

**Les 4 meilleures stratégies
asiatiques pour réinventer la
vente d'assurance et de
produits de santé dans le
monde d'après**

Etude 1 : Les 4 stratégies

L'Asie et notamment la Chine est un modèle particulièrement intéressant pour les entreprises qui souhaitent adopter des stratégies gagnantes pour vendre des produits financiers et en particulier profiter de la croissance des marchés de la santé. Cette formation vous détaille de nombreux modèles qui fonctionnent, connaissent une croissance incroyable et ne sont pas encore suffisamment mis en oeuvre, ni même connus en Europe.

Pour gagner des parts de marché, nous vous recommandons 4 stratégies complémentaires :

- 1ère stratégie : Être innovants, mais vraiment
 - 2ème stratégie : S'appuyer sur les plateformes
 - 3ème stratégie : Savoir "très bien" parler aux communautés
 - 4ème stratégie : Tous sur le pont pour vendre
-

1^{ère} stratégie : être innovants, véritablement

Découvrez des exemples de business innovants qui fonctionnent en Chine et en Asie à travers des études de cas de Startup ou de grands groupes

10 exemples de modèles innovants

- ❖ Le financement participatif au service de l'assurance
 - ❖ Une offre holistique dédiée aux seniors
 - ❖ Vendre des assurances sur une super app
 - ❖ Animer des communauté sur les réseaux sociaux
 - ❖ Recruter des clients via le live streaming
 - ❖ Le Uber des courtiers en assurance
 - ❖ Une tontine mutualiste
 - ❖ Vendre des assurances vie en ligne
 - ❖ Gérer la santé mentale différemment
 - ❖ Comment assurer ses animaux
-

2^{ème} stratégie : S'appuyer sur les plateformes

1. Qu'est-ce qu'une plateforme ?
2. L'émergence d'écosystème numériques santé : Présentation de Ping An Good Doctor, la "Super'App" de la santé
 - ❖ Consulter gratuitement un médecin via son portable
 - ❖ One minute clinique (consultation gratuite, IA, et médicament en libre service)
 - ❖ Health Mall, vendre tous les biens de santé (au sens très large) en ligne
 - ❖ Online Comprehensive Medical Care : le produit d'assurance qui couvre le médecin et la qualité de soins

OCTO BOT

2^{ème} stratégie : S'appuyer sur les plateformes

3. Panorama des écosystèmes numériques santé en Chine

4. Participer à une super app en tant que “fonctionnalité santé”

- ❖ C'est quoi une super app ?
- ❖ Le cas PAGD/Grab
- ❖ Quelles super apps en France, en Europe, en Afrique ?

5. Le modèle plateforme technologique

- ❖ Bytedance (TikTok), le modèle ultime
 - ❖ Comment Ping An valorise ses actifs technologiques
-

3^{ème} stratégie : Savoir “très bien” parler aux communautés

1. C'est quoi une communauté ?

2. S'adresser aux seniors

- ❖ Un Amazon de la santé senior
- ❖ Un réseau social exclusivement destinés aux seniors

3. Savoir créer et opérer un réseau d'experts

4. Utiliser au mieux les outils numérique du monde d'après notamment le livestream commerce

- ❖ Comment réussir à vendre des produits complexes (par ex. immobilier)
- ❖ Comment faire la promotion de tous les type de produits

5. Densifier votre force commerciale grâce aux KOL

- ❖ Recourir à des leaders communautaires pour diminuer ses coûts
 - ❖ Externaliser sa force commercial pour conquérir un nouveau marché
-

4^{ème} stratégie : Tous sur le pontpour vendre

- 1. Les 3 nouvelles compétences que toute l'entreprise doit maîtriser**
 - 2. Quels sont les nouveaux challenges pour les commerciaux ?**
 - 3. Quel est le rôle d'un dirigeant pour aider à vendre ?**
 - 4. Comment les experts métiers doivent participer à la vente ?**
-

Nos tarifs



Monographie livrée en version numérique : 600€ HT
(date prévue de livraison Octobre 2021)

Tarif de prévente jusqu'au 31/07 300€ HT



Monographie livrée en version numérique + 2h de visioconférence explicative réalisée par Tidings : 900€ HT
(date prévue de livraison Octobre 2021, intervention réalisée à une date convenue ensemble)

Tarif de prévente jusqu'au 31/07 450€ HT
