

AXA Advisors

Marché des Particuliers

Septembre 23, 2004



Be Life Confident

Sommaire

- **L'organisation de la Distribution vers les Particuliers**
- **L'environnement du secteur des services financiers**
 - AXA Advisors – Notre avantage
- **2003/2004 Projets et Réalisations**
- **Retirement Benefits Group (exemple de distribution ciblée)**



Distribution vers les particuliers

Notre objectif :

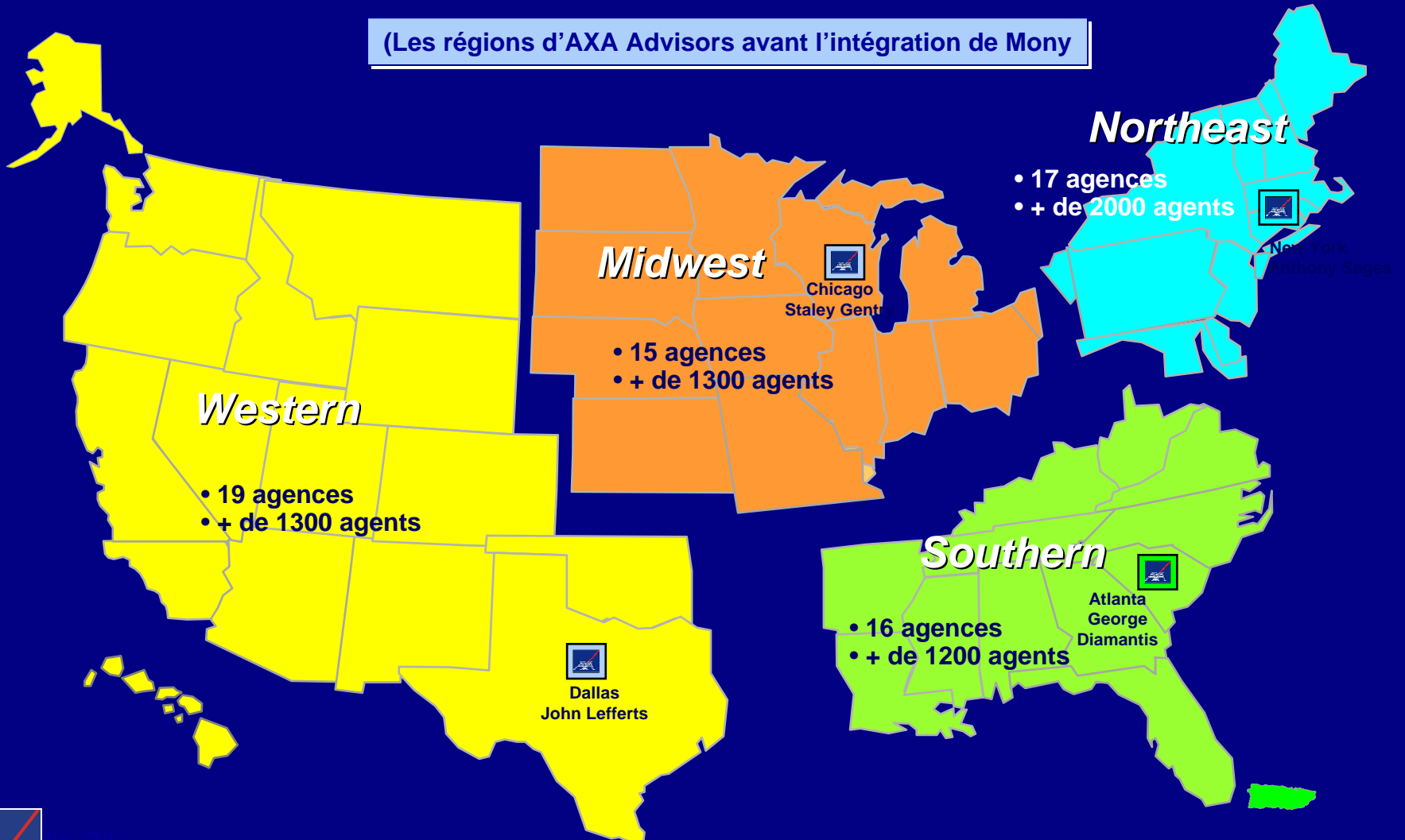
Faire de notre réseau d'agents un réseau de conseillers financiers reconnu qui aide nos clients à construire et à consolider leur situation patrimoniale en leur fournissant un conseil clair et objectif — permettant à la relation client d'être plus forte et plus enrichissante grâce à une attitude "close and qualified" (proximité et expertise).



AXA Advisors:

Proposer à nos clients le meilleur conseil financier possible

(Les régions d'AXA Advisors avant l'intégration de Mony)

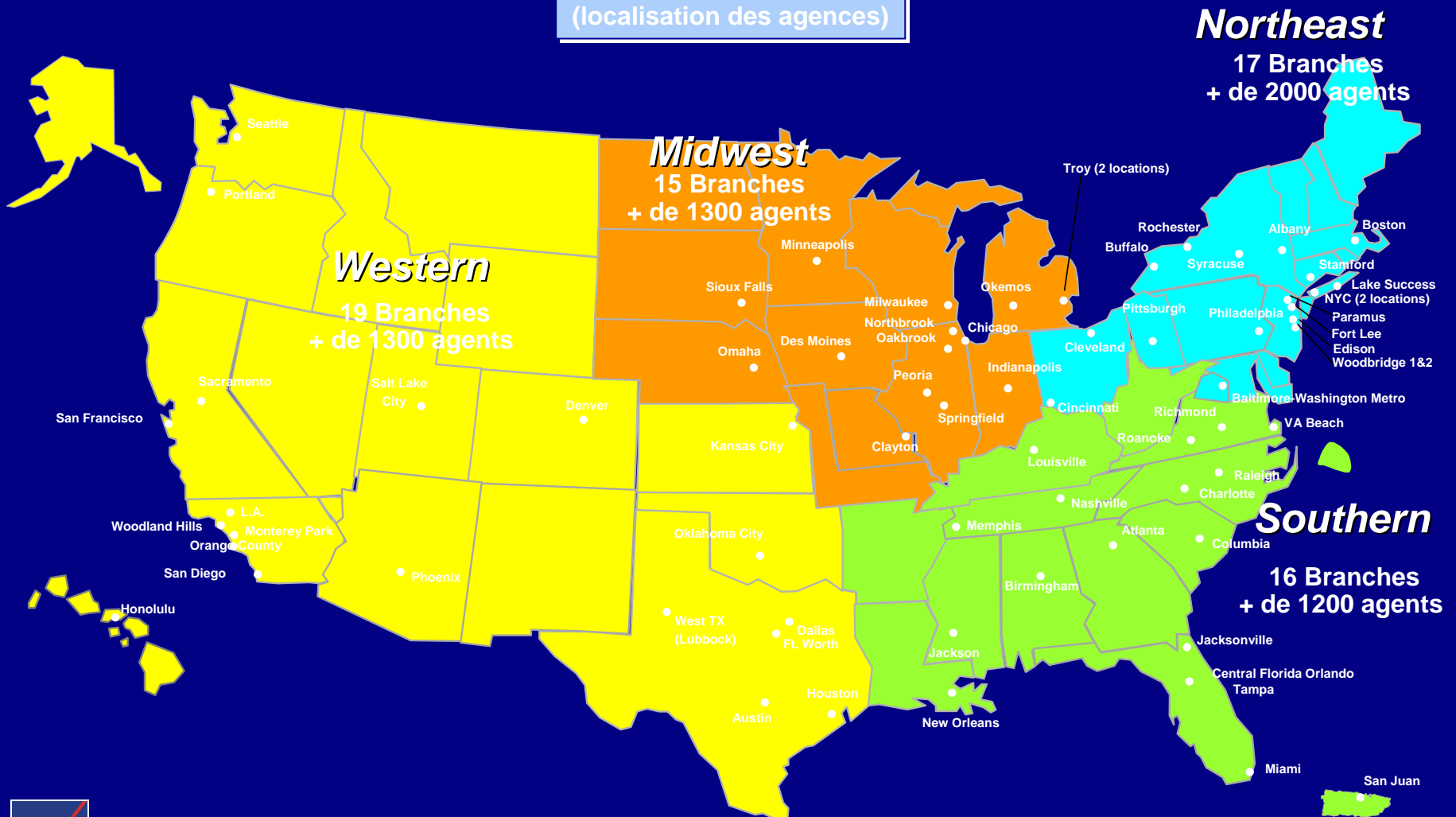


Sièges de régions d'AXA

AXA Advisors:

Proposer à nos clients le meilleur conseil financier possible

(localisation des agences)



La Distribution vers les particuliers

- **Une stratégie et un soutien cohérent de la part d'AXA Financial pour une mise en place et une responsabilisation en local**
 - 4 régions
 - 67 agences & 200 District Offices à travers les Etats-Unis
 - + de 6000 conseillers financiers
- **Le réseau de distribution est positionnée pour saisir les opportunités, segmenter la clientèle et profiter des programmes d'accompagnement commercial adaptés aux spécificités locales**
 - **Exemple: Un modèle d'organisation innovant**
 - Retirement Benefits Group : comment vendre des produits retraite aux enseignants



Organisation de nos réseaux d'agences

- Pourquoi l'organisation de nos réseaux de distribution est en totale adéquation avec les conditions actuelles du marché ?

Nos réseaux sont positionnés afin de pouvoir saisir les opportunités offertes par le marché



Distribution vers les particuliers

Organisation des réseaux: un management de proximité

Le conseiller financiers travaille avec une équipe de management dédiée pour définir et mettre en place un programme de développement de son agence, atteindre ses objectifs professionnels et en faire une agence qui réussit.



Distribution vers les particuliers

Notre vision:

- Etre le réseau d'agents le plus professionnel de notre secteur et celui au sein duquel les agents veulent construire leurs carrières.

Notre stratégie:

- Proposer à nos clients un conseil et des solutions de qualité
- Augmenter la productivité des agents et des responsables d'agences
- Contôler les coûts et améliorer l'efficacité



Distribution vers les particuliers

- **Des services d'assistance au conseil patrimonial**
 - Répondre à la demande croissante du marché pour un conseil indépendant et objectif, cela signifie . . .
 - Répondre au besoin des clients en fonction de leur situation particulière et en prenant en compte les éléments de leur vie personnelle c'est . . .
 - Conclure des affaires intéressantes dans l'avenir, c'est...

Déjà la réalité de l'activité de nos conseillers patrimoniaux aujourd'hui.



Distribution vers les particuliers : 2003/2004 Objectifs et Ambitions

- **Objectifs de performance :**
 - Des objectifs précis pour le responsable de région
 - Un processus de gestion de la performance pour le responsable d'agence
 - Des objectifs plancher de productivité des agents
 - Un programme de départ à la retraite sur la base du volontariat.

- **Projet d'optimisation de la force de vente :**
 - Mettre en place des centres de marketing pour des segments de marché spécifiques
 - Des programmes de rétention des meilleurs agents
 - Réussir l'intégration des réseaux de particuliers de MONY



Distribution vers les particuliers : 2003/2004 Objectifs et Ambitions

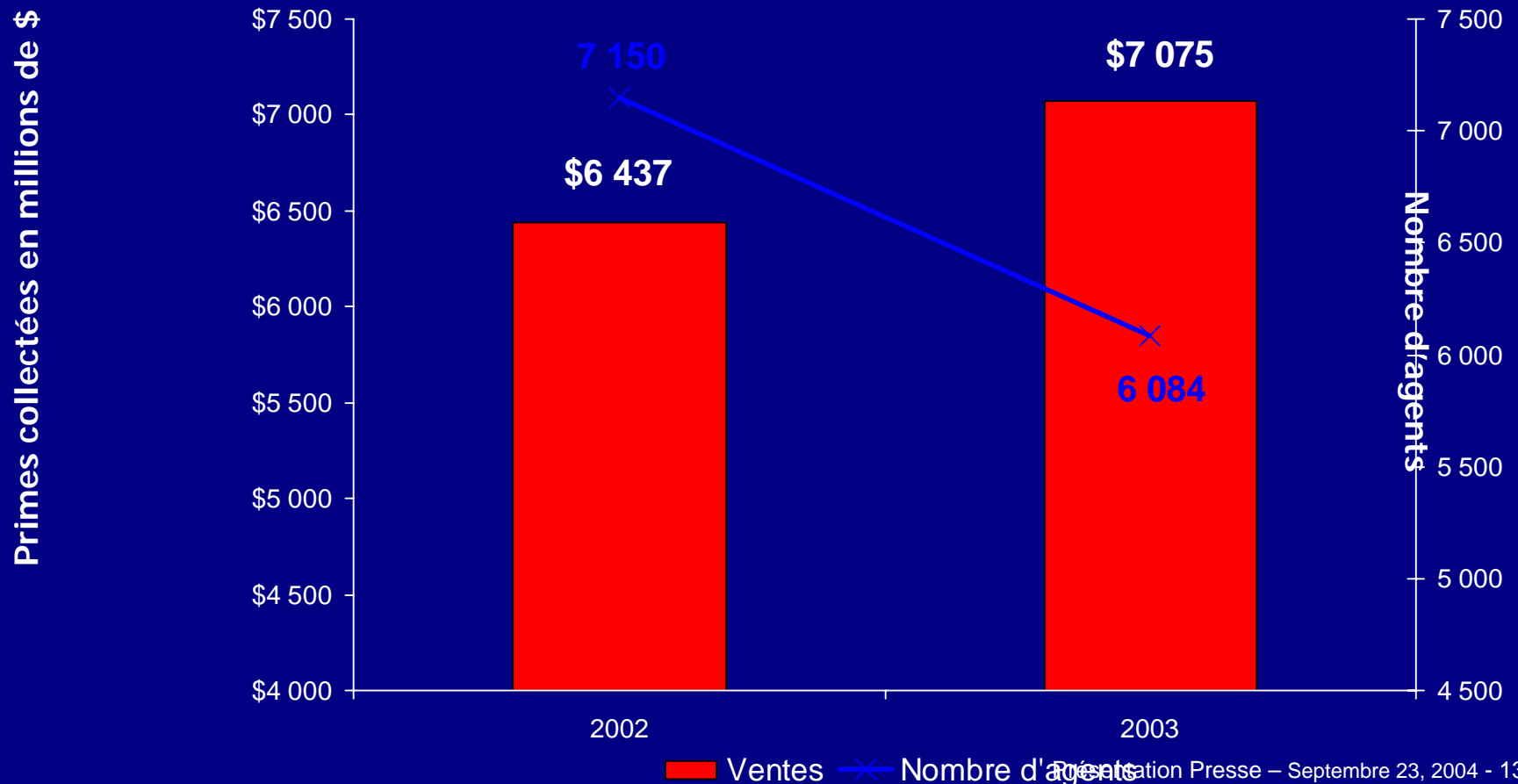
- **Améliorer le soutien aux directeurs d'agences et aux agents:**
 - Mise à disposition d'outils performants d'aide à la vente
 - Encourager le regroupement et le partenariat d'agents
 - Les aider à développer leur spécialisation
 - Promouvoir l'obtention des accréditations professionnelles
 - Diffuser les outils informatiques
 - Développer le marketing au niveau des agences

- **Gestion des clients:**
 - Mettre en place des programmes innovants de gestion de la relation client



Productivité en Vie / Epargne / Retraite

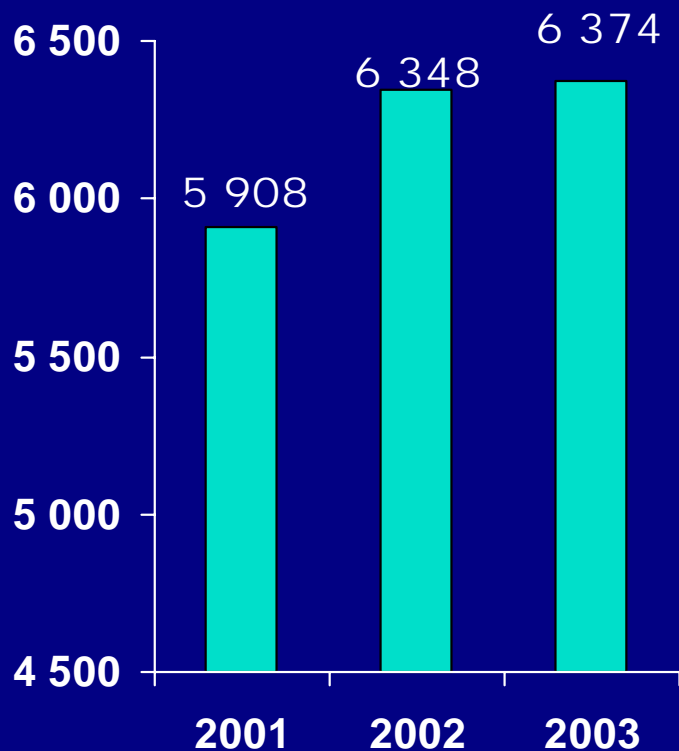
- Augmentation de 29% soit 1,2 million de \$ par agent dans le réseau des particuliers
- Réduction du nombre des agents de 15% tandis que les ventes augmentaient de 10%



AXA Advisors : principaux chiffres**

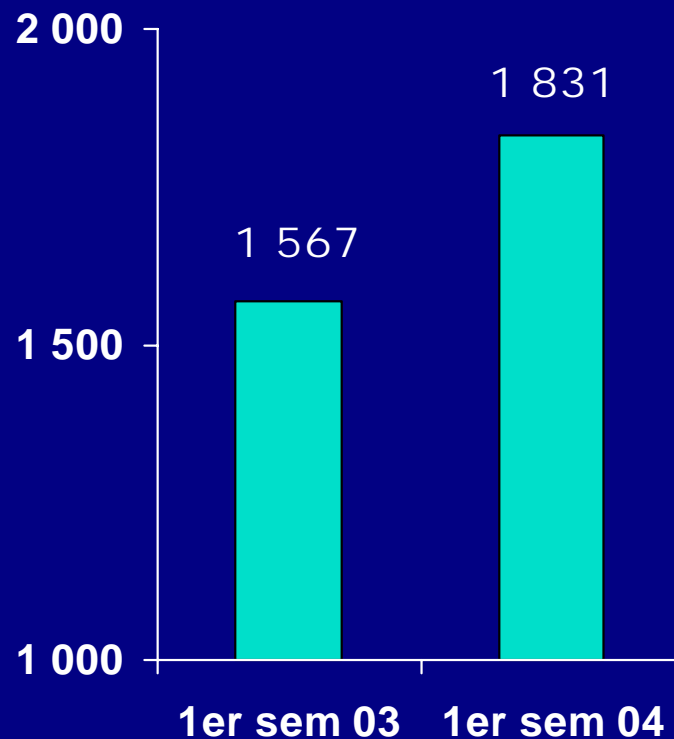
En millions de \$

**Total des primes et dépôts de la 1^{ère} année (Vie, Epargne-retraite, OPCVM et actifs basés sur commissions)



En millions de \$

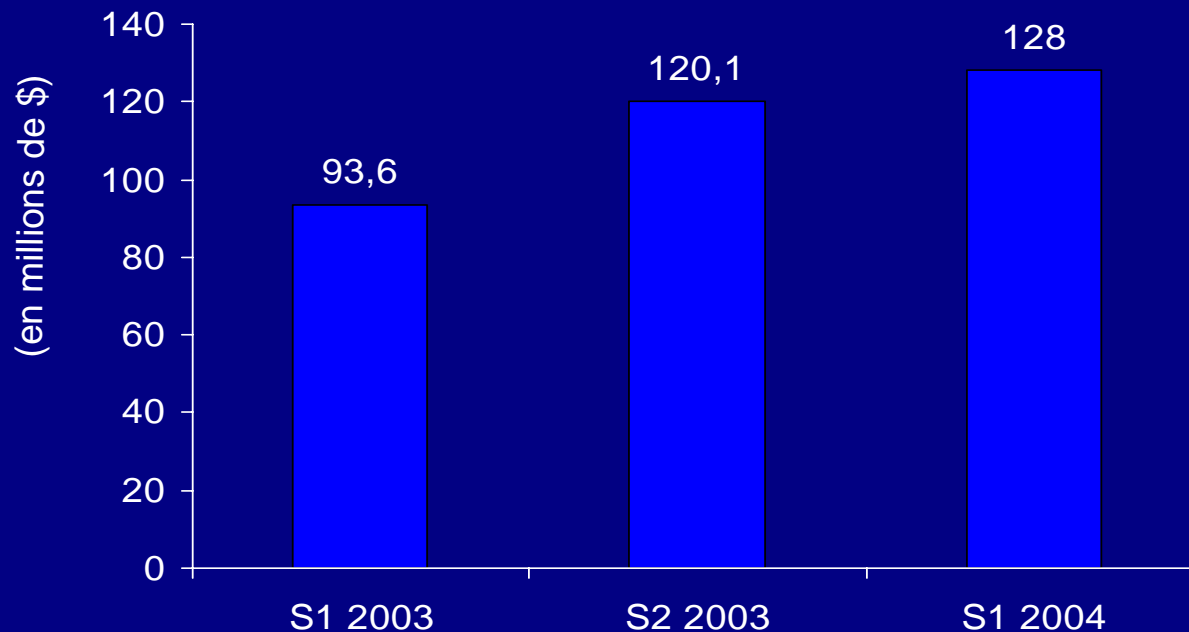
** Total des primes et dépôts de la 1^{ère} année (Vie, Epargne-retraite, OPCVM et actifs basés sur commissions)



Accélérer les ventes de produits assurance vie

- Sur le 1^{er} semestre 2004, les primes collectées en produits “vie” par le réseau des particuliers enregistrent une hausse de 37% par rapport au 1^{er} semestre 2003
- Améliorer la rentabilité d'AXA Financial en continuant de promouvoir la croissance des ventes en produits d'assurance vie
- Les primes “vie” ont un impact important dans la valeur des affaires nouvelles (New Business Value)

Primes collectées au cours de la première année du contrat



MONEY – intégration

- **Acquisition finalisée en juillet 2004**
- **Le rapprochement d'AXA Advisors et des agents MONEY s'est attaché à retenir les agents les plus productifs**
- **L'intégration des réseaux se poursuit**
- **Les objectifs de l'intégration lorsqu'elle sera terminée sont :**
Un réseau plus important d'agences contrôlant une part de marché plus élevée dans leurs marchés
 - Un soutien régional plus important pour les agents
 - Une gestion des réseaux plus performante et plus productive
 - Des produits meilleurs et plus compétitifs
 - Une base de clientèle plus large offrant des opportunités de ventes croisées plus importantes
 - Une relation plus forte avec le courtage grâce à de meilleurs produits et service
 - Des outils d'aide à la vente encore plus développés





AXA Advisors

Un exemple de distribution spécialisée et performante

RBG (Retirement Benefits Group)



Le “Retirement Benefit’s Group” ?

Qui sont nos clients?

The Retirement Benefits Group (RBG)

- Une division distincte au sein d’AXA Advisors
- Se concentrant principalement sur :
 - Conseiller les clients concernés par les produits “Employer Sponsored-Tax Sheltered” et
 - Vendre des produits AXA Financial à ces clients pour leur fournir une solution à leur problématique retraite

Les clients du RBG – Le marché des “Employer-Sponsored”

- Professeurs et enseignants
- Les employés du secteur de la santé
- Les employés des collectivités locales et de l’administration (exemple : policiers, pompiers)



Que signifie “Tax Sheltered Annuity”?

- L'épargne retraite en franchise d'impôt (aussi appelé TSA) propose un supplément optionnel de prestation de retraite dans le cadre d'un article du code des impôts du gouvernement des Etats-Unis (article 403b).
- Les salariés dans ce segment de marché participent généralement déjà à des plans de retraite (retirement plans) proposés soit par la collectivité locale, leur Etat, voire l'Etat Fédéral qui leur garantit un niveau de revenus à leur départ en retraite.
- Les salariés peuvent décider de verser une partie de leur salaire dans un contrat d'épargne retraite en UC (variable annuity) en franchise d'impôt (principal et plus-values) jusqu'à leur départ en retraite.



L'avantage des TSA pour les clients

- Les clients peuvent accumuler des actifs en franchise d'impôt en plus du plan de retraite proposé par leur employeur "public" – augmentant ainsi leurs revenus pendant la période de retraite.
- C'est facile - - déduit automatiquement sur la feuille de paie.
- Si le client commence à verser de l'argent tôt (et beaucoup le font), il continue à le faire pendant 30 années et plus jusqu'à l'âge de la retraite – cela signifie que les actifs accumulés peuvent représenter des sommes conséquentes.
 - La prime d'assurance augmente avec le salaire jusqu'à un maximum prévu par la loi (actuellement 13.000 dollars par an).
- La relation commerciale se développe entre le client et le conseiller financier, ce dernier peut intervenir dans d'autres aspects de la vie "patrimoniale" du client.
 - Le mariage
 - La constitution d'épargne en vue de financer l'éducation des enfants
 - Les autres besoins apparaissant à la retraite
 - Le départ en retraite - - la répartition des actifs
 - La transmission du patrimoine.



L'histoire du Retirement Benefits Group

Comment RBG a commencé ?

- **2 responsables d'agences dans le New Jersey ont, en 20 ans, développé avec succès leurs portefeuilles sur le marché des TSA. Une analyse de leur approche et des résultats obtenus, et l'existence du réel besoin de ce segment de marché, a conduit à étendre ce "business model" dans AXA Advisors au niveau national**
- **RBG a été lancé en 2000 – créé pour reproduire le "business model" développé dans le New Jersey et l'étendre au pays tout entier.**
 - L'organisation du RBG utilise le modèle de vente, de prospection du client, de conseil et les stratégies de conseil patrimonial développés par les deux créateurs du New Jersey.
 - Des agences RBG, avec des chefs d'agences et des agents dédiés, ont été créées dans tout le pays.
 - Une unité de soutien central a été créée pour fournir la formation nécessaire sur les produits, l'environnement réglementaire et la concurrence, un système de soutien à la force de vente par téléphone a été mis en place à destination des chefs d'agences et des agents.

RBG Aujourd'hui

- **Au cours des 5 dernières années, la force de vente dédiée aux produits TSA est passée de 50 "agents" à 750 "agents" répartis en 65 bureaux sur tout le territoire.**
- **Au cours de la même période les primes collectées ont augmenté de 30 % en moyenne par an.**

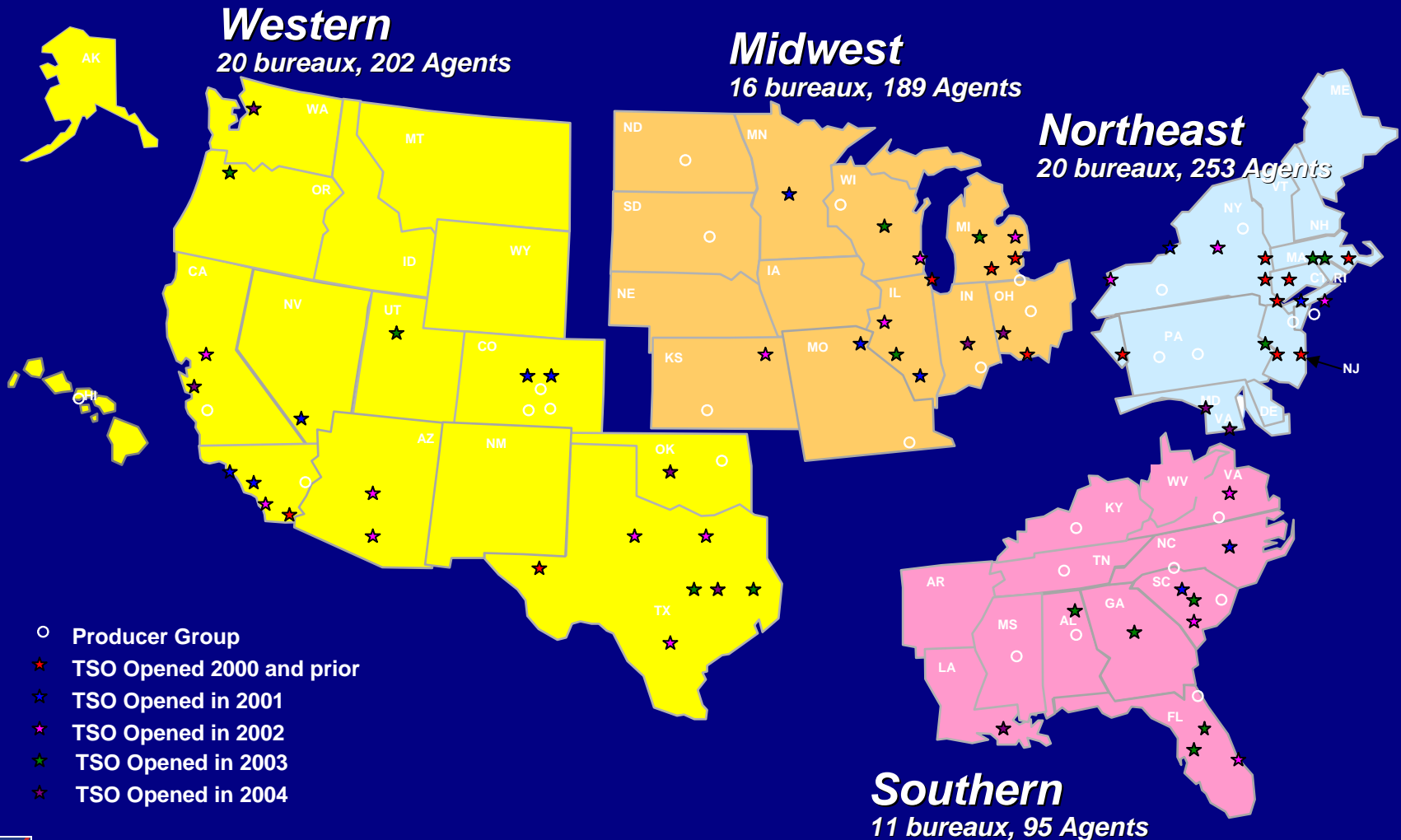


La vision du RBG

**Etre reconnu comme leader dans la
fourniture de produits et de solutions
financières sur le marché des produits
“employer-sponsored” – avec la force de
vente la plus professionnelle et la mieux
rémunérée au sein de la compagnie la plus
recherchée pour y faire carrière.**



Localisation des bureau RBG



[RBG : objectifs

- **Augmenter les actifs gérés.**
- **Rendre plus facile la relation commerciale entre les agents et les clients pour augmenter les ventes d'AXA Financial.**
- **Développer les possibilités de ventes croisées au-delà des produits TSA (403b).**
- **Développer la force de vente et les ventes dans ce segment de marché.**
- **Former des agents dédiés au marché des TSA (403b).**
- **Redistribuer et relancer les comptes TSA et EDC orphelins.**



RBG : Les facteurs du succès

- Une équipe de direction experte
- Un programme de formation intensif
- Une approche commerciale cohérente et constante
- Une équipe support dédiée et motivée
- En concentrant leurs efforts sur les clients « dormants » les agents RBG multiplient leurs possibilités de vente de produits



Be Life Confident
