

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

5 - REFERENTIELS

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
Bloc de compétences n° 1 : Prospection omnicanale de clients particuliers et/ou professionnels de produits banque/assurance			
<p>A.1.1 Définition des cibles particuliers et/ou professionnels à prospector, dans le respect de la stratégie commerciale de l'établissement banque/assurance et identification des leviers de captation d'attention permettant de les atteindre</p>	<p>En définissant au préalable les cibles à approcher dans le respect de la stratégie commerciale de son établissement et en identifiant les canaux et leviers de captation d'attention à utiliser, prospector de nouveaux clients particuliers et/ou professionnels de produits banque/assurance, en déployant des actions sur différents canaux (numérique, téléphonique, événementiel...), afin de générer des leads pour son entreprise et conquérir de nouveaux clients.</p> <p>C.1.1.1 Déterminer les cibles de particuliers ou de professionnels de la prospection omnicanale à réaliser en cohérence avec les objectifs de développement commercial définis avec sa hiérarchie, en analysant les données numériques internes et externes disponibles concernant les cibles à démarcher et en les hiérarchisant en fonction de leur adéquation aux critères de ciblage, afin de cadrer et de prioriser les actions à conduire.</p> <p>C.1.1.2 Analyser les comportements, usages et besoins potentiels des cibles définies en matière de produits banque/assurance, en s'appuyant notamment sur les données marketing issues des outils numériques de gestion de la relation clients (CRM) et en repérant les évolutions et tendances des pratiques des consommateurs (préférences, valeurs...), afin d'identifier les actions innovantes à mettre en œuvre et les canaux et leviers de captation d'attention à utiliser.</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p style="text-align: center;">1/</p> <p>En relation avec les compétences C.1.1.1, C.1.1.2, C.1.2.1 & C.1.2.2</p> <p>Un plan stratégique de prospection omnicanale, comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la définition des cibles à approcher, - le choix des actions de prospection à mettre en œuvre sur différents canaux (numérique, téléphonique, physique...), - les conditions de réalisation du plan de prospection. <p><i>Modalités d'évaluation des candidats issues de la formation</i></p> <p>Etude de cas ou situation d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<p style="text-align: center;">1/</p> <p><i>En relation avec les compétences C.1.1.1 & C.1.1.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de la définition des prospects ciblés et des leviers de captation de leur attention au regard de leurs besoins et usages : <ul style="list-style-type: none"> - les informations et sources exploitables, aussi bien internes qu'externes (réseau professionnel, bases de données, réseaux sociaux professionnels) sont identifiées, - l'analyse des informations et sources exploitables permet l'identification, la caractérisation et la segmentation de prospects potentiels, - l'évaluation des prospects potentiels permet de sélectionner les plus porteurs, de les prioriser et de les hiérarchiser sur le fondement de critères objectifs et déterminés par la stratégie commerciale de l'entreprise, - la sélection des cibles du plan de prospection est cohérente avec la stratégie commerciale de l'entreprise et sa déclinaison dans le plan d'action commercial. <p><i>En relation avec la compétence C.1.2.1 et C.1.2.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence et justification de la sélection des actions de prospection à conduire : <ul style="list-style-type: none"> - la définition de la stratégie de prospection permet la sélection d'actions articulant différentes modalités de captation de l'attention des cibles prospects,

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A.1.2 Sélection d'actions de prospection omnicanale adaptées aux cibles particuliers et/ou professionnels visées et organisation de leurs conditions de mise en œuvre</p>	<p>C.1.2.1 Choisir les actions de prospection omnicanale à mettre en œuvre en direction de clients potentiels de produits banque/assurance, en sélectionnant les différents canaux à utiliser de façon coordonnée (numérique, téléphonique, physique...) et les outils à déployer (mailing, référencement naturel, communication numérique institutionnelle et sur les médias sociaux...), afin d'optimiser l'atteinte de ses cibles et d'obtenir l'impact recherché en termes de génération de <i>leads</i>.</p> <p>C.1.2.2 Organiser le plan de prospection omnicanale à mettre en œuvre en direction de clients potentiels de produits banque/assurance, en fixant les objectifs à atteindre et en hiérarchisant et planifiant les actions à conduire, afin d'ordonner et d'optimiser la mise en œuvre de la démarche compte tenu des paramètres internes (calendrier de l'agence et organisation du poste de travail) et externes (variations saisonnières du marché, besoins des prospects, spécificités liées à la zone géographique...).</p>		<p>notamment au moyen des outils numériques (génération de trafic, web tracking, social selling...),</p> <ul style="list-style-type: none"> - les objectifs du plan de prospection sont clarifiés et définis selon des critères qualitatifs et quantitatifs cohérents au regard des cibles visées, - la sélection des actions de prospection à conduire repose sur une analyse de leur intérêt et des résultats escomptés, - les actions sélectionnées sont innovantes, variées et complémentaires. <ul style="list-style-type: none"> • Qualité de l'organisation et du déroulement prévisionnels du plan de prospection : - le mix des actions sélectionnées s'inscrit dans une logique d'omnicanalité, - les actions à conduire sont hiérarchisées et priorisées en fonction des objectifs à atteindre, - la planification des actions est réaliste et tient compte de paramètres internes et externes.
<p>A.1.3 Réalisation des actions de prospection omnicanale auprès des cibles particuliers et/ou professionnels potentiellement clientes de produits banque/assurance</p>	<p>C.1.3.1 Réaliser ou participer à la production des supports de communication adaptés aux différents canaux utilisés et aux caractéristiques de ses cibles, en choisissant le niveau d'information et la nature de l'argumentaire présentant son offre produits/services, afin de les déployer dans le cadre des actions de prospection (emailing, publication sur les médias sociaux, scripts d'entretien téléphonique...).</p> <p>C.1.3.2 Recueillir des informations complémentaires concernant les cibles du plan de prospection, en exploitant les ressources numériques, afin de mieux identifier le prospect particulier ou professionnel, ses besoins et ses motivations.</p> <p>C.1.3.3 Conduire des entretiens de prospection en face-à-face ou à distance, en présentant son offre de produits/services et en mobilisant des techniques de questionnement permettant d'obtenir un maximum d'informations sur le prospect et son besoin, afin de vérifier</p>	<p style="text-align: center;">2/ En relation avec les compétences C.1.3.1, C.1.3.2 & C.1.3.3</p> <p>Plusieurs outils de prospection adaptés aux canaux mobilisés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des supports de communication physiques et digitaux, - une grille ou un script d'entretien de prospection. <p style="text-align: center;"><i>Modalités d'évaluation des candidats issus de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<p style="text-align: center;">2/ En relation avec les compétences C.1.3.1, C.1.3.2 & C.1.3.3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité des outils et supports de prospection réalisés : - les supports de communication réalisés ont un format adapté aux différents canaux de diffusion envisagés, - l'argumentaire développé dans les supports réalisés propose une image valorisante de l'offre de produits banque/assurance et rend compte de ses avantages, - l'argumentaire développé tient compte et est adapté aux caractéristiques des prospects ciblés, - les informations à recueillir sur le prospect sont identifiées avec exhaustivité et traduites dans un plan de questionnement, - les différents thèmes à traiter durant l'entretien sont identifiés avec exhaustivité,

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A.1.4 Evaluation des résultats et de l'efficacité du plan de prospection omnicanale mis en œuvre auprès de clients potentiels de produits banque/assurance</p>	<p>l'adéquation entre son offre et le besoin du prospect en vue de générer une vente potentielle.</p> <p>C.1.4.1 Evaluer les résultats des actions de prospection omnicanale mises en œuvre, en analysant les données recueillies tout au long de la campagne et intégrées dans le système d'information de son agence, afin d'identifier les informations pertinentes à faire remonter à la direction en vue d'alimenter la réflexion stratégique de l'entreprise et d'en tirer des enseignements pour les prochaines campagnes.</p>	<p style="text-align: center;">3/ En relation avec la compétence C.1.4.1</p> <p>Une analyse des résultats d'une action de prospection</p> <p><i>Modalités d'évaluation des candidats issus de la formation</i></p> <p>Etude de cas ou situation d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<ul style="list-style-type: none"> - la somme des informations à collecter permet de clarifier l'opportunité et la possibilité d'une vente auprès du prospect, au regard de ses besoins éventuels et leur adéquation avec l'offre de produits banque/assurance de l'agence. <p style="text-align: center;">3/ <i>En relation avec la compétence C.2.4.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de l'évaluation de l'action de prospection : <ul style="list-style-type: none"> - les informations recueillies auprès des prospects sont vérifiées et capitalisables dans le système d'information de l'entreprise, - l'efficacité de l'action entreprise est évalué selon des critères objectifs et quantitatifs (génération de leads...), - les insuffisances constatées font l'objet d'une analyse aboutissant à la proposition de mesures correctives et d'amélioration.
<p>Bloc de compétences n° 2 : Commercialisation de produits banque/assurance auprès d'une clientèle de particuliers et/ou de professionnels</p>			
<p>A.2.1 Diagnostic du besoin du client/prospect en matière de produits banque/assurance particulier ou professionnel et évaluation de son profil de risque</p>	<p>En s'appuyant sur le diagnostic du besoin et du profil de risque de clients ou prospects, commercialiser des produits banque/assurance, en construisant et en assurant la sécurisation de solutions adaptées aux problématiques des clients/prospects dans le respect des obligations réglementaires et de la politique RSE de son entreprise.</p> <p>C.2.1.1 Evaluer le besoin d'un client/prospect particulier ou professionnel de produits banque/assurance, en mobilisant un questionnaire permettant d'éclairer la nature de ses projets et les objectifs qu'il poursuit, ainsi que ses attentes spécifiques liées à une éventuelle situation de handicap, afin de définir sa problématique (épargne, prévoyance, assurance, investissement...) et d'identifier le type de solutions à lui proposer.</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p>	<p style="text-align: center;">1/ <i>En relation avec les compétences C.2.1.1, C.2.1.2, C.2.1.3 & C.2.2.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - le comportement mis en œuvre durant l'entretien est conforme aux standards liés à la fonction (conseiller de clientèle) et au positionnement de l'établissement banque/assurance, ainsi qu'à l'application des procédures d'accueil et de communication garantissant l'accessibilité et la compréhension des personnes en situation de handicap, - le type et la nature des informations à collecter pour éclairer la situation du client, sa problématique, ses objectifs et les besoins spécifiques résultant d'une éventuelle situation de handicap sont identifiés avec exhaustivité,

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A.2.2 Conseil du client particulier ou professionnel concernant ses besoins en matière de produits banque/assurance, dans le respect des obligations d'information, de transparence et de confidentialité imposées par la réglementation</p>	<p>C.2.1.2 Opérer une prise d'informations complémentaires concernant le profil et la situation du client/prospect particulier ou professionnel de produits banque/assurance, en appliquant une grille d'analyse et des méthodes de simulation permettant l'évaluation de son sérieux et de sa solvabilité, voire de l'origine de ses fonds (en lien avec la LCB-FT), afin d'identifier et de qualifier les risques attachés à son profil et de décider de la suite à réserver dans le respect de la réglementation.</p> <p>C.2.1.3 Analyser le régime professionnel, social, patrimonial et fiscal du client/prospect, en adoptant une posture commerciale et en veillant au respect du RGPD concernant le traitement des informations collectées à cette occasion, afin d'établir un diagnostic de sa situation et d'évaluer les risques liés à son besoin et ses projets.</p> <p>C.2.2.1 Formuler des recommandations de solutions banque/assurance (prévoyance, investissement, financement, couverture,) correspondant potentiellement au besoin et projets du client, en faisant preuve de clarté, de pédagogie et d'adaptation à une éventuelle situation de handicap dans ses explications et en appliquant rigoureusement le devoir de transparence et d'information lié à la déontologie et la réglementation du secteur (DDA) ainsi qu'à la politique RSE de son entreprise, afin de l'orienter dans ses choix au mieux de ses intérêts et aspirations et de lui permettre d'opérer un choix éclairé.</p>	<p style="text-align: center;">1/ En relation avec les compétences C.2.1.1, C.2.1.2, C.2.1.3 & C.2.2.1</p> <p>Conduite d'un entretien d'analyse du besoin d'un client/prospect particulier ou professionnel et évaluation de sa situation. L'entretien est conclu par une mission de conseil en vue de la proposition de produits ou services banque/assurance</p> <p style="text-align: center;"><i>Modalités d'évaluation des candidats issus de la formation</i></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée Travail individuel Production orale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - la mobilisation des techniques de questionnement permet la mise en confiance du client/prospect et l'obtention des informations recherchées, dans le respect de la réglementation, - l'analyse des informations collectées donne lieu à une reformulation fidèle de la problématique du client, de ses objectifs et attentes, - l'analyse des informations concernant la situation du client donne lieu à une évaluation exacte de sa situation (sur le plan fiscal, patrimonial et matrimonial) à l'appui de méthodes et outils de simulation éprouvés, - la situation du client et le profil de risque du client sont diagnostiqués, et le type de produit vers lequel l'orienter est identifié avec justesse, - sur la base du diagnostic posé, des conseils sont prodigués au client sur les différentes solutions possibles au regard de sa problématique et de besoins spécifiques liés à son éventuelle situation de handicap, - les conseils prodigués sont exprimés avec clarté et pédagogie et permettent la compréhension du client, même sur les aspects les plus techniques ou complexes, - la mission de conseil est opérée dans le respect strict des obligations de transparence et d'information imposées par la réglementation.
<p>A.2.3 Elaboration de solutions banque-assurance adaptées aux besoins du client</p>	<p>C.2.3.1 Construire une solution de produit banque/assurance durable, adaptée au besoin et aux projets du client et tenant compte de ses aspirations et valeurs, en s'appuyant sur les offres existantes proposées par son agence et en analysant les avantages et risques de chacun des produits sur la base de l'évaluation de leur rentabilité financière et/ou de la couverture de risque, afin d'établir une proposition cohérente avec la situation et les projets du client.</p>	<p style="text-align: center;">2/ En relation avec les compétences C.2.3.1, C.2.3.2 & C.2.3.3</p>	<ul style="list-style-type: none"> - la solution de produit banque/assurance proposée est adaptée au besoin et au profil du client, - la solution de produit banque/assurance proposée combine de façon efficiente et complémentaire les différentes offres composant le portefeuille de son agence, - la solution de produit banque/assurance proposée est fondée sur l'évaluation de différentes

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A.2.4 Négociation, vente et contractualisation des produits banque-assurance auprès d'une clientèle de particuliers et/ou professionnels</p>	<p>C.2.3.2 Elaborer un argumentaire de présentation de la solution de produit banque/assurance élaborée, en identifiant ses points différenciants et en hiérarchisant les arguments démontrant ses avantages et bénéfiques, afin de convaincre le client/prospect de son bienfondé, de devancer ses objections éventuelles et de le convaincre de s'engager dans le processus d'achat.</p> <p>C.2.3.3 Présenter la solution de banque/assurance élaborée au client, en développant un argumentaire adapté et exposant de façon transparente ses droits et obligations, afin de lui permettre de se déterminer dans sa décision de façon éclairée.</p> <p>C.2.4.1 Négocier les conditions de délivrance de la solution de produit banque/assurance élaborée, en adoptant une attitude et un mode de communication adapté à son interlocuteur, notamment en situation de handicap, et en développant un argumentaire convaincant et permettant la validation de points d'accord concernant ses différentes clauses, afin de parvenir à un consensus permettant la contractualisation.</p> <p>C.2.4.2 Contractualiser la vente des produits banque/assurance avec une clientèle de particuliers ou professionnels, en veillant à la formalisation d'un accord respectant le cadre juridique et les contraintes imposées concernant le traitement des données personnelles, afin de sécuriser l'engagement mutuel et de prémunir son entreprise de tout risque.</p>	<p style="text-align: center;">2/ En relation avec les compétences C.2.3.1, C.2.3.2 & C.2.3.3</p> <p>Construction de solutions de produits bancaires et/ou assurantiels adaptés à la typologie et au besoin du client/prospect particulier ou professionnel</p> <p style="text-align: center;"><i>Modalités d'évaluation des candidats issus de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p> <p style="text-align: center;">3/ En relation avec les compétences C.2.4.1 & C.2.4.2</p> <p>Négociation et contractualisation d'une offre de produit/service banque/assurance personnalisé avec un client particulier ou professionnel</p> <p style="text-align: center;"><i>Modalités d'évaluation des candidats issus de la formation</i></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée Travail individuel Production orale</p>	<p>hypothèses et le choix de la solution la plus avantageuse au regard des objectifs du client,</p> <ul style="list-style-type: none"> - la solution proposée présente des avantages sur le plan extra-financier et tient compte des aspirations et valeurs du client notamment en matière d'investissements éthiques et durables, - l'argumentaire conçu est cohérent, adapté au profil du client et à ses besoins, - les droits et obligations du client sont exposés clairement et en toute transparence et cet exposé lui permet de prendre une décision éclairée. <p style="text-align: center;">3/ <i>En relation avec les compétences C.2.4.1 & C.2.4.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - le comportement mis en œuvre durant la négociation est adapté à la situation, au profil de son interlocuteur et à son éventuelle situation de handicap, - l'argumentaire est développé de façon claire et convaincante, - les objections du client sont traitées et font l'objet d'une réponse adaptée, - un effort de clarté et de pédagogie est fait pour clarifier, en toute transparence, les tenants et aboutissants des différentes clauses contractualisées, - la négociation débouche sur un accord acceptable pour les deux parties, dans le respect de la réglementation, - le contrat est conforme aux points d'accord convenu ainsi qu'aux dispositions légales.
---	---	--	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc de compétences n° 3 : Entretien et développement d'un portefeuille de clients particuliers et/ou professionnels de produits banque/assurance

<p>A.3.1 Conduite d'une veille sur la réglementation dans le secteur de la banque et de l'assurance et identification des évolutions des devoirs et obligations déontologiques vis-à-vis des clients</p> <p>A.3.2 Suivi et entretien de la relation avec les clients particuliers et/ou professionnels de produits banque/assurance</p>	<p>En s'appuyant sur une veille juridique permettant l'identification de toute évolution réglementaire et de sa prise en compte garantissant la conformité des modalités de relation mises en œuvre, entretenir et développer un portefeuille de clients particuliers ou professionnels de produits banque/assurance, en opérant leur suivi et leur information au vu de l'évolution de leur situation et de leurs projets et en mettant en œuvre les actions de nature à favoriser leur satisfaction et leur fidélisation.</p> <p>C.3.1.1 Exercer une veille sur évolutions juridiques et réglementaires du secteur banque/assurance, en identifiant toute modification et nouvelle disposition – notamment en matière de déontologie – et en évaluant leur impact sur les modalités de gestion et d'entretien de la relation clients, afin de garantir la conformité du traitement de ses clients en application de la législation.</p> <p>C.3.2.1 Réaliser le suivi des membres de son portefeuille clients, en consultant régulièrement les données, indicateurs et états générés automatiquement par le système d'information concernant leur situation, afin de repérer et/ou d'anticiper toute évolution financière présentant des risques et de déterminer les actions d'entretien de la relation clients à mettre en œuvre.</p> <p>C.3.2.2 Informer la clientèle de son portefeuille des nouveautés et évolutions de l'offre de produits banque/assurance élargie proposée par son entreprise (produits bancaires et assurantiels, téléphonie, temps forts en agence...), en utilisant les canaux et outils de communication physiques et dématérialisés, dont ceux spécifiquement conçus pour les personnes en situation de handicap, et en leur présentant leurs avantages et bénéfices respectifs de façon personnalisée, afin de réaliser des ventes additionnelles contribuant au développement commercial de sa structure.</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p style="text-align: center;">1/</p> <p style="text-align: center;">En relation avec la compétence C.3.1.1</p> <p>L'analyse des dispositions réglementant l'activité de conseil et de délivrance de prestation dans le secteur de la banque et de l'assurance</p> <p><i>Modalités d'évaluation des candidats issus de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p> <p style="text-align: center;">2/</p> <p style="text-align: center;">En relation avec les compétences C.3.2.1 & C.3.2.2</p> <p>La réalisation d'une action de suivi de la situation d'un client de services bancaires/assurantiels, intégrant la prise en compte de l'évolution de sa situation et la proposition d'une nouvelle offre produits/services nouvelle adaptée</p> <p><i>Modalités d'évaluation des candidats issus de la formation</i></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée Travail individuel Production orale</p>	<p style="text-align: center;">1/</p> <p style="text-align: center;"><i>En relation avec la compétence C.3.1.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - les obligations incombant à l'établissement banque/assurance sur les conditions de délivrance de son offre produits/services et concernant le traitement de la relation clients sont correctement identifiées, - la traduction de ces obligations dans l'activité exercée par un conseiller clientèle dans le secteur banque/assurance est déduite avec justesse, - les évolutions de la réglementation dans le secteur banque/assurance sont connues et leur impact est correctement interprété. <p style="text-align: center;">2/</p> <p style="text-align: center;"><i>En relation avec la compétence C.3.2.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - les données relatives à la situation du client sont correctement analysées et interprétées, - les changements significatifs de la situation du client sont repérés et qualifiés, - les risques ou opportunités générés par l'évolution de la situation du client sont correctement identifiés. <p style="text-align: center;"><i>En relation avec la compétence C.3.2.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - le choix de l'offre proposée et de l'information portée à la connaissance du client est justifié par l'évolution de sa situation et le renouvellement des produits/services de l'établissement, - les outils complémentaires et favorisant la vente additionnelle (présentation de produit au format digital, notamment) sont mobilisés à bon escient et proposés au client, - les outils et solutions numériques conçus pour communiquer avec les personnes en situation de handicap sont identifiés et mobilisés, - le comportement mis en œuvre durant l'entretien est adapté aux spécificités et besoins du client,
---	---	---	--

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A.3.3 Analyse du niveau de satisfaction des clients particuliers ou professionnels de son portefeuille et identification des conditions d'amélioration de la relation clients</p>	<p>C.3.3.1 Identifier les améliorations potentielles des modalités d'entretien de la relation clients et de l'offre produits banque/assurance de son entreprise, en analysant les résultats issus des enquêtes de satisfaction mises en œuvre et en repérant les points et motifs d'irritation forts ou faibles exprimés par sa clientèle, afin de contribuer à l'évolution des services de son entreprise dans un objectif de fidélisation.</p>	<p style="text-align: center;">3/</p> <p style="text-align: center;">En relation avec les compétences C.3.3.1 & C.3.4.1</p> <p>L'évaluation de la performance qualitative et quantitative de l'activité d'un conseiller clientèle en banque/assurance, sur la base de l'analyse d'indicateurs de satisfaction clients et de vente</p> <p style="text-align: center;"><i>Modalités d'évaluation des candidats issues de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<p>notamment en situation de handicap, et de nature à consolider la confiance du client et sa satisfaction, en vue de sa fidélisation.</p>
<p>A.3.4 Evaluation et formalisation des résultats commerciaux sur son périmètre d'activité</p>	<p>C.3.4.1 Evaluer les résultats des actions commerciales menées en direction de la clientèle de produits banque/assurance de son portefeuille, en croisant les différents indicateurs rendant compte de son volume d'activité et des taux de satisfaction et de fidélisation de ses clients, afin d'en établir un bilan formalisé en vue de l'ajustement continu de la stratégie commerciale.</p>		<p style="text-align: center;">3/</p> <p style="text-align: center;"><i>En relations avec les compétences C.3.3.1 & C.3.4.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - les résultats de l'enquête de satisfaction sont correctement analysés et la voix client est interprété avec justesse dans l'identification des points d'irritation et des motifs de satisfaction, - les indicateurs de performance commerciale sont correctement analysés et interprétés, - les écarts avec les objectifs initialement fixés sont repérés et évalués, - des hypothèses de causes génératrices d'insatisfaction et d'érosion des ventes sont formulées et appuyées par un argumentaire, - des possibilités d'amélioration de service, aussi bien concernant l'offre que les modalités de gestion de la relation clients, sont proposées en cohérence avec l'analyse posée, - la synthèse est claire et directement exploitable pour un professionnel destinataire et en position de responsabilité hiérarchique.

Candidat en situation de handicap :

Dans le cadre du respect du règlement d'examen et avec l'accord du certificateur, tout candidat peut saisir le référent handicap de l'organisme de formation pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés.

Sur conseil du référent handicap de l'organisme de formation, dans le respect des spécifications du référentiel et après accord du certificateur, le format de la modalité pourra être adaptée.

Sur avis motivé du référent handicap de l'organisme de formation et accord du certificateur, le jury de certification peut décider d'exempter le candidat de certains critères d'évaluation. : - dans la mesure où cela ne remet pas en question la capacité professionnelle globale du candidat - si le critère au regard de la nature du handicap n'a pas vocation à s'appliquer dans la pratique professionnelle future du candidat. Ces deux critères étant cumulatifs.