



LAVVI

ÉTUDE DE CAS

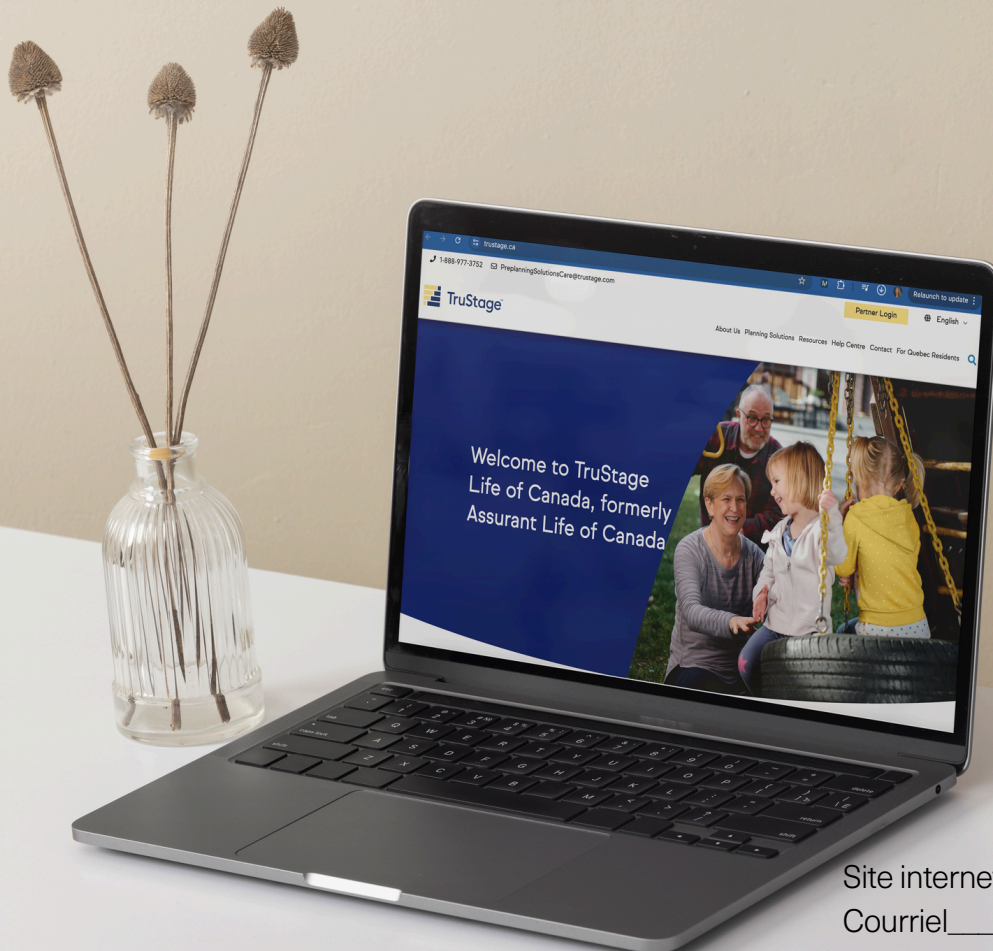
Augmenter le  
chiffre d'affaires des  
assurances obsèques  
grâce aux ventes  
en ligne : le succès  
de TruStage

# Introduction

Cette étude de cas décrit le parcours édifiant de TruStage et la façon dont l'entreprise a utilisé la plateforme de distribution Lawi pour toucher un plus grand nombre de clients en ligne et créer de nouveaux partenariats de distribution pour l'assurance obsèques.

TruStage désirait réinventer la manière dont les clients souscrivent à une assurance obsèques pour prévoir leurs funérailles. L'entreprise souhaitait pouvoir être en contact avec les clients au bon moment, c'est-à-dire lorsque ces derniers sont disposés à acheter (ou bien aider leurs distributeurs à le faire) : soit en ligne, confortablement installés chez eux, soit en personne, par le biais de partenaires actuels de TruStage dans le secteur des pompes funèbres.

Cette étude de cas démontre la façon dont TruStage a tiré profit de la plateforme en ligne Lawi pour améliorer l'expérience client et augmenter le nombre de souscriptions à des polices d'assurance.



Site internet \_\_\_\_\_lawi.com  
Courriel\_\_\_\_\_growth@lawi.com

# La stratégie de distribution de TruStage

Bien que la plupart des clients apprécient de contracter une assurance obsèques par le biais d'une entreprise de pompes funèbres traditionnelle, TruStage a constaté qu'il existait une opportunité de marché en répondant aux besoins de certains consommateurs à la recherche d'une alternative. Pour TruStage, cela représentait non seulement l'opportunité d'élargir les options d'achat des clients, mais également la possibilité de fournir à ses partenaires actuels des options de distribution pour les produits TruStage. L'entreprise avait également conscience que cela permettrait de développer des partenariats avec des distributeurs non traditionnels.

## LES DÉFIS AUXQUELS TRUSTAGE A DÛ FAIRE FACE :

### ➤ Réussir à atteindre des clients qui préféraient contracter une assurance obsèques depuis leur domicile

Les habitudes d'achat de consommateurs ont évolué au fil du temps. Nombre de consommateurs préfèrent désormais se renseigner par eux-mêmes et souscrire à une assurance obsèques sans avoir à sortir de chez eux. TruStage cherchait un moyen de toucher ces consommateurs ainsi que d'améliorer leur expérience d'achat et leur accès à une assurance.

### ➤ Permettre à ses distributeurs actuels d'utiliser la technologie pour vendre des produits TruStage

Certains partenaires de distribution de TruStage tels que des entreprises de pompes funèbres étaient déjà à la recherche de moyens pour moderniser l'expérience d'achat des consommateurs. TruStage voulait leur proposer des solutions numériques leur permettant de vendre des polices d'assurance plus efficacement en présentiel et de réduire le risque d'erreurs qui peuvent allonger les délais de souscription.

### ➤ Trouver des moyens de développer des partenariats avec des distributeurs non traditionnels

TruStage a compris qu'il était possible d'atteindre des clients sur de nouveaux segments par le biais de distributeurs non traditionnels tels que les intermédiaires en assurance. Afin de faciliter ces partenariats, TruStage avait besoin de solutions technologiques pouvant intégrer leurs offres de produits dans des processus de distribution alternatifs.

# La solution

En exploitant pleinement la plateforme en ligne Lavvi, TruStage a pu proposer à ses clients une solution de souscription accessible depuis chez eux, ou depuis une agence de pompes funèbres, ainsi que la possibilité de souscrire via un partenaire de distribution en ligne. Cette combinaison de différents canaux de distribution a été possible grâce à la plateforme Lavvi et a permis à TruStage d'augmenter considérablement ses prospects et son chiffre d'affaires.

## Le résultat

Exploiter pleinement la plateforme en ligne Lavvi pour améliorer ses partenariats avec de nouveaux distributeurs a permis à TruStage et à ses partenaires de :

### ➤ **Accéder à des partenaires de distribution non traditionnels**

Grâce à l'interface de programmation de la plateforme Lavvi, TruStage a pu intégrer un logiciel facilitant les partenariats en ligne non seulement avec les agences de pompes funèbres traditionnelles, mais aussi avec de nouvelles catégories de distributeurs tels que les intermédiaires en assurance, ce qui leur a permis de toucher de nouveaux segments sur le marché. Ces nouveaux partenariats sont synonymes de nouvelles sources de revenus à la fois pour TruStage et pour ses partenaires.

### ➤ **Accroître la satisfaction de ses distributeurs**

Le fait de proposer une plateforme de distribution en ligne a permis aux partenaires traditionnels (les entreprises de pompes funèbres) de mieux répondre aux besoins des consommateurs. Ils sont désormais en mesure de proposer un parcours de vente plus élaboré et plus approprié, qui contribue à l'amélioration de l'expérience de leur marque.

### ➤ **Augmenter la satisfaction des consommateurs et le chiffre d'affaires**

Grâce à ces nouveaux partenariats, qui ont été possibles grâce à l'intégration de la technologie, TruStage a pu accéder à de nouveaux marchés et ainsi noter une augmentation impressionnante de l'ordre de 200 % en un an sur les ventes d'assurance obsèques en ligne. La plateforme a également permis à TruStage de proposer des options de paiement plus flexibles à ses clients, plutôt qu'un paiement forfaitaire unique.

# Conclusion

---

L'objectif louable de TruStage d'améliorer l'expérience d'achat des consommateurs ainsi que les relations avec ses partenaires a été atteint grâce à l'utilisation de la plateforme de distribution en ligne Lawi. Ce succès remarquable est source d'inspiration pour d'autres compagnies d'assurance-vie d'Amérique du Nord.

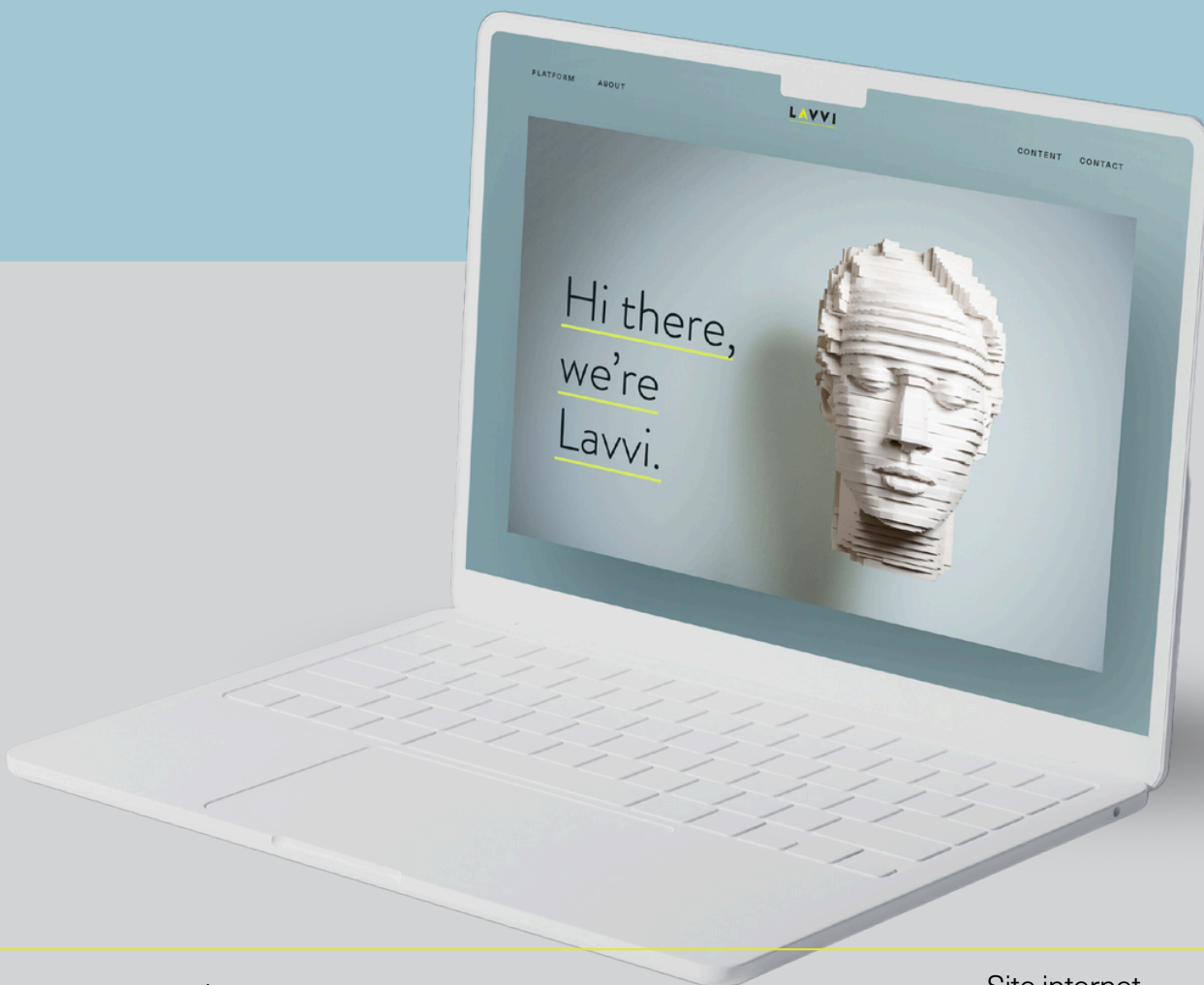
Alors que la transformation numérique peut souvent être synonyme de simple tendance inopérante, le parcours de TruStage prouve qu'une utilisation tangible de la technologie peut résoudre des défis concrets. En plaçant l'expérience client et distributeur au centre de leur stratégie, l'entreprise a démontré l'importance capitale de s'adapter aux évolutions du marché.



# À propos de Lavvi

Depuis plus de 17 ans, les compagnies d'assurance-vie font confiance à Lavvi pour leur fournir des logiciels et des solutions leur permettant de toucher un plus grand nombre de clients et, par conséquent, de protéger davantage de vies. Notre plateforme numérique entièrement personnalisable et pilotée par une interface de programmation offre une solution de distribution tout-en-un pour l'ensemble des canaux de distribution (vente avec un conseiller, en direct ou hybride).

L'objectif de Lavvi est d'améliorer l'accès à la sécurité financière pour que chacun puisse être protégé en temps de crise. Notre mission est de fournir des solutions de distribution dans le secteur de l'assurance pour donner aux familles les moyens d'agir et permettre aux assureurs de jouer un rôle de premier plan. Nous nous soucions de notre impact sur la société et notre ambition est la sécurité financière pour tous.



**LAVVI**

Site internet [www.lavvi.com](http://www.lavvi.com)

Courriel [growth@lavvi.com](mailto:growth@lavvi.com)

Merci,  
Thank you