régions confondues, ils seront tout d'abord motivés par la contrainte réglementaire, ils souhaiteront mettre en place une complémentaire santé adaptée à leur secteur d'activité. Et ce, dans le but d'apporter une solution nouvelle à leurs salariés à travers une image soucieuse de leur santé. En effet, le bien-être des salariés peut également agir de façon positive sur leur productivité. En outre, la souscription à un contrat supplémentaire permet à l'entreprise de bénéficier d'une baisse des charges sociales.

Néanmoins, ils seront freinés le nombre important d'offres qui les perdront sans compter le fait que les contrats collectifs sont moins rentables que les contrats individuels (une couverture presque généralisée). De plus, le taux d'intérêt étant faible, les complémentaires santé ne peuvent plus se rattraper avec les placements financiers. Enfin, la baisse des remboursements en raison de la mise en place des contrats dits «responsables».

Notre 2ème cible est composée des 600 courtiers partenaires de Gan Eurocourtage exerçant leur activité à Paris, Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Nantes ou Strasbourg. Ils seront motivés par la découverte d'une nouvelle offre au travers d'une communication originale, complément différente des autres annonceurs en assurances santé collective qui les mettra en avant et qui les sortira de leur routine quotidienne. Le seul frein pourra être qu'ils ne remarquent pas notre offre ou qu'il y en ait une autre qu'ils préfèrent.

Notre cible secondaire est composée de :

- Les journalistes de la presse spécialisée dans le domaine de l'assurance : l'Argus de l'Assurance et La Tribune de l'Assurance
- Les journalistes de la presse professionnelle lu par les chefs de petites entreprises et par les DRH : Le Journal des RH, Liaisons Sociales Magazine, Le Mag'RH, RH info, Focus RH, Journal du Net, Le Point, Focus RH, Le Figaro, Les Echos, Stratégies, etc.

La presse spécialisée nous permettra d'obtenir des retombées extrêmement ciblées et donc de créer un certain engouement dans le monde la communication ainsi que dans le secteur de l'assurance. La presse professionnelle nous permettra de toucher les DRH et chefs de petites entreprises à faibles coûts.

Chef d'entreprise

Marine Mercella



"Mes salariés sont ceux qui me font avancer."

Age: 41

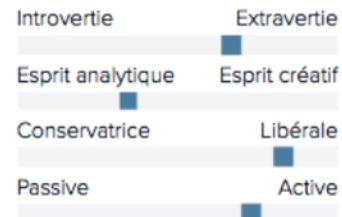
Travail: Chef d'entreprise

Family: Mariée et 1 enfant

Localisation: Bordeaux

Caractère: Ambitieuse, protectrice, stricte.

Personnalité



Motivations

- Offrir la meilleure protection possible à ses salariés.
- Gagner du temps.
- Bénéficier d'une baisse des charges sociales.

Freins

- Se sent perdue à cause du panel d'offres proposées.
- Rentabilité d'un contrat individuel par rapport à un contrat collectif.

Journée type

Chaque jour, Marine se lève à 6h30, se prépare puis se réveille sa fille pour la préparer. Elles partent ensuite en voiture à 8h10 pour arriver à l'école Saint Jean à 8h25, la ponctualité est une priorité pour elle. Elle se rend ensuite dans ses bureaux, au sein de Bordeaux et épluche ses mails avant de commencer à travailler. Sa pause café et cigarette de 11h30 accompagnée de ses collègues est devenue une habitude sociale qui lui permet de discuter avec eux afin d'être au plus proche de leurs problèmes autant personnels que professionnels. Elle a pour habitude de commander à manger afin de ne pas perdre de temps mais elle s'octroie une pause de 20 à 30 minutes après manger afin de lire les nouvelles dans les Echos ou le JDN. Ses journées se finissent généralement vers 20h, elle va ensuite récupérer sa fille chez la nourrice, dîne avec elle, la couche puis profite de son temps libre devant un film d'auteur accompagnée de son époux.

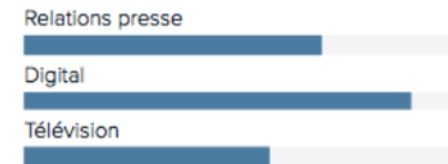
Motivations



Assurances sélectionnées



Moyens de communication préférés



Courtier

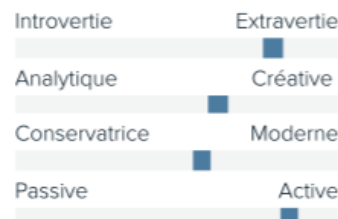
Pascal Convenant



"Notre but est de découvrir des compagnies extraordinaires à des prix ordinaires et non des compagnies ordinaires à des prix extraordinaires."

Age: 49 ans
 Travail : Courtier
 Statut: Divorcé, 3 enfants
 Ville: Vienne
 Caractère: très indépendant

Personnalité



Motivations

- Gain de temps et commissions plus élevées
- Solution faite sur-mesure

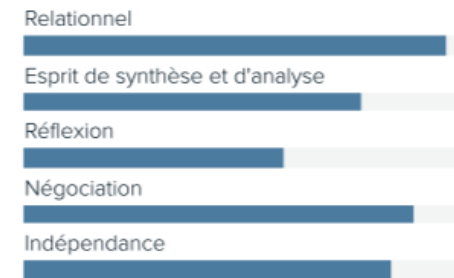
Freins

- Rentabilité d'un contrat individuel par rapport à un contrat collectif
- Ne pas remarquer notre offre

Bio

Pascal commence ses journées de travail à 8h30 chaque jour. Il commence par éplucher les mails qu'il a reçus la veille puis lit les actualités relatives au domaine des assurances santé sur l'Argus et la Tribune de la Santé. Il se penche ensuite sur l'avancement des dossiers en cours et s'octroie une pause déjeuner en compagnie de ses collègues à 12h30. Il retourne regarder ses mails à 13h30 puis quitte le bureau à 14h pour aller à la rencontre de nouveaux clients. Il rentre généralement au bureau vers 17h30-18h afin de finaliser les tâches administratives dues aux nouveaux dossiers puis rentre chez lui et profite de sa soirée pour regarder la télé en dinant.

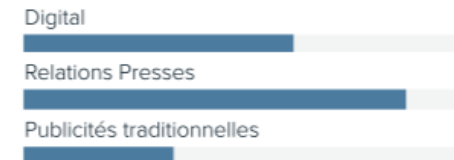
Motivations



Assurances sélectionnées



Canaux préférés



DRH

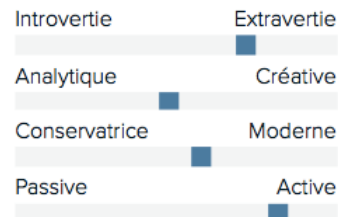
Véronique Dalbavie



" Il n'est de richesse que d'hommes"

Age : 38 ans
 Travail : DRH
 Statut : Mariée, 2 enfants
 Ville: Lyon
 Caractère : Très relationnel

Personnalité



Motivations

- Gain de temps
- Solution faite sur-mesure

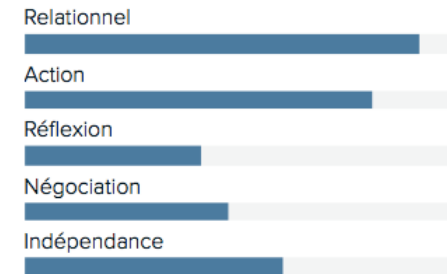
Freins

- Rentabilité d'un contrat individuel par rapport à un contrat collectif
- La peur de l'insatisfaction des salariés
- La peur que l'offre ne soit pas adaptée aux besoins de l'entreprise

Bio

Agée de 38 ans, Véronique est directrice des Ressources Humaines. Elle est chargée de l'administration du personnel et des équipes dédiées au développement des ressources humaines. Très impliquée dans la performance de son entreprise et de l'épanouissement de ses salariés. Experte en droit du travail, elle veille à ce que toutes les réglementations soient appliquées et à ce que les membres du personnel obtiennent des avantages sociaux. De plus, elle participe de façon continue à l'amélioration des conditions de travail et à toutes les réunions internes. Après sa longue journée de travail à écouter patiemment les doléances des salariés, elle rentre auprès de sa famille et s'occupe de toute la maison.

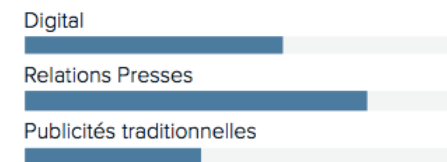
Motivations



Assurances sélectionnées



Canaux préférés



IV.



x Parti-pris

Les principaux insights :

Pour le courtier :
Trouver la bonne offre pour son client est une aventure quotidienne.
Pour les chefs d'entreprise :
Créer sa propre entreprise est une grande aventure personnelle.
Pour les RH :
Les problèmes rencontrés par le personnel de l'entreprise doivent être considérés comme des défis à relever.

Axe créatif : L'aventure

Pourquoi le concept d'aventure ?

Il s'adresse au cœur de cible et à la cible principale.
L'aventure symbolise les péripéties du quotidien de l'entreprise et les moyens qu'elle va mettre en place pour les résoudre.
L'aventure reflète aussi la construction d'une entreprise, les défis que se lancent les entrepreneurs et auxquels sont confrontés les salariés.

Promesse

"Galya Santé, l'assurance à toute épreuve."

The reason to believe

La nouvelle offre de GAN Eurocourtage est modulable et personnalisable en fonction des besoins de chaque entreprise et souscrite en ligne par le courtier ce qui représente un gain de temps considérable.

Bénéfice consommateur

Adaptabilité et personnalisation de l'offre.
Gain de temps dû à la facilité et à la rapidité du processus.

Ton & Atmosphère

Afin de sortir du brief, nous avons opté pour un ton décalé, exagéré et humoristique.

Contraintes

Impératifs de la marque : ne pas modifier le logo de GAN
Impératifs de temps : date de lancement du produit 14 juin 2017
Impératifs de format : court (petit budget), Digital, RP et événements principalement

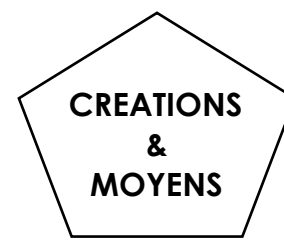




LA BIG IDEA

Créer une expérience unique pour les
courtiers et entreprises de France

V.



x Pré-lancement



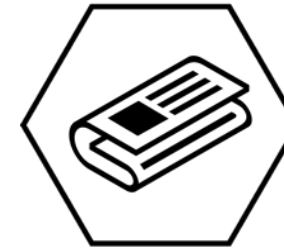
UN E-MAILING TEASING SUR L'EVENT
+ UN RAPPEL

L'**e-mailing** sera sous forme de teaser événementiel et sera envoyé aux 600 courtiers partenaires GAN Eurocourtage. Il aura une ligne éditoriale exagérée, basée sur le challenge en présentant de manière mystérieuse l'événement organisé par GAN. Il expliquera également les conditions relatives à la participation de l'événement : les **24 premiers inscrits** seront sélectionnés et se rendront à l'événement avec le client (Chefs d'entreprise ou RH) de leur choix. Cet e-mailing sera créatif et peu conventionnel. La créativité demeurera dans une ligne éditoriale saugrenue. De cette manière, nous surprendrons les courtiers qui n'ont pas l'habitude de recevoir ce type de mail. Cela soutiendra leur attention et nous permettra un taux de captation maximale afin de s'assurer la présence de 25 courtiers au minimum.

Eventbrite, est la plateforme qui nous permettra de gérer les inscriptions pour un événement en toute facilité. *cf annexe
Nous préconisons cet outil, car il correspond à nos besoins en terme d'inscription et d'organisation. Grâce à ce site, nous pouvons consulter le nombre des personnes inscrites et le limiter à 50.

La page de l'évènement sera personnalisée, afin de rester dans la continuité de l'axe choisi.

Le e-mailing de rappel sera envoyé au 24 participants afin de leur donner les informations relatives à l'événement : date, lieu, heure et billets de train. La ligne éditoriale devra être similaire à celle du mail de teasing afin de soutenir l'attention et l'envie des courtiers.



UNE INVITATION POUR LA PRESSE

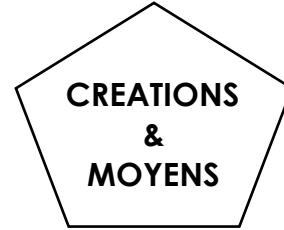
L'**invitation presse** sera envoyée aux journalistes de l'Argus de l'Assurance et la Tribune de l'Assurance. Nous allons sélectionner **deux journalistes** qui participeront à l'événement.

Le but de cette action est de les inciter à prendre part au projet, de plonger dans l'**ambiance** du challenge et de l'aventure. Cela provoquera des retombées de presse efficaces qui reflèteront notre axe de communication.

L'invitation presse reprendra la ligne éditoriale des outils précédents afin de garder le même esprit.



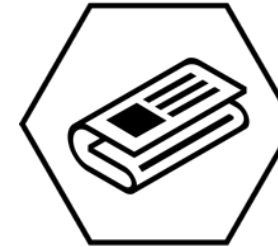
V.



x Pré-lancement



UN E-MAILING TEASING SUR L'EVENT
+ UN RAPPEL



UNE INVITATION POUR LA PRESSE

CHERS COURTIER.S,

Regardez bien autour de vous et soyez attentifs, l'humanité est en train de défaillir...

Gan Eurocourtage vous a sélectionné afin de détruire le virus rongeur petit à petit les entreprises du monde entier.

C'est au court du **WORLD WAR GAN** que vous aurez une chance de découvrir une nouvelle offre santé, un antidote capable de détruire cette épidémie des plus enragées

Rendez-vous le **15 MAI 2017** à **LYON** pour un évènement unique mêlant cohésion et dépassement de soi.

Cependant seuls les **24 candidats** les plus réactifs auront le privilège d'accéder à la The Place to Dead Zone accompagnés d'un représentant de l'entreprise partenaire de votre choix. Vous qui avez le goût du challenge, montrez-nous quel héros sommeille en vous !

Afin de vous inscrire gratuitement au **WORLD WAR GAN** merci de vous rendre sur le lien ci-dessous.

<http://www.eventbrite.fr/e/billets-world-war-gan>



* pour le déplacement, la moitié du billet de train sera remboursé pour tout billet de seconde classe

INVITATION PRESSE

Une épidémie d'un nouveau genre frappe les entreprises. Votre mission, si vous l'acceptez : trouver l'antidote afin d'enrayer la fin du monde !

Vous êtes convié au



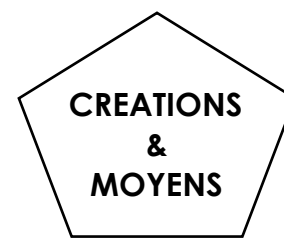
Le 15 mai 2017
à 10h

afin de découvrir la nouvelle offre GAN
Rendez-vous à Lyon !

Merci de confirmer votre présence avant le 10 Mai à
contact@ganeurocourtage.com



V.



x Pré-lancement



UN ESCAPE GAME

Notre événement principal sera la construction entière d'un escape game. Celui-ci s'appellera **World War Gan** et sera axé sur la santé de A à Z tout en restant sur le ton de l'aventure et du challenge de manière exagérée : une attaque de zombie s'abat sur les entreprises et contamine les collaborateurs un à un.

La **mission** est simple : trouver l'antidote qui permettra la destruction des zombies et le retour à la normal de leurs collègues sous peine de la destruction du monde. Pour se faire, 5 équipes de 10 personnes devront plonger au coeur d'une entreprise désaffectée et résoudre un parcours d'énigmes qui les mèneront au précieux remède.

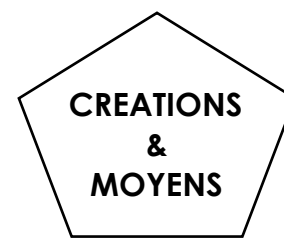
Pour s'en sortir, les survivants devront déchiffrer une ordonnance de médecin en trouvant une paire de lunettes spéciale qui leur permettra de trouver le code d'une trousse de santé cachant de précieux indices, ils devront déchiffrer le braille sur un paquet de médicament à l'aide d'une fiche explicative cachée, ils devront trouver un code leur donnant accès à un tiroir en utilisant le liquide spécial contenu dans une seringue...

Mais l'enjeu sera de taille car des embûches seront dissimulées tout au long du parcours : si un candidat tombe sur une attelle, cela signifiera qu'il s'est fait mordre par un zombie et devra continuer le jeu en utilisant un seul bras. S'il tombe sur une paire de lunettes cachetée, cela voudra dire qu'il aura regardé un zombie dans les yeux et il sera devenu aveugle.

Cet événement central de notre stratégie de communication représente parfaitement notre axe créatif et notre désir de différenciation et d'innovation. Le but de ce jeu est de présenter de manière non conventionnelle la nouvelle offre santé à ces 24 courtiers et RH. Notre volonté principale est d'obtenir des retombées sur les réseaux liées à l'assurance. Nous souhaitons que cet événement complètement décalé et déjanté fasse l'objet d'articles de presses, de publications sur les réseaux sociaux et de bouches à oreilles ce qui augmentera grandement la notoriété de Gan Eurocourtage et qui touchera le coeur de cible qui parlera de cette opération hors du commun et qui sera donc attentive à tous nos prochains messages de communication.

De plus, les énigmes de l'escape game étant construites de A à Z, nous mettons en avant de manière subtile notre positionnement.

V.



x Pré-lancement



UN ESCAPE GAME

SCENARIO

Toute l'aventure sera filmée et surveillée par 1 game master. Il guidera les 10 joueurs au long de leur aventure, en leur donnant quelques indices

Toute l'histoire commence dans une entreprise désaffectée.

Les 10 joueurs débiteront leur aventure, menottés en couple à un tuyau de plomberie.

Pour ôter leur menotte ils devront atteindre un ballon de baudruche quelques mètres plus loin.

Comment ?

Un des joueurs aura près de lui un des fléchettes, il faudra tenter sa chance pour percer le ballon et y trouver la clé ainsi que deux pièces de puzzle.

Pour atteindre les clés qui seront loin, il faudra que l'un des joueurs utilise la chaîne aimantée qui se trouve depuis le début de la partie à ses côtés.

Une fois libérés ils pourront commencer la fouille.

Des gélules seront éparpillées partout dans la pièce, sur chacune d'elle, une lettre. Toute rassemblées elles formeront le mot : ZOMBIE.

Ce code permettra d'ouvrir une valise, dans laquelle se trouve deux nouvelles pièces de puzzle ainsi qu'une boîte de médicaments avec des inscriptions en braille.

Cachée derrière le tuyau, une feuille reprend le code braille et chaque symbole correspond à une image.

L'image correspondante au code sur la boîte est une paire de lunettes.

Les lunettes permettront de lire une ordonnance de médecin complètement floue. Elle donnera un code qui ouvrira un coffre.

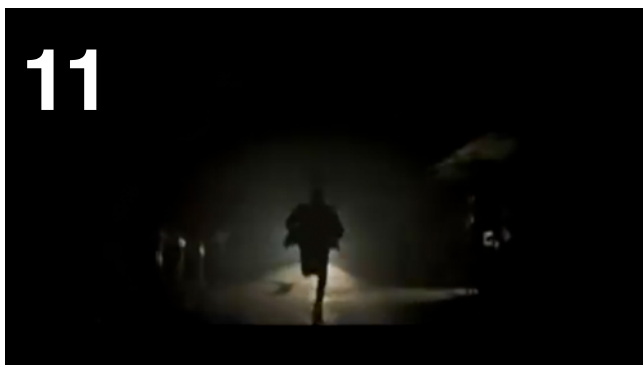
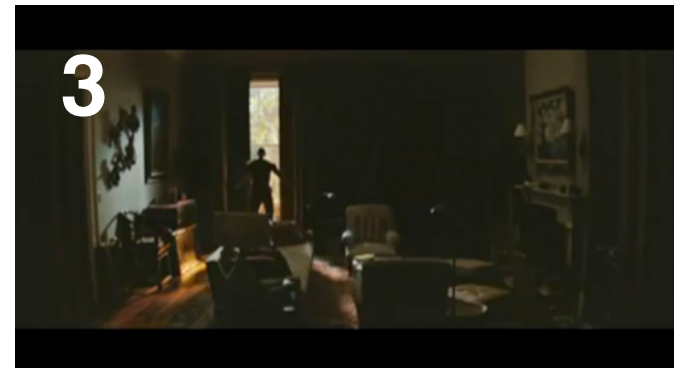
Dans le coffre une nouvelle clé ainsi que deux nouvelles pièces de puzzle.

La clé permet d'ouvrir le défibrillateur, lequel contiendra des seringues en plastiques ainsi qu'une fiole.

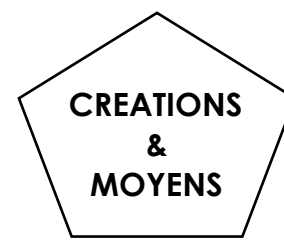
Les joueurs devront verser quelques gouttes de la seringue dans la fiole pour voir apparaître le code final qui ouvrira la mallette finale qui contiendra les trois dernières pièces de puzzle permettant de reconstruire le puzzle et trouver : L'OFFRE GAN.

V. UN ESCAPE GAME

CREATIONS & MOYENS



V.



x Pré-lancement



UNE CONFERENCE WEBINAR

Le Webinar aura comme objectif principal de présenter l'offre **Galya Santé** de manière sérieuse et institutionnelle aux courtiers afin qu'ils se l'**approprient** parfaitement avant le lancement. Ils auront ainsi tous les **outils** en main pour la présenter aux entreprises ce qui maximisera nos chances de ventes. Nous assurerons ainsi la gestion de notre e-réputation et toucherons 100% de notre **coeur de cible**.



UN ENVOI DE TROUSSE DE SECOURS

La trousse de secours sera envoyée en **300 unités** à des agences de courtier partenaires après l'évènement de façon à toucher les **576** autres courtiers qui ne participeront pas à World War Gan. Elle comportera un kit de **premier secours**, une fausse notice en cas d'**attaque** de zombies. Notre axe créatif sera décliné sur la notice, et ce, dans le but de garder la même ligne éditoriale et d'inciter la cible à prendre part au projet.

Ce goodie est un rappel, un clin d'oeil à notre évènement. Il sera inscrit dans la continuité de toute la communication autour du lancement de produit. C'est également un cadeau original que les courtiers n'ont pas l'habitude de recevoir de la part des assureurs. Cette action va permettre de provoquer leur curiosité et de maximiser les retombées commerciales.

La trousse va également comporter un plaquette qui permettra de présenter l'offre aux courtiers de façon sérieuse et institutionnelle. A travers cette plaquette, nous allons aussi pouvoir mettre en avant l'offre dans son intégralité . Elle reprendra la charte graphique de GAN Eurocourtage.

La trousse sera commandée sur Cadoetik.com, le site de vente d'objets de communication. Le site représente un réel avantage en terme de rapport qualité/prix.

Le logo de GAN Eurocourtage sera décliné sur le support en quadrichromie

V.

CREATIONS & MOYENS

x Pré-lancement



UNE CONFERENCE WEBINAR



UN ENVOI DE TROUSSE DE SECOURS

CHERS COURTIERS,

Conférence Webinar

Après avoir créé l'étonnement avec l'Escape Room le 15 mai 2017, nous vous convions à une conférence unique dédiée à notre nouvelle offre santé. Vous pourrez y revivre les temps forts de l'évènement et découvrir plus en détail les aspects de la formule Galya Santé.

Nous vous attendons nombreux et c'est avec plaisir que nous répondrons à tous vos questionnements.

N'hésitez pas à cliquer sur le lien ci-dessous le **18 mai 2017 à 15h00** afin d'assister au **Webinar Gan Gayla Santé** :

<http://bit.ly/2htGCd8>

Nous sommes à votre entière disposition pour tout renseignement supplémentaire afin de maintenir une relation durable et de mener à bien nos projets d'avenir.

.....

QUELQUES MOTS SUR L'OFFRE :

Vous souhaitez gagner du temps dans vos négociations de contrats, être autonome lors de votre proposition et présenter une offre à votre client qui répond parfaitement à ses besoins ?

Nous nous engageons à vous faire gagner du temps et de l'autonomie lors du processus de vente des contrats santé. C'est pourquoi, nous lançons aujourd'hui une nouvelle solution santé qui comprend :


Une offre 100 % modulable

Une autonomie complète pour les courtiers

Une réduction des échanges entre courtiers et commerciaux

Nous vous remercions pour votre fidélité et votre confiance, grâce auxquelles nous construisons chaque jour de belles aventures.

A bientôt



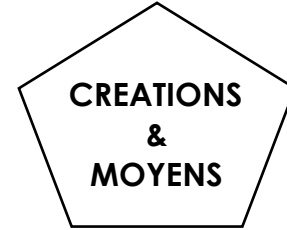
Julie Bouttega // Directrice commerciale de Gan Eurocourtage
juliebusquet@gmail.com // 06 07 98 65 42

EN CAS D'URGENCE

<u>Pansements</u> Second bout de peau	<u>Pince à échardes</u> Sait-on jamais
<u>Ciseaux</u> Pour amputer	<u>Paire de gants vinyl</u> Pour une fouille cérébrale
<u>Bandages</u> Pour stopper vos hémorragies	<u>Unidoses de sérum</u> Pour survivre
<u>Désinfectant</u> En cas de sécheresse extrême	
<u>Fil & Aiguilles</u> Pour recoudre votre oeil	



V.



x Pré-lancement



UN ENVOI DE TROUSSE DE SECOURS
PLAQUETTES

La nouvelle offre santé, l'assurance à toute épreuve !

gan
EUROCOURTAGE

Questions ?
N'hésitez pas à nous contacter pour plus d'informations complémentaires.
Un équipe sera présente 24h/24H pour y répondre.

Contact
Gan eurocourtage
Service commerciale
Service-commerciale@gan-eurocourtage.com
0103290396
0103293365

La nouvelle offre santé, l'assurance à toute épreuve chez

gan
EUROCOURTAGE

Pourquoi s'assurer chez GAN ?

Gan intervient sur l'ensemble des secteurs de la protection sociale :

- prévoyance,
- santé,
- épargne retraite,
- assurance emprunteur
- et perte d'emploi du dirigeant.

La marque dédiée au courtage vous propose tout type de solutions afin de répondre aux demandes des chefs entreprises et des salariés.

Gan Eurocourtage accompagne ses courtiers partenaires en leur offrant :

- expertise,
- proximité
- Réactivité

Trois valeurs qui font partie intégrante de leur culture d'entreprise.

GALYA SANTÉ qu'est-ce que c'est?

Gan Eurocourtage s'engage à vous faire gagner du temps et de l'autonomie lors du processus de vente des contrats santé. C'est pourquoi, nous lançons aujourd'hui une nouvelle solution santé GALYA !

GALYA SANTÉ comprend :

- une offre 100% modulable aux besoins du client
- une autonomie complète pour les courtiers lors de la réalisation de la proposition
- la réduction des échanges entre nos courtiers partenaires et nos commerciaux

GALYA SANTÉ c'est des MAX d'avantages !

Vous souhaitez gagner du temps dans vos négociations de contrats?

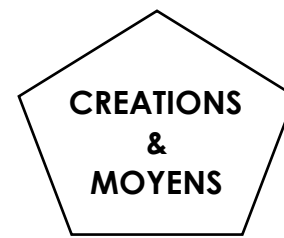
Vous souhaitez être autonome lors de votre proposition?

Vous souhaitez présenter à votre client une offre qui va répondre précisément à ses besoins?

**Cette offre est faite pour vous !
Rendez-vous le 14 juin pour la retrouver.**



V.



x Lancement



RESEAUX SOCIAUX

Les **réseaux sociaux** déjà gérés par GAN Eurocourtage nous permettront d'entreprendre une communication qui touchera notre cible principale grâce à de la publication de contenu. Celui-ci reprendra notre axe créatif basé sur **l'exagération, l'humour et l'aventure**. De cette manière, nous préconisons la publication d'une fausse offre saugrenue et hilarante afin de maximiser l'engouement de la cible et l'image de marque différenciante. Bien entendu, nous ferons une annonce officielle et très formelle de la réelle offre une semaine après.



NEWSLETTER

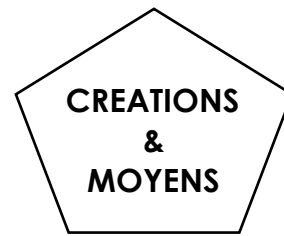
La **newsletter** est uniquement destinée à notre cible principale. Son but est d'informer du lancement, les entreprises susceptibles de souscrire la nouvelle offre **Galya Santé**.

Elle mettra en avant les avantages du produit dont bénéficieront les entreprises.

Notre axe créatif sera déclinée sur la newsletter, afin de garder une cohérence entre tous les supports produits.

Nous ciblons les entreprises de **50 à 300 salariés** ce qui représente 124 000 entreprises. Sur ces 124 000, nous ciblons 1/3 de ses entreprises les plus à même de sélectionner notre offre de complémentaire santé ce qui représente 24 000 entreprises grâce à l'achat d'une base de données.

V.



x Lancement



RESEAUX SOCIAUX



NEWSLETTER

Gan Eurocourtage Gan Eurocourtage est aux faits des évolutions du monde. Nous vous proposons donc en avant première, un aperçu de notre nouvelle offre santé destinée aux entreprises, qui s'adapte à toutes les situations extraordinaires. Donnons-nous rendez-vous le 14 juin pour la révélation !



Votre entreprise fait face à des situations surnaturelles ? GAN Eurocourtage vous offre une nouvelle solution

gan-eurocourtage Dans un contexte incertain et en perpétuel évolution, l'entreprise est tous les jours confrontée à de nouvelles problématiques. Dans les années à venir, les avancées techniques, médicales et la conquête de l'espace auront un impact sur la santé et la vie de chacun.

J'aime (4) · Commenter · Partager · il y a 12 jours

Xavier PINON, Alexandre DEMOLOMBE +2

Ajouter un commentaire...



#RDV sur le site #GANEurocourtage pour #découvrir l'intégralité de la #nouvelleoffre #santé #collective !
<http://bit.ly/2hprPzN>



Répondre Retweet Favoris Plus

18h30 - 07 JUIN 2017 · Intégrer ce tweet



L'évolution de la #médecine et l'intérêt que nous vous portons, nous ont poussés à mettre en place une #nouvelleoffre #santé
<http://bit.ly/2hpr2zN>

Gan Eurocourtage (La vrai offre) Plus sérieusement ! Nous vous proposons aujourd'hui de découvrir notre nouvelle offre santé collective. Elle est disponible dans son intégralité sur le site GAN Eurocourtage : <http://bit.ly/zhprPzN>



J'aime (2) · Commenter · Partager · il y a 1 heure



Répondre Retweeter J'aime Plus

4:30 PM - 7 juin 17 · Embed this Tweet

Galya Santé, L'assurance à toutes épreuves

Gan Eurocourtage lance sa nouvelle formule : Galya Santé. L'offre recouvre l'ensemble des secteurs de la protection sociale de votre entreprise : prévoyance, santé, épargne retraite, assurance emprunteur et perte d'emploi du dirigeant

La formule Galya Santé Entreprise vous permet de garder le contrôle et de gérer les dépenses liées à la santé de vos salariés

Ne dépenser que pour l'essentiel

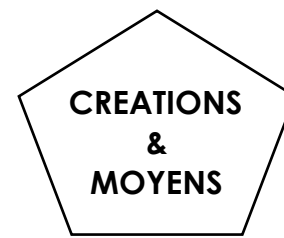
ganeurocourtage@gmail.com

<http://gan-eurocourtage.fr/>

8° in >



V.



x Post Lancement



COMMUNIQUE DE PRESSE

Le **communiqué de presse** va relayer toute la communication faite autour du lancement de **Galya Santé** ce qui créera un rappel aux nombreuses entreprises qui auront entendu parler de l'événement grâce aux clients des courtiers présents à l'évènement.

De plus, le communiqué contiendra les informations claires et précises à propos de la **nouvelle complémentaire santé**. Il permettra également de pérenniser et développer la visibilité de GAN dans les médias et susciter l'intérêt des clients et prospects.



RESEAUX SOCIAUX

De plus, nous préconisons la création et la mise en ligne de **4 vidéos** qui, dans le même axe créatif, mettront en scène des situations surnaturelles en entreprise (une femme à qui des bras d'extraterrestre poussent). La chute de ces mini-vidéos sera la solution **Galya Santé** qui assure les entreprises à toutes épreuves. Les vidéos seront donc sur le ton de l'humour ce qui permettra de nous différencier grandement face aux concurrents qui prônent une communication conventionnelle et sérieuse. Les vidéos seront sous forme d'animation ce qui appuiera le côté humoristique et léger de notre communication.

V.

CREATIONS & MOYENS

x Post Lancement



COMMUNIQUE DE PRESSE



RESEAUX SOCIAUX



Communiqué de presse

« Gan surprend par sa communication de lancement de sa nouvelle offre santé attractive et créative. »

Le X Septembre 2017

Gan Eurocourtage organise toute sa communication de lancement autour d'un univers bien plus que décalé. En passant par un événement privé hors du commun à de multiples vidéos extraordinaires. L'aventure de Gan commence dès maintenant par sa révélation surprenante d'offre santé et elle est loin d'être terminée.

Gan Eurocourtage a créé un événement privé s'intitulant « World War Gan », à destination de ses courtiers. L'occasion de présenter leur nouvelle offre santé à travers un jeu d'échappée game. Ces courtiers sélectionnés ont eu la chance de vivre une expérience unique et sur-mesure, adaptée au domaine de l'assurance et de la santé.

Comme son nom l'indique l'Escape Game est un « jeu d'évasion ». Ce nouveau concept divertissant est une nouvelle façon de s'amuser tout en étant ludique. Il envahit l'hexagone depuis quelques années et devient le nouveau jeu « trendy » que tout le monde s'arrache.

Plongé en pleine immersion dans un univers des plus déjantés, l'événement a été un réel succès pour l'entreprise. La création des décors dignes des plus grands plateaux de cinéma a ravi les courtiers et les nombreuses entreprises participantes. Souvent pris par le temps, ils avaient seulement 60 minutes chrono pour démasquer le vrai du faux et sortir de cette pièce mystérieuse tout en déchiffrant la solution.



Gan, la solution miracle ou presque ? Doté d'imagination débordante pour dévoiler leur offre, Gan a créé cette expérience à destination des courtiers afin qu'ils appréhendent personnellement les problématiques des clients et qu'ils puissent y répondre au mieux.

Des efforts bien plus que mérités ? Une nouvelle offre santé qui leur faciliteraient la vie... que demander de plus ? A la fois 100% modulable aux besoins du client, une autonomie complète pour les courtiers lors de la réalisation de la proposition ainsi qu'une réduction des échanges entre courtiers partenaires et commerciaux. Construire son aventure avec Gan, se résumerait donc à être unique, personnalisable et autonome !



GALYA SANTÉ
La nouvelle offre santé, l'assurance à toute épreuve

Gan continue sur sa lancée en s'inscrivant dans une dynamique de publier des contenus vidéos extraordinaires. Inspirée de situations quotidiennes, cette mini web série se compose de 4 épisodes de 30s où l'on retrouvera essentiellement un chef d'entreprise et ses salariés. Gan invite les entreprises et curieux à interagir sur leur page LinkedIn mais aussi sur leur page Twitter à partager les vidéos en guise de réponse à la nouvelle offre santé : Galya Santé.



A propos de Gan Eurocourtage :
Depuis toujours, Gan Eurocourtage intervient sur l'ensemble des secteurs de la protection sociale : prévoyance, santé, épargne retraite, assurance emprunteur, invalidité et perte d'emploi du dirigeant. La marque dédiée au courtage propose des solutions standard et sur-mesure en réponse aux attentes des entreprises. Gan Eurocourtage accompagne ses courtiers partenaires en leur offrant expertise, proximité et réactivité, trois valeurs qui font partie intégrante de leur culture d'entreprise. Avec un réseau de 9 délégations régionales et un siège parisien à la Défense, Gan Eurocourtage est représenté à Paris (3 équipes), Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Nantes et Strasbourg/Metz, ce qui représente un chiffre d'affaires de 764 millions d'euros.

Contact Presse
Gan Eurocourtage
Ornella Benhamou
ornellabenhamou@gan-eurocourtage.com
Responsable des relations presses
ornellabenhamou@gan-eurocourtage.com
06 44 52 85 96

Aujourd'hui

dans le bureau de Xavier KAFAIRGAF

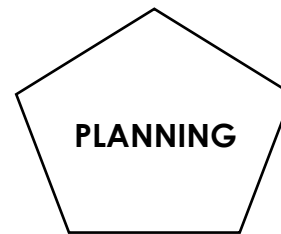


Galya Santé !

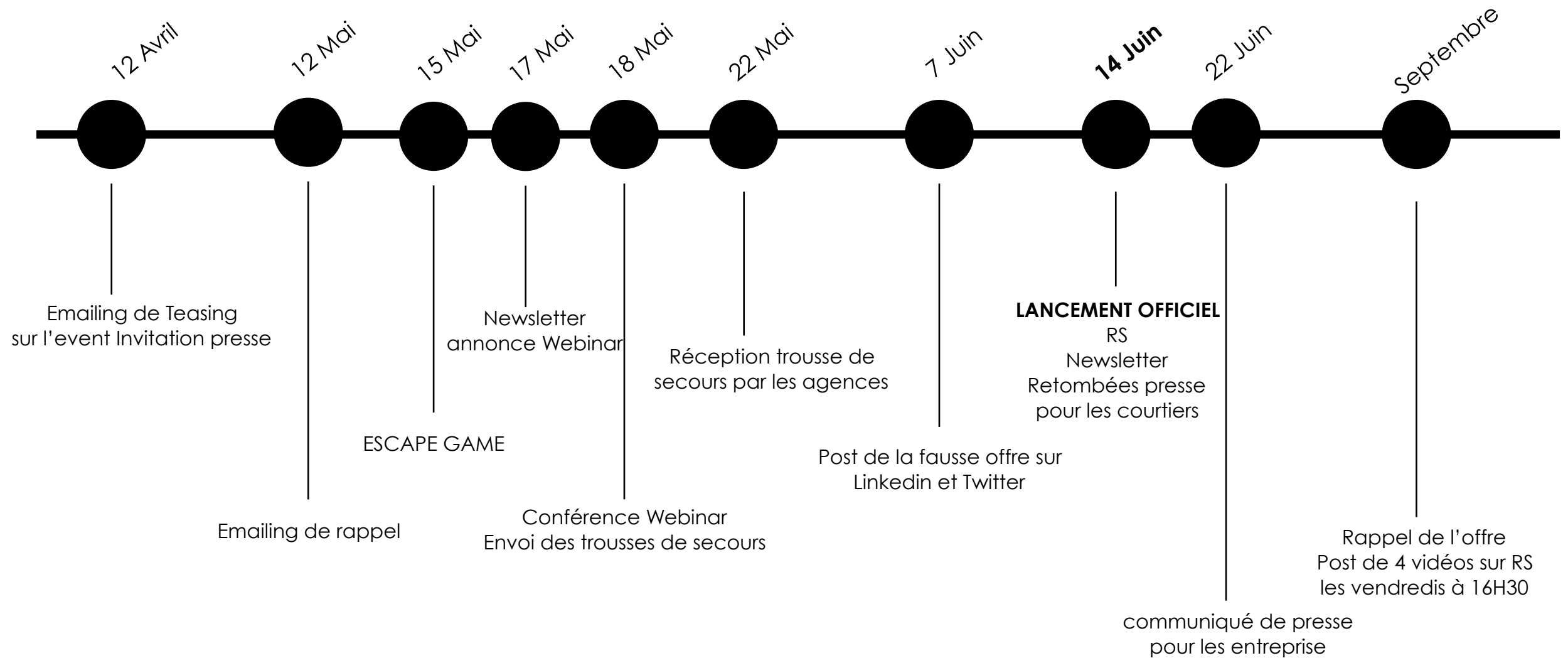
L'assurance à toute épreuve



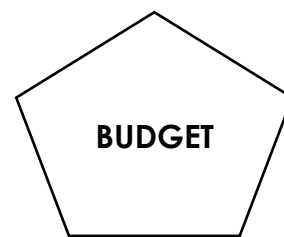
VI.



x D'avril à septembre



VII.



x Total HT

LEAFLET:

Brochure format A4 fermé portrait, impression en quadrichromie recto verso sur papiers au choix, reliure 2 points métal.
Imprimerie H2

BAT	8 euros HT
300 exemplaires en 135g satiné	290 euros HT
Pelliculage Mat	52 euros HT
TOTAL	350 euros HT

ENVOI POSTAL:

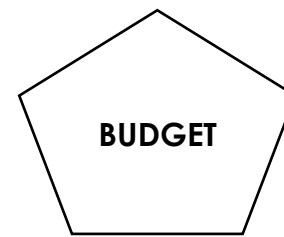
Envoi postal par Colissimo (450 grammes)	1830 € HT
--	------------------

TRANSPORTS:

Source: SNCF

Aller-retour 9 personnes Paris-Lyon le 15/05/17	1121 euros HT
Aller-retour 9 personnes Bordeaux-Lyon le 15/05/17	526,3 euros HT
Aller-retour 9 personnes Paris-Marseille le 15/05/17	851 euros HT
Aller-retour 9 personnes Lille-Lyon le 15/05/17	1465,85 euros HT
Aller-retour 9 personnes Nantes-Lyon le 15/05/17	1128,6 euros HT
NAVETTE AÉROPORT-SALLE RÉCEPTION A/R	680 euros HT
TOTAL	5772,75 euros HT

VII.



x Total HT

TROUSSE DE SECOURS:

9,88 unitaire x 300	Personnalisation, envoi postal	2964 euros HT
---------------------	-----------------------------------	---------------

FICHER PROSPECTS CLIENTS:

Source: marketingconnect.fr

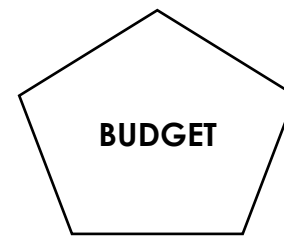
Fichier contacts d'entreprises (23851 personnes)	3339,14 HT
--	-------------------

DEVIS LOCATION SALLE:

Source: Devis « Voulez-vous grand Lyon »

TEAM BUILDING: ESCAPE GAME/CONFERENCE	Mise à disposition des espaces: - Accueil - Salle de réception` - Sanitaires du public Personnel présent: -régisseur technique Horaire: 08h à 19h	900 € HT
Petit déjeuner	Buffet petit-déjeuner Horaire: 08h30-09h00	540 € HT
Présentation déjeuner	60 repas: buffet 15 pièces/ personne Boissons incluses: kir, vin rouge (1/4 bouteille) et café offerts Horaire: 12h à 14h	1777,68 € HT
TOTAL		3217,68 HT

VII.



x Total HT

DEVIS CONSTRUCTION DE L'ESCAPE ROOM:

Construction de l'escape room sur-mesure.	8 000 HT
---	-----------------

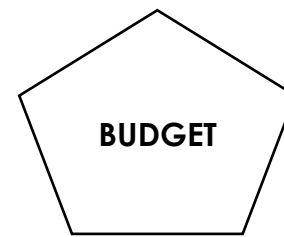
DEVIS VIDÉO ET SCÉNOGRAPHIE:

Source: devis Startuplab

<p><u>Prestations incluses:</u> (4 Vidéos)</p> <p>Prix à la seconde : 45€HT</p> <p>Durée: 30 secondes</p> <p>Conception/rédaction du script (70-80 mots)</p> <p>Réalisation des illustrations</p> <p>Utilisation de bibliothèque d'images</p> <p>Casting & enregistrement de la voix</p> <p>off. Montage & réalisation de l'animation</p> <p>Habillage sonore (musique libre de droit & bruitages). Production HD.</p> <p>1 chef de projet dédié</p> <p>Cession intégrale des droits d'usage sans restriction de temps, durée, lieu.</p>	4320 € HT
--	------------------



VII.



x Total HT



EVENT : 16 990 € HT

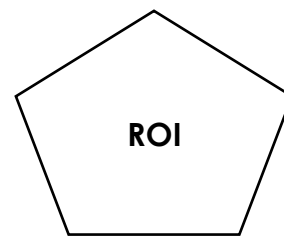
VIDÉOS : 4 320 € HT

OUTILS PUBLICITAIRES : 5 144 € HT

BASE DE DONNÉES : 3 339 € HT

**29 793 €
HT**

VIII.



x Résultats

Escape Game	24 courtiers 24 RH 2 journalistes
Webinar	575 courtiers
Presse (par mois)	L'Argus= 68 320 diffusions La Tribune de l'Assurance = 94 000 Estimation de
Réseaux sociaux	1240 entreprises
Newsletter	Fichier 24 000 entreprises 18% d'ouverture = 4293 entreprises

Escape Game	50
Webinar	575
Presse (par mois)	145 000
Newsletter	4293
Estimation basse = 3%	10 015 830
Estimation haute = 6%	20 031 660

Estimation basse = 3%	10 015 830
Estimation haute = 6%	20 031 660

Prix moyen d'un contrat par entreprise	737€ par trimestre 2211€ par an
---	------------------------------------

● Escape Game ● Webinar ● Presse (par mois) ● Newsletter

