



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

CHAPITRE 04

Le Marketing des services des assurances

MI EMF

MARKETING DES SERVICES
BANCAIRES ET FINANCIERS

Introduction

17/05/2024

Première partie : Généralités sur les services des assurances

Section 1- Histoire de l'assurance

Section 2- Définitions et éléments de l'assurance

Section 3- Le rôle de l'assurance

Section 4- Le contrat Assurance

Section 5- Les différentes classifications des assurances

Deuxième partie : Le marketing des assurances

Section 1- Le rôle du marketing dans les assurances

Section 2- Les spécificités du marketing des assurances

Section 3 - Le marketing-mix des assurances

Section 4- Principes fondamentaux du marketing-mix en assurance

Conclusion

Introduction

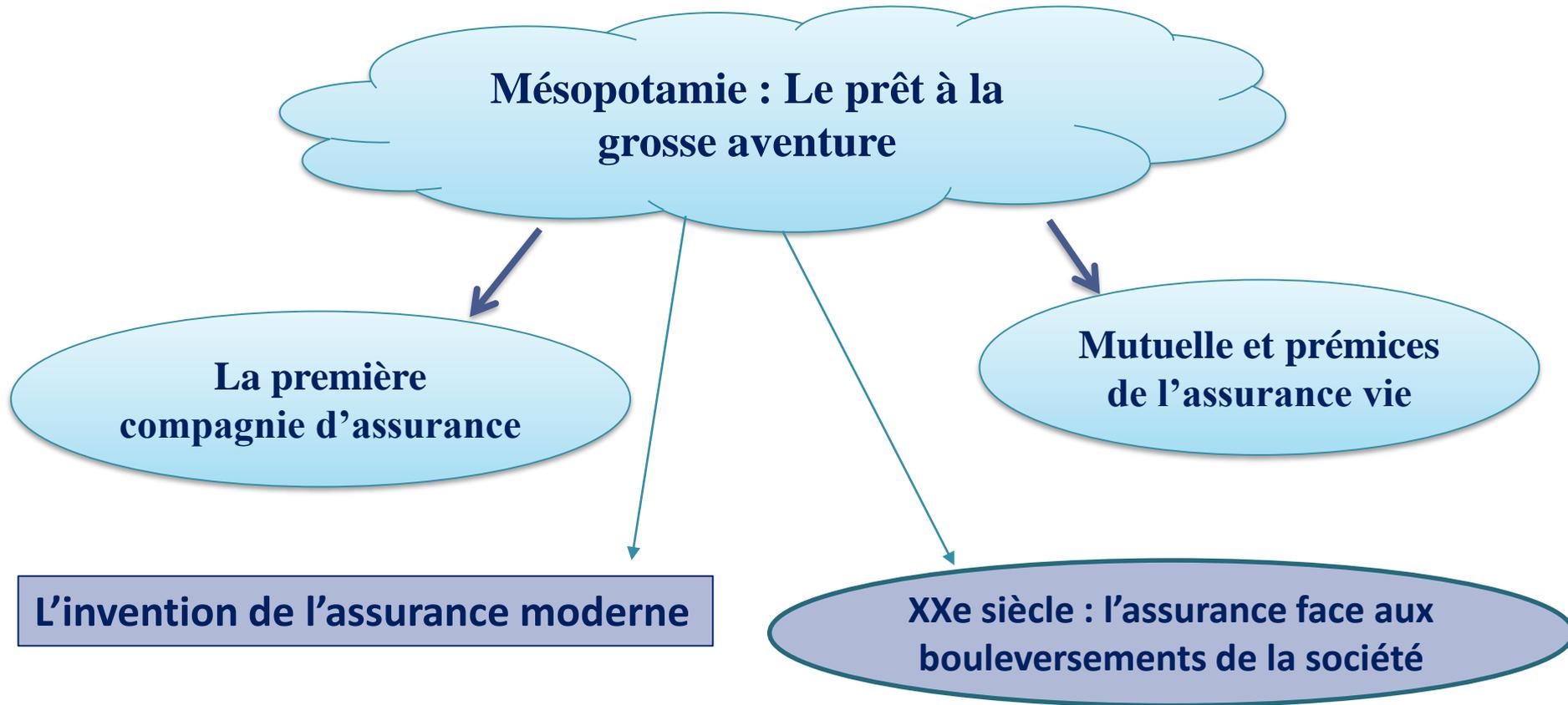
**CHAPITRE 04
LE MARKETING DES SERVICES ASSURANCE**



Première partie
Généralités sur les services des
assurances

Section 01- Histoire de l'assurance

17/05/2024



Section 02

Définitions et éléments de l'assurance

- 1. Définition économique**
- 2. Définition technique**
- 3. Définition juridique**

Section 3

Le rôle de l'assurance

1. Le rôle social
2. Le rôle économique
 - ❖ Garantie des investissements
 - ❖ Placement des cotisations

Section 4

Le contrat d'assurance

Les parties du contrat

L'assuré

L'assureur

Le bénéficiaire

Le souscripteur

Section 4

Le contrat d'assurance

Les éléments d'une opération d'assurance

Le risque

La prime

Le sinistre

L'indemnité

La franchise

La prime

Typologies des primes

Prime pure = Taux de prime X Capitaux assurés

Taux de prime = Fréquence du risque X Coût moyen des sinistres

La prime

Typologies des primes

La Prime nette = Prime pure + Frais d'acquisition

Frais d'acquisition (rémunération des intermédiaires) et de gestion de contrat (Les impôts, salaires et toutes les charges lesquelles sont soumises les sociétés d'assurance).

La prime

Typologies des primes

La Prime totale = Prime nette + Frais accessoires + Taxes

(commerciale) + (frais de police) + (Ce que perçoit l'assureur pour le compte de l'Etat).

Section 5

Les différentes classifications des assurances

Classification juridique des assurances

Classification technique des assurances

CHAPITRE 04
LE MARKETING DES SERVICES ASSURANCE

Classification juridique des assurances

Assurance dommage (assurance de choses, assurance de responsabilités)

Assurance de personnes (assurance atteinte corporelle, assurance vie dont 02 cas se dégagent l'un en cas de vie et l'autre en cas décès)

Classification technique des assurances

Les assurances gérées en répartition

Les assurances gérées en capitalisation

Deuxième partie
Le marketing des assurances

CHAPITRE 04
LE MARKETING DES SERVICES ASSURANCE

Section 01

Le rôle du marketing dans les assurances

- Le marketing influence et façonne la perception du consommateur des marques et des produits (services) d'assurances.
- Il participe à l'apparition d'une demande et peut modifier le marché des assurances en proposant des solutions aux besoins.
- Il permet l'adaptation des sociétés d'assurance à l'environnement et joue le rôle d'éclaireur sur les marchés et évolution des clients.
- Il permet de soutenir les activités organisationnelles et les objectifs de l'entreprise en participant à la stratégie d'entreprise pour garantir que la culture organisationnelle est axée sur le client.
- Soutenir la position concurrentielle de l'organisation développée au stade de la planification stratégique.

Section 02

Les spécificités du marketing des assurances

- L'importance primordiale de la distribution dans le marketing des assurances
- La difficulté de se différencier à long terme au niveau des services offerts
- La nécessité d'investir dans une comptabilité analytique
- Le besoin d'intégrer la notion du risque au cœur de la politique marketing
- L'impératif de répondre aux attentes d'une clientèle fortement segmentée

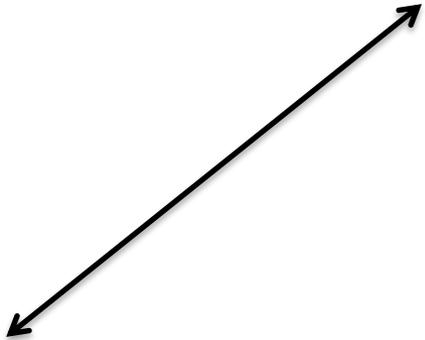
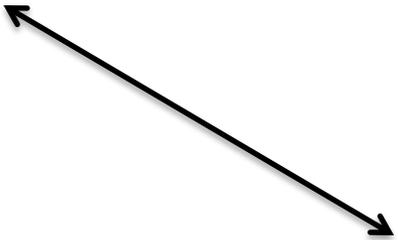
Section 03

Le marketing-mix des assurances

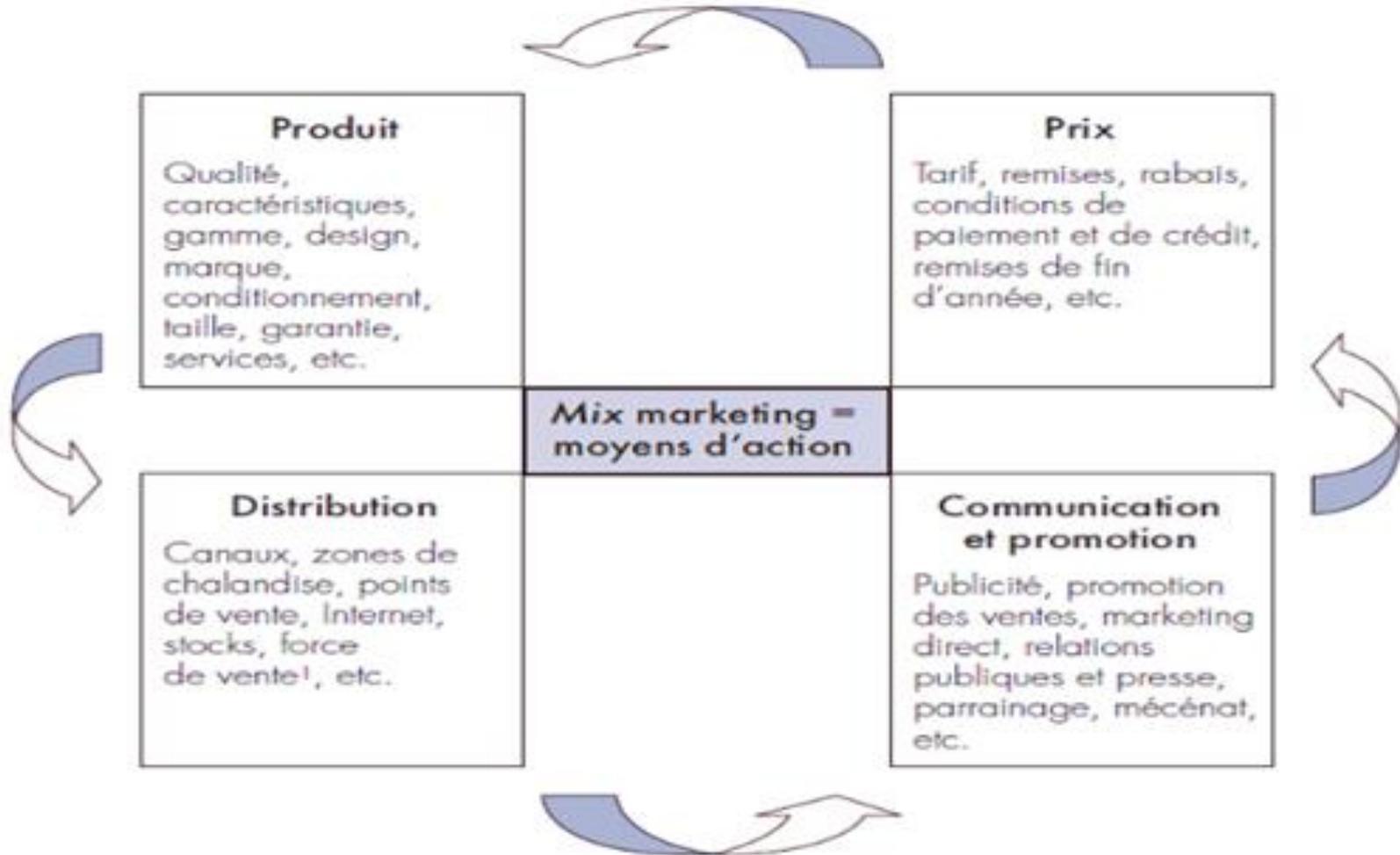
Le concept de marketing-mix

Le modèle 4P

Le modèle 7P



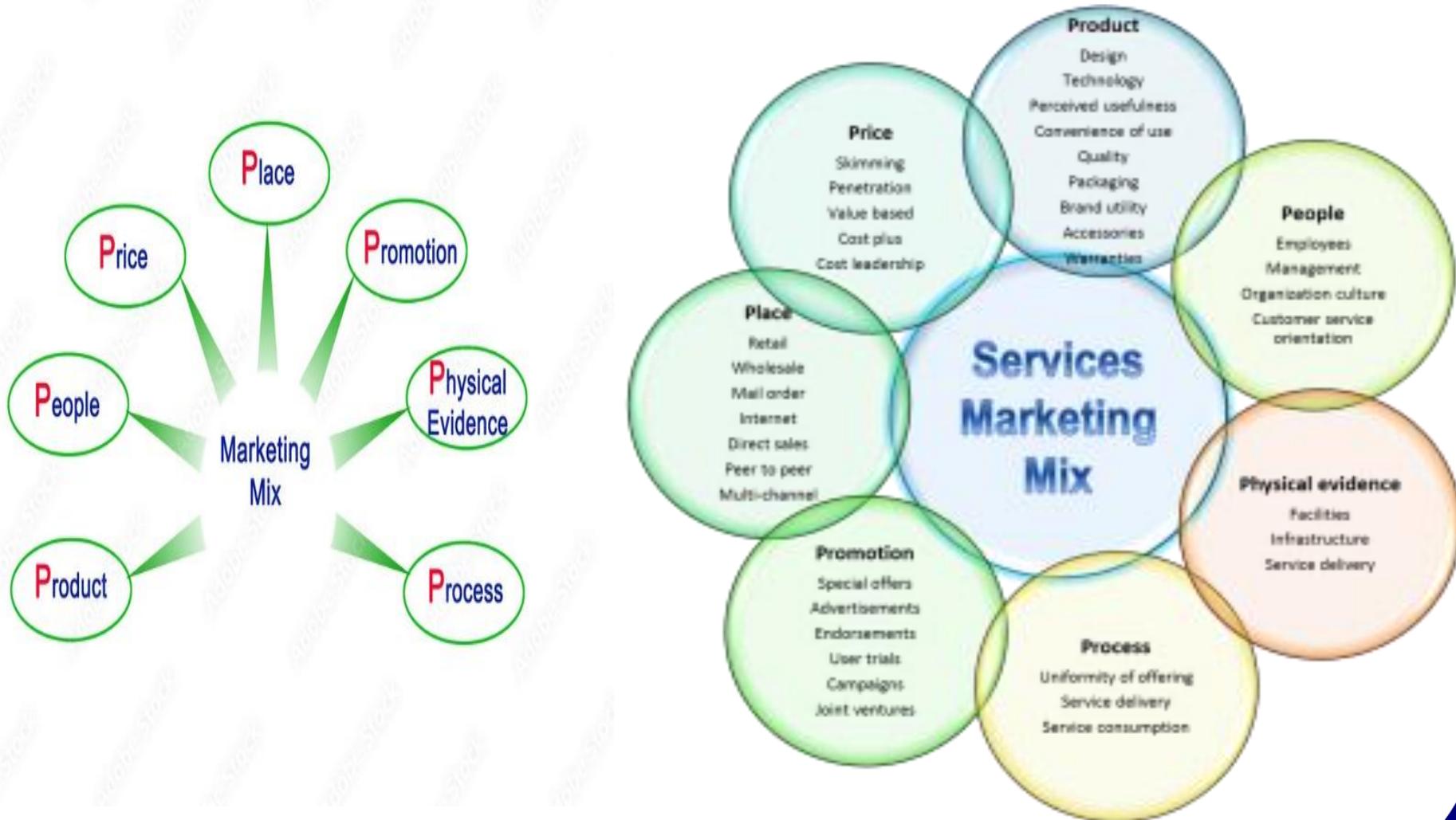
Le modèle du Marketing-mix 4P



CHAPITRE 04

LE MARKETING DES SERVICES ASSURANCE

Schéma simplifié du mix-marketing assurance



A/ Politique produit

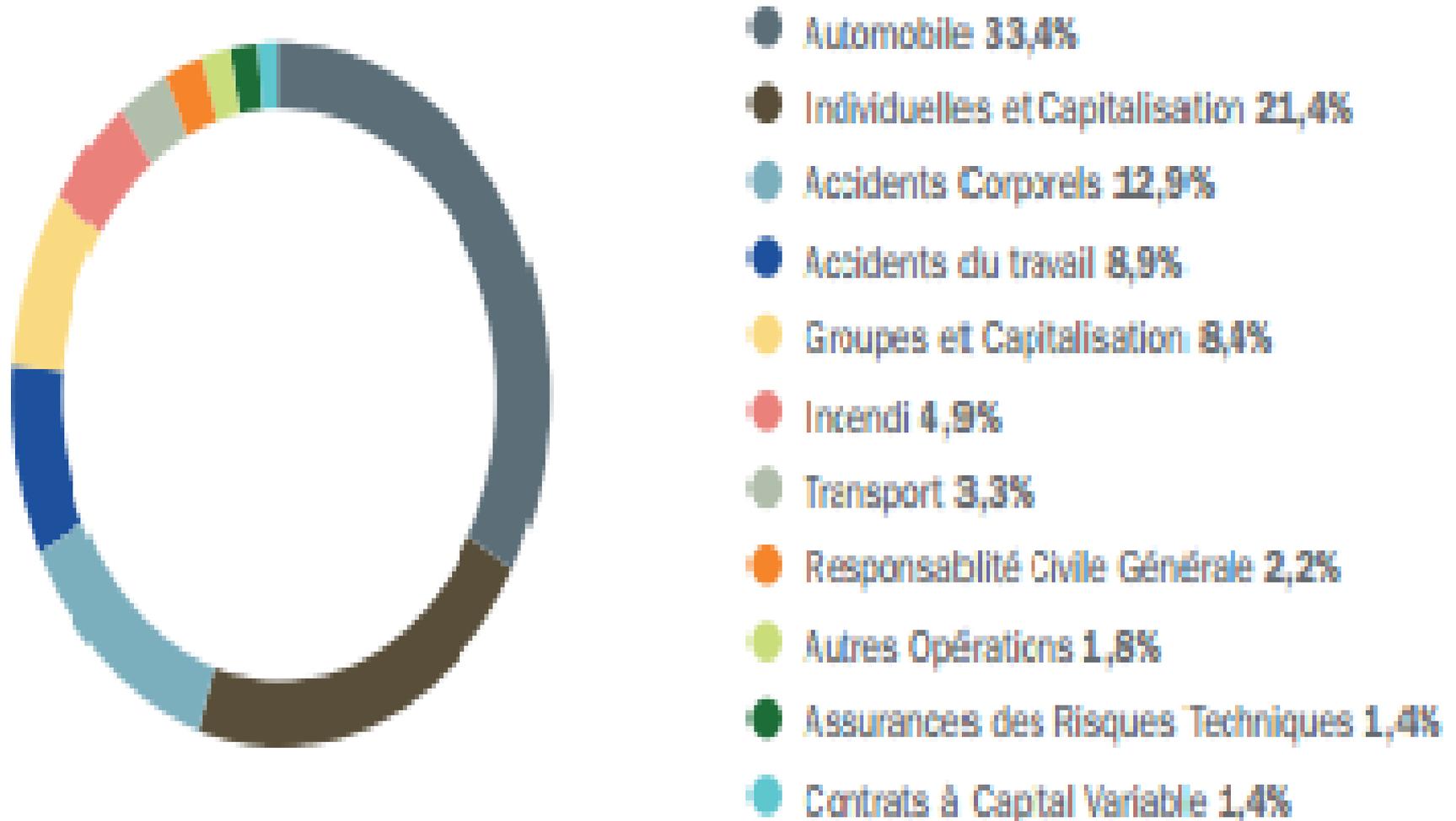
**La conception des produits
d'assurance**

**Le cycle de vie du
produit d'assurance**



Différenciation

1. Les produits (exemples de différenciation)



B/ Politique prix

**Problématique du
prix
dans les services**



**Prix et gestion
de la demande
en phase de
maturité**

C/ Politique de communication

**Les types de
communication**



**Les outils de
communication
marketing**

La prospection par les déplacements

vendredi 17 mai 2024

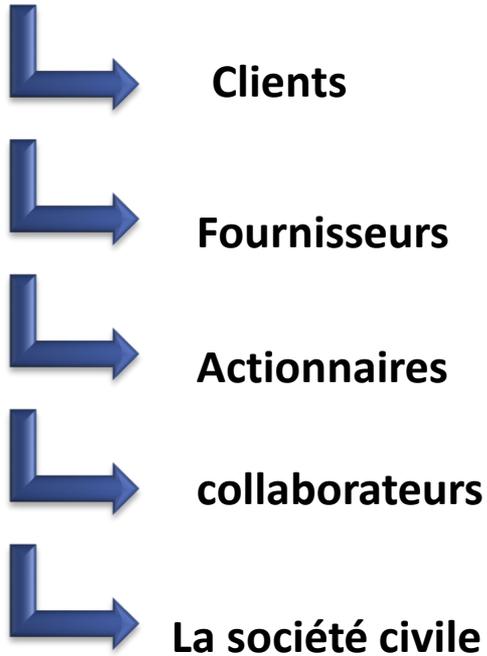
Les foires

Salons



Chapitre 04: La prospection internationale/ MI CIL

La politique de communication



CHAPITRE 04
LE MARKETING DES SERVICES ASSURANCE



Marketing directe

→ Site internet : www.axa.dz

→ Relations clients

→ Mailing

CHAPITRE 04
LE MARKETING DES SERVICES ASSURANCE



Mécénat

La Course Contre les Accidents



Publicité

The image shows a screenshot of the AXA website homepage. At the top left is the AXA logo with the tagline "réinventons / notre métier". On the right, there are navigation links for "Votre espace client", "Professionnel", and "Entreprise", along with a search bar and a "Nouveau site. Découvrez votre avis." button.

The main content area is divided into several sections:

- BANQUE**: "Livret Puissance AXA. Ouvrez un Livret".
- ASSURANCE**: "Assurez votre voiture en ligne".
- ÉPARGNE & PLACEMENTS**: "300% des Français souhaiteraient que leur épargne rapporte plus en 2009." and "Livret Puissance AXA. À partir du 1er avril 2009".
- Spot TV**: A purple 3D-style button.

On the left side, there is a section titled "CE QUE JE CHERCHE" with a search bar and a list of services: "Assurer sa voiture en ligne", "Maîtriser vos dépenses", "Nos services", "Les assurances", "Rechercher un conseiller AXA", and "Espace Professionnel". Below this is the "ASSUREZ-VOUS EN LIGNE" section, which includes "Assurez votre auto en ligne", "Obtenez un tarif Garantie Accidents de la 1^{re} Partie un devis personnalisé instantané", and "Mes tarifs et assurances en ligne".

At the bottom, there is a navigation bar with "ACCÈS À NOS OFFRES" and a menu of services: "AUTO, MOTOCYCLE", "HABITATION, AGÉRIE & LOISIRS", "SAVIE", "PÉRISSANCE & PROTECTION DES PÉCHÉS", "BANQUE & CRÉDIT", "ÉPARGNE & PLACEMENTS", and "RETRAITES & ASSURANCES VIE".

Below the navigation bar, there are two columns of content:

- Dossiers / les réponses de nos experts**: "Temple Kléou : AXA vous informe", "Crise financière : vos questions, nos réponses", and "Les dossiers de nos experts".
- AXA en France / à découvrir**: "Roux nous connaît", "Nos engagements", "Nos priorités", and "Toutes les actualités".

At the very bottom, there is a footer with "Les autres sites d'AXA" and a long list of links: "Espace Presse", "Nos offres d'emploi", "Toutes les actualités", "Plus R&A", "Rechercher un conseiller", "Plan de site", "Mentions légales", and "Nous contacter".

Relations publiques

→ Sponsoring

Festival de l'Ecologie



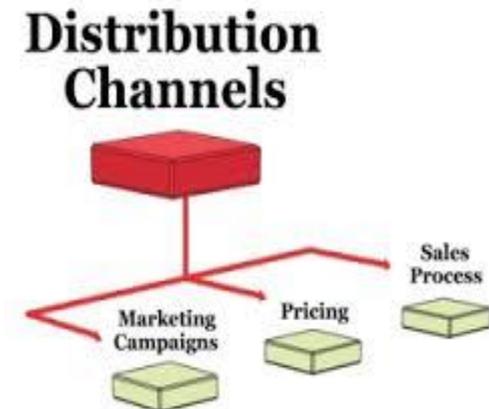
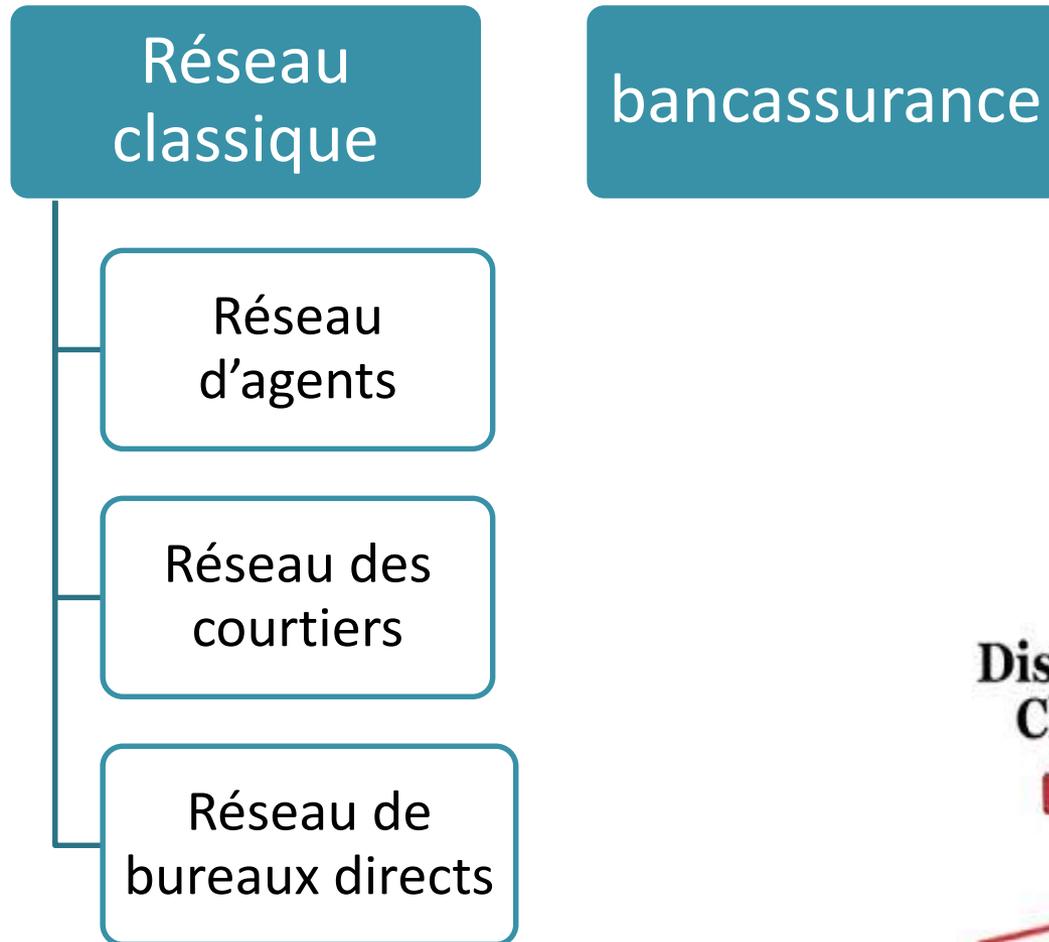
D/ Politique de distribution

**Les différentes formes
de distribution**



**Les formes
récentes de
distribution**

Les canaux de distribution



E/ L'environnement physique



F/ Le processus



G/ Le personnel



Section 04

Principes fondamentaux du marketing-mix en assurance

Principe d'adaptation

Principe de cohérence

Principe de sécurité

Principe de supériorité

Conclusion