

INSTITUT INTERNATIONAL DES ASSURANCES

B. P. 1575 - YAOUNDE

**RAPPORT D ' ETUDES
ET DE STAGE**

**1ERE PROMOTION DU CYCLE II DE DIPLOME
DE TECHNICIEN SUPERIEUR EN ASSURANCE
(D T S A)**

**REDIGE PAR MONSIEUR
OUANG - REBELE
DJINGTOUIN**

**SOUS LA DIRECTION DE
MONSIEUR NANDIGUIM
NODJINAYEL, CHEF DE
DEPARTEMENT PRODUCTION**

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier particulièrement la Direction Générale pour avoir accepté que notre stage se passe à la S T A R Nationale.

Nos remerciements vont également à l'endroit des personnes suivantes :

- Monsieur NGARTODJI NDIGUE, chef de service commercial, pour sa contribution à la réalisation de ce rapport
- à Monsieur NANDIGUIM NODJINAYEL chef de département production, coordonnateur de notre stage.
- à tous les autres chefs de département et chefs de service qui n'ont ménagé aucun effort pour la réussite de ce stage
- à tous le personnel de la STAR Nationale, plus particulièrement aux agents qui n'ont eu aucun complexe pour nous transmettre leurs connaissances pratiques
- à tous les parents et amis qui nous ont apporté leur soutien moral et matériel pour la réussite à cette formation.
- à tout le personnel de l'IIA ainsi qu'à tous les professeurs qui ont contribué à notre formation.

Qu'elles trouvent dans ce rapport l'expression de notre profonde reconnaissance.

S O M M A I R E

Avant-propos

lère partie: Description.....	1
Introduction.....	2
Chapitre 1 : L'Organisation Administrative et Interne de la Société.....	3
I - Les Organes de décisions.....	3
A - L'Assemblée Générale.....	3
1 - Composition et Attribution.....	3
2 - Les Commissaires aux Comptes.....	3
B - Le Conseil d'Administration.....	4
II - L'Organigramme de la Société.....	4
A - La Direction Générale.....	4
B - Les Départements.....	5
B1 - Le Département Production.....	5
B2. - Le Département Administratif & Financier.....	5
B3. - Le Département Réassurance, Statistique, sinistre et contentieux.....	6
B4. - Le Département Vie, Prévoyance Sociale et Infor- matique.....	6
Chapitre 2 : L'Activité des Différents Services.....	7
I - Le Service IARD.....	7
A - La Production.....	7
B - Le Règlement de Sinistre.....	12
II - Le Service Transport.....	12
III. L'Assurance Facultés.....	13
A - Les Risques de Transport.....	13
B - Les Principales Polices.....	13

C - Les garanties.....	14
D - La Tarification.....	15
E - Le Règlement de sinistre.....	16
II-2 - L'Assurance corps.....	17
A - L'Assurance corps du navire.....	17
B - L'Assurance corps d'aviation.....	17
III - Le Service Automobile.....	18
A - Les Critères de Tarification.....	18
B - Les Risques garantis.....	19
C - Les Principales formules de garantie.....	20
IV - Le Service Commercial.....	20
V - Le Service Sinistre.....	21
A - La Déclaration de Sinistre.....	21
B - Le Règlement de Sinistre.....	22
VI - Le Service Contentieux.....	23
VII - Le Service Statistique.....	23
VIII - Le Service de Réassurance.....	24
IX - Le Service de Comptabilité.....	25
X - Le Service de Personnel.....	25
XI - Le Service Vie.....	26
A - Les Contrats d'Assurances Groupe.....	26
B - Les Contrats d'Assurance Individuelle.....	27
XII - Le Service Prévoyance Sociale.....	28
XIII- Le Service Informatique.....	29
C O N C L U S I O N	29
2ème Partie: Le Rôle d'un Service Commercial dans une Société d'Assurance.....	30

I n t r o d u c t i o n	32
I - Notion de Marketing.....	34
A - Définition.....	34
B - L'Importance du Marketing.....	34
II - Le Responsable Commercial.....	35
III - Le Rôle du Responsable Commercial.....	35
A - Analyse de l'Environnement Externe de l'Entreprise	35
B - Etude du marché.....	35
C - Etude de la concurrence.....	37
D - Mise en place des méthodes de distributions...	37
1 - La force de vente.....	37
2 - Le marketing direct.....	39
E - Elaboration du plan d'action commercial.....	40
F - Le Contrôle.....	41
C o n c l u s i o n	41
CONCLUSION GENERALE.....	43

A V A N T - P R O P O S

Le présent rapport a été rédigé à la suite d'une période d'études pratiques de cinq mois à la Société Tchadienne d'Assurances et de Réassurances (**STAR NATIONALE**).

Il se situe dans le cadre de la formation des Etudiants de la 1ère promotion du cycle II de l'IIA donnant lieu à l'obtention du Diplôme de Technicien Supérieur en Assurance (DTSA). Ce fut pour nous le moment de rapprocher les connaissances théoriques acquises pendant deux ans et la pratique dans les compagnies d'assurances.

Il consiste d'une part pour le rapport de stage, à la présentation de la société et à la description sommaire des activités principales des différents services ; d'autre part pour le rapport d'études, au rôle d'un service commercial dans une société d'assurances.

Nous tenons à informer les lecteurs de nous excuser pour d'éventuelles erreurs et imperfections qu'ils peuvent trouver dans ce document. Car aucune oeuvre humaine n'est parfaite.

1ère Partie : LA DESCRIPTION DU STAGE

I N T R O D U C T I O N

Depuis l'époque coloniale jusqu'en 1977, le marché tchadien d'assurance était encore exploité par les Agences des sociétés d'assurances étrangères.

En effet, c'est en 1977 que les autorités tchadiennes ont constaté que cela constitue un vide socio-économique qu'il faut combler. C'est pourquoi, elles ont décidé de créer une société de droit national : La Société Tchadienne d'Assurances et de Réassurances (La STAR NATIONALE).

La STAR Nationale, société anonyme d'économie mixte au Capital de 260 300 000 FCFA, est créée par ordonnance n°10/PCSM/SGG du 30 Juin 1977. Son capital est constitué par 26 030 actions de 10 000 FCFA dont :

- Etat Tchadien : 4 500 actions (17,28 %)
- 9 Sociétés d'économie mixte : 10 450 actions (40,11 %)
- 5 Sociétés d'assurances françaises : 9 025 actions (34,64%)
- Particuliers tchadiens : 2 055 actions (7,97 %). Son siège social se trouve à N'Djaména.

La présente partie ne concerne que la description du stage notamment l'organisation administrative et l'activité des différents services techniques et administratifs de la société. Elle comporte deux chapitres dont le 1er est axé sur l'organisation administrative et interne de la société et le second décrit l'activité des différents services.

.../...

Chapitre 1 : L'ORGANISATION ADMINISTRATIVE ET INTERNE
DE LA SOCIETE

L'organisation administrative de la STAR est définie par l'ordonnance n°9/PCSM/SGG du 30 Juin 1977 portant organisation de l'industrie des assurances en République du Tchad. Son organisation interne est définie dans son statut et dans son organigramme.

I - LES ORGANES DE DECISION

LA STAR Nationale est dotée de deux organes de décision

- l'Assemblée Générale des Actionnaires
- Le Conseil d'Administration.

A) L'Assemblée Générale

Elle est l'organe suprême de la STAR Nationale et a le pouvoir de se prononcer sur la gestion de la société.

1 - Composition et Attributions

Elle est composée de tous les actionnaires de la société. Elle nomme les membres du Conseils d'Administration et les commissaires aux comptes chargés de lui rendre compte de la situation financière de la société. Elle se réunit une fois par an sauf cas exceptionnel.

2 - Les Commissaires aux Comptes

Au nombre de deux, les commissaires au comptes sont nommés par l'Assemblée Générale pour une durée de trois (3) ans renouvelable. Ils ont pour mission de présenter un rapport en fin d'exercice sur l'exactitude et la sincérité des opérations d'assurances et la tenue des pièces comptables.

.../...

B/ - Le Conseil d'Administration

Il est aussi un organe de décision par la délégation de pouvoir que lui confère l'Assemblée Générale des actionnaires. Les membres du Conseil sont nommés par l'Assemblée Générale. Composé au départ de dix (10) membres, celui-ci se compose actuellement de huit (8) membres dont :

- deux (2) représentants de l'Etat
- deux (2) représentants de la Cotontchad
- un (1) représentant de la B T C D
- un (1) représentant de la SCOR
- un (1) représentant de la M G F A
- un (1) représentant des particuliers Tchadiens.

Le conseil dispose des pouvoirs les plus étendus pour l'administration de la société, exception faite pour les actes qui sont expressément réservés par la loi ou les statuts aux décisions de l'Assemblée Générale.

Le Conseil d'Administration, à travers les multiples tâches qui lui sont attribuées, nomme et révoque les membres de la Direction Générale.

II - L'ORGANIGRAMME DE LA SOCIETE

Il se compose, avec à sa tête une Direction Générale, de quatre (4) Départements et de trois (3) Agences dont :

- une Agence à N'Djaména
- une Agence à Moundou avec une Sous-Agence à Pala
- une Agence à Sarh

A- La Direction Générale

A la Direction Générale, il y a un Directeur Général chargé d'exécuter les décisions du Conseil d'Administration. Il reçoit à cet effet, la délégation de pouvoirs dudit Conseil : il coordonne les activités des différents départements, ordonne les dépenses, signe les polices et les traités de réassurances, recrute et licencie le personnel, représente légalement la STAR Nationale. Il est assisté dans ses tâches par un Directeur Général Adjoint.

.../...

B. - Les Départements

Il y a au total quatre (4) départements qui sont :

- Le Département Production
- Le Département Réassurance, Statistique ; Sinistre et Contentieux.
- Le Département Administratif et Financier.
- Le Département Vie, Prévoyance Sociale et Informatique.

Chaque département est dirigé par un chef de département.

B.1 - Le Département Production

C'est un département qui s'occupe de la production des toutes les branches non-vie (incendie, auto, risques divers, transport). Il est subdivisé en cinq (5) services :

- Le service IARD (Incendie, Accidents et Risques Divers)
- le service production automobile
- le service transport
- le service commercial
- le service de l'inspection des Agences qui n'est pas encore fonctionnel.

B.2 - Le Département Administratif et Financier

C'est un département qui s'occupe de la gestion financière et de la tenue de pièces comptables. Il s'occupe également de la gestion de personnel et du matériel.

Il se compose de deux (2) services qui sont :

- le service personnel et matériel
- le service de comptabilité

.../...

B-3- Le Département Réassurances, Statistiques
Sinistres et Contentieux

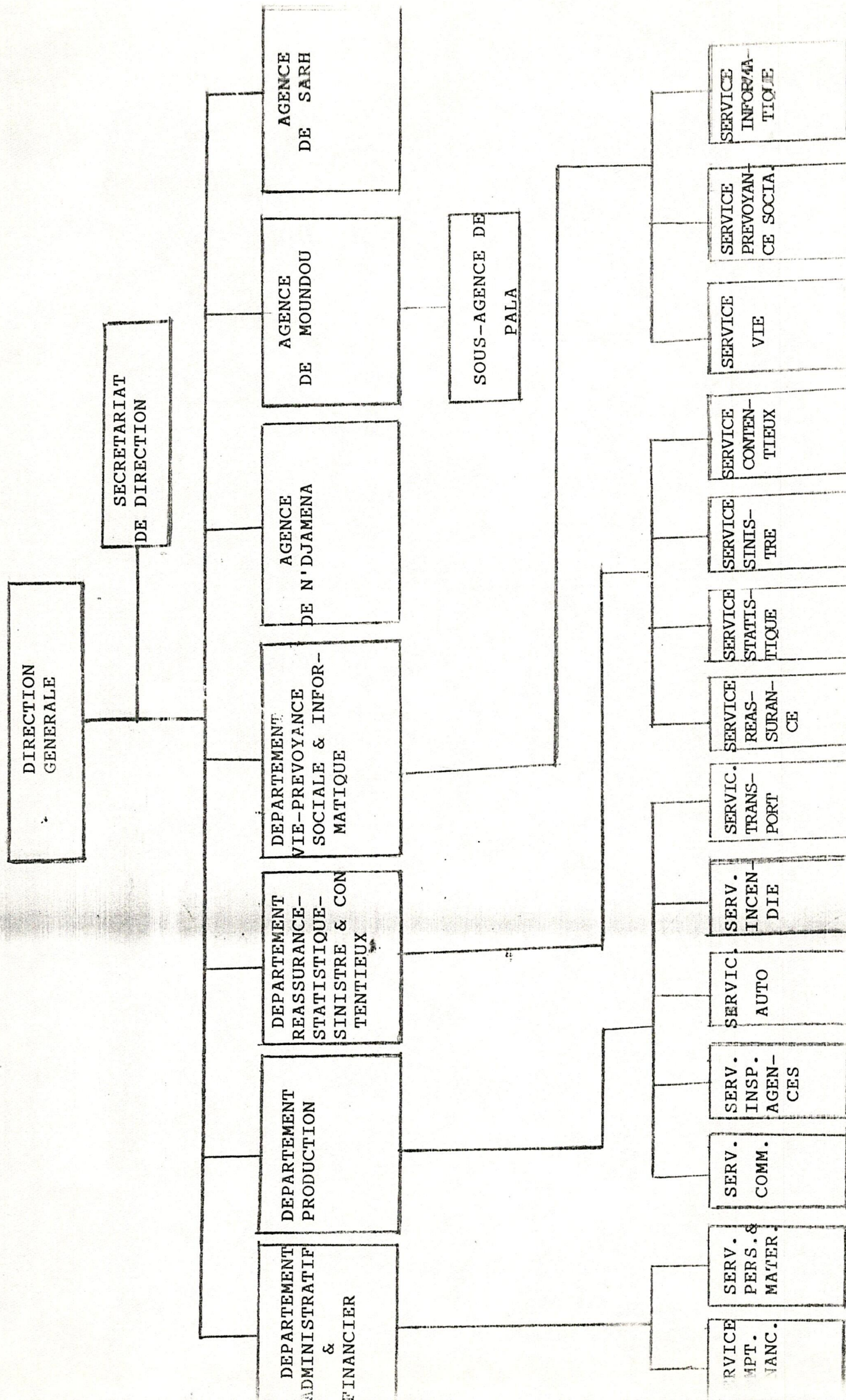
Le titre montre bien que ce département comporte quatre
(4) services qui sont :

- le service Réassurance
- le service des Statistiques
- le service Sinistres
- le service Contentieux

B-4- Le Département Vie, Prévoyance Sociale et
Informatique

Il comporte trois (3) services comme on peut le remarquer
par le titre. Ce sont :

- le service Vie
- le service Prévoyance Sociale
- le service Informatique



Chapitre 2 - L'ACTIVITE DES DIFFERENTS SERVICES

Après avoir fait le tour des différents services, nous avons remarquer que la STAR Nationale mène ses activités avec quatorze (14) services. Mais il y a un service qui n'est pas fonctionnel : le service de l'inspection des Agences.

I - Le Service IARD

Le service IARD (Incendie, Accidents et Risques Divers) comme défini pratique en général l'assurance contre l'incendie et, en plus l'assurance contre les Accidents et les risques divers.

Les risques divers comprennent : les dégâts des eaux, la "Tous Risques Chantiers", le vol et les diverses assurances de responsabilité civile comme la RC Chef de Famille, la RC chef d'Entreprise.

En plus du travail de production qu'il effectue, le service fait également le règlement de sinistre.

A - La Production

a) Le Contrat Incendie

Pour assurer un risque contre l'incendie, le service utilise généralement le tarif bleu qui comprend trois (3) parties :

- Les risques simples
- les risques commerciaux
- les risques industriels

al) Les risques simples

Ce sont des propriétés publiques et de bienfaisance à caractère administratif, les risques simple habitation, les bureaux publics ou privés.

a2) Les risques commerciaux

Ce sont des risques dans lesquels sont renfermées des marchandises de toute nature comme les entrepôts des douanes, épiceries, boulangeries, drogueries....

a.3) Les risques industriels

Cette partie comprend toutes les unités de production c'est à dire les industries et les entreprises de transformations. Pour ces catégories des risques, la tarification fait souvent appel au tarif rouge.

Pour avoir le taux de prime à appliquer, il faut réunir un certain nombre de paramètres qui sont appelés en assurance "éléments de tarification". Ce sont entre autres la zone, les éléments propres au risque et qui peuvent l'aggraver comme : la nature du risque, la communauté, la contiguïté, le voisinage, la proximité...

exemples

La zone : c'est un élément de tarification qui permet de situer le risque dans un milieu géographique donné. Il y a trois (3) zones de tarifications :

- la zone moyenne (1) qui correspond à un milieu géographique de précipitations moyennes
- la zone humide (2) qui correspond à un milieu géographique de fortes précipitations
- la zone sèche (3) qui correspond à celui de faibles précipitations (cas du Tchad).

Les éléments propres au risque :

Il s'agit de la nature des matériaux de construction qui entrent dans la composition du mur et de la toiture. Ces matériaux sont classés en matériaux légers, semi-légers et durs. Il faut savoir aussi que, en Incendie la construction est appelée risque et la couverture est appelée classe.

Pour la construction, si elle comporte plus de 90 % des matériaux durs, elle est classée 1er risque ; avec 10 % à 50 % des matériaux légers et semi-légers et moins de 10 % des matériaux légers, elle est classée 2ème risque ; si elle comporte plus de 10 % des matériaux légers ou plus de 50 % de légers et semi-légers elle est classée 3ème risque.

.../...

Les garanties offertes en assurance incendie couvrent d'abord :

Les risques directs : Les bâtiments, le contenu, les travaux d'embellissements, la privation de jouissance, la perte du loyer pour le propriétaire du bâtiment.

- Les risques de responsabilité: pour le locataire en ce qui concerne sa responsabilité sur la partie qu'il occupe privatiment et celle des autres locataires, les recours que peuvent exercer ses voisins immédiats et non immédiats et les diverses autres renonciations à rcours.

- Les garanties complémentaires et accessoires à l'assurance incendie comme la perte d'exploitation, les frais de déblai, la chute de la foudre, les explosions, les dommages électriques...

b) Le Contrat RC Chef D'Entreprise

Il offre comme garanties de base :

- la RC accident après travaux
- la RC dommages matériels
- la RC Dégâts des Eaux.

Il existe également des garanties facultatives qui sont:

- la RC vol par préposés
- la RC besoin de service qui couvre la faute commise par les préposés pendant les heures de service
- Fautes inexcusables et intentionnelles des préposés pour les dommages que les préposés peuvent se causer entre eux et bien d'autres garanties facultatives.

La tarification est fonction du nombre des employés ou fonction du chiffre d'affaires ou de la masse salariale.

.../...

Pour une entreprise qui comporte moins de dix (10) employés, il y a une prime forfaitaire à prendre par employé.

Pour celle qui comporte plus de dix (10) personnes, la prime représente soit un pourcentage du chiffre d'affaire soit un pourcentage de la masse salariale.

Pour la prime forfaitaire, il n'y a pas de régularisation à la fin de l'année sauf s'il y a eu changement d'employés au cours de l'année d'assurance.

Pour le taux de prime qui a pour base la masse salariale, il est perçu au début de l'année une prime provisionnelle et à la fin de l'année on procède à une régularisation.

Pour le taux de prime sur le chiffre d'affaire, il est perçu une prime provisionnelle qui sera révisée en hausse ou en baisse à la fin de l'année en fonction de la clause insérée.

c) Le Contrat RC Chef de Famille

Il couvre la responsabilité des membres de la famille en ce qui concerne les dommages qu'ils peuvent causer à d'autres personnes. C'est un contrat à notre point de vue moins coûteux.

La prime de base est de 4 500 F.CFA

- Majoration pour enfants majeurs : 500 F/enfant
- Majoration pour animaux domestiques : 500 F/animal
- Majoration pour résidences secondaires : 1000 F/résidence
- coût de police 1 500 FCFA
- Taxes d'enregistrement 18 %.

Le plus grand nombre de clients pour ce type de contrat reste encore le personnel de la STAR Nationale.

d) Le Contrat Vol

L'intitulé du contrat vol actuellement vendu par la Société est le "contrat d'assurance vol par effraction".

Il offre sa garantie au 1er risque et avec abrogation de la règle proportionnelle. Cela veut dire que l'assureur ne tient compte que de la valeur déclarée et considère celle-ci comme le plafond de garantie.

.../...

Le taux de prime varie selon les zones.

Pour une zone d'agglomération comme la ville de N'Djaména, le taux de prime est de 10 % de la valeur d'assurance.

En dehors des zones d'agglomération comme dans les provinces, le taux est de 12 %.

Cette tarification ne concerne que les mobiliers personnels.

Pour les objets de valeurs le taux de prime varie entre 6 % et 8 %; le détournement et le vol en coffre fort, le taux est de 6 % (à titre indicatif).

e) Le Contrat Dégâts des Eaux.

Cette assurance couvre l'assuré contre les fuites accidentelles d'eau et offre sa garantie de deux manières :

- D'une part comme assurance de dommage couvrant les préjudices subis par l'assuré tant dans ses biens mobiliers qu'immobiliers.
- D'autre part, comme assurance de responsabilité couvrant l'assuré pour des dommages que peuvent subir des tiers. C'est un contrat qui a les mêmes garanties que le contrat incendie.

Le taux de prime pratiqué par la Compagnie varie entre 6 % et 10 % en fonction du capital choisi.

f) Le Contrat "Tous Risques Chantiers"

C'est une assurance destinée aux projets de construction de toute nature. Elle offre une protection complète contre les dommages causés à l'ouvrage, aux équipements utilisés pour l'exécution des travaux, aux matériels de chantiers et aussi bien contre les dommages matériels et corporels causés aux tiers du fait de l'exécution des travaux.

Pour la tarification, le plus souvent, le service réunit tous les éléments nécessaires à l'appréciation du risque et les transmet aux réassureurs pour la détermination du taux de prime à appliquer.

Le plus souvent c'est la SCOR à Paris qui fait ce travail.

Il faut aussi signaler que le service travaille en étroite collaboration avec le service de réassurance, parceque le plus grand nombre des affaires en incendie font l'objet de réassurance.

B - Le Règlement de Sinistre

Le service IARD, après la déclaration de sinistre, vérifie si la garantie est acquise et par la suite évalue le montant à payer. Cette évaluation est en plus soumise à l'approbation de la Direction Générale pour l'exécution de paiement en passant bien sûr par le chef de département.

Dans la plupart des cas, les sinistres sont réglés à l'amiable. C'est pourquoi le service a toute la latitude pour apprécier le sinistre en accord avec le client et la Direction n'ordonne que les dépenses engagées.

Il faut noter que, au service IARD, il se pose un certain nombre de problèmes :

- D'abord pour cause des tarifs inadaptés car ce sont des tarifs conçus depuis 1972 donc, devrait être révisés pour tenir compte de certaines réalités dont nous vivons actuellement.
- Le service a également de problèmes pour l'exécution rapide de ses tâches car il y a beaucoup des travaux manuels à faire, surtout la rédaction des contrats.

II - Le Service Transport

En général, ce service pratique l'assurance des marchandises qu'elles soient transportées par voie maritime, aérienne ou terrestre (ferroviaire et routière). L'assurance corps ne concerne que l'aviation, cela est dû au fait que le Tchad est un pays sans littoral. Il pratique à la fois la production et règlement de sinistre.

Depuis le 19 Novembre 1985, l'assurance transport des facultés à l'importation est rendue obligatoire par Décret 736/PR/MFM/DG/SCA/85. Cette obligation ne s'applique que sur des marchandises dont la valeur FOB est supérieur ou égale à 500 000 FCFA.

.../...

II.1 L'Assurance Facultés

A- Les Risques de Transports

Il sont classés en deux catégories :

- Les risques ordinaires de transport
- Les risques exceptionnels

a) Les Risques Ordinaires de Transport

Ce sont des dommages (ou avaries) qui surviennent à la marchandise assurée au cours de transport proprement dit et qui peuvent être liés au cas fortuit ou de force majeure emportant soit le moyen de transports, soit le chargement.

b) Les Risques Exceptionnels

Il s'agit des risques qui ne sont pas automatiquement pris en charge par l'assurance. Mais ils peuvent l'être avec l'accord de l'assureur moyennant surprime. Il s'agit des événements comme la guerre, l'émeute, le vol, le pillage etc...

Si en plus des risques ordinaires, le risque de guerre est assuré, on dit que la marchandise est assurée de bout en bout.

B - Les Principales Polices

Il y a trois (3) principales polices d'assurance transport :

- La police au voyage
- La police à alimenter
- La police flottante ou d'abonnement

a) La Police Voyage

Elle couvre les expéditions occasionnelles et ponctuelles; la nature de la marchandise, la valeur assurée, le moyen de transport utilisé, le point de départ et de destination sont bien connus.

La garantie court à compter de la date de souscription et cesse 48 h après la date d'arrivée des objets assurés à destination.

b) La Police à Alimenter

Elle est conçue pour des opérations commerciales nécessitant plusieurs expéditions échelonnées sur une période indéterminée. Dans cette police, l'assuré déclare la valeur totale de la marchandise et le nombre total d'expéditions prévues. Avant chaque envoi, il informe l'assureur de la nature, de la composition et de la valeur de l'expédition.

La garantie court à compter de la date de souscription et cesse 48h après la date d'arrivée à destination de la dernière expédition.

c) La police d'abonnement

C'est une police cadre qui est négociée d'avance entre les parties et qui a pour objet principal d'accorder une garantie automatique pour toutes les expéditions de l'assuré et cela quelque soit le mode de transport, la nature de la marchandise, le point de départ et de destination. La garantie est accordée à l'assuré dès lorsque la marchandise est mise en route. Il suffit qu'il la déclare en aliment à sa police dans les délais prévus.

Elle est souscrite pour une durée d'un année ferme renouvelable par tacite reconduction. Mais peut être résiliée par l'une des parties sous préavis d'un mois.

C - Les Garanties

Il existe deux principales garanties :

- la garantie "tous risques"
- la garantie "accident caractérisé" ou "FAP SAUF..."

a) La garantie "TOUS RISQUES"

Elle couvre tous les dommages manquants, perte de poids ou de quantité au cours de leur transport à moins que les avaries ne soient dues à l'un des risques expressément exclus au contrat. C'est la garantie la plus large possible qui n'a d'autres limites que les exclusions prévues dans le contrat.

.../...

b) La Garantie "FAP sauf ..."

C'est une garantie qui couvre les dommages, perte de poids ou de quantité subis par les marchandises au cours de leur transport et qui résultent de l'un des événements dont la liste est limitativement donnée dans la police.

Il existe des combinaisons lorsque le client éprouve le désir d'adapter le contrat à ses besoins spécifiques.

D - TARIFICATION

Au moment de la souscription, l'assureur a besoin de certains renseignements nécessaires à l'appréciation du risque et à la fixation du taux de prime adéquat. Ces informations sont contenues dans les documents suivants :

- la lettre de voiture (facultés terrestres)
- la lettre de transport aérien (LTA) : facultés aériennes
- le connaissement (facultés maritimes) ou tout autre titre de transport.

Il existe un tarif de référence dont les facultés sont classées par catégorie et devant chaque catégorie il y a deux taux de prime :

- Taux de prime des facultés en contener
- Taux de prime de marchandises en vrac, un peu plus élevé par rapport au taux de celles transportées en contener.

Le taux de prime est un pourcentage de la valeur d'assurance.

Le coût de police est de 2 500 FCFA

La taxe d'enregistrement 6 % de la PN + CP

Exemple : Monsieur Ahmed BP 58 N'Djaména, commande 500 Kgs de fripperies d'Arabie Séoudite à N'Djaména par avion pour une valeur de 5.000.000 F.CFA en garantie "TOUS RISQUES" + Risques de Guerre (RG).

Calcul de la prime totale à payer :

Taux de prime risques ordinaires (RO)...0,50 %

Surprime risques de guerre..... 0,075%

Taux net : 0,50 % + 0,075 % =..... 0,575%

Prime Nette : 5.000.000 x 0,575 % = 28 750

Coût de police..... = 2 500

T.E. : (28 750 + 2 500) x 6 % .. = 1 875

Prime totale : 28 750 + 2 500 + 1875 = 33 125

E - REGLEMENT DE SINISTRE

En cas de sinistre, l'assuré doit déclarer en son temps comme prévu au contrat et fournir à l'appui de sa déclaration les documents suivants :

- l'original du certificat d'assurance
- l'original du connaissement, de la lettre de voiture ou de la lettre de transport aérien.
- Certificat d'avaries établi par l'expert agréé par la compagnie ou à défaut procès-verbal du constat de la police ou de la gendarmerie dressé sur le lieu de l'accident.
- les factures d'origine ou copie certifiée conforme, devis de réparation s'il y a eu des réparations
- une copie de la lettre de réserve adressée au transporteur ou au tiers éventuellement responsable du sinistre.

Si le dossier est régulièrement constitué et que la garantie est acquise, l'assureur doit régler dans les trente (30) jours qui suivent.

Mais pour que l'indemnité soit versée, il faut que la prime ait été payée par l'assuré.

L'indemnité se calcule de trois (3) manières :

- En cas de manquant, l'indemnité se calcule sur la base de la valeur unitaire de l'article manquant multipliée par le nombre d'articles manquants.

Exemple : sur un convoi de 1 000 sacs de ciments d'une valeur totale de 3 500 000, 182 se sont trouvés manquants des chargements.

Montant des manquants :
$$\frac{3\,500\,000 \times 182}{1\,000} = 637\,000 \text{ F}$$

C'est le montant de l'indemnité à payer s'il n'y a pas de franchise à la charge de l'assuré.

.../...

- Cas où l'expert détermine le taux de dépréciation :

dans ce cas l'indemnité s'obtient en appliquant le taux de dépréciation fixé par l'expert à la valeur d'assurance.

- Cas de règlement en perte totale :

l'assuré abandonne à l'assureur la totalité de la marchandise et lui en transfère la propriété. L'assureur règle la valeur assurée. Ce règlement en perte totale se fait sous l'une des conditions suivantes:

- Les facultés doivent avoir été disparues avec le moyen de transport.
- La valeur des marchandises avariées doit atteindre le 3/4 de la valeur d'assurance.

Il faut signaler que pour le transport des carburants il y a une freinte de route fixée à :

- 1% pour le jet A1 et le super
- 0,5% pour le gas-oil et le pétrole.

II.2 - L'Assurance Corps

A - L'Assurance corps du navire

L'assurance directe de corps du navire n'est pas pratiquée par la société car nous savons très bien que le Tchad est un pays sans littoral. Jusque là dans ce domaine, il n'y a que deux polices assurant les bacs de la Société Nationale d'Entretien Routier (SNER).

B - L'Assurance corps d'aviation

Dans ce domaine la STAR Nationale n'assure pas seulement le corps de l'avion, mais accorde également d'autres garanties.

Les garanties principales sont :

- Le corps de l'avion (garantie dommage)
- la RC de l'avion vis à vis des personnes tierces
- Rachat de franchise qui peut garantir la franchise à la charge de l'assuré.
- Individuel personnel navigant : Cette garantie couvre l'équipage parceque celui-ci n'est pas garanti par la RC
- Le risque de guerre.

Dans ce domaine la tarification est souvent faite par les réassureurs.

La Société couvre actuellement quatre (4) avions dans son portefeuille :

- Un avion de la Cotontchad
- Un avion de la SONASUT
- Un avion de la Compagnie Nationale Air-Tchad
- Un avion du gouvernement tchadien

Ces quatre (4) avions font une rentrée de prime de l'ordre de 79.000.000 F.CFA par an."

Il faut noter que d'une manière générale l'utilité de l'assurance transport n'est pas encore bien connue par les opérateurs économiques quand bien même que celle-ci est rendue obligatoire. Les auxiliaires de l'assurance : douaniers, policiers et gendarmes qui sont chargés de l'application de ce décret ne font pas normalement leur travail. C'est pourquoi la STAR Nationale a essayé de toucher certains points stratégiques en mettant un producteur à l'aéroport de N'Djaména, un à douane route et un autre à Léré.

III - LE SERVICE PRODUCTION AUTO

Compte tenu de la place qu'occupe l'assurance automobile dans le portefeuille de la STAR Nationale, les responsables ont jugé nécessaire de créer un service qui ne s'occupe que de la production auto. Cela se justifie par le fait que l'assurance des véhicules à moteur est rendue obligatoire par l'ordonnance n°01/CD du 6 Février 1965. Cette obligation ne concerne que la garantie de responsabilité civile.

A - Les Critères de tarification

Les critères de base pour la tarification sont :

- L'usage ou l'affectation du véhicule
- La puissance ou le tonnage du véhicule

.../...

- La limite de la zone de circulation du véhicule (uniquement à l'intérieur ou étendue aux pays voisins)

Le tarif classe les véhicules à moteur en dix (10) catégories :

- C1 : véhicules de tourisme
- C2 : véhicules utilitaires de poids inférieur à 3,5 tonnes
- C3 : véhicules gros porteurs servant au transport public de marchandises de poids de 3,5 tonnes et plus.
- C4 : véhicules de transport public des voyageurs
- C5 : véhicules à moteur à deux ou trois roues
- C6 : véhicules confiés aux garagistes pour les réparations
- C7 : véhicules auto-écoles
- C8 : véhicules location sans chauffeur
- C9 : Les engins des chantiers
- C10: véhicules spéciaux (corbiards, pompes funèbres)

B - Les risques garantis

Il y a cinq (5) risques principaux qui font l'objet de l'assurance automobile :

Risque A : la responsabilité civile (R C) ; l'assureur couvre les dommages que l'assuré peut causer à des tiers à l'occasion de la mise en circulation de son véhicule à moteur. Ces dommages peuvent provenir de l'accident ou d'un incendie du véhicule.

Risque B : Recours des tiers incendie : L'assureur s'engage à prendre en charge les dommages matériels résultant de l'incendie non consécutif à un accident.

Risque C : Dommage : pour ce risque l'assureur prend en charge les dommages subis par le véhicule assuré, ses accessoires et pièces de rechange consécutifs à un accident.

Risque D : Incendie et Explosion :

L'assureur couvre les dommages subis par le véhicule garanti, ses accessoires et pièces de rechange prévues par le constructeur consécutifs à l'incendie, combustion spontanée, chute de la

foudre, l'explosion du moteur et toute autre explosion à l'exclusion de celle causée par le dynamite ou autres explosions analogues.

Risque E : Vol

Dans ce cas l'assureur garantit les dommages résultant de la disparition ou de la détérioration à la suite d'un vol ou d'une tentative de vol ainsi que d'autres frais engagés par l'assuré avec l'accord de l'assureur pour la récupération du véhicule.

C - Principales formules de garantie

Il y a trois (3) principales formules qui peuvent être accordées au client

- RC et Recours de tiers incendie (Risque A et B)
- RC, Recours tiers incendie, incendie et vol (risque A, B, D et E)
- "Tous Risques" (Risque A, B, C, D, E).

Il existe également des garanties complémentaires comme personnes transportées à titre gratuit ou hors cabine qui sont accordées moyennant surprime.

- . Le tarif donne la prime de base à laquelle on ajoute
- . Le coût de police 2.500 F CFA pour les engins à 4 roues
ou 1.000 F CFA pour les engins à 2 roues
- . La taxe d'enregistrement est de 18 %

IV - LE SERVICE COMMERCIAL

Ce service a pour rôle, le contact avec les clients afin de leur expliquer les méthodes de fonctionnement de l'assurance. Il s'occupe également de la relance des clients pour les primes impayées. Son activité principale c'est la promotion des produits. A l'aide du journal auxiliaire de caisse et des dossiers de souscription automobile de la journée, il relève les dossiers impayés dans le bordereau des quittances impayées. Mais au moment où l'assuré vient solder son compte, son nom est aussitôt rayé du bordereau. En ce qui concerne les relances, le service envoie une première lettre de rappel de prime. Si un mois après le client ne se manifeste pas, il envoie une deuxième lettre. S'il n'en est pas toujours le cas, un mois après le service convoque le client à ses bureaux ou peut aller à son domicile pour discuter avec lui.

Si avec toutes ces démarches le client ne s'exécute pas, son dossier est transféré au service contentieux pour engager une procédure judiciaire en vue de recouvrer la prime impayée. Le service ne s'occupe pas du côté marketing parceque le personnel n'a pas une formation adéquate. La formation pour ce service en marketing est une nécessité pour la société.

V - L e S E R V I C E S I N I S T R E

C'est un service qui s'occupe exclusivement des sinistres automobiles. Et cela compte tenu du fait que le portefeuille de la STAR Nationale est constitué en grande partie de l'automobile.

A - La Déclaration de Sinistre

Cette déclaration permet d'avoir des renseignements sur l'assuré et le tiers victime. Elle révèle deux formes :

Une forme technique, car elle permet à l'assureur de connaître si le client est bien couvert par une police d'assurance.

- Une forme juridique c'est pour voir si l'assuré a respecté la réglementation en matière de conduite des véhicules à moteur.

Les pièces à exiger lors de la déclaration sont :

- L'Attestation d'assurance, pour justifier que la personne est cliente et également connaître la période d'assurance.

- Le permis de conduire ; c'est pour voir si la catégorie du permis utilisé correspond bien au type de véhicule accidenté.

- Le certificat médical ; c'est pour voir si la personne est apte à conduire. Il est seulement exigé pour la conduite des taxis et des gros porteurs. Il n'exclut pas la garantie mais constitue une peine pénale.

- La visite technique qui permet de justifier que le véhicule est en bon état.

- La carte grise pour connaître l'année d'acquisition du véhicule.

Après avoir reçu la déclaration, on ouvre un dossier sinistre pour procéder au règlement.

.../...

B - Règlement de Sinistre

Le règlement de sinistre se fait sur la base de certains éléments essentiels suivants :

- La déclaration de l'assuré sur les circonstances de l'accident
- la validité de l'attestation
- La qualité du permis de conduire
- Le constat des forces de l'ordre pour voir si la responsabilité est partagée ou non
- La plainte de la victime pour voir sa réclamation
- Le rapport médical s'il y a des préjudices corporels.
- Le dévis de réparation pour les dommages matériels.

Après avoir réuni tous les éléments nécessaires au règlement du sinistre, le service passe le plus souvent par la discussion avec la victime pour un règlement à l'amiable. Par exemple pour le cas de décès, il y a une convention signée entre certaines tribus appelée la "DIA" qui prévoit que : en cas d'accident entraînant le décès de l'un des membres signataires de cette convention, le règlement définitif doit se faire sur la base de UN MILLION CINQ CENTS MILLE F.CFA (1.500.000).

C'est ce qui favorise d'ailleurs beaucoup la STAR Nationale pour le règlement de ses sinistres automobiles.

Par la suite, si le service sinistre arrive à tomber d'accord sur un montant pour un règlement définitif, il prépare une fiche à l'attention de la Direction Générale pour son approbation. Cette fiche doit faire mention des éléments suivants :

- 1°) Les faits ou les circonstances de l'accident.
- 2°) Les responsabilités encourues à partir du procès-verbal de constat d'accident
- 3°) Les préjudices subis et réclamations de la victime.
- 4°) La position du service sinistre.

Il faut noter que, le plus souvent pour des sinistres corporels graves, le règlement définitif n'est pas à précipiter car le service doit d'abord attendre la consolidation complète de la victime. Mais il peut quand même décider d'un versement de provision à la victime.

.../...

VI - Le Service Contentieux

C'est un service qui s'occupe à la fois du contentieux sinistres et primes uniquement en branche auto. Il est seulement créé le 1er Septembre 1991 à cause de l'accroissement du nombre des dossiers qui vont en justice. Jusque là il n'y a que 2 % des dossiers sinistres qui vont en justice et les 98 % sont réglés à l'amiable. Le service travaille en collaboration avec un Avocat désigné par la Compagnie pour défendre ses intérêts. Les autres services transmettent directement leurs dossiers litigieux à l'Avocat. Il faut signaler que le service a toujours de problèmes pour gagner le "procès" parce que la plupart des magistrats ne connaissent pas le droit des assurances. Pour eux, si la personne est réellement assurée auprès de la Compagnie, il n'y a pas de raison que le jour du sinistre l'assureur refuse de lui accorder sa garantie. Dans ce domaine les assureurs doivent fournir beaucoup d'efforts pour sensibiliser les magistrats afin de les amener à rendre leur jugement en tenant compte des clauses du contrat d'assurance.

VII - Le Service Statistique

Le travail de ce service consiste à ventiler les primes émises par catégorie et branche d'assurances et à établir les statistiques des sinistres payés et des recours encaissés. Ce service dispose des imprimés qui lui permettent d'établir les statistiques suivantes :

- Les statistiques de souscription auto et non auto
- Les statistiques d'annulations et de remboursements auto et non auto.
- Les statistiques des sinistres payés et recours encaissés auto et non auto.

Les documents de souscriptions et d'annulations sont remplis grâce aux folios de primes émises établis par le service des archives par journée. Ceux des sinistres payés et recours encaissés sont remplis grâce aux quittances de paiement. Le remplissage manuel de ces documents demande beaucoup d'efforts. L'outil informatique mis à la disposition de ce service ne pourra qu'alléger cette tâche.

.../...

VIII - Le Service de Réassurance

Ce service s'occupe des opérations de réassurances de toute nature ; la cession, la retrocession et les acceptations de la STAR Nationale. Les objectifs poursuivis par la société à travers la réassurance sont les suivants :

- Disposer d'une grande capacité de souscriptions par le biais de la réassurance, la compagnie d'assurance n'aura aucune crainte d'accorder des garanties très étendues à ses assurés. Elle sait qu'en cas de sinistre il disposera d'une couverture suffisante.
- Assurer l'équilibre de ses résultats techniques ; cet équilibre ne peut être réalisé que lorsque la charge de sinistre d'une année ne dépasse pas le volume des primes encaissées au cours de la même année. C'est ce qui est toujours très difficile parceque la charge de sinistre est une variable aléatoire. Pour résoudre ce problème l'assureur va déterminer la somme maximale qu'il est à mesure de payer sur chaque sinistre et céder le reste aux réassureurs : C'est ce qu'on appelle le plein de conservation ou de rentention.
- Améliorer ses résultats techniques et sa balance commerciale ; En réassurance acceptation l'assureur ou le réassureur opère une sélection rigoureuse des risques qu'il accepte. Il limite sa participation à son plein de retention Il paiera moins de sinistre et gagnera d'un côté des bénéfices qui viennent s'ajouter à ses souscriptions directes et de l'autre fait rentrer des devises.

Le service s'occupe également de l'établissement des comptes de réassurances de chacun des réassureurs dans son portefeuille. Ces comptes peuvent être mensuels, trimestriels ou semestriels selon le traité de réassurance.

.../...

IX - Le Service de Comptabilité

C'est un service qui fonctionne d'une manière classique parcequ'il est considéré comme un système centralisateur de la maison. Les opérations faites par la société sont enregistrées au jour le jour dans les différents journaux tenus par le service. Il utilise au total seize (16) journaux auxiliaires (ou divisionnaires) et un journal général.

A la fin de chaque mois ces journaux auxiliaires sont arrêtés et les totaux mensuels sont reportés au journal général

Les différents journaux auxiliaires sont :

- Un (1) journal des primes émises
- Un (1) journal des primes annulées
- Un (1) journal des sinistres payés
- Un (1) journal des encaissements
- Un (1) journal de caisse sorties
- Deux (2) journaux BTCD (Banque Tchadienne de Crédit et de Dépôts): entrées et sorties
- Deux (2) journaux BMBT (Banque Méridien BIAO Tchad) : entrées et sorties
- Deux (2) journaux BDT (Banque de Développement du Tchad): entrées et sorties
- Deux (2) journaux BATAL (Banque Tchado-Arabe Lybienne): entrées sorties.
- Un (1) journal des fournisseurs
- UN (1) journal des salaires
- Un (1) journal des opérations diverses

X - Le Service de Personnel

C'est un service qui s'occupe de la gestion des ressources humaines et du matériel de la société. Il contrôle les entrées et sorties du personnel pendant les heures de service et veille au respect de la discipline par l'application du règlement intérieur de la société.

.../...

XI - LE SERVICE VIE

C'est un service qui s'occupe de la production de toutes les affaires relatives à l'assurance vie. Il établit ses comptes de réassurance et règle ses sinistres. Par le biais de ce service la STAR Nationale vend des contrats d'assurances groupe et individuelle.

A - Les Contrats d'Assurance Groupe

Il existe deux (2) sortes de contrats groupe :

- Le groupe entreprise
- Le groupe crédit

a) Le Contrat Groupe Entreprise :

C'est une assurance décès groupe destinée aux entreprises privées pour couvrir leur personnel. Le capital à garantir se calcule sur la base du revenu mensuel de l'employé."

b) Le Contrat Groupe Crédit :

Ce sont des contrats souscrits par les institutions financières comme la banque et d'autres organismes qui peuvent accorder des prêts. Cette assurance garantit :

- Le montant du solde restant dû à la date de décès ou de l'invalidité dans la limite du montant souscrit par l'emprunteur.
- Le montant du prêt à la date du décès ou de l'invalidité. Peuvent être couverts par cette assurance groupe, les emprunteurs de moins de soixante (60) ans. Il existe, à cet effet, des bons de consentement que la STAR Nationale met à la disposition de ces institutions financières pour être remplis par les clients emprunteurs. Ce bon permet de recueillir des informations relatives au client (son état de santé, son âge) et au prêt (montant, durée de remboursement et le nombre de mensualités).

Après avoir reçu ce bon, l'assureur apprécie le risque et donne sa position à ladite institution. Le montant du prêt représente le capital sur la base duquel le taux de prime est appliqué.

Le coût de police est de 1 000 FCFA et la taxe d'enregistrement est de 1,25 %.

.../...

B - Les Contrats d'Assurance Individuelle

La STAR Nationale vend actuellement plusieurs types d'assurances individuelles. Ce sont entre autres :

- L'assurance vie entière:

Elle prévoit le versement d'un capital en cas de décès de l'assuré à n'importe quel moment de sa vie.

- L'assurance mixte :

Elle promet le versement d'un capital pendant la durée du contrat. Que ce soit au moment du décès de l'assuré avant l'échéance ou en cas de vie de l'assuré au terme du contrat.

- Le contrat différé :

Il prévoit le versement d'un capital (ou d'une rente) à l'assuré au cas où il est en vie au terme du contrat.

- Le temporaire décès:

C'est un contrat qui promet le versement d'un capital au cas où l'assuré meurt pendant la durée du contrat.

- La rente éducation

Elle est destinée à financer les Etudes Supérieures que les parents peuvent prévoir à leurs enfants. Elle permet de constituer un capital ; le versement de ce capital peut se faire en cinq (5) tranches dont la dernière étant due à l'expiration du contrat. Les primes sont dues jusqu'à la fin du contrat et cessent d'être dues au décès de l'assuré.

En cas de décès de l'enfant bénéficiaire :

- a) soit un autre enfant peut être désigné à sa place
- b) soit le total de prime est remboursé et le contrat est résilié.

- Le contrat épargne retraite

Il permet de constituer une épargne à son départ à la retraite. Cette épargne permet de compenser le manque à gagner de la Caisse Nationale de Sécurité Sociale. C'est un contrat qui comporte trois (3) options :

Option 1 : Epargne pure

Option 2 : Décès + Epargne (en plus de l'épargne, le contrat prévoit le versement d'un capital au cas l'assuré décède avant l'échéance du contrat.)

.../...

Option 3 : Epargne + Accident et Décès de toute cause. Il faut aussi signaler que pour mieux vendre ses produits d'assurance vie, la STAR Natioanale a mis en place une équipe de vendeurs. Cette force de vente est entrain de promouvoir les produits de l'assurance vie. Le suivi de ces vendeurs s'avère nécessaire pour améliorer encore d'avantage la distribution.

XII - LE SERVICE PREVOYANCE SOCIALE

C'est un service qui pratique uniquement l'assurance des personnes. Il existe quatre (4) types de contrats :

1°) l'Individuelle accident:

Elle couvre tous les accidents qui pourraient atteindre l'assuré en toute circonstance sous réserve des exclusions prévues au contrat. Il y a l'individuelle accident:

- vie professionnelle et privée
- personnes transportées à titre gratuit
- voyage aérien

2°) Les assurances de responsabilité civile

Ce sont :

- La RC Sportive
- La RC Scolaire
- La RC Chasse

3°) L'Assurance Maladie :

Elle accorde sa garantie en décès, invalidité permanente ou incapacité temporaire qui doivent être constatés par un médecin et les frais de traitement (médicaux, chirurgicaux, hospitalisation, pharmaceutiques..)

4°) La Sécurité routière

C'est une garantie complémentaire à la RC auto parceque celle-ci exclut certaines personnes qui ne sont pas considérées comme des tiers (le conjoint, ascendants, descendants du conducteur et du propriétaire du véhicule).

La garantie porte sur le risque décès, invalidité permanente et les frais de traitement et n'est accordé qu'aux véhicules de tourisme et aux véhicules utilitaires dont le tonnage n'excède pas 3,5 tonnes. Les capitaux sont librement fixés par le client.

XIII - LE SERVICE INFORMATIQUE

A l'ère actuelle, le service informatique joue un rôle très important dans une entreprise d'assurance.

L'informatique permet de bien gérer sa clientèle et de suivre la situation de l'entreprise au jour le jour. Mais nous avons constaté que ce service ne joue pas encore pleinement son rôle pour cause de manque de personnel qualifié à cet effet. Son rôle se limite actuellement à la simple saisie des dossiers.

C O N C L U S I O N

Malgré les efforts que la STAR Nationale fait pour satisfaire sa clientèle, l'importance de l'assurance n'est pas encore bien connue du public Tchadien. Des nouvelles stratégies d'approche doivent être mises en place pour amener le public à comprendre le bien fondé de l'assurance. Cet objectif ne peut être réalisé sans un personnel compétent et motivé.

Pour cela la STAR Nationale pourrait continuer à :

- Encourager la politique de formation continue
- Motiver son personnel pour un meilleur rendement.

2ème PARTIE
RÔLE D'UN SERVICE COMMERCIAL
DANS UNE SOCIÉTÉ D'ASSURANCE

I N T R O D U C T I O N

Au sein de tout service administratif, chaque élément se trouve doté d'une mission à remplir selon ses capacités et le niveau hiérarchique qu'il occupe : C'est pourquoi, dans cette deuxième partie, nous allons faire la description sommaire du rôle d'un service commercial dans une société d'assurances.

Actuellement, en Afrique, nous vivons une époque où les compagnies d'assurances rencontrent beaucoup des difficultés pour se maintenir sur le marché. Les éléments qui peuvent influencer sur la position de l'entreprise sont de plusieurs ordres :

- La contrainte que l'Etat et la réglementation en matière d'assurance imposent aux compagnies d'assurances d'investir dans tel ou tel domaine qu'ils jugent prioritaires peut bouleverser le bon fonctionnement de l'entreprise par rapport à son marché.

- Les décisions de l'Etat ont une grande influence sur le fonctionnement des sociétés d'assurances. Il s'agit surtout de la modification des législations relatives à certains produits d'assurance qui peut entraîner un bouleversement fiscal et concurrentiel, la libéralisation de la vente de certains produits d'assurances : les banquiers et agents de change qui peuvent aussi vendre certains produits d'assurance.

- Les bouleversements techniques : l'informatique par exemple.

- Le changement dans le comportement d'achat : Le client a changé et a évolué dans son comportement d'achat. On est arrivé au phénomène du consumérisme où le consommateur joue un rôle extrêmement important. On est passé du marché d'offreurs au marché de consommateurs.

.../...

- Les mentalités africaines qui sont très peu réceptives aux produits d'assurances.

Toutes ces difficultés constituent un défi que les compagnies d'assurances doivent relever. Et pour cela la création d'un service commercial (ou service marketing) s'avère nécessaire pour une compagnie d'assurances afin de lui permettre de connaître ses problèmes et en rechercher les solutions.

Cette partie traite de la notion du marketing qui est la tâche principale du service et de la mission assignée au responsable d'un service commercial.

I - LA NOTION DE MARKETING

A - Définition :

Le concept Marketing part de l'ESPRIT CLIENT. C'est une fonction qui permet à l'entreprise de s'adapter à son environnement. C'est également une science, avec une série de processus organisés, qui étudie le marché de l'offre et de la demande d'un produit donné, en vue de sa meilleure distribution afin de générer le maximum de profit.

B - L'Importance du Marketing

Bien que l'entreprise vit comme une personne avec ses croyances, ses convictions et sa culture ; Nous devons comprendre que l'entreprise d'assurance n'est pas comme les autres. Elle vend des prestations dont le coût n'est connu qu'après le sinistre : c'est ce qui nécessite une certaine connaissance technique pour la pratique de cette profession. L'assureur doit donc disposer d'un service marketing capable de :

- faire l'analyse des besoins de la clientèle
- faire l'ordonnancement des moyens en fonction de la clientèle et de la légitimité (analyse de soi-même aux points forts et aux points faibles pour déterminer sa capacité à intervenir sur un marché).
- prendre de décision
- choisir le canal de distribution convenable et le moyen de communication adéquat en fonction de la nature du produit.
- assurer un bon service après vente.

II - LE RESPONSABLE COMMERCIAL

Le responsable d'un service commercial appelé également chef de produit ou chef de marché est celui qui s'occupe de l'esprit client dans l'entreprise. Il doit rester perméable à toutes les modifications internes et externes de l'entreprise.

Il est responsable du suivi du produit à travers son cycle de vie en veillant à son adaptation permanente aux besoins du client.

III - Le Rôle du Responsable Commercial

Son rôle peut être décomposer en plusieurs étapes :

A - Analyse de l'Environnement de l'Entreprise.

Le responsable commercial doit suivre l'évolution de l'environnement externe à l'entreprise pour en tenir compte et l'intégrer dans les démarches.

1°) Environnement légal et réglementaire : Il doit suivre toute modification de l'ordonnancement juridique pouvant avoir une influence sur la vie d'un produit.

2°) Environnement fiscal : les avantages fiscaux sont l'un de principaux axes de l'argumentaire de vente de certains produits

3°) Environnement financier : si un produit est lié à une conjoncture économique, toute modification de la conjoncture entraîne une modification du chiffre d'affaire, d'où la nécessité de rechercher les stratégies par changer de produits ou pallier la structure nouvelle.

4°) Environnement technique : être à l'écoute de toute modification et chercher les voies et moyens pour s'y adapter.

B - Etudes du Marché

1 - Etudes quantitatives

Le responsable commercial doit se dire, qu'il y a un marché combien il pèse ? Et comment ça évolue ?

.../...

a) Dénombrer le marché : la clientèle potentielle doit être déterminée à partir des documents statistiques établis par les services spécialisés ou autres organismes de collecte des données (les annuaires, fichier à constituer, à acheter ou à louer). Ce qui permet de déterminer le potentiel maximum d'achat d'un produit.

b) Qualification : Il faut savoir que la classe moyenne est constituée d'un certain nombre de catégories homogènes (fonctionnaires ou industriels). Elle peut se faire également par âge par sexe.

c) Regionaliser : Il faut faire la localisation géographique du potentiel de vente.

2 - Etudes Qualitatives Globales:

a) Etudes socio-démographiques : l'appartenance à une catégorie sociale va déterminer un certain nombre de comportements.

b) Etudes sociostyles : c'est l'image que les gens ont d'eux mêmes. On se base sur le style de vie pour segmenter la clientèle.

c) Etudes de la motivation : il faut tester les besoins par des enquêtes pour rechercher la sensibilité du client au produit. Déterminer le taux d'équipement, ce qui revient à déterminer le nombre des gens qui sont équipés d'un produit similaire par une autre entreprise et demander s'ils sont satisfaits de ce produit.

Il faut également tester le produit en recueillant les avis des clients potentiels sur le produit à lancer et demander combien ils sont prêts à payer pour le produit (prix psychologique).

d) Distribution : il faut déterminer la forme de la distribution c'est le problème de réseau de distribution qui est posé. On peut opter pour une distribution intensive avec plusieurs lieux de vente pour être le plus proche des clients ou avoir une force de vente d'une grande capacité.

On peut choisir également de faire une distribution exclusive avec moins de lieux de distribution ou moins de vendeurs avec un bon accueil et un coût un peu élevé.

Pour une bonne distribution il faut assurer la cohérence entre le distributeur et le client, entre distributeur le produit en passant par la formation.

C - Etude de la Concurrence

Cette étude doit pouvoir déterminer :

- La taille des concurrents
- La puissance des concurrents
- L'image de marque sur le marché
- La situation financière du concurrent (solidité financière)
- La part du marché : rechercher si le marché est détenu en grande partie par un leader
- Les stratégies commerciales pour contrecarrer la concurrence et conquérir le marché.
- Le budget de publicité dont dispose la concurrence
- La réaction du concurrent : rapidement, lentement, faiblement ou fortement.

D - Mise en place des Méthode de Distribution

La mise en place des méthodes de distribution consiste, pour le responsable, à trouver les voies et moyens pour permettre une bonne distribution des produits à mettre sur le marché. Ces moyens de distributions sont : la force de vente et le marketing direct.

1 - La Force de vente:

La force de vente d'une société est composée de l'ensemble de personnes qui ont pour but de vendre ou de faire vendre les produits de la société au moyen de contact direct avec les clients potentiels.

L'efficacité de la force de vente joue un rôle très important dans le succès d'une entreprise.

Il en résulte que la gestion de la force de vente constitue, généralement pour les entreprises, un problème essentiel.

Les principaux aspects concernant :

.../...

a) L'Organisation de la force de vente : Elle consiste en principe, à définir les missions qui sont essentielles pour les vendeurs et à décider de leur affectation.

Il s'agit, pour le vendeur, de :

- produire : c'est à dire amener les clients potentiels de la société à opter pour ses produits.
- réaliser un bon chiffre d'affaires : Le vendeur doit être traité comme un centre de profit pour que la société réalise de bénéfice sur les affaires qu'il amène.
- prospecter : détecter des clients potentiels intéressants auprès desquels un effort de vente sera entrepris par la suite soit par le vendeur, soit par un autre.
- informer les prospects en permanence sur les produits de la société : Nous savons que la communication personnelle du vendeur avec le prospect est plus puissante que la communication par massmédias du fait qu'elle peut s'adapter aux attitudes du client.
- informer sa Compagnie : Le vendeur est la personne la mieux placée de son entreprise pour recueillir sur le marché les besoins des prospects et sur la concurrence. Cette mission est vitale et permet aux responsables commerciaux de mieux réaliser les prévisions et les objectifs commerciaux.
- assurer la promotion des produits.
- assurer un bon service après vente : les vendeurs doivent mettre en place un planing de suivi.

b) La Sélection et la Formation des Vendeurs :

Il faut noter que pour ce qui concerne la sélection en plus d'un certain niveau d'études que cette profession l'exige, il y a certains caractères qui sont liés à la vie profonde de l'individu. C'est surtout, le besoin ardent de réussir, de gagner, de remporter sur les autres, de prouver sa supériorité et à cela s'ajoute le savoir se mettre mentalement à la place d'un interlocuteur : il s'agit de comprendre ses pensées et ses réactions. A ces deux caractères on peut également adjoindre la bonne présentation et un sens développé d'organisation. Pour un bon vendeur, la vente n'est pas seulement un moyen de se faire d'argent mais constitue un défi constamment renouvelé, un affrontement dont il faut sortir vainqueur.

Pour ce qui est de la formation des vendeurs, il faut remarquer que quelque soit les connaissances et les qualités qu'ils possèdent, ils doivent toujours recevoir une formation de l'entreprise qui les a recruté. Cette formation doit leur permettre d'acquérir une connaissance approfondie sur :

- la société dans laquelle ils doivent travailler ;
- Les produits qu'ils vont vendre ainsi que les conditions de la vente, les tarifs, les modalités de paiement de la prime et l'après vente ;
- Les produits concurrents,
- les caractéristiques de la clientèle à prospector ;
- la manière d'utiliser les supports de vente (fichier client, documentation commerciale, argumentation de vente, le matériel de démonstration).

Outre ces connaissances spécifiques, le programme de formation vise à développer certaines aptitudes ou certains savoirs faire ayant trait à la manière d'organiser efficacement le travail, de conduire une équipe de vente.

2 - Le Marketing Direct

Le terme marketing direct regroupe un certain nombre de techniques de vente et de communication ayant quelques caractéristiques communes.

Ces principales techniques sont les suivantes :

- Le mailing ou publi-postage : c'est la vente par courrier
- Le phoning ou vente par téléphone
- La vente télématique (prospection par vidéo-vente ou vidéo-disque et souscription des contrats par minitel).

Les techniques de marketing direct possèdent un certain nombre de caractéristiques communes :

- Elles sont à la fois un moyen de communication et un canal de distribution. En d'autres termes elles ont pour objet à la fois de transmettre les messages aux prospects et de recevoir leurs commandes.

.../...

- Elles sont destinées à établir des relations directes et individuelles entre l'entreprise et clients ou prospects.
- Elles sont interactives parcequ'elles permettent une communication à double sens entre l'entreprise et ses prospects ; ce qui les distingue des mass-médias.
- A La différence de la vente classique elles ne comportent pas de face à face entre le vendeur et l'acheteur.
- Elles ont pour but d'obtenir de la part des prospects une réponse concrète et immédiate, et doivent par conséquent fournir aux prospects des moyens pratiques de réponse.

A partir de ces caractéristiques on peut donc définir le marketing direct comme l'ensemble des moyens de communication directe, individuelle et interactive autre que le face à face ayant pour objet de déclancher de la part de la personne visée une réaction immédiate.

E - Elaboration du Plan d'Action Commercial

Un responsable commercial doit toujours travailler suivant un plan qui lui donne une liste d'actions précises à entreprendre. Ce plan doit également faire ressortir l'évaluation des moyens matériels, humains et financiers à mettre en oeuvre et un calendrier de suivi.

La planification présente pour une entreprise un certain nombre d'avantages :

- Elle permet de prendre des décisions à l'avance et en préparer directement l'exécution.
- Elle permet d'éviter l'incohérence dans la prise des décisions parceque celles-ci peuvent être prises simultanément.
- Elle permet en plus de prendre des décisions d'une manière formelle et explicite.

Un plan est un outil de communication et de contrôle parcequ'il permet de faire savoir à tous ceux qui sont chargés de l'exécuter ce qu'on attend d'eux.

.../...

Un plan doit également prévoir des procédures de contrôle et de révision pour permettre de l'adapter aux circonstances nouvelles et aux occasions imprévues.

E - Le Contrôle

Quelque soit le soin apporté à la préparation d'une stratégie ou d'un plan d'action commercial, leur réalisation doit être ensuite contrôlé en permanence.

L'entreprise doit mettre sur place des procédures lui permettant de s'assurer de la bonne réalisation des objectifs du plan annuel.

Les buts à atteindre en matière de chiffre d'affaires, de frais de gestion, de résultat doivent être éclatés sous la forme d'objectifs au niveau de chaque personne de l'entreprise. Le résultat de chacun doit être examiner par son supérieur hiérarchique sur une base hebdomadaire, mensuel ou trimestriel.

Il faut noter que le contrôle comporte nécessairement trois étapes:

- Définir avec précision les objectifs poursuivis et les normes à respecter.
- Comparer la situation réelle avec la situation jugée normale, noter et expliquer les déviations éventuelles.
- Prendre des mesures correctives permettant de pallier des déviations constatées.

CONCLUSION

De tout ce qui précède, nous pouvons comprendre que le service commercial joue un rôle très important dans la réussite d'une société d'assurance. Il faut donc retenir que pour toute activité commerciale il y a :

- La notion du client : ce qui est important ce n'est pas le produit mais le client.
- La notion de satisfaction de la clientèle : ne pas croire que si la demande d'un produit est toujours croissante, il y a rien à craindre. La croissance de la demande entraine la croissance du marché, ainsi à la longue le client va jouer sur la concurrence pour obtenir la baisse de prix.

.../...

- La notion d'équilibre des échanges : ne jamais croire qu'il y a des produits non substituables. Puisqu'on se dit que le produit est irremplaçable. On pense que quelque soit la situation du marché, ce produit sera toujours vendu. Car nous devons savoir que les besoins en tel ou tel produit peuvent continuer à exister mais la manière de les satisfaire peut changer. Un même produit à des voies différentes selon les époques donc son utilisation peut changer.

C O N C L U S I O N G E N E R A L E

Au Tchad, comme partout ailleurs en Afrique, l'activité de l'assurance rencontre les mêmes difficultés. Celles-ci sont surtout liées à nos mentalités qui sont très peu adaptées aux produits d'assurance. Mais également l'assurance est un domaine très technique : la vente d'une promesse. En plus le fonctionnement se fait sur la base des contrats rédigés en des termes consacrés auxquels le public ne comprend rien : nécessité d'avoir des techniciens bien formés capables d'expliquer simplement aux clients les principes de fonctionnement de contrats sans trop utiliser les termes techniques.

Toutefois, outre ces problèmes que les compagnies d'assurances africaines doivent faire face, le 21^e siècle s'annonce comme un marché de dépendance. Nous assistons déjà au partage du marché d'assurance entre les banquiers et les assureurs. A première vue, les assureurs sont perdants, donc des efforts doivent être faits sur ce terrain pour tenir tête. Par conséquent les entreprises d'assurances doivent disposer en leur sein des services appropriés capables de mener des études sérieuses pour relever les difficultés que leurs pose le marché.