

L'E-REPUTATION DES MARQUES AVEC



## Courtiers grossistes

Pour cette nouvelle édition du classement de l'E-Reputation des marques d'assurance, La Tribune de l'assurance et B-Reputation passent au crible celles des principaux courtiers grossistes.



Solly Azar se classe en première position des avis clients sur Internet, avec une note de 12,5/20. April suit de près (avec 12,3/20) et ECA assurances arrive troisième (12,1/20).

## LES AVIS CLIENTS EN LIGNE

### CLASSEMENT DES MARQUES

#### LES GAGNANTS

12,5/20	1 <sup>er</sup> : groupe Solly Azar
12,3/20	2 <sup>e</sup> : April
12,1/20	3 <sup>e</sup> : ECA assurances

#### LES DERNIERS DE LA CLASSE

8,4/20	20 <sup>e</sup> : groupe Zéphir
8,2/20	21 <sup>e</sup> : Ciprés assurances
8,0/20	22 <sup>e</sup> : Maxance assurance

### FOCUS SUR UNE MARQUE



**PIERRE-OLIVIER BURTE,**  
cofondateur de B-Reputation

9,7/20

10<sup>e</sup> : SPVie assurances

- L'image de la marque souffre de l'accumulation depuis plus de douze mois d'avis de clients mécontents qui viennent s'exprimer sur la fiche Google My Business. Si ces avis ne sont représentatifs que d'une part infime de la clientèle de SPVIE, leur nombre (plus de 200) marque fortement l'internaute en recherche d'information.
- Notre conseil : Il est urgent de mettre en place une collecte systématique d'avis clients, qui aura pour effet de noyer les mauvais avis, et de produire du contenu représentatif de la qualité de la marque. Si les réponses apportées par la marque aux avis sont un premier pas, supprimer la fiche Google My Business peut-être une solution complémentaire.

**Méthodologie :** le classement, établi à partir des avis clients trouvés par un internaute lorsqu'il se renseigne sur la marque, ne représente pas la qualité de service réelle de la marque, mais son implication sur le sujet des avis clients.