

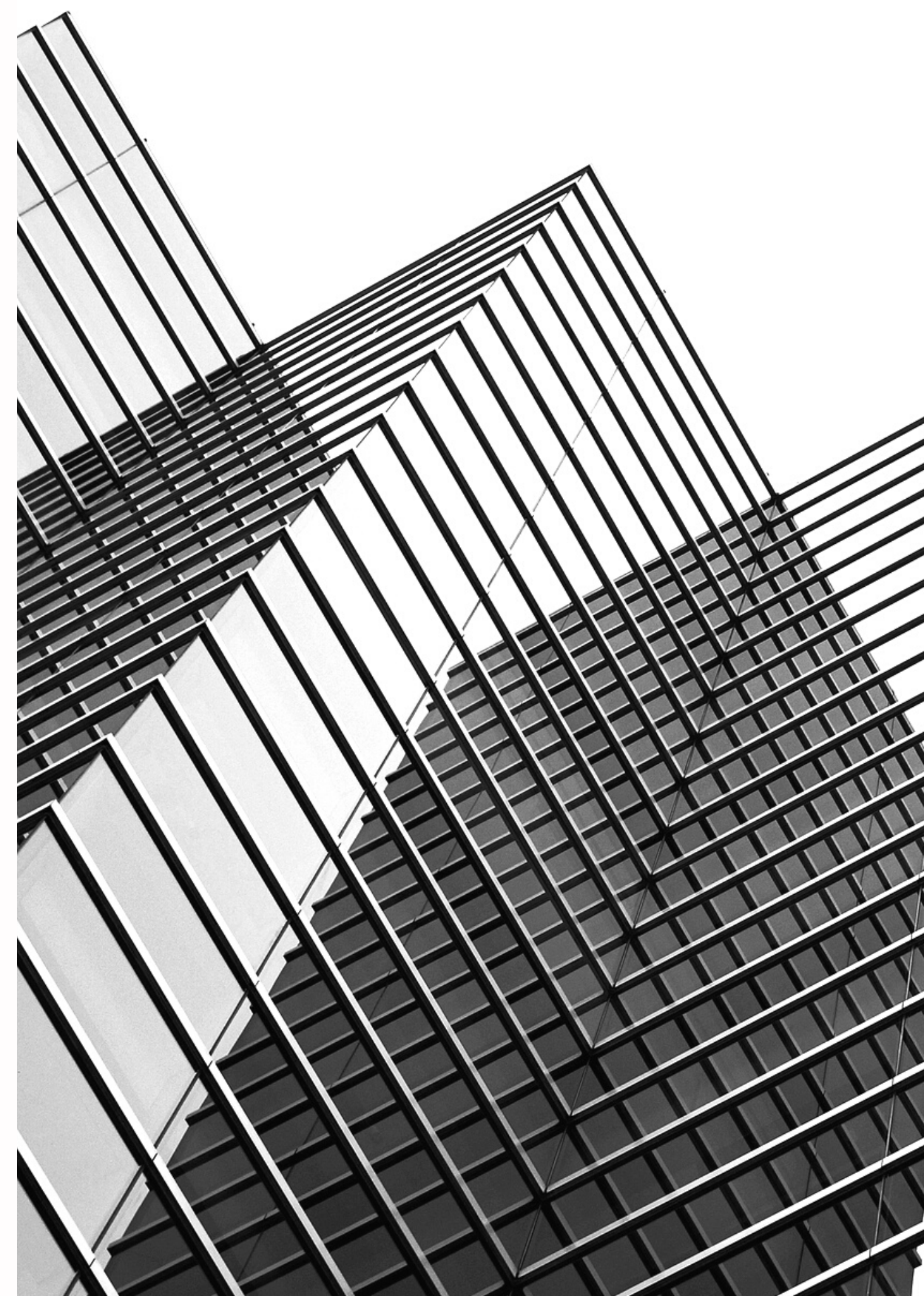
# ÉTUDE DE RÉMUNÉRATIONS 2020

ASSURANCE

LYON - PARIS

**W**ibast

COMMERCIAL - MARKETING - DIGITAL - FINANCE



# INDEX

- 01 Tendances
- 02 Fonctions commerciales
- 03 Fonctions marketing
- 04 Fonctions digitales
- 05 Fonctions financières
- 06 Attentes des candidats
- 07 Contact

# 01

## TENDANCES

Les chiffres mentionnés dans cette étude sont issus des moyennes constatées par l'intermédiaire des recrutements que nous avons effectués en 2019 ainsi que notre connaissance du marché.



### Clément GAUDINO

Dirigeant

#### Les enjeux du recrutement en France

La France, dans un contexte politico-social instable, a su maintenir le cap en termes de recrutements en 2019. **60%\*** des entreprises en France ont recruté au moins un cadre. De manière générale le nombre de demandeurs d'emplois a reculé de **3%** en 2019.

La tendance 2020 s'oriente vers une stabilisation de la croissance. Moins marquée qu'en 2019, elle restera malgré tout présente.

De forts enjeux concernent les métiers du **digital** : social selling, growth hacking, SEO/SEA... Autant de notions qui deviennent incontournables pour les entreprises qui se dotent de talents qui leurs permettront d'optimiser leur présence sur le web.

En matière de recrutement, les **algorithmes** gagnent du terrain. Sans qu'ils ne soient incontournables, ils permettent aux entreprises d'automatiser tout ou partie du processus pour se concentrer sur les activités à plus fortes valeurs ajoutées.

#### Le secteur de l'assurance

Le secteur réalise **220 Milliards d'euros** de chiffre d'affaires et emploie environ **150 000 salariés**. Malgré un contexte réglementaire changeant avec l'application de nouveaux textes comme la **loi PACTE**, les acteurs savent habilement manier leurs organisations ce qui leur permet de pérenniser leur croissance.

Le marché des **organismes de prévoyance** vit une profonde mutation depuis quelques années: fusions, rachats. Cette concentration des acteurs créé une pression concurrentielle plus forte pour les structures de taille intermédiaire. Les **mutuelles** se différencient par leur capacité à maintenir une **proximité avec leurs clients**.

Au regard de ce contexte, la tendance est de recruter des profils commerciaux de qualité qui se démarqueront par leur **maîtrise des sujets techniques (IARD / santé, prévoyance et retraite)** et leur capacité à capter de nouveaux clients.



\*Source : [ww.corporate.apec.fr](http://ww.corporate.apec.fr) - \*\*Source : [www..bpifrance.fr](http://www..bpifrance.fr)

# 02 FONCTIONS COMMERCIALES

Les institutions de prévoyance et les mutuelles recherchent des profils de "chasseurs" animés par la surperformance et capables de capter de nouveaux clients.

## LYON

### Fonctions

	Rémunération annuelle fixe brute en k€			Rémunération variable en % du salaire fixe
	3 à 5 ans	6 à 9 ans	10 ans et +	
Directeur commercial	-	70 - 85	85 - 100	10 - 25%
Directeur régional	-	50 - 60	55 - 65	10 - 25%
Responsable d'agence	-	45 - 50	50 - 55	10 - 20%
Responsable grands comptes (20 à 500 salariés)	45 - 50	50 - 55	55 - 60	10 - 25%
Commercial middle market (20 à 500 salariés)	45 - 50	45 - 50	50 - 55	10 - 20%
Commercial TNS / indépendants (1 salarié)	40 - 45	40 - 45	45 - 50	10 - 20%

## PARIS

### Fonctions

	Rémunération annuelle fixe brute en k€			Rémunération variable en % du salaire fixe
	3 à 5 ans	6 à 9 ans	10 ans et +	
Directeur commercial	-	75 - 90	85 - 110	10 - 25%
Directeur régional	-	55 - 65	65 - 70	10 - 25%
Responsable d'agence	-	50 - 55	50 - 60	10 - 20%
Responsable grands comptes (20 à 500 salariés)	50 - 55	55 - 60	60 - 70	10 - 25%
Commercial middle market (20 à 500 salariés)	45 - 50	45 - 55	50 - 55	10 - 20%
Commercial TNS / indépendants (1 salarié)	40 - 45	40 - 45	45 - 50	10 - 20%

L'ensemble des fonctions sont entendues F/H.  
Le nombre d'années correspond au nombre d'années d'expérience global.  
La part variable inclut les bonus sur objectifs (individuels et collectifs). Elle ne concerne pas l'intéressement et la participation.

# 03

## FONCTIONS MARKETING



Dans un environnement où la pression concurrentielle est intense, les profils **marketing produit qualifiés** issus de formations initiales liées au domaine de l'assurance sont très recherchés.

### LYON

#### Fonctions

	Rémunération annuelle fixe brute en k€			Rémunération variable en % du salaire fixe
	3 à 5 ans	6 à 9 ans	10 ans et +	
Directeur Marketing	-	75 - 85	85 - 95	10 - 20%
Chef de groupe	-	50 - 55	55 - 60	5 - 20%
Chef de produit	40 - 45	45 - 50	50 - 60	0 - 20%
Chef de marque	45 - 50	50 - 55	55+	0 - 20%

### PARIS

#### Fonctions

	Rémunération annuelle fixe brute en k€			Rémunération variable en % du salaire fixe
	3 à 5 ans	6 à 9 ans	10 ans et +	
Directeur Marketing	-	80 - 85	85 - 100	10 - 20%
Chef de groupe	-	60 - 65	65 - 70	5 - 20%
Chef de produit	45 - 50	50 - 55	55 - 60	0 - 20%
Chef de marque	50 - 55	55 - 60	60+	0 - 20%

L'ensemble des fonctions sont entendues F/H.  
Le nombre d'années correspond au nombre d'années d'expérience global.  
La part variable inclut les bonus sur objectifs (individuels et collectifs). Elle ne concerne pas l'intéressement et la participation.

# 04 FONCTIONS DIGITALES



La thématique du digital est complexe. Au delà d'actions isolées, il convient de mettre en place une véritable stratégie mesurable dans le temps. Pour cela, les entreprises tendent à recruter des profils capables d'allier des réflexions globales à une mise en oeuvre opérationnelle.

## LYON

### Fonctions

	Rémunération annuelle fixe brute en k€		
	3 à 5 ans	6 à 9 ans	10 ans et +
Community manager	35 - 40	40 - 45	45 - 50
Inbound marketing manager	35 - 45	45 - 50	50 - 55
Data protection officer	40 - 45	50 - 55	60 - 70
Chef de projet web	35 - 45	45 - 50	50 - 60
Responsable E-commerce	40 - 45	50 - 55	55 - 65
SEO/SEA manager	35 - 40	40 - 50	50 - 60
Digital content manager	35 - 45	45 - 50	45 - 60
CRM manager	40 - 45	45 - 50	50 - 65

## PARIS

### Fonctions

	Rémunération annuelle fixe brute en k€		
	3 à 5 ans	6 à 9 ans	10 ans et +
Community manager	40 - 45	45 - 50	50 - 55
Inbound marketing manager	40 - 45	45 - 55	55 - 60
Data protection officer	50 - 55	65 - 70	70 - 80
Chef de projet web	40 - 45	50 - 55	55 - 65
Responsable E-commerce	45 - 50	50 - 60	55 - 65
SEO/SEA manager	40 - 45	45 - 50	50 - 65
Digital content manager	40 - 45	45 - 55	50 - 65
CRM manager	40 - 45	45 - 55	55 - 70

L'ensemble des fonctions sont entendues F/H.  
Le nombre d'années correspond au nombre d'années d'expérience global.  
La part variable (bonus, intéressement et participation) n'est pas comprise dans la rémunération annuelle fixe brute.

# 05

## FONCTIONS FINANCIÈRES



La maîtrise des logiciels comptables et financiers tels que SAP devient un réel avantage concurrentiel pour les candidats. Les entreprises recherchent des profils rapidement opérationnels.

### LYON

#### Fonctions

	Rémunération annuelle fixe brute en k€		
	3 à 5 ans	6 à 9 ans	10 ans et +
Directeur administratif et financier	-	65 - 80	80 - 100
Directeur comptable	-	55 - 70	70 - 80
Responsable du contrôle de gestion	-	60 - 70	70 - 80
Cash manager	-	55 - 65	65 - 70
Trésorier	40 - 45	50 - 55	55 - 60
Contrôleur de gestion	40 - 45	45 - 60	50 - 60
Consolideur	35 - 45	45 - 50	45 - 50
Auditeur interne	40 - 45	45 - 50	50 - 60

### PARIS

#### Fonctions

	Rémunération annuelle fixe brute en k€		
	3 à 5 ans	6 à 9 ans	10 ans et +
Directeur administratif et financier	-	70 - 90	90 - 110
Directeur comptable	-	60 - 75	75 - 90
Responsable du contrôle de gestion	-	65 - 75	75 - 90
Cash manager	-	60 - 70	70 - 100
Trésorier	45 - 50	50 - 60	55 - 65
Contrôleur de gestion	45 - 50	50 - 60	55 - 65
Consolideur	40 - 45	45 - 55	55+
Auditeur interne	45 - 50	50 - 60	55 - 65

L'ensemble des fonctions sont entendues F/H.  
Le nombre d'années correspond au nombre d'années d'expérience global.  
La part variable (bonus, intéressement et participation) n'est pas comprise dans la rémunération annuelle fixe brute.

# 06

## ATTENTES DES CANDIDATS

Durant le processus

Une fois recrutés

### Un rapport d'égal à égal lors de l'entretien

Certes, l'entreprise représente l'offre et le candidat la demande. Mais dans les faits, la tendance peut s'inverser, notamment lors de la recherche de compétences pénuriques. Les candidats attachent de l'importance à ce qu'il n'y ait plus de rapport d'infériorité lors des entretiens. Au regard du caractère tendu du marché, ils auront le choix et n'hésiteront pas à s'orienter vers l'entreprise qui aura proposé les entretiens les plus équilibrés. Ils privilégieront les structures qui leur auront donné des détails au sujet de la culture de l'entreprise et de la fonction proposée.

### De la réactivité lors des processus de recrutement

Depuis plusieurs années, nous constatons une tension sur le marché candidats. Les profils digitaux et commerciaux sont particulièrement concernés. 92% des candidats que nous avons recrutés sur ces fonctions en 2019 suivaient en parallèle d'autres processus de recrutement. Il est donc primordial de considérer le timing du processus comme un axe de différenciation. Il semble par ailleurs important de limiter le nombre d'entretiens afin de ne pas perdre la dynamique du process.

### Une intégration préparée et cadencée

La valorisation des collaborateurs est fondamentale. Elle passe notamment par une intégration anticipée et préparée. Les candidats attendent que leurs interlocuteurs clés leur soient présentés lors du premier jour ou durant la première semaine. Un simple envoi d'email à l'équipe concernée n'est plus suffisant. Le parcours de formation initiale doit lui aussi être clair et communiqué au nouvel équipier dès son arrivée. Il sera rassuré et se sentira en confiance. Cette étape est primordiale dans la réussite d'un recrutement.



### De l'autonomie

La tendance en 2019 est résolument orientée vers l'autonomie, à tous points de vue : liberté de réflexion et d'action, possibilité de travailler en home office et de gérer son temps ... Les candidats issus des fonctions liées au business comme les technico-commerciaux n'hésitent plus à demander lors des premiers entretiens si un accord de home office est en vigueur au sein de l'entreprise ou si le manager opérationnel emploie un mode de management participatif et libéré. Les entreprises se doivent d'adopter une culture plus orientée vers les résultats que sur les moyens mis en oeuvre pour y parvenir.



# 07

## CONTACT



# wibast

## LYON

Siège social

1 allée Claude Debussy  
69130 ÉCULLY  
Tél : 04 28 29 78 86

## PARIS

3 bis rue Taylor  
75010 PARIS  
Tél : 01 83 62 14 51



[contact@wibast.com](mailto:contact@wibast.com)



WIBAST SASU  
1, allée Claude Debussy 69130 Écully  
[contact@wibast.com](mailto:contact@wibast.com)  
828 942 714 RCS Lyon