



# Rapport de stage

**Meacham-Roberts Jamy**

**Stage du 11 au 22 décembre 2023**

**Tuteur de stage :** Maxime Scemama

**Enseignant référent :** Laurent Granier

**Établissement :** Université de Montpellier –  
Techniques de commercialisation

**Entreprise d'accueil :** Axa Scemama



# Sommaire

**Déroulement du stage :** Page 3

**Différences avec le cours :** Page 4

**Sentiments personnels :** Page 6





# Déroulement du stage

Axa Scemama est une agence d'assurance située à la Colle sur Loup, un petit village de la côte d'azur. L'agence se divise en 2 parties principales, l'accueil à l'étage qui réceptionne les appels et les clients se présentant à l'agence.

Au sous-sol il y a quelques bureaux qui gèrent les litiges, les assurances pour les professionnels et qui prennent en rendez-vous les clients importants.

Enfin il y a le bureau du gérant de l'entreprise, M. Scemama qui accueille certains gros clients et qui permet de gérer les chiffres de l'agence. M. Scemama passe aussi beaucoup de temps à l'extérieur de l'agence pour préserver les relations avec les gros clients.

En ce qui concerne mon implication dans ce stage j'ai pu assister à tous les aspects de l'agence. J'ai pu accompagner M. Scemama dans ses rendez-vous avec les clients pour voir comment il entretient ses relations. J'ai aussi pu observer comment les employés gèrent face aux clients mécontents face à leurs objections ou leurs réactions face aux litiges.

Mais je suis principalement resté à l'accueil étant donné que c'est le lieu où les techniques de ventes sont le plus souvent utilisées. En effet grâce à mes observations et mes questions posées aux employés j'ai pu comprendre les techniques utilisées que ce soit au téléphone, en personne ou pendant les rendez-vous avec le patron.



# Techniques de ventes

Une agence d'assurance se différencie des entreprises « basiques », en effet les assurances sont obligatoires. Ce qui veut dire que les techniques de ventes ne se font pas vraiment pour convaincre le client étant donné qu'il est obligé d'y souscrire.

Les employés de l'agence vont plutôt essayer de faire souscrire le plus de contrats possibles au prix le plus bas pour ne pas se faire devancer par la concurrence.

L'agence Scemama fait partie de l'entreprise d'Axa, ce qui veut dire que même s'ils ont leurs libertés Axa leur impose certaines choses. Ce qui veut dire que certaines techniques de ventes sont fortement conseillées voir imposées par Axa.

En ce qui concerne la phase de découverte voici les différences que j'ai pu observer :

Tout d'abord il faut savoir analyser les risques avec le client, cela peut se faire grâce à la méthode SCIS qui permet de transformer les besoins implicites en besoins explicites.

Ils utilisent aussi beaucoup les scénarios pour aider les clients à se projeter dans la situation où une assurance pourra être importante.

Il faut aussi aider le client à déterminer ses priorités, en effet les assurances offrent beaucoup d'avantages en plus qui ne sont pas obligatoires, il est donc crucial de savoir ce qui est le plus important pour le client et adapter en fonction de sa situation financière.



Les conversations sont aussi importantes pour les assureurs en effet toute information peut être importante pour appuyer dessus et créer un besoin (parler de leurs enfants, de leur métier, leur relation...)

En ce qui concerne la phase d'argumentation voici les méthodes :

La technique FeAB (Features, explanation, Advantages, Benefits) est utilisée pour montrer l'importance du produit, ici les options supplémentaires dans les contrats. Plus simplement elle consiste à expliquer chaque option et montrer comment elle peut être bénéfique pour le client.

Pour les objections sur le prix une méthode beaucoup utilisée sont les scénarios de pertes, ils permettent de projeter le client dans une situation de sinistre non assuré et montrer qu'il perdrait plus que s'il était assuré.

Les assureurs sont aussi très clairs sur les coûts, pour garder une bonne entente avec le client ils sont transparents sur les coûts des options.

Enfin, certaines méthodes se font dans la structuration de l'entreprise :

Les assureurs suivent énormément de formations pour prodiguer des conseils pertinents et savoir mieux répondre aux objections.

Il est aussi important d'étendre son réseau professionnel, par exemple avec des agents immobiliers, des garages... Ce qui leur permettra de se mettre en avant grâce à leurs relations.

Ils utilisent beaucoup aussi les offres limitées, car elles permettent de créer un besoin qui n'était pas forcément présent avant, un client voudra peut-être profiter de l'offre.

Les promotions sont aussi importantes par exemple : pour 3 contrats achetés, 3 mois offerts.

Enfin la méthode la plus importante pour l'agence Scemama est la recommandation, en effet, ils se situent dans un village ce qui veut dire que tout le monde se connaît. Si un client recommande l'agence à ses proches, le mot passe vite ce qui permet de trouver de nouveaux prospros.



# Sentiments personnels

L'assurance est donc un secteur assez différent du cours à cause de la spécificité des biens qui sont proposés. Mais il y a beaucoup de points communs aussi, à travers mon stage j'ai pu observer beaucoup de situations identiques au cours.

J'ai énormément apprécié ce stage, en effet j'ai beaucoup appris sur le secteur de l'assurance. Ce n'était pas un métier vers lequel j'aimerais me tourner mais c'était très enrichissant. Cette expérience a pu montrer beaucoup d'aspects de la vente : le face à face, la téléphonie, les relations professionnelles...

Je tiens à remercier l'agence Scemama pour l'opportunité qu'ils m'ont accordée ce fut très enrichissant et instructif. Je remercie aussi tous les employés de l'agence Scemama pour leur accueil chaleureux, leur soutien, leur volonté de partager leur expertise et leur temps pour répondre à toutes mes questions.

[Tapez ici]