



**Claude EMMENECKER**

c.emmenecker@free.fr  
06 03 18 28 26 - Paris

marketing-assurance.com

**Directeur Développement - Assurance**

**Réseau commercial / Marketing / Stratégie direction générale**  
IARD ADP tous marchés tous acteurs

Transformer et mettre en action le changement

Depuis mai 2019

**Sponsor de l'assurtech Minalea** : cette société développe un comparateur exclusif sur le marché (comparateur de garanties entre contrats concurrents en auto, habitation, santé). Cette innovation est intégrée à mes travaux sur la transformation des organisations et des méthodes commerciales dans les réseaux assurance.

Manager de transition – **référéncé auprès des cabinets X-PM et Valtus Paris.**

2016 à jan 2019

**MAPA – Mutuelle d'assurance des professions alimentaires – Saint Jean d'Angély -17-  
Directeur Développement – membre du comité de direction**

Direction du réseau commercial (81 agences en France, 350 conseillers) et du département Marketing Communication

Conduite du changement et forces disruptives mises en œuvre :

RH-SI-Gestion et management agences : missionnement de trois directeurs régionaux du réseau commercial pour débayer des thématiques transverses inter-directions en lieu et place d'une solution consulting classique.

Activité commerciale : lancement d'un nouveau contrat multirisque commerce ( + 13,5 % de production 2017 vs 2018).

Marketing : stratégie affinitaire avec nos cibles de clientèles (inbound, shooting photo utilisation image de nos sociétaires dans nos campagnes), social selling (page Facebook pro. individualisée développée pour les commerciaux afin d'augmenter leur potentiel viral de contacts clients / prospects), analyse SWOT, PAC et plan média.

Distribution : e-learning réseau agences, négociation de partenariats pour cross selling (Klésia, Crédiopro), création d'une force de vente grands comptes PME, étude de nouveaux canaux (rachat courtiers, courtiers grossistes).

Stratégie : conduite en 2017 du projet d'affiliation avec la MACIF sur le marché des pros (en collaboration avec les équipes du cabinet Roland Berger). Chantiers : scénarii de portage des risques, stratégie de marque, organisation du réseau, parcours client, gouvernance opérationnelle.

2012 à 2015

**Atout Assurances.net SAS - Société de courtage - Strasbourg  
Directeur Général, rattaché au DG du Crédit Agricole Alsace Vosges**

Création et développement d'une start-up, filiale à 100 % du Crédit Agricole Alsace Vosges.

Structuration d'une offre IARD / santé / prévoyance / assurance emprunteur avec identification et sélection d'assureurs fournisseurs (Allianz, Generali, SwissLife, Alptis, April, Sada, Thelem).

Création de la structure de courtage avec négociation auprès des assureurs référencés et conception de la stratégie commerciale et digitale. Plan média avec Stéphane Thebaut – animateur France 5.

2009 à 2011

**OCIANE - Mutuelle Santé - actionnaire de MUTEX - Bordeaux  
Directeur Commercial, rattaché au DG - membre du comité de direction**

Management des équipes commerciales (160 personnes) du service Individuel (marché des particuliers avec un réseau de 50 agences), du service Entreprise (conseillers spécialisés en santé et prévoyance collective) et du centre d'appels - Cotisations 220 millions € / an pour 430 000 adhérents.

Elaboration d'un parcours de vente avec entraînements des conseillers par séquences filmées et accompagnement terrain en situation clients / agence par coachs tuteurs en interne.

Résultats : progression des adhésions nouvelles santé marché individuel (+ 5,3% 2010 vs 2009) et marché Entreprise (+15% 2010 vs 2009).

2002 à 2009

**Crédit Agricole Assurances PREDICA - Direction du Marché des Entreprises - Paris  
Responsable du Service Commercial et des Relations avec les Réseaux C.A. et LCL**

Définition et mise en place de la stratégie commerciale sur les offres épargne retraite entreprise et prévoyance collective pour les réseaux bancaires Crédit Agricole et LCL.

Création d'un service commercial : négociation des plans d'actions avec les directions des différents réseaux distributeurs et animation de leurs équipes commerciales. Plan de formation commerciale à l'attention des 800 chargés d'affaires entreprises. Résultats en 2009 : commercialisation des offres par 36 des 39 Caisses Régionales Crédit Agricole pour un encours de 258 M€.

1999 à 2002

**Groupe HUMANIS - Institution de Prévoyance Caisses de retraite - Strasbourg  
Responsable régional - Marché des entreprises**

1997 à 1999

**AGF Assurances (Allianz) - Agent général IARD - VIE - Sélestat - Alsace**

1996 à 1997

**GAN Assurances - Inspecteur d'assurance Entreprise - secteur Normandie - 28 agences**

1990 à 1996

**AGF Assurances (Allianz) - Inspecteur d'assurance - secteur Alsace - 24 agences**

Formation Bac + 5

**Diplômé EM Strasbourg Business School – juin 1987**



Il faut maintenant repenser et transformer les organisations, le fonctionnement et les méthodes commerciales des réseaux assurance pour bénéficier pleinement de la fluidité de la digitalisation.

Claude EMMENECKER

### **Domaines d'expertise :**

Direction commerciale – management de réseaux

Direction marketing – stratégie digitale / data

Direction stratégie / partenariats / rapprochement - affiliation

### **Innover pour développer de la performance commerciale**

Cadre d'interventions possibles :

Management de réseaux commerciaux assurance :

- réorganisation des régions commerciales et de leur management
- pilotage de la performance commerciale avec refonte des tableaux de bord / KPI et développement des outils d'e-learning en agence
- intégration dans l'argumentation commerciale d'une appli 2019 exclusive sur le marché qui analyse instantanément les différences de garanties entre son contrat et un contrat concurrent (comparateur de garanties assurance opérationnel en auto, habitation et santé).

Modernisation de la distribution assurance :

- hybridation des systèmes de distribution classique (réseau salariés type mutuelle / réseau intermédié type agents généraux) permettant la mise en place d'un modèle plus agile
- changer les méthodes de travail des commerciaux pour s'adapter aux comportements des nouvelles générations millennials et bénéficier à plein de la fluidité de la digitalisation.

Marketing et performance commerciale :

- développer un marketing qui fournit un appui terrain plus efficace aux équipes commerciales par : le chaînage renforcé SWOT + PAC, le social selling, la commercialisation de propositions de valeur enrichies (cross selling via partenariats commerciaux).

Stratégie :

- décliner et rendre plus efficace la compréhension et l'application du processus stratégique qui permettent la mobilisation réelle des équipes : mission / but / objectif / KPI / stratégie / tactique / métrique.
- faciliter et assembler l'innovation dans les processus de rapprochement / affiliation / partenariats.