

# *Rapport de stage*

---

**alyor.**

---

Stage du 09/12/2024 au 20/12/2024

Tuteur : Montagne Florian, courtier en assurance



2024- 2025

Année  
1 sur 8

## Sommaire

- I- *Introduction***
- II- *Analyse de la théorie et de la pratique***
- III- *Bilan personnel et perspectives***
- IV- *Annexes***



## I- *Introduction*

Dans le cadre de ma première année en BUT techniques de commercialisation, j'ai eu l'occasion d'effectuer un stage de deux semaines au sein de l'entreprise Alyor.

### 1) *Présentation de l'entreprise*

Alyor est une société par action simplifiées (SAS). L'entreprise est également inscrite au registre unique des intermédiaires en assurance, banque et finance (ORIAS).

Alyor regroupe des commerciaux indépendants dans le secteur des professions libérales de santé comme par exemple des kinésithérapeutes, des podologues ou encore des infirmiers. Elle est spécialisée dans la protection et le conseil patrimonial destiné aux indépendant et offrant des solutions en matière de retraite, d'épargne ou encore de prévoyance.

Alyor se positionne grâce à ses frais avantageux comme des frais à seulement 0,95% (le minimum). Son objectif est par conséquence de se distinguer de ses concurrents (direct comme les banques ou assurances et indirects tel que la MACSF ou OPTIMUM).

Cette société au capital s'élevant à 10 000 euros dont le siège social est situé à Paris, a été affilié à Montpellier par Vincent Carrière. Aujourd'hui, elle compte environ une quarantaine de professionnels indépendants (ce ne sont pas des salariés). On y retourne des professionnels relativement jeunes (pour la plupart entre 20 et 35 ans). Cette PME un champ d'action national.

### 2) *Description et condition de stage*

#### *Contexte du stage :*

J'ai trouvé ce stage grâce à une annonce publiée sur Indeed, où Alyor proposait une opportunité orientée vers la prospection téléphonique. Cette mission correspondait parfaitement à mes attentes, car elle me permettait de développer des compétences commerciales essentielles tout en découvrant le fonctionnement d'une entreprise spécialisée dans le conseil patrimonial. De plus, cette mission était directement liée avec une matière du semestre un (saé vente téléphonique)

#### *Mon choix pour ce stage*



J'ai choisi ce stage chez Alyor pour plusieurs raisons. Tout d'abord, je souhaitais acquérir une expérience pratique dans le domaine de la relation client et de la prospection commerciale, qui sont des compétences clés dans le secteur commercial et financier. Ensuite, cette expérience me permettait de relever un véritable défi en me confrontant à des situations réelles, comme l'identification des besoins des prospects et la gestion d'objections, tout en renforçant ma confiance en moi et mes compétences en communication.

### ***Le déroulement du stage***

Mon stage s'est déroulé du 09/12/2024 au 20/12/2024, mes horaires étaient :

- Le lundi et le mercredi : 9H30 à 12H00 et 14H00 à 18H30
- Le mardi et le jeudi : 9H30 à 12H00 et 14H00 à 19H00
- Le vendredi : 9H30 à 12H00 et 14H00 à 17H30

### ***Mes missions durant le stage***

Ma mission principale consistait à réaliser de la prospection téléphonique. Je devais contacter des professionnels libéraux, principalement des pédicures-podologues, orthoptistes et kinésithérapeutes, dans le but de fixer des entretiens téléphoniques de 45 minutes avec mon maître de stage, Monsieur Florian Montagne. Mon tuteur nous a donné une « déballe » composée des éléments à aborder. L'objectif fixé était ambitieux : obtenir environ 10 rendez-vous par jour par personne.

Pour y parvenir, je passais plus de 300 appels quotidiens, mais les résultats étaient souvent limités : j'obtenais en moyenne 5 à 7 rendez-vous par jour. Les appels étaient très orientés sur la quantité, avec des conversations rapides d'une durée de 1 à 2 minutes. Mon rôle consistait surtout à convaincre les prospects d'accepter un rendez-vous, sans entrer dans les détails des produits proposés.

Cette mission n'était pas sans difficultés : peu de personnes répondaient, certains interlocuteurs se montraient parfois arrogants, et j'ai même été confronté à des insultes. Malgré ces obstacles, j'ai appris à gérer le stress, à rester professionnel et à persévérer.

Aussi, durant ce stage j'ai pu collaborer avec deux autres élèves de ma promotion. Une d'entre elle et moi étions encadrée par Monsieur Montagne tandis que l'autre élève avait un tuteur différent. De plus, j'ai pu à plusieurs reprises travailler avec des commerciaux indépendants aussi en de l'entreprise.

Lors de notre dernier jour de stage, il a pris le temps avec la RH de faire un point sur mes progrès et mes axes d'améliorations. Cela m'a été très bénéfique puisque désormais je sais sur quel point m'améliorer.



## **II- Analyse de la théorie et de la pratique**

*Dans un premier temps*, j'ai pu retrouver la méthode des appels entrants : la méthode CROC qui est composée de différentes étapes :

- Le contact : avec la formule de politesse, l'identification de l'interlocuteur et mon identification auprès de l'interlocuteur.
- La raison de l'appel : en exposant clairement le motif de l'appel
- L'objectif de l'appel : avoir un rendez-vous ici.
- La conclusion de l'appel : on reformule en répétant la date du rendez-vous fixé ainsi que l'heure. Enfin, on prend congés avec une formule de politesse.

*Dans un second temps*, grâce à la théorie étudiée lors de mon semestre un, j'ai pu traiter de deux manières différentes les objections :

- Avec la méthode d'écoute, d'acceptation, de reformulation et d'isolement (EARI) qui correspond à une méthode emphatique et nécessitant du savoir-être.
- Avec la méthode de traitement de l'objection par une ou plusieurs questions (TOQ) qui nécessite elle du savoir faire et il faut s'affirmer. Par exemple le prospect nous dit que ça ne l'intéresse pas, on rétorque en demandant « ah bon pourquoi ? ».

*Dans un troisième temps*, j'ai pu me servir de la méthode CAP pour convaincre un client et de la méthode PAC qui permet d'argumenter et de contrôler la situation de négociation.

*Dans un quatrième temps*, j'ai tenté de maîtriser la méthode de débit (maîtriser sa respiration et s'exprimer clairement), d'intonation (sourire car le sourire s'entend), de voix (capter l'attention avec, qu'elle soit claire et naturelle) et d'articulation. Cela correspond à la méthode DIVA.

Dans un dernier temps, j'ai pu retrouver différents types de clients que j'ai pu par la suite identifiés grâce à la méthode SONCASE. Cette méthode permet d'analyser et cibler les prospects.

Les différents types :

- Sécurité : il est inquiète et a besoin de temps pour se décider.
- Orgueil : il se soucie de lui et son image et pense mieux valoir que tous les autres.



- Nouveauté : il souhaite tout ce qui est récent et est à l'affût des nouvelles tendances.
- Confort : souhaite que tout soit simple.
- Argent : il pense aux prix, à la rentabilité et à ses économies.
- Sympathie : cherche un côté convivial chez le commercial, une atmosphère de plaisir et de confiance.
- Environnement : il a un côté écologie et est soucieux de l'environnement.

De plus, grâce aux cours, j'ai pu mettre en place quelques points importants :

- Ce qu'il faut éviter : couper la parole, donné trop de détails techniques, sur-argumenter ou encore les tics de langages.
- Ce qui est à pratiquer : sourire, avoir une posture adaptée, faire participer le client, être sûre de soi, un débit de parole lent, poser des questions ouvertes ou encore avoir des mots positifs.

Conséquemment, j'ai pu observer lors de mon stage que les notions étudiées durant le semestre un m'ont permises d'être plus confiante et d'avoir de l'avance pour savoir comment réagir et analyser les situations.

### ***III- Bilan personnel et perspectives***

#### ***Mon ressenti***

Cette première expérience professionnelle m'a offert une immersion concrète dans le domaine de la prospection commerciale. J'ai pu mieux appréhender les attentes des entreprises en matière de performance et d'efficacité. Ce stage m'a permis de développer des compétences précieuses, comme la gestion des objections, la capacité à maintenir une attitude professionnelle face aux refus ou encore l'importance de la persévérance dans un environnement exigeant.

Cependant, j'ai également constaté que certaines méthodes de travail dans ce secteur, notamment dans la vente d'assurances et de produits financiers, ne correspondent pas à mes valeurs personnelles. Le côté très quantitatif des appels, où l'accent est mis sur le volume d'interlocuteurs plutôt que sur une vraie relation de qualité m'a semblé en décalage avec l'idée que je me fais d'un conseil personnalisé. De plus, nous devions mentir pour obtenir les rendez-vous en se faisant passer pour une association qui devait vérifier les contrats car « de nombreuses erreurs ont été perçues chez certains de vos confrères » ou qui avait pour mission d'informer et « tenir au diapason » des nouvelles réformes concernant les libéraux. Enfin, nous



Maddalena Céréná  
BUT 1- A

utilisions nos numéros personnels pour démarcher (ce qui est d'ailleurs illégal et ne m'a pas plût).

Ce mode de fonctionnement m'a semblé parfois trop insistant et peu humain, ce qui m'a mis mal à l'aise. Même si je reconnaissais que les produits proposés peuvent être utiles et bénéfiques pour les clients, la manière dont ils sont présentés et vendus ne m'a pas toujours paru alignée avec une démarche totalement transparente.

### ***Conclusion***

En résumé, cette expérience a été riche d'enseignements : elle m'a non seulement permis d'acquérir des compétences pratiques, mais aussi de mieux comprendre ce que je souhaite et ne souhaite pas dans ma future carrière. Je sais désormais que je préfère évoluer dans un environnement où la relation client prime sur les chiffres, avec un réel souci d'écoute et d'accompagnement.

### ***Remerciements***

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à toute l'équipe de l'entreprise Alyor, à Montpellier, pour leur accueil chaleureux (et le repas de Noël offert) et leur accompagnement tout au long de ce stage. Merci à Montagne Florian pour ses précieux conseils et son partage de savoir-faire, qui m'ont permis d'enrichir mes compétences et mon intérêt pour le service client. Ce stage a été une expérience enrichissante et formatrice. Merci également à mes collègues pour leur bienveillance et leur soutien tout au long de ce stage.

## ***IV- Annexes***

**Annexe 1 : le mix (m'a permis de conclure leur missions et positionnement).**



## Mix marketing de l'entreprise

Produits	Prix	Distribution	Communication
-Assurance vie -Plan retraite -Résponsabilité civile professionnelle -Mutuelle -PEAC -Prévoyance	Tout dépend des revenus du clients et de ce qu'il souhaite mettre en place.	Facturation faite par mail avec signature électronique du client .	Téléphone mobile pour la prospection, ordinateur pour la prise de rdv et annuaire

### Annexe 2 : l'investissement pour les clients et clients potentiels

	Versement de 150 € /mois	Versement de 250€ /mois	Versement de 400€ / mois
 Capital investi	45 000 €	75 000 €	120 000 €
 Capital générée	42 710 €	71 184 €	113 894 €
 Capital constitué	87 710 €	146 184 €	233 894 €
 Rendement moyen (profil équilibré)		5 %	
 Economie fiscale (hypothèse de TMI à 30%)	13 500 €	22 500 €	36 000 €

Ces calculs sont basés sur un horizon de placement de 25 ans. Ces valeurs sont indicatives, le profil équilibré correspond à un équilibre entre performance financière et épargne sécurisée. Nos partenaires s'engagent sur le nombre d'unités de compte et non sur leur valeur qui peut être sujette à des fluctuations à la hausse comme à la baisse dépendant en particulier, de l'évolution des marchés financiers. Plus d'informations sur [alyor.fr/retraite](http://alyor.fr/retraite)

