

Tests psychotechniques : assez simple. Préparez les questions à l'avance (cf REX Océane Fonder)

Tour 1 : 2 entretiens (comportemental + cas)

Entretien 1 : entretien comportemental. Amira Boualla - Associate Partner

Ce qui est attendu ici est une réponse structurée dont les arguments sont en lien avec vos expériences personnelles. Attention, il s'agit toutefois d'un exercice de fit. Il faut donc être spontané dans les réponses. Je ne l'ai pas été et cela a failli me couter le process.

- Parlez moi d'une situation au cours de laquelle vous avez eu à coacher quelqu'un
- Vous sortez d'une réunion et le client est stressé, comment réagissez-vous ?
- Parlez moi d'une réalisation dont vous êtes fier
- Parlez moi d'un feedback difficile que vous avez reçu. Pourquoi a-t-il été dur à entendre et comment avez-vous réagi ?

Les questions de cet entretien tombent de façon très récurrente et sont presque toutes disponibles sur les REX emistrat, ou ailleurs (Training you...). Préparez les réponses à l'avance, apprenez-les par cœur et ressortez-les le jour J.

Entretien 2 - Etude de cas - Reda Agoumi - Senior Manager.

Restitution de tête, l'interviewer m'a fait jeter mes brouillons.

Votre client est un courtier en assurance spécialisé dans les assurances santé pour particulier. Pour vous expliquer rapidement la chaîne de valeur, le courtier fait le lien entre les clients finaux et les assureurs. Il prend note des besoins du client final et l'oriente ensuite vers les compagnies d'assurance qui ont l'offre la plus avantageuse pour lui. Il est donc rémunéré par les compagnies d'assurance, à la commission. Il nous a mandaté pour son prochain plan de croissance.

Il n'a pas d'objectif particulier et opère en France.

Depuis quelques années, une loi est entrée en vigueur et oblige les entreprises à souscrire à une assurance santé pour leurs employés.

R : Quelle est la segmentation du marché de notre client ?

P : Le marché global est la population française. A cause de la loi entrée en vigueur, on ne considérera pas les employés d'entreprises privées. Il reste donc :

- Les auto-entrepreneurs
- Les retraités

- Les mineurs
- Les chômeurs
- Les étudiants

Je propose que nous écartions les mineurs, qui sont généralement rattachés à l'assurance de leurs parents.

R : Très bien, quels sont les critères qui peuvent influencer le revenu de notre client sur chacun de ces segments ?

P : Comme on parle de revenus, la taille du segment, mais également le prix moyen de l'assurance qu'on va leur commercialiser.

R : Il y a deux autres critères qui dépendent des deux précédents.

P : L'évolution de la taille et l'évolution du prix.

R : Selon vous, lequel de ces critères est le plus déterminant ?

P : Je pense qu'il s'agit de la taille des segments.

R : En effet. Notre client souhaite se concentrer sur un segment, lequel recommanderiez-vous ?

P : Je pense que le segment des retraités est le plus attractif, car il s'agit je pense du plus nombreux et de celui auquel on vendra des assurances plus chères en raison du vieillissement.

R : Vous pensez ? Le client se moque de votre intuition, il veut du concret.

P : Très bien. Alors sizons les différents segments.

R : Concentrez-vous sur les fonctionnaires, les chômeurs, les retraités et les étudiants. Je vous donne les fonctionnaires, ils sont 5,7M.

P : Commençons par établir des tranches de population par âge. Nous sommes 70M en France et l'espérance de vie est de 80 ans. Les tranches d'âge sont équiréparties, ce qui fait environ 800k personnes par tranche d'âge (en intégrant le fait que la population initiale est surévaluée).

Chômeurs :

La population active sont les 20-60 ans, soit la moitié de la population française, soit 35M de personnes. Le taux de chômage en France est de 7,5%. **Cela représente 2,65M de personnes.**

Retraités :

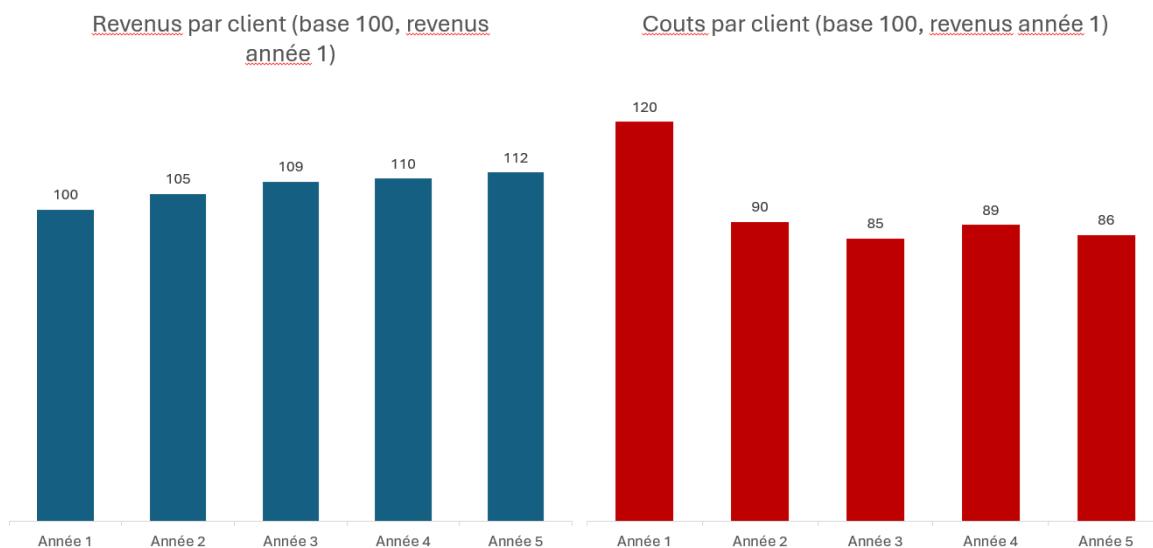
On va prendre les 60-80 ans. *L'interviewer me coupe et me demande les 63-80 ans.* Les 63-80 ans représentent 17 tranches d'âge, soit 17*800k. **Cela représente donc 13,6M de personnes.**

Les étudiants :

On va prendre les 18-25 ans et considérer que 50% sont étudiants. Soit $7*800k/2$. **Cela représente 2,8M de personnes.**

Je propose donc que nous nous concentrions sur les retraités, comme la taille du segment est le critère principal que nous avions déterminé.

R : En effet. Le client nous a transmis le graphique suivant, que pouvez-vous en dire ?



P : On voit que l'on a un surplus de coûts en année 1. Je vois deux raisons principales :

- Nous avons fait un prix d'appel sur la première année de souscription à l'assurance
- Lorsqu'un client change d'assurance, il a en tête les conditions de son contrat et en profite donc pour planifier plein de rendez-vous ponctuels (dentiste, ophtalmologue...)

R : Très bien, selon vous à quelle année est-ce que l'on breakeven ?

P : Année 2 ?

R : Vous êtes sur ?

P : Non, en année 3. (-20M€ année 1, +15M€ année 2, +24M€ année 3).

R : Faites une conclusion rapide.

P : On recommande au client de se focus sur le secteur des retraités. Le prix d'appel devrait lui permettre de récupérer pas mal de clients mais il faudra maintenant réfléchir à des moyens de les conserver 3 ans minimum pour qu'ils soient profitables.

Commentaire : Cas difficile, interviewer challengeant. Je pensais l'avoir raté, finalement ça passe.

Tour 2 : 2 entretiens (1 fit + 1 cas)

Entretien 1 (fit) : Xavier Bersillon, Partner

Fit assez classique sur mon parcours et mes motivations + une question comportementale type 1er tour (avez-vous déjà eu à vous imposer/entrer en conflit avec votre hiérarchie ? Si oui pourquoi et comment avez-vous fait ?)

Entretien 2 (cas) : Matthieu Vigneron, Partner

Notre client est un fond de PE qui regarde différentes cibles d'acquisition. Une en particulier retient son attention. Il s'agit d'une entreprise qui a un CA en décroissance. Nous avons été mandatés pour faire la due dil de cette société. Nous ne disposons pas de data room.

Clarification :

- Quel est le BM de la société ? C'est une société qui contrôle la qualité des pièces détachées dans l'automobile. Elle envoie des gens dans les usines regarder les pièces.
- Sur quelle géographie la cible d'acquisition opère-t-elle ? Présence uniquement en France
- Comment l'entreprise se rémunère-t-elle ? C'est une facturation à la pièce contrôlée.
- Quel est l'objectif principal du client ? Comprendre la décroissance de l'entreprise

Structure :

I-Analyse du marché

A-Demande (taille, drivers, croissance)

B-Offre (concurrents directs et indirects)

On cherchera à déterminer la dynamique du marché. S'il est en décroissance cela peut facilement expliquer la perte de CA de la cible d'acquisition.

II-Diagnostic interne

Equation de revenus : #clients * #pièces contrôlées/client * prix d'une prestation

On comparera chaque élément de l'équation aujourd'hui vs. il y a 5 ans.

Je ne vais pas entrer dans le détail du cas, l'ayant globalement raté. S'en est suivie une longue discussion avec l'interviewer qui a cherché à me faire déterminer l'origine du problème. Cela provient du fait que les constructeurs français ont procédé à de massives délocalisations. Par conséquent, la cible d'acquisition a perdu une grande partie de son business.

Feedback **négatif**, bon en fit sur le second tour mais pas allé assez loin sur le cas.

Dommage.