

Paris, le 27 septembre 2013

Le Sales Game, un simulateur d'entretien de vente ludique, interactif et pédagogique au service des réseaux commerciaux et des collaborateurs d'Allianz France

Allianz France franchit une nouvelle étape dans la mise en place de sa culture commerciale en adoptant un simulateur d'entretien de vente unique dans l'univers de l'assurance : le Sales Game. Il s'inscrit dans la démarche de vente « S'Energy » et vise à renforcer la connaissance du client auprès de tous les collaborateurs.

Ce simulateur d'entretien, au service de l'efficacité commerciale et donc de la qualité des solutions proposées au client, se différencie des autres « serious game ». Le Sales Game est **interactif** : le joueur est véritablement en situation de dialogue, comme lors d'un vrai face à face avec un client. Il acquiert progressivement, de manière intuitive les bons réflexes de vente à partir d'exemples concrets, tirés de la réalité « terrain ». Il est **ludique** : Le joueur s'entraîne à la méthode de vente quand il veut, d'où il veut, et se confronte chaque fois à de nouveaux cas. Il apprend par l'expérimentation, en ajustant lui-même ses comportements, à son rythme. Le Sales Game est **pédagogique** : il propose une auto-évaluation, un feed - back du point de vue du client, un score global détaillé ainsi que des recommandations.

C'est également un outil au service **du management et du recrutement**. Le manager peut suivre la progression de son collaborateur afin de définir avec lui un plan d'amélioration des performances. Le Sales Game permet aussi d'évaluer les capacités commerciales des candidats lors des entretiens d'embauche en externe comme en interne. Enfin, il permet également de renforcer la culture commerciale au sein de l'entreprise et la connaissance des clients auprès de tous les collaborateurs.

Un an a été nécessaire pour créer les 5 profils de clients et les 16 millions de scénarios de vente. Le déploiement a débuté en mai 2013 et se terminera fin 2013. Il concerne près de 10 000 commerciaux dans les réseaux Agents Généraux, Courtage, Allianz Finance Conseil (AFC), Allianz Protection Sociale (APS) et s'adresse plus largement aux 11 000 collaborateurs d'Allianz France.

S'Energy : la méthode de vente des réseaux de distribution d'Allianz France

Lancée en 2011, le processus de vente d'Allianz France, nommé S'Energy, s'appuie sur la découverte du client, de ses projets et de l'identification de ses besoins, ce qui garantit la conformité de l'acte de vente. Elle harmonise les approches commerciales de chaque réseau et séquence selon un schéma précis les étapes de la vente.

Contacts Presse

Anick Rosas
Agnès Miclo

01 44 86 64 72
01 44 86 31 62

anick.rosas@allianz.fr
agnes.miclo@allianz.fr

A propos d'Allianz

Numéro 1 mondial en assurance de biens et de responsabilités, numéro 2 mondial en assurance de personnes, Allianz propose une offre complète qui couvre tous les besoins en assurance, assistance et services financiers des particuliers, professionnels, entreprises et collectivités. Avec 144 000 salariés dans le monde, Allianz est présent dans 70 pays, au service de 78 millions de clients.

Assureur généraliste, spécialiste du patrimoine, et de la protection sociale, Allianz France s'appuie sur la richesse de son expertise et le dynamisme de ses 11300 collaborateurs en France. Plus de 6000 intermédiaires commerciaux, Agents Généraux, Conseillers, Courtiers et Partenaires sont présents pour apporter un conseil de qualité aux 5 millions de clients qui font confiance à Allianz France.

Allianz France est partenaire et assureur officiel du Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF) et accompagnera l'équipe de France Olympique pour les 2 prochaines olympiades. Allianz SE est partenaire du Comité International Paralympique depuis 2006.

Suivez l'actualité d'Allianz France sur twitter <https://twitter.com/#!/allianzfrance> et sur www.allianz.fr