

La Mutuelle Générale crée une Université des ventes pour un accompagnement personnalisé des équipes commerciales

La Mutuelle Générale engage une nouvelle étape dans la professionnalisation de sa force commerciale en créant une Université des Ventes. Destinée aux 430 salariés de la force de vente, elle permettra à chacun de suivre un parcours personnalisé par métier grâce à une palette d'outils pédagogiques à la fois digitaux, présentiels et terrain.

L'Université des ventes : une mobilisation interne forte au service d'une démarche d'excellence

Les programmes de l'Université des ventes ont été mis au point grâce à la mobilisation conjointe des équipes du marketing, de la formation et de l'animation commerciale. Il en résulte des programmes parfaitement adaptés et inscrits dans une culture commerciale commune, alliant formation classique en présentiel, formation à distance sous forme d'ateliers en ligne, de vidéos et de tutoriels, et accompagnement opérationnel sur le terrain.

Grâce à une évaluation régulière des collaborateurs à travers des quizz en ligne et des entretiens, le contenu des formations est réévalué et ajusté au cas par cas par les managers. Une charte d'engagement a également été mise en place entre La Mutuelle Générale et ses collaborateurs pour atteindre ensemble l'excellence opérationnelle.

Un saut qualitatif en matière de formation grâce à un volet digital innovant

Un site extranet « Université des ventes » réservé à la force commerciale propose des contenus de formation à travers trois entrées : « Je maîtrise les produits », « J'assimile la méthode de ventes » et « Je développe mes compétences ». Chaque entrée invite à un parcours ludique à travers une vidéo pédagogique puis des jeux sous forme de quizz, textes à trous et autres permettant de tester ses connaissances. Les points accumulés par chacun s'affichent et stimulent le goût du défi au sein des équipes.

La montée en compétence des équipes commerciales : une priorité pour La Mutuelle Générale

Avec l'Université des ventes, La Mutuelle Générale entend faire monter en compétences ses conseillers commerciaux et accélérer ainsi son développement dans le contexte de l'ANI (Accord National Interprofessionnel) en vigueur au 1^{er} janvier 2016.

L'Université des ventes en chiffres

- 430 collaborateurs engagés dans un parcours personnalisé
- 2 à 3 jours de formation et d'accompagnement par collaborateur toutes les six semaines
- 18 personnes sur le terrain pour l'accompagnement et l'animation des forces commerciales
- 7 modules de formation théorique et pratique
- 9 modules de digital learnings sur les produits et 4 sur les techniques de vente
- Impact de la formation : doublement du taux de multi-équipement et de signatures électroniques

À propos de La Mutuelle Générale

Acteur majeur de l'économie sociale, La Mutuelle Générale protège près de 1,5 million de personnes. Partenaire des groupes La Poste et Orange depuis 70 ans, elle intervient sur le marché des particuliers et des entreprises, en santé et en prévoyance. Son expérience dans la gestion des régimes obligatoire comme complémentaire, lui confère une expertise globale des métiers de l'assurance santé. Au-delà du simple remboursement des frais médicaux, elle privilégie en particulier l'accompagnement personnalisé de ses adhérents par des services innovants s'appuyant sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication, notamment dans le domaine de la prévention en santé.

Fidèle à ses valeurs mutualistes et n'ayant pas d'actionnaires à rémunérer, La Mutuelle Générale dispose de la liberté nécessaire pour construire une stratégie sur le long terme au seul bénéfice de ses adhérents.

Contacts presse : Emilie Fuchs – 01 55 25 58 78 – emilie.fuchs@partiesprenantes.com
Céline Vignolles – 01 40 78 34 35 - cvignolles@lamutuellegenerale.fr

lamutuellegenerale.fr
[@LaMut_Generale](https://twitter.com/LaMut_Generale)