

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET DE CERTIFICATIONS

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
	Chargé.e de la clientèle Assurance, Banque.		
	L'ensemble des activités du Chargé.e de clientèle Assurance, Banque décrit dans le référentiel se trouve à tous les niveaux impactés par le numérique, ainsi que par une exigence accrue du niveau de conseil du fait de l'information facilitée acquise par les clients via internet. Avec les moyens de communications bien plus riches et variés, il est aussi attendu de ce métier encore plus d'agilité et de réactivité pour correspondre aux besoins spécifiques des clients du fait de l'émergence de l'individualisation des solutions.		
	Bloc 1. Organiser son activité de prospection commerciale dans le cadre d'offres de produits ou/et services d'assurance, banque auprès d'une clientèle ciblée.		
Activités du bloc 1. Organisation de son activité de prospection commerciale dans le cadre d'offres de produits ou/et	B1C1. Organiser des actions commerciales en définissant son périmètre d'activité, en prenant soin d'identifier sa cible de prospects, de vérifier les valeurs d'usage de ses offres avec cette cible, de vérifier les	Mode d'évaluation du bloc 1. Etude de cas pratique sur l'organisation d'une activité	B1Cr1. La cible commerciale est définie avec les informations utiles à construire un plan d'action commercial pertinent.

<p>services d'assurance, banque auprès d'une clientèle ciblée.</p>	<p>parcours d'achat de ses clients et leurs habitudes en termes de communication digitale.</p> <p>B1C2. Développer une nouvelle clientèle dans le cadre de la partie prospection de son plan d'action en ciblant sur son aire de chalandise une clientèle de professionnels (Professions libérales, artisans, commerçants, TPE), en leur apportant une valeur ajoutée caractérisée par une connaissance réelle de leurs métiers et de leurs besoins bancaires et d'assurance.</p> <p>B1C3. Faciliter la prise de rendez-vous ou l'obtention d'appels entrants par les bénéficiaires du numérique ou de la recommandation active en élaborant les outils commerciaux (script type de prospection).</p> <p>B1C4. Permettre une gestion équilibrée et efficace du temps passé entre la prospection, les relances, les rendez-vous, la gestion des appels et le traitement des dossiers en coordonnant les différentes tâches commerciales, en prenant soin de les planifier dans une gestion de temps optimisée, par l'utilisation de tableaux de bord de l'activité.</p> <p>B1C5. Générer des entretiens de vente en mettant en œuvre avec agilité son plan d'action commerciale ciblé et en approchant les prospects ou clients déjà captifs, par les modes de prospection (prise de rendez-vous) ou de communication digitale (réseaux sociaux...).</p> <p>B1C6. Obtenir des rendez-vous commerciaux en réalisant la prospection téléphonique, en utilisant les</p>	<p>commerciale d'un chargé de clientèle.</p> <p>Durée : 20 minutes de soutenance orale à partir d'un support écrit préalablement remis pour lequel il aura 3 semaines de préparation.</p> <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>Le candidat élabore un plan d'activité commerciale pour répondre à sa mission de chargé de clientèle dans une agence dans laquelle il lui ait donné une grande autonomie pour la captation de nouveaux prospects. Le cas précisera la liste des ressources pouvant être mobilisées, ainsi que les objectifs à atteindre en matière de taux de rendez-vous commerciaux à obtenir.</p> <p>Après avoir positionné sa cible sur le marché, le candidat aura à proposer un plan d'action planifié dans le temps pour obtenir le nombre de rdv fixé par le cas.</p> <p>Sa proposition comportera notamment :</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Profil type du prospect - Typologie de besoins types correspondant au profil du prospect - Habitudes en termes d'utilisation de la communication digitale - Habitudes de vie permettant de mieux appréhender à quel moment l'appeler... <p>(4 points)</p> <p>B1Cr2. Les outils commerciaux correspondent aux canaux de communication choisis et les contenus au profil des prospects. (4 points)</p> <p>B1Cr3. La planification des tâches dans le plan d'action est proposée de façon à équilibrer les différentes activités du chargé de clientèle tout en lui assurant des rendez-vous régulièrement avec suffisamment de temps pour les gérer. (4 points)</p> <p>B1Cr4. Les techniques de prospection téléphonique sont</p>
---	--	---	--

	<p>différentes techniques (passage du barrage naturel - création de l'intérêt du client...) auprès des prospects ou clients.</p> <p>B1C7. Obtenir des contacts clients et créer des opportunités de rendez-vous de vente-conseil en utilisant les différentes méthodes commerciales (supports de communication – style d'écriture et de présentation visuelle à utiliser en fonction du canal -...) en fonction des différents canaux de communication.</p> <p>B1C8. Adapter l'organisation de l'activité commerciale en vue de son optimisation en analysant les retours prospects ainsi que les indicateurs de productivité (taux de prise de rdv – de traitement des appels – de délais de réponse...).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les outils commerciaux (supports et contenus) - Le script pour la prospection téléphonique en vue de l'obtention d'un rdv - Les canaux de communication <p>Lors de la soutenance orale, le candidat sera placé en situation de jeu de rôle de prise de rendez-vous au téléphone sur un échange entre lui-même et son évaluateur</p> <p>-</p>	<p>acquises et le candidat montre sa capacité à obtenir le rendez-vous ou à obtenir les informations lui permettant de reprogrammer un appel. (4 points)</p> <p>B1Cr5. Le candidat démontre sa capacité à analyser les retours d'une activité de recherche de prospects et à y apporter des améliorations en faisant preuve de réactivité et d'agilité. (4 points)</p> <p>Le bloc B1 est validé à partir de 12 points / 20 points.</p>
	<p>Bloc 2. Accueillir, informer et analyser le contexte et besoins du client.</p>		
<p>Activités du bloc 2. Accueil, information et analyse du contexte et besoins du client.</p>	<p>B2C1. Permettre au client de se sentir pris en charge avec professionnalisme et bienveillance en l'accueillant en faisant preuve d'empathie vers celui-ci, en identifiant immédiatement la nature de son besoin et en l'orientant le cas échéant, vers le service compétent.</p> <p>B2C2. Répondre à un besoin des clients d'être assurés du niveau d'expertise offert et générer une relation de confiance en les informant des évolutions du secteur de l'assurance, banque au niveau des opportunités,</p>	<p>Mode d'évaluation du bloc 2. Mise en situation de jeu de rôle à partir d'un cas pratique sur l'analyse d'une situation client face à un besoin de produit ou/et service assurance, banque.</p> <p>Durée : 45 minutes de mise en situation dont 15 minutes de</p>	<p>B2Cr1. Le candidat fait preuve d'ouverture et s'assure que le client soit en situation de confort dans sa phase d'accueil. (4 points)</p> <p>B2Cr2. Le candidat ouvre le dialogue en transmettant des informations génériques sur le secteur en lien avec les besoins</p>

	<p>contraintes et réglementations, tout en assurant soi-même une veille.</p> <p>B2C3. Recueillir les premières informations nécessaires à l'analyse de sa situation, de son profil et cerner les caractéristiques de sa demande en conduisant un entretien (en face à face ou à distance) avec un client tout en utilisant les techniques de questionnement.</p> <p>B2C4. Proposer les offres spécifiques en lien avec les besoins du client et adaptées à son profil en diagnostiquant de façon plus précise ses besoins, en l'orientant dans sa phase de découverte et en lui posant les questions utiles à l'obtention des informations requises.</p> <p>B2C5. Vérifier que les conditions de faisabilité des opérations soient correctement réunies en analysant la situation financière du client, sa rentabilité ainsi que sa solvabilité et en appréhendant son bilan patrimonial.</p> <p>B2C6. Construire une relation client digitale et optimisée dans sa gestion du temps en l'informant et en l'accompagnant sur l'utilisation des nouveaux services en ligne.</p> <p>B2C7. Apporter des actions correctives dans un principe de recherche d'amélioration continue en s'assurant régulièrement de la qualité de la relation client en phase d'avant-vente et en identifiant les éventuelles insatisfactions (enquêtes – questionnaires...).</p>	<p>préparation et 10 minutes d'échanges avec le jury d'évaluation.</p> <p>Modalités d'évaluation : Il est remis au candidat un cas dans lequel le contexte d'un client est donné dans sa situation patrimoniale, ses caractéristiques en termes de profil, de demandes formulées et de besoins non exprimés.</p> <p>Il est demandé au candidat d'analyser par une approche de questionnement la situation du client joué par un autre candidat (à partir d'un scénario donné). Le candidat apportera lors de son échange avec le jury d'évaluation l'analyse qu'il aura faite suite à son rendez-vous avec le client.</p>	<p>du client tout en restant dans un niveau d'information qui correspond aux réglementations qui s'imposent à lui, recueil de la lettre de mission dans laquelle le prospect ou le client expose son besoin, signature d'un document précisant ses devoirs et obligations relatives aux données personnelles recueillies (RGPD). (4 points)</p> <p>B2Cr3. Les techniques de conduite d'entretien sont acquises et le candidat fait preuve d'écoute active, de reformulation et prend le temps de répondre aux questions du client en s'assurant que celui-ci a bien compris et en soit satisfait. (4 points)</p> <p>B2Cr4. Le candidat recueille les informations qui lui seront utiles pour s'assurer que sa solution correspond bien aux besoins et aux capacités du client. La faisabilité de l'opération est bien vérifiée. (4 points)</p>
--	--	--	---

			<p>B2Cr5. Le candidat montre sa capacité à faire son autocritique et à envisager quelles pourraient être les actions correctives. (4 points)</p> <p>Le bloc B2 est validé à partir de 12 points / 20 points.</p>
	<p>Bloc 3. Conseiller et vendre des prestations adaptées au client en assurance, banque</p>		
<p>Activités du bloc 3. Conseil et vente de prestations adaptées au client en assurance, banque</p>	<p>B3C1. Configurer la base de l'offre sur laquelle la réponse devra se construire en identifiant à partir de l'analyse des besoins réalisée auprès du client et de l'ensemble des solutions proposées par le marché, les produits et services les mieux adaptés tenant compte des différentes évolutions et réformes (Loi Hamon - La généralisation d'une couverture santé à l'ensemble des salariés - Loi Bourquin – Loi PACTE - L'ordonnance portant réforme de l'épargne retraite complémentaire...).</p> <p>B3C2. Apporter une réponse sur mesure au client en sélectionnant une solution tenant compte de sa situation juridique et fiscale, dans un cadre réglementaire à respecter et en appréhendant les</p>	<p>Mode d'évaluation du bloc 3. Etude de cas pratique en trois parties (une partie par typologie de clients : un client particulier - un client PME - un client ETI) sur l'élaboration d'un plan d'action en termes de préconisations de produits et services assurance banque pour un client donné dans son contexte spécifique, et en intégrant les évolutions concernant les offres des produits assurance, banque (Loi Hamon - La généralisation d'une couverture santé à l'ensemble</p>	<p>L'ensemble des critères sont repris dans les trois parties de l'étude de cas en fonction de la typologie du client (particulier – PME – ETI)</p> <hr/> <p>B3Cr1. Le candidat apprécie correctement le risque face aux capacités du client et à sa situation personnelle et propose des solutions alternatives. (2 points)</p>

	<p>différents risques (pour l'intérêt du client et de son agence comme le RGPD) et avantages (Loi Hamon - La généralisation d'une couverture santé à l'ensemble des salariés - Loi Bourquin – Loi PACTE - L'ordonnance portant réforme de l'épargne retraite complémentaire...).</p> <p>B3C3. Accompagner le client, dans une prise de décision responsable et durable, en conduisant l'entretien de vente-conseil, conformément à la DDA (Directive sur la Distribution de l'Assurance pour les devoirs de conseil et d'information), tout en argumentant sur les différentes offres intégrant les évolutions (Loi Hamon - La généralisation d'une couverture santé à l'ensemble des salariés - Loi Bourquin – Loi PACTE - L'ordonnance portant réforme de l'épargne retraite complémentaire...), en traitant les objections du client, besoins de précisions complémentaires ou de comparaisons avec les offres concurrentes.</p> <p>B3C4. Permettre une simulation à partir des informations recueillies et transmises par le client, en respectant le cadre du RGPD, en identifiant la faisabilité de l'opération et de ses risques, en utilisant les outils digitaux à sa disposition et se prononcer sur la demande du client compte-tenu de ses caractéristiques propres, capacités d'endettement et de remboursement.</p> <p>B3C5. Recommander au client une solution plus proche de ses besoins et de sa situation, en adaptant l'offre et en la complétant par les nouvelles opportunités émanant des nouvelles lois (Loi Hamon - La généralisation d'une couverture santé à l'ensemble des</p>	<p>des salariés - Loi Bourquin – Loi PACTE - L'ordonnance portant réforme de l'épargne retraite complémentaire...) avec soutenance orale.</p> <p>Durée : 60 minutes de soutenance orale à partir d'un support écrit traitant des trois parties propres à chaque typologie de clients (particulier - PME - ETI) préalablement remis pour lequel il aura 3 semaines de préparation.</p> <p>Modalités d'évaluation : A partir d'un cas donné dans lequel est décrit la situation d'un client dans son contexte spécifique, sa situation patrimoniale et ses besoins, le candidat doit proposer, sous forme d'un support écrit, différentes solutions alternatives en les plaçant dans un mapping de positionnement afin d'en faire ressortir leurs avantages concurrentiels.</p> <p>Le candidat choisira, en la justifiant, la solution qui lui semblera la plus appropriée, en tenant compte de toutes les</p>	<p>B3Cr2. Les préconisations proposées correspondent au besoin du client et sont correctement comparées dans le mapping de positionnement en intégrant l'ensemble des produits possibles ainsi que les nouvelles offres découlant des différentes lois et évolutions (Loi Hamon - La généralisation d'une couverture santé à l'ensemble des salariés - Loi Bourquin – Loi PACTE - L'ordonnance portant réforme de l'épargne retraite complémentaire...).</p> <p>(3 points)</p> <p>B3Cr3. La solution choisie est la plus pertinente au regard des différentes opportunités offertes par les évolutions légales réglementaires en matière d'offres de produits assurance, banque, des critères établis par le client et par rapport à ses choix et obligations dans son contexte particulier. L'argumentation qui la sert est bien construite et repose sur des informations</p>
--	--	--	--

	<p>salariés - Loi Bourquin - Loi PACTE - L'ordonnance portant réforme de l'épargne retraite complémentaire...), en fonction des retours de simulation et de l'évaluation des risques induite et en apportant toutes les informations utiles en respect avec la DDA (frais dont commissions de l'agence,...).</p> <p>B3C6. Assurer la production de documents conformes en rédigeant sa proposition commerciale par écrit sur le choix de l'opération en assurance, banque, en vérifiant sa cohérence avec la demande du client et la politique commerciale de son agence et en veillant à respecter les contraintes réglementaires (notamment RGPD) et obligations d'informations.</p> <p>B3C7. Instruire le dossier contractuel, en prenant soin de le compléter par tous les éléments, en informant des possibilités de transferts des contrats (Loi PACTE et l'ordonnance portant réforme de l'épargne retraite complémentaire), et permettre ainsi la prise de décision en échangeant les consentements et en assurant la signature du contrat, dans les limites des pouvoirs délégués.</p> <p>B3C8. Respecter le niveau de service client attendu, en respectant son devoir d'informations et de conseil tout au long de la vie du contrat conformément à la DDA, en informant sur le service après-vente des opérations engagées et en le mettant en œuvre le cas échéant.</p> <p>B3C9. Participer à l'exploitation commerciale des informations collectées, en respect de la RGPD, et</p>	<p>opportunités permises par les différentes réformes et lois. Le candidat devra également rédiger sa proposition. Il expliquera le processus à suivre dans l'instruction du dossier (notamment les actions à mettre en place dans le cas de transfert de contrats dans le cadre notamment du PER) avec les relais d'informations à respecter auprès des autres services dans un principe de performance globale.</p> <p>Le candidat soutiendra à l'oral les solutions préconisées en y explicitant les caractéristiques techniques des produits et services, mais aussi leurs capacités à accepter des modifications afin de permettre l'agilité nécessaire pour faire face aux évolutions de vie possibles du client.</p> <p>Lors de la soutenance orale le candidat expliquera sa méthodologie d'adaptation dans la relation client face aux différents canaux digitaux de communication.</p>	<p>complètes, chiffrées et factuelles. (3 points)</p> <p>B3Cr4. La proposition commerciale est correctement rédigée et comprend toutes les informations obligatoires et utiles pour permettre la prise de décision puis la mise en oeuvre. (3 points)</p> <p>B3Cr4. Le processus d'instruction du dossier contractuel est acquis, et respecte la DDA (devoir de conseil et devoir d'information). (3 points)</p> <p>B3Cr5. Les relais d'informations à communiquer auprès des autres services sont appréhendés, en tenant compte des contraintes imposées par le RGPD. (3 points)</p> <p>B3Cr6. Le candidat montre à l'oral sa capacité d'argumentation et de négociation dans le cadre des solutions proposées</p>
--	---	--	---

	faciliter la transmission d'opportunités à d'autres collaborateurs dans une optique de performance globale en renseignant et en suivant le système d'informations interne à l'agence.		<p>(3 points)</p> <p>B3Cr7. Le candidat montre sa capacité à utiliser et à s'adapter à d'autres mode de communication digitale pour porter ses offres de produits et/ou services en assurance, banque.</p> <p>(3 points)</p> <p>Chaque partie est notée sur 20 points. Chaque partie de l'évaluation du bloc B3 est validée à partir de 12 points / 20 points.</p>
	Bloc 4 : Fidéliser et développer son portefeuille client dans un principe d'amélioration continue		
<p>Activités du bloc 4. Fidélisation et développement du portefeuille client</p> <p>B4A1. Fidélisation du client dans une optique d'amélioration de l'offre entreprise.</p>	<p>B4A1C1. Assurer le suivi administratif des dossiers engagés, conformément à la DDA (Directive sur la Distribution de l'Assurance) en veillant à sa bonne réalisation et en réadaptant si nécessaire les conditions (techniques, temporelles, financières) en fonction des évènements de vie du client ou des opportunités offertes dans la réglementation nouvelle en vigueur.</p> <p>B4A1C2. Obtenir des ventes additionnelles auprès des clients en mettant en œuvre un plan d'action de</p>	<p>Mode d'évaluation du bloc 4 :</p> <p>B4Me1. Cas pratique avec présentation des actions à mettre en œuvre dans le cadre du suivi client en assurance, banque.</p> <p>Durée : 2 heures</p> <p>Modalités d'évaluation :</p>	<p>B4A1Cr1. L'organisation proposée est structurée, planifiée et comporte l'ensemble des tâches attendues pour un suivi client.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tâches administratives - Relations commerciales répondant à des adaptations de contrats, des besoins nouveaux,

<p>B4A2. Développement du portefeuille client</p>	<p>fidélisation et en intégrant les informations utiles pouvant être obtenues par les systèmes Big Data.</p> <p>B4A1C3. Envisager un nouveau prêt ou une garantie nouvelle, susceptibles de répondre à une évolution éventuelle de sa situation en auditionnant un client en portefeuille à propos de ses biens financés ou assurés.</p> <p>B4A1C4. Permettre le retour à une relation client positive et constructive en gérant les situations difficiles et les litiges (opération en anomalie...) en utilisant des techniques de communication non violente et en gérant son stress pour solutionner le problème posé.</p> <p>B4A1C5. Permettre des axes d'amélioration dans le suivi clients en utilisant les informations recueillies dans les enquêtes ciblées de satisfaction des clients.</p> <p>B4A1C6. Rechercher l'amélioration globale de l'offre en analysant et en transmettant les questions fréquentes soulevées par les clients aux différents services de l'agence.</p> <p>B4A2C1. Créer des rencontres clients et saisir de nouvelles opportunités commerciales en organisant des actions réalisées ponctuellement en lien avec des occasions spécifiques au parcours de vie des clients ou en lien avec des opportunités contextuelles du secteur (nouvelles réglementations...).</p>	<p>Le candidat décrit l'organisation à mettre en place pour assurer le suivi du client et permettre sa fidélisation.</p> <p>B4Me2. Cas pratique avec présentation des actions à mettre en œuvre dans le cadre d'un développement de</p>	<p>des propositions d'opportunités...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Enquêtes de satisfaction... <p>(5 points)</p> <p>B4A1Cr2. Le candidat montre sa capacité à s'appuyer sur les informations des systèmes Big Data dans le cadre du suivi de son portefeuille client. (3 points)</p> <p>B4A1Cr3. Le candidat intègre dans son organisation, des temps et des actions, permettant son amélioration. (2 points)</p> <p>B4A2Cr2. La cible et la zone de chalandise sont correctement identifiées par rapport aux offres assurance, banque et au</p>
--	--	--	---

	<p>B4A2C2. Déclencher des opportunités de rencontres et obtenir des recommandations actives en développant sa présence dans différentes communautés physiques ou virtuelles (cercles – réseaux - ...) dans lesquels il est possible de rencontrer ses clients potentiels.</p> <p>B4A2C3. Suivre un portefeuille de prescripteurs (syndics, notaires, concessionnaires automobiles) en veillant à leur apporter les novations bancaires et assurantielles proposées par son agence et en les aidant à orienter leurs clients vers celles pouvant leur être pertinentes.</p> <p>B4A2C4. Améliorer les résultats de ses plans d'action en utiliser les stratégies des opportunités cross-canal et les outils collaboratifs du système d'information.</p>	<p>portefeuille clients en assurance, banque.</p> <p>Durée : 2 heures</p> <p>Modalités d'évaluation : A partir d'un cas pratique donné, présentant le cas d'une agence dans son marché, le candidat décrira l'organisation à mettre en place pour assurer le développement du portefeuille client.</p> <p>Il identifiera la cible et la zone de chalandise à développer. Il définira tous les supports de communication physiques et virtuels à déployer ainsi que sa stratégie de présence dans les différents réseaux sociaux, communautés et cercles. Il définira sa méthodologie qui lui permettra d'obtenir des réseaux de partenaires, apporteurs d'affaires et de la recommandation active.</p>	<p>marché tel qu'il est décrit dans le cas. (2 points)</p> <p>B4A2Cr2. Les différents lieux permettant d'assurer de nouvelles rencontres sont proposés (lieux physiques et virtuels). Le candidat explique bien la démarche pour les exploiter efficacement. (3 points)</p> <p>B4A2Cr3. Le réseau potentiel de prescripteurs est correctement identifié et permet l'obtention de recommandations actives. (3 points)</p> <p>B4A2Cr4. Le candidat utilise les informations clients détenues en interne dans l'agence pour saisir des opportunités de ventes additionnelles. (2 points)</p> <p>Le bloc B4 est validé à partir de 12 points / 20 points.</p>
--	--	--	---

		<p>Mémoire professionnel sur un sujet d'actualité, défini par le candidat et validé par la Direction pédagogique, qui porte sur une problématique en lien avec l'activité du « Chargé (e) de Clientèle Assurance & banque », composé d'un minimum de 30 pages, hors annexes.</p>	<p>Critère d'évaluation du mémoire. L'analyse de la problématique doit correspondre au moins à 50 % du mémoire, montre une vision critique, est exprimée avec rigueur dans sa rédaction et est jugée convaincante par le jury.</p>
--	--	---	---

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

