

Bonifier la qualité des services offerts par Medavie avec une approche de gestion de réputation

Nous avons évalué la réputation des diverses marques de Medavie, notamment Croix Bleue Medavie et Services de santé Medavie, afin de rehausser le lien de confiance avec la clientèle canadienne et motiver les membres des équipes de Medavie à offrir de meilleurs services.

Objectifs

1. Évaluer et renforcer la perception des marques auprès du grand public et des parties prenantes du secteur des soins de santé.
2. Évaluer et renforcer la notoriété et la confiance envers les services de Medavie, comme les régimes de prestations et d'assurances et la qualité des soins de santé..
3. Motiver ses troupes par le biais d'un suivi annuel permettant de mesurer le progrès.

Méthodologies

1. Mené notre étude Diagnostic auprès de 1 500 Canadiens et Canadiennes, y compris un exercice MAXDIFF pour comprendre les moteurs de la réputation.
2. Évalué les perceptions de près de 350 acteurs canadiens du secteur de la santé, tels que des responsables de régimes d'assurance collective, des courtiers d'assurance, des consultants en santé et des personnes influentes dans le domaine de la santé au sein du gouvernement.

Résultats

Medavie a obtenu des renseignements utiles pour améliorer ses stratégies commerciales et bonifier ses politiques.

Une meilleure compréhension des parties prenantes permet d'affiner les tactiques de communication et d'améliorer les offres de services, en les alignant avec les besoins changeants du public.

Cette approche stratégique ouvre la voie à des partenariats solides et à une consolidation de la position dans l'écosystème du secteur des soins de santé.

[Cliquez ici pour discuter avec notre équipe](#)