



**minalea**  
Insurtech for Business

# La cible des professionnels dans l'assurance

Benchmark des pratiques pour conquérir  
et fidéliser cette clientèle

**Etude basée sur des entretiens auprès de conseillers et agents généraux**

Référence - A4081 | Octobre 2024

La connaissance développe la performance.



# Objectifs

**La cible des professionnels  
dans l'assurance**

- **Comprendre** de quelle manière les réseaux de vente sont organisés, accompagnés et animés autour de la cible des professionnels.
- **Analyser** la dynamique commerciale mise en place pour équiper cette cible : temps forts, événements, offres ponctuelles et permanentes.
- **Relever** les principales pratiques et démarches des conseillers pour conquérir, multi-équiper et ensuite fidéliser cette clientèle, et **identifier** les éventuelles différences et spécificités selon les secteurs analysés.
- **Cerner les principales tendances** de marché, les évolutions récentes et à venir, notamment concernant la fréquentation des agences et l'utilisation des nouveaux modes de contacts.



# Méthodologie

**La cible des professionnels  
dans l'assurance**

## Mode de collecte des informations

- **Une quinzaine** d'entretiens téléphoniques d'une heure environ réalisés auprès de conseillers salariés (banques et mutuelles sans intermédiaire) et d'agents généraux
- Entretiens **enregistrés** et **retranscrits**
- Terrain de **avril à juin 2024**

## Ressource affectée à la réalisation de l'étude

- Le recrutement des conseillers, les entretiens ainsi que la rédaction du rapport sont réalisés en interne par un chef de projet ayant plusieurs années d'expérience dans l'assurance

## Livrable

- Etude réalisée sous format PowerPoint et livrée sous **PDF**
- Illustration de l'analyse par le **verbatim** issus des entretiens
- Informations présentées sous la forme de **tableaux** ou **graphiques** synthétiques afin de dresser un **panorama** des pratiques
- Analyse par **catégories d'établissements**



# Méthodologie

La cible des professionnels  
dans l'assurance

## Liste prévisionnelle des opérateurs benchmarkés

Les assureurs **avec un réseau d'agents généraux**



Les assureurs **sans intermédiaire**



Les **bancassureurs**



**L'analyse est réalisée par grandes catégories d'établissements.**

Le nom des assureurs interrogés n'est jamais cité de manière nominative. L'objectif est d'identifier les principales pratiques et tendances sur la cible des professionnels.



# Sommaire prévisionnel

**La cible des professionnels  
dans l'assurance**

## **I. Comment les réseaux de vente sont-ils animés et organisés autour de cette cible ?**

- Les objectifs commerciaux et systèmes de prime
- Les cibles prioritaires et celles à éviter
- L'organisation au sein de l'agence et l'accompagnement par des spécialistes
- L'évolution de la fréquentation de l'agence et l'importance de la vente à distance
- L'articulation de l'activité des agences avec le centre de contacts et le site Internet

## **II. Quelle est la dynamique commerciale mise en place et quels sont les moyens à disposition des conseillers pour favoriser l'équipement ?**

- Les fichiers de ciblage, alertes à traiter et rebonds commerciaux
- Les outils sur le poste de travail pour aider les conseillers dans la vente
- Les temps forts, opérations commerciales et événements organisés
- Les offres de multi-équipement ponctuelles et permanentes : offres groupées, tarification dégressive...
- La marge de manoeuvre des conseillers pour accorder une remise

## **III. Quelles sont les pratiques pour capter les professionnels ?**

- Les principaux canaux de captation des professionnels
- Les partenariats mis en place pour approcher cette cible
- L'importance de la recommandation et des systèmes de parrainage
- Les produits d'entrée en relation et de multi-équipement
- Les principaux moments de captation et d'équipement
- La démarche commerciale à l'occasion d'un premier rendez-vous

## **IV. Quelles sont les pratiques pour fidéliser les professionnels ?**

- La segmentation en fonction de la fidélité, de la valeur ou de l'équipement
- La gestion de la relation hors événements prévus au contrat
- La gestion d'un client présentant un risque de départ : alertes, score d'attrition...
- La gestion des clients face à l'inflation des cotisations

# Informations commerciales



## Calendrier

Lancement  
**Avril 2024**

Livraison du rapport  
**Octobre 2024**



## Tarifs & Services

Prix  
**9 000€ HT\***

TVA  
**5.5%**

Livraison d'un exemplaire papier.  
Support électronique 9000 € (format PDF) disponible sur demande.  
Exemplaire supplémentaire « support papier » : 100€ HT/P.U

\*Tarif applicable par Société/Enseigne. Pour toute diffusion groupe et/ou filiales : nous consulter.

## PÔLE ETUDES

### CONTACT

**Caroline GUILLOU**

Chargée de Développement

01 58 61 63 29

[cguillou@minalea.com](mailto:cguillou@minalea.com)

**Marie-Caroline TABOUIS**

Chef de projet études

[mctabouis@minalea.com](mailto:mctabouis@minalea.com)

**Arold SAILLEAU**

Directeur d'études

[asailleau@minalea.com](mailto:asailleau@minalea.com)

Conformément au Code CCI Esomar, ce document est protégé par le copyright PROFIDEO, de même que tous les documents réalisés dans le cadre de l'étude le cas échéant (questionnaire, documents méthodologiques, bases de données, fichiers de traitements, etc.).

*La connaissance développe la performance.*