



Marketing : 5 astuces pour vendre une assurance

Marketing : 5 astuces pour mieux vendre une assurance

Vendre une assurance n'est pas toujours chose facile pour certains vendeurs. Cela demande de trouver les bons arguments pour convaincre vos clients de l'importance de souscrire cette protection afin de voyager avec sérénité. Voici quelques astuces et techniques pour vous aider.

1. Trouver la bonne assurance en fonction du voyage

Vous devez trouver l'assurance la plus pertinente qui convienne aux vacances de chaque client. Pour cela il faut étudier dans le détail leur dossier : la destination choisie, la durée du voyage, les activités sportives prévues (ski, vélo, randonnée, canyoning, parapente...), la location d'un appartement et/ou d'un véhicule... Il faut aussi tenir compte de l'âge des clients, s'ils ont des problèmes de santé, s'ils voyagent ou non avec des enfants, avec beaucoup de bagages... Ces éléments vous permettront de proposer l'assurance la mieux adaptée. Pour cela, vous devez connaître les produits, garanties et exclusions des assurances sur le marché. Il est possible de souscrire une assurance groupe à partir de 8 ou 10 personnes par exemple voire une assurance à l'année si votre client est gros consommateur de voyages.

2. Mettre en avant les avantages d'une assurance

Pour vendre une assurance vous devez souligner les aléas et les risques qui peuvent survenir avant le départ (maladie, urgence familiale, refus de visa...) et surtout durant le séjour (accident, maladie, risques météo...). Cela peut aller des bagages perdus au petit bobo, de l'hospitalisation à l'étranger

au rapatriement suite à un problème médical sérieux. La souscription d'une assurance multirisque est particulièrement conseillée pour des destinations comme les États-Unis ou le Canada où les tarifs des frais médicaux sont très élevés. N'hésitez pas à montrer que pour une assurance de 50 euros votre client peut être couvert pour des dépenses pouvant s'élever à des dizaines de milliers d'euros. Pour d'autres destinations, mettez en avant les risques sanitaires, les problèmes de sécurité, les aléas climatiques... N'hésitez pas à évoquer des exemples concrets de mésaventures qui ont coûté chères à certaines personnes par le passé.

3. Répondre aux objections des clients

Les clients sont souvent réticents à souscrire une assurance pour faire quelques économies. À vous d'avoir les arguments pour répondre à ceux qui disent "que cela coûte trop cher", "qu'il ne leur arrive jamais rien" ou qui s'estiment déjà couverts par leur carte bancaire. Concernant ce point, cela dépend du type de carte (à partir de la Visa Premier le plus souvent). De plus, certaines cartes couvrent peu ou pas les frais réels, notamment en cas d'annulation ou de maladie grave. Pour convaincre vos clients, vous pouvez jouer sur les différents niveaux de couverture allant de l'assurance basique au niveau premium, de l'annulation à l'assurance multirisque tout compris.

4. Intégrer l'assurance et son coût dans l'offre globale du voyage

Plutôt que de proposer l'assurance à la fin de façon facultative, pensez à intégrer l'assurance annulation et l'assistance dans le coût du dossier afin de proposer une protection globale. Cela doit rassurer vos clients, avant et pendant le séjour. Faites aussi valoir le côté facile, rapide et rassurant quand il s'agit d'une famille nombreuse ou de deux ami(e)s qui voyagent ensemble afin que tout le groupe soit bien couvert. Faites cela sans pression et avec empathie.

5. Suivre les formations des acteurs de l'assurance

Pour être au point côté assurances et maîtriser les bons argumentaires selon le profil des clients, n'hésitez pas à suivre les formations dispensées régulièrement par les spécialistes du secteur qui vous feront une présentation complète de leurs produits couvrant les conséquences de l'annulation, l'assistance, certains risques particuliers comme les frais de rapatriement en cas d'accident ou de maladie, et la garantie en cas de perte des bagages. Cela vous permettra de rester à la page sur les nouveaux produits et de disposer des derniers flyers qui constituent un bon support de vente.

Vendre une assurance voyage n'est donc pas si difficile. Il faut comprendre les besoins spécifiques de ses clients et si besoin utiliser des témoignages où l'assurance voyage a été cruciale. L'enjeu principal est de rassurer vos clients avant et pendant leurs vacances. Et n'oubliez pas que l'assurance est très rémunérateur pour l'agence en raison de bons commissionnements. Il est donc important d'en proposer systématiquement.