



AXA Advisors Women's Market Program

Septembre 2004



vivre confiant

Sommaire

- Points clés du marché américain
- AXA Advisors/ AXA Financial : objectifs du programme d'AXA Financial Women's Market
- Implémentation et organisation
- Initiatives en cours: réseau de distribution particuliers
- Initiatives en cours : accompagnement marketing
- AXA Advisors: qui voulons nous être



Chiffres clés du marché américain

- En 2004 il y a 106 millions de femmes adultes aux Etats-Unis (8 millions plus de femmes que d'hommes). Elles*:
 - Représentent 52 % de la population active
 - Gagnent ensemble environ 1.000 milliards de dollars US par an – soit 41% du total avec une valeur nette de 500 000 USD
 - Leurs investissements ont augmenté de 85 % au cours des 5 dernières années
 - Possèdent 9 millions de petites entreprises – Le taux de création d'entreprise parmi les femmes est le double de celui des hommes. Ces entreprises génèrent un chiffre d'affaires de 2.830 milliards de \$ pour le pays.
 - Représentent la majorité des foyers mono-parentaux ou célibataires (30 millions)
 - Seront seules en charge de leurs finances à un moment donné (90 %)
 - Occupent 45 % des postes professionnels
 - 57 % sont diplômés de l'université
 - Représentent 50% des diplômés en comptabilité, 52 % en droit et 46 % en médecine



* données fournies par GAMA/Stonehill Women's Market Consortium

AXA Advisors/AXA Financial

Objectifs du Women's Market Program

Réseaux de distribution

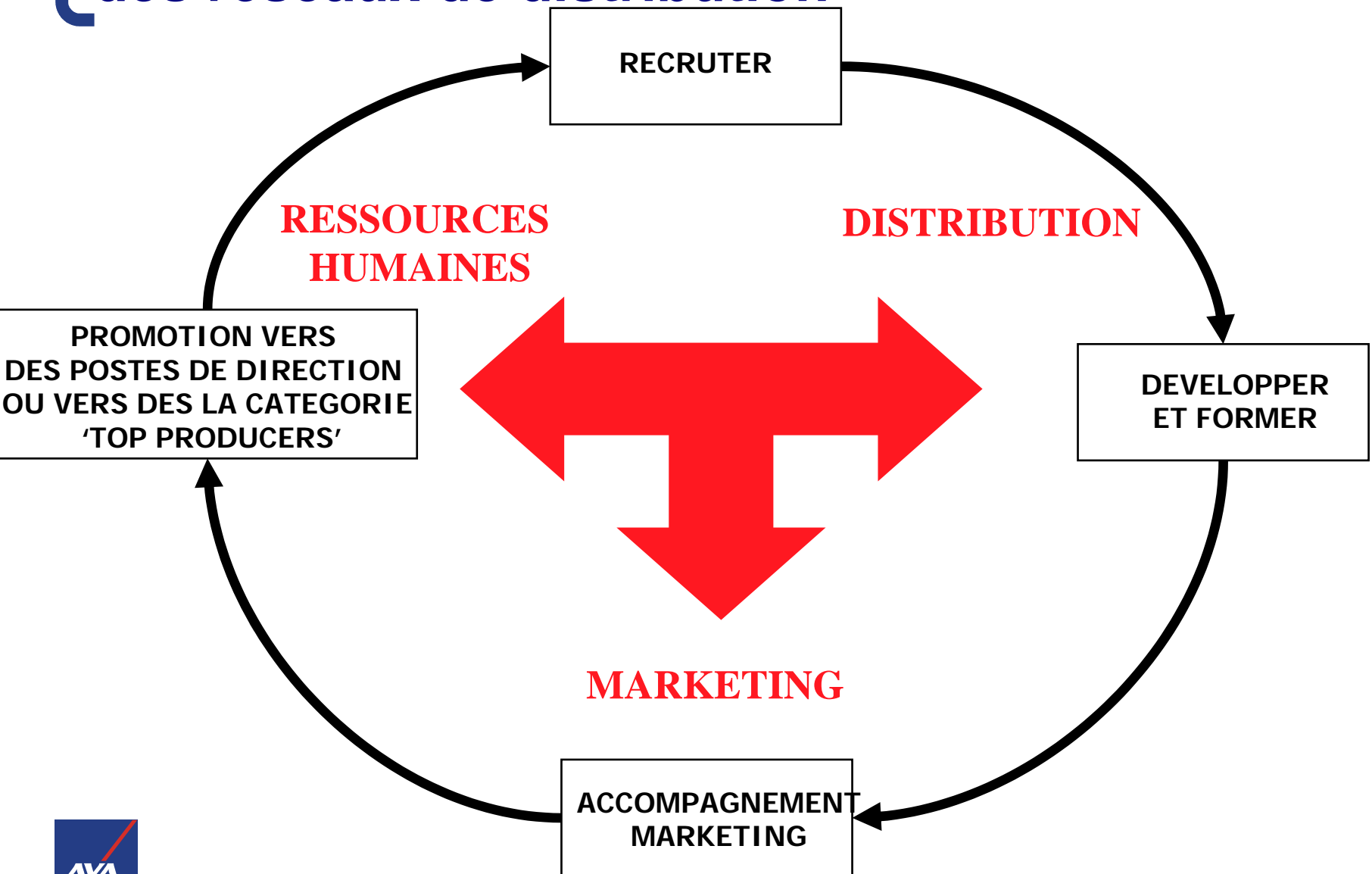
- Augmenter le nombre de conseillers financiers femmes dans le réseau de distribution aux particuliers AXA Advisors
- Augmenter le nombre de responsables femmes de zones et de responsables de branche dans le réseau de distribution de particuliers AXA Advisors
- Former le personnel de terrain pour attirer, retenir et accompagner les conseillers financiers femmes

Clients/Public

- Augmenter le nombre de clients femmes et l'épargne investie par les femmes en formant et en accompagnant nos conseillers (femmes ET hommes) et centrer nos efforts de prospection commerciale sur le marché croissant que représente les femmes
- Développer au sein d'AXA, pour ses collaborateurs et distributeurs et en externe auprès des clients et des médias une culture proche des femmes.



Mise en place et organisation – Accompagnement des réseaux de distribution



Projets à destination des commerciaux

- Mentors – mise en place d'un Comité de pilotage du "Women's program" chargé de suivre la mise en place du programme sur l'ensemble du réseau commercial
- Partenariat – promouvoir le regroupement des agents femmes en équipe pour faciliter l'échange des expériences et des savoir-faire sur leurs clientèles spécifiques
- Coaching – Accompagnement en matière de marketing professionnel et de démarche commerciale.
- Management – Faire prendre conscience à l'ensemble des équipes de management en agences de l'importance d'embaucher, de former, de soutenir et de retenir les agents femmes.
- Technologie – proposer sur les sites web extranet et internet plus d'informations sur le rôle des femmes
- Recrutement – partenariat avec 'National Recruiting staff' pour aider à la sensibilisation du management et de la mise en place des mesures de recrutement de femmes, dont des kits d'information et des séminaires.
- Partenariat – Regrouper l'actuel Women's Market Program de MONY et d'AXA Advisors et créer des synergies entre les deux organisations



Initiatives en cours pour accompagner les clientes

- Sponsoring – partenariats avec des associations féminines nationales et locales reconnues. AXA Financial est le partenaire officiel de NAFE, de Links, de Employee ROI, du Center for Women’s Business Research et des antennes régionales de NAWBO.
- Visibilité en local – Apporter un soutien et être le partenaire d’actions marketing en région – séminaire, ateliers, etc. – pour aider les femmes à comprendre l’importance de gérer son patrimoine. Très souvent fait en partenariat avec les bureaux régionaux des organisations sponsorisées au niveau national
- AXA Summits – Organisation de séminaires “Health and Wealth” (santé et patrimoine) pour les clientes, encouragées à inviter un proche.
- Relations Publiques – Sensibiliser le public et les médias à l’engagement d’AXA sur le marché des femmes et à notre volonté de répondre à leurs besoins.
- Outils marketing – Mise en place d’une palette d’outils marketing pour aider les agents AXA Advisors quand ils rencontrent des femmes ou des couples
- Publicité– Accompagnement des actions et des programmes d’AXA à travers des publicités dans la presse régionale et des spots radio.



Qui voulons-nous être :

- La société qui vient en premier à l'esprit des femmes quand elles ont besoin de conseils financiers
- La société qui vient en premier à l'esprit des femmes quand elles souhaitent mener une carrière dans le secteur financier
- La société qui attire et fidélise les femmes les plus talentueuses dans des postes de vente et de gestion dans le secteur financier et de la protection financière
- La société réussira à capter le marché des femmes dans le monde financier et de la protection financière



Des questions ?



vivre confiant