



Abeille Assurances

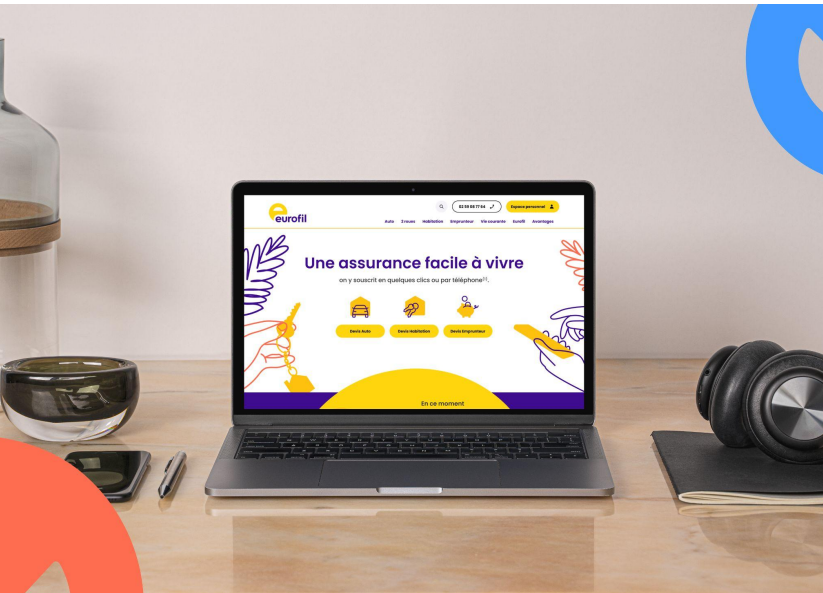
Banque – Finance – Assurance

Compagnie majeure de l'assurance en France forte de 4200 collaborateurs, 1000 agents généraux d'assurance et de 170 ans d'expérience, Abeille Assurances dispose d'une gamme étendue de produits et services d'assurance, de protection, d'épargne et de retraite à destination de plus de 3 millions de clients. Abeille Assurances propose ainsi ses produits à travers une approche multicanale adaptée aux besoins des clients : un réseau de distribution implanté sur l'ensemble du territoire français (1000 agents généraux, 1 800 courtiers, 125 conseillers Albéa Patrimoine), une banque patrimoniale (UFF avec 25 agences en France et près de 1 000 collaborateurs) et une distribution via le canal Direct avec 185 conseillers téléphoniques (dont Eurofil). Abeille Assurances est par ailleurs le partenaire historique de l'AFER.

• **CHIFFRE D'AFFAIRES : N/A**

• **PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Non**

• **4 200 COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES**



Abeille Assurances

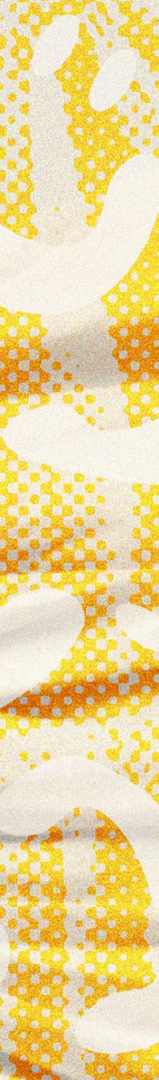
Refonte et rebranding du site Eurofil

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

La refonte du site Eurofil s'inscrit dans un vaste projet de rebranding visant à moderniser l'image de la marque et optimiser l'expérience utilisateur.

Construit autour des attentes des clients et des valeurs d'Eurofil, ce projet a mobilisé toutes les expertises internes pour offrir un site à la fois ergonomique, rassurant et en phase avec la nouvelle plateforme de marque. Un travail d'équipe exigeant, au service d'une promesse digitale forte.

01/2024 - 12/2024



Abeille Assurances

Refonte et rebranding du site Eurofil

POUR QUI ?

La refonte du site Eurofil s'adressait :

- Aux clients actuels et futurs, avec un parcours digital simplifié et rassurant.
- Aux prospects recherchant une expérience en ligne fluide et intuitive.
- Aux collaborateurs internes, en cohérence avec le nouveau branding d'Eurofil.

LES RÉSULTATS

- Une hausse de la satisfaction client et des performances du site.
- Une identité digitale renforcée et cohérente avec le rebranding.
- Une meilleure expérience utilisateur, avec une navigation fluide et intuitive.

COMMENT ?

Un travail collaboratif intense :

- 20 workshops et 2 écoutes terrains pour cadrer la refonte.
- Développement de 311 composants techniques et 177 pages éditoriales.
- Création de 390 pictos et 100 illustrations pour un design unique.
- Optimisation de l'UX/UI pour améliorer la navigation et la conversion.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

- Design accessible et optimisé pour réduire la consommation de ressources.
- Contenu digitalisé pour minimiser les impressions papier.
- Construction basée sur les attentes réelles des utilisateurs.