

REFERENTIELS – RNCP
CONSEILLER.E MUTUALISTE COLLECTIF

- **Code NSF** : 313t Instruction de dossiers, traitements de flux et de produits financiers
- **Public** :
 - Conseiller mutualiste entreprises
 - Commercial grands comptes
 - Chargé de développement entreprises
 - Conseiller entreprises

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

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</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 1 : Assurer l'accueil des clients/adhérents			
Recueil d'informations	Établir une relation de qualité avec son interlocuteur pour favoriser les échanges en adaptant sa posture et son questionnement, en utilisant les outils de communication omnicanale et en appliquant les standards d'accueil en vigueur	Modalités : Les évaluateurs observent le candidat en situation réelle d'entretien d'accueil omnicanal (téléphonique / face-à-face/ tchat/ mail/ etc). L'observation doit porter sur plusieurs entretiens (entre 3 et 5) dans des cadres différents selon le CQP préparé et dont 1 simulée en situation difficile s'il y a lieu.	Le candidat établit des relations de qualité avec l'interlocuteur : → La posture d'accueil est adaptée (sourire, écoute active et réactive) → Les questions et reformulations sont pertinentes au regard de l'interlocuteur et de sa situation... → L'attitude est positive ce qui permet un échange constructif et de qualité → Une relation de confiance est rapidement établie avec l'interlocuteur (fiabilité, légitimité...) L'utilisation des outils de communication omnicanale est

	<p>Recueillir les informations techniques nécessaires au traitement de la demande pour apporter un premier niveau d'informations en appliquant les règles et procédures définies par l'entreprise</p>	<p>Une fois les entretiens observés sur une période donnée (une semaine maximum), les évaluateurs remplissent les grilles d'évaluation. Ils doivent apporter des précisions sur les compétences mises en œuvre par le candidat en dessous de chaque tableau. Les deux évaluateurs doivent être d'accord sur le résultat de l'évaluation.</p> <p>Cette épreuve sera suivie d'un entretien complémentaire avec les évaluateurs afin de permettre au candidat d'argumenter les choix opérés et d'aborder le cas échéant les compétences non mobilisées durant les entretiens.</p> <p><u>Durée totale de l'épreuve orale :</u></p> <p>15 minutes d'entretien complémentaire</p>	<p>appropriée (tél, mail, face à face, tchat, etc.) Les techniques et outils digitaux permettant de gérer la relation avec les clients/adhérents à distance sont maîtrisés. Le candidat respecte et applique les procédures d'accueil en vigueur au sein de la Mutuelle.</p> <p>Les informations clés de la demande sont identifiées et pertinentes : → Toutes les informations nécessaires sur la situation de l'interlocuteur ont été recueillies (profil socio-économique, situation, à contextualiser...) → Une écoute active de l'interlocuteur est réalisée, les besoins de l'interlocuteur sont identifiés et reformulés. Le candidat apporte un premier niveau d'information. Le candidat respecte les règles et procédures internes, met en œuvre les mesures de prévention et de conformité, notamment en matière de contrôle interne, de prévention des risques, de protection des données personnelles, de lutte contre la fraude, le blanchiment, le financement du terrorisme et la corruption.</p>
<p>Fidélisation</p>	<p>Identifier les opportunités en mettant en valeur l'offre de sa mutuelle pour exploiter les potentiels de développement commercial ou de propositions de services</p>	<p><u>Lieu de l'évaluation :</u></p> <p>En entreprise</p> <p><u>Évaluateurs :</u> 1 expert « habilité » ayant suivi l'action de formation de la branche (externe ou interne à l'entreprise) + 1 expert interne à l'entreprise (issu d'un autre service) OU</p>	<p>Le candidat a un questionnement et une attitude adaptée pour proposer des produits et services appropriés à la situation. → Le questionnement permet d'élargir l'échange avec l'interlocuteur. → L'étendue des services et produits de la mutuelle est connue. Le candidat maîtrise l'information sur les produits présentés aux clients/adhérents. → Le candidat identifie et prend en compte les évolutions de la situation et des besoins des clients/adhérents,</p>

		1 responsable pédagogique de l'organisme de formation habilité par la branche Mutualité et ayant mis en œuvre le parcours de formation	l'argumentaire de rebond est ajusté en fonction des besoins perçus.
Orientation des clients/adhérents	Transmettre une réponse adaptée, tenant compte de la réglementation, de l'organisation interne et externe afin d'orienter les clients/adhérents vers l'offre et/ou le service approprié		L'offre ou le service proposé tient compte de la situation et des besoins de l'interlocuteur : <ul style="list-style-type: none"> → La proposition est adaptée → L'organisation de la mutuelle est connue → Les limites de son intervention sont connues et prises en compte dans la réponse → La réglementation est prise en compte dans les solutions apportées → Le candidat s'assure de la compréhension par le client/adhérent de la réponse apportée et conclut l'entretien → Le candidat formalise et assure la traçabilité du recueil des besoins et du conseil apporté.
Promotion de l'identité mutualiste	Promouvoir en cohérence avec les valeurs mutualistes les services différenciants afin de renforcer l'adhésion des clients/adhérents		Le candidat utilise à bon escient l'identité et les valeurs mutualistes : <ul style="list-style-type: none"> → Les caractéristiques clés de la mutuelle et du mouvement mutualiste sont connues → Les argumentaires du candidat prennent en compte les forces et les valeurs mutualistes → L'étendue des services proposés par la mutuelle ou ses partenaires est mise en valeur dans les argumentaires → Le positionnement responsable des entreprises mutualistes par rapport au coût de la santé est explicité de manière claire.
Gestion des situations difficiles	Traiter les situations difficiles en utilisant des techniques de gestion de conflits pour restaurer la relation avec les clients/adhérents		Le candidat utilise les techniques de communication telles que l'assertivité) permettant de désamorcer le conflit ou faire baisser la tension. <ul style="list-style-type: none"> → Il fait face à l'agressivité en restant maître de soi. → Le candidat fait preuve de compréhension et d'écoute active. → Il sait se montrer pragmatique et proposer des solutions adaptées en

			<p>tenant compte de la satisfaction des clients/adhérents.</p> <p>→ Le candidat s'assure de la sortie du conflit auprès de l'adhérent en reformulant la réponse et la solution apportée. Il doit s'assurer également de la satisfaction des clients/adhérents.</p>
BLOC 2 : Construire un plan d'actions commerciales			
Recueil et analyse de l'information	<p>Analyser le marché et son territoire en recueillant des informations nécessaires pour élaborer un plan optimisé d'actions commerciales</p>	<p>Modalités : Étude de cas et entretien avec les évaluateurs. Sur la base d'une situation de marché simulée et d'un fichier de prospects une analyse est proposée par le candidat. Le candidat élabore une proposition d'actions de développement et présente cette proposition aux évaluateurs dans le cadre d'un entretien. Il peut pour cela utiliser les supports dont il a besoin, à sa convenance (dossier écrit, diaporama...) Les évaluateurs remplissent les grilles d'évaluation. Ils peuvent apporter des précisions sur les compétences mises en œuvre par le candidat en dessous de chaque tableau. Les deux évaluateurs doivent être d'accord sur le résultat de l'évaluation.</p> <p>Durée totale de l'épreuve orale : 30 minutes de présentation et d'échanges Lieu de l'évaluation : En entreprise Évaluateurs : 1 expert « habilité » ayant suivi l'action de formation de la</p>	<p>Le candidat établit ses analyses de manière pertinente :</p> <p>→ Le candidat identifie le potentiel de son territoire ou de son marché à partir de différentes sources</p> <p>→ La fiabilité des informations recueillies est vérifiée</p> <p>→ Les informations sont régulièrement actualisées</p> <p>→ Des informations sont collectées sur les offres de la concurrence</p> <p>→ Les cibles sont identifiées, qualifiées et quantifiées à partir des résultats de l'analyse du marché et du territoire</p> <p>→ Le candidat analyse et synthétise les informations recueillies</p>
Préparation du plan d'action	<p>Construire un plan d'actions correspondant aux objectifs commerciaux de l'entreprise afin de réaliser des prospections efficaces</p>	<p>Les évaluateurs remplissent les grilles d'évaluation. Ils peuvent apporter des précisions sur les compétences mises en œuvre par le candidat en dessous de chaque tableau. Les deux évaluateurs doivent être d'accord sur le résultat de l'évaluation.</p> <p>Durée totale de l'épreuve orale : 30 minutes de présentation et d'échanges Lieu de l'évaluation : En entreprise Évaluateurs : 1 expert « habilité » ayant suivi l'action de formation de la</p>	<p>La politique commerciale de la mutuelle est prise en compte dans le plan d'action :</p> <p>→ Les actions de prospection ou les actions commerciales proposées sont cohérentes avec les analyses des résultats et de l'environnement</p> <p>→ Les cibles sont identifiées, qualifiées et quantifiées à partir des résultats de l'analyse du portefeuille de clients/adhérents et des fichiers de prospects</p> <p>→ La politique de développement commercial définie par la mutuelle est connue et prise en compte dans le plan d'action.</p>

		branche (externe ou interne à l'entreprise) + 1 expert interne à l'entreprise (issu d'un autre service) OU 1 responsable pédagogique de l'organisme de formation habilité par la branche Mutualité et ayant mis en œuvre le parcours de formation	
BLOC 3 : Mettre en œuvre les actions commerciales			
Prospection commerciale	Réaliser des démarches de prospection dans le cadre du plan commercial défini par l'entreprise pour accroître sa clientèle	Modalités : Les évaluateurs observent le candidat en situation d'entretien avec des clients/adhérents et prospects Individuels (5 entretiens sur une semaine maximum). Cette observation est à organiser par l'entreprise, en fonction des plannings des conseillers. Un entretien complémentaire entre les évaluateurs et le candidat est organisé pour aborder les compétences non mises en œuvre en	Le candidat met en œuvre le plan d'action défini de façon efficace : → Les objectifs journaliers sont fixés et tenus → Le plan commercial est connu et restitué de manière conforme → Les actions de prospection (ex : séquences d'appels entrants / sortants, rendez-vous, salons, animation de réseaux) sont organisées, préparées → De nouveaux clients/adhérents sont identifiés selon leur périmètre de prospection → De nouveaux produits à proposer aux clients/adhérents sont identifiés
Vente de produits et services	Utiliser des techniques commerciales dans le respect de la réglementation pour proposer une offre adaptée	questionnant notamment sur la phase de préparation et de veille. Les évaluateurs remplissent les grilles d'évaluation. Ils doivent apporter des précisions sur les compétences mises en œuvre par le candidat en dessous de	→ Le candidat utilise les techniques commerciales dans le respect des règles applicables à la vente à distance ou en face à face; → Le candidat sait restituer de façon spontanée la réglementation applicable; → Le candidat agit "de manière honnête, impartiale et professionnel et ce au mieux des intérêts du client", conformément aux dispositions de l'art 17-1 de la DDA

		<p>chaque tableau. Les deux évaluateurs doivent être d'accord sur le résultat de l'évaluation.</p> <p><u>Durée totale de l'épreuve orale</u> : 15 minutes d'entretien complémentaire</p> <p><u>Lieu d'évaluation</u> : en entreprise</p> <p><u>Évaluateurs</u> : 1 expert « habilité » ayant suivi l'action de formation de la branche (externe ou interne à l'entreprise) + 1 expert interne à l'entreprise (issu d'un autre service) OU 1 responsable pédagogique de l'organisme de formation habilité par la branche Mutualité et ayant mis en œuvre le parcours de formation</p>	<p>→ L'obligation d'information et de conseil est respectée lors de la phase précontractuelle :</p> <p>→ Le questionnement (démarche de découverte active) permet d'appréhender l'ensemble des besoins des clients/adhérents</p> <p>→ La problématique est reformulée, les attentes des clients/adhérents sont identifiées et précisées par écrit.</p> <p>→ L'offre présentée est pertinente, appropriée, argumentée et motivée au regard du service ou produit proposé ;</p> <p>→ Les informations apportées sont objectives</p> <p>→ Les objections sont traitées de façon assertive</p> <p>→ Le candidat a fourni aux clients/adhérents l'ensemble des informations précontractuelles, et notamment celles relatives aux procédures de réclamation et de médiation</p> <p>→ Le candidat a fourni au client/adhérent l'ensemble des informations relatives au produit proposé, notamment par la remise d'un document normalisé d'information</p> <p>→ Avant la conclusion du contrat d'assurance, le candidat a formalisé le recueil des besoins et les exigences du prospect, il s'est assuré de la traçabilité de son conseil ainsi que des documents remis par un écrit signé par le client/adhérent. Le candidat utilise les techniques commerciales dans le respect des règles applicables à la vente à distance ou en face à face;</p>
	<p>Accompagner la prise de décision de l'interlocuteur en présentant des solutions adaptées et</p>		<p>Le candidat sait promouvoir son offre après un accompagnement structuré et cohérent :</p>

	<p>personnalisées afin de conclure l'entretien de manière efficace</p>		<ul style="list-style-type: none"> → Répond aux questions de manière concise et pertinente → Présente l'avantage de son offre en comparaison à une autre ; le candidat précise les raisons qui motivent le choix du produit proposé et vérifie la cohérence du produit aux besoins → Apporte les preuves et arguments nécessaires dans le cas d'un doute émis par le prospect ou le client/adhérent, ou d'une incompréhension de celui-ci. → Projette la situation sur le long terme afin de convaincre sur l'offre proposée. <p>Le candidat sait conclure le rendez-vous :</p> <ul style="list-style-type: none"> → Trouve les moyens afin de basculer d'une conversation technique à une vente ou prise de rendez-vous. → Propose des produits ou services complémentaires adaptés aux besoins des clients/adhérents → Renforce la relation en se souciant de la satisfaction de l'échange par les clients/adhérents ou prospects <p>Le candidat précise l'avantage de son offre en faisant ressortir les avantages mutualistes. Il s'approprie l'identité mutualiste pour densifier son argumentaire commercial.</p>
<p>Suivi de la relation commerciale</p>	<p>Prendre en compte les changements en s'appuyant sur une veille pour alerter son portefeuille et anticiper les impacts et les opportunités de souscriptions potentielles</p>		<p>Le candidat utilise différentes sources d'informations ou outils d'analyse. Il détecte les opportunités de contact et de développement commercial.</p>

	Entretenir la relation avec les clients/adhérents en réalisant des prises de contact régulières et constantes afin de favoriser la fidélisation des clients/adhérents		Il met en œuvre des actions ciblées et suivies adaptées aux profils des interlocuteurs (mailing, campagne téléphonique...)
BLOC 4 : Commercialiser une offre mutualiste collective			
Gestion du portefeuille des clients/adhérents	Animer ses réseaux de contacts et de prescripteurs en identifiant les interlocuteurs clés afin d'optimiser son portefeuille	Modalités : Les modalités d'évaluation seront différentes selon que le candidat est déjà sur un poste de conseiller mutualiste collectif ou qu'il découvre le poste. Dans les deux cas, il s'agit d'une épreuve écrite suivi d'un entretien avec les évaluateurs	<ul style="list-style-type: none"> → Le candidat identifie ses interlocuteurs pour établir des relations et animer des temps d'échanges. → Le candidat identifie toutes les situations et circonstances qui lui permette de promouvoir la mutuelle. → Le candidat développe et maîtrise son argumentaire technique et commercial pour susciter l'envie.
Sélection d'une offre adaptée	Diagnostiquer les besoins de l'organisation en fonction de sa situation et de sa typologie pour sélectionner une offre adaptée dans le respect de la réglementation	Pour les salariés déjà sur un poste de CMC, un dossier sera à préparer présentant les pratiques professionnelles du candidat sur le sujet. Il devra présenter précisément un exemple de commercialisation d'une offre, du contact des clients/adhérents jusqu'à la négociation de l'offre adaptée, en passant par la réponse à un appel d'offre.	<ul style="list-style-type: none"> → Le candidat analyse la situation de l'entreprise. → Le candidat questionne l'entreprise et reformule sur les besoins, les manques de l'entreprise → Le candidat précise par écrit les exigences et besoins des clients/adhérents.
	Construire une offre sur-mesure en s'appuyant sur les ressources internes de la mutuelle pour répondre aux besoins et à la situation de l'organisation dans le respect de la réglementation	Pour les salariés qui ne sont pas encore en poste, un même type de dossier sera préparé mais il s'appuiera sur une analyse documentaire fournie au candidat présentant une structure. Le candidat devra alors présenter précisément un exemple de commercialisation d'une offre, du contact des	<ul style="list-style-type: none"> → Le candidat propose une offre pertinente, appropriée et argumentée et motivée au regard du service ou produit proposé ; les informations apportées sont objectives → Le candidat réalise des simulations de coûts globaux de l'offre, analyse les avantages fiscaux et sociaux en vigueur → Le candidat mesure les risques de l'offre pour l'entreprise et la mutuelle → Le candidat respecte la réglementation en vigueur
	Répondre aux cahiers des charges et appels d'offres dans le respect des délais en s'appuyant sur		<ul style="list-style-type: none"> → Le candidat vérifie que l'offre collective répond aux différents besoins de l'entreprise

	l'analyse du besoin afin de gagner un marché	clients/adhérents jusqu'à la négociation de l'offre adaptée, en passant par la réponse à un appel d'offre.	
Vente de produits collectifs	Négocier une offre multi-produits et de services en utilisant des techniques commerciales et de communication adaptées aux acteurs de la structure, dans le respect de la réglementation, afin de favoriser la vente	<p>Suite à la remise de ce dossier, un entretien avec les évaluateurs est organisé afin que le candidat argumente ses choix. En cas de besoin, le questionnement sera élargi sur les compétences non mises en avant dans le rendu afin de vérifier la maîtrise de l'ensemble des compétences professionnelles par le candidat.</p> <p>Le dossier est préparé et rendu par le candidat, à minima, une semaine en amont de l'entretien afin de laisser le temps d'analyse nécessaire aux évaluateurs.</p> <p>Les évaluateurs remplissent les grilles d'évaluation. Ils peuvent apporter des précisions sur les compétences mises en œuvre par le candidat en dessous de chaque tableau. Les deux évaluateurs doivent être d'accord sur le résultat de l'évaluation.</p> <p><u>Durée totale de l'épreuve orale :</u> 15 minutes d'entretien complémentaire</p> <p><u>Lieu de l'évaluation :</u> En entreprise</p>	<p>→ Le candidat identifie et exploite toutes les opportunités de propositions commerciales.</p> <p>→ Le candidat traite toutes les objections afin d'établir une relation de confiance.</p> <p>→ Le candidat met en valeur l'offre collective de sa mutuelle. Le candidat écoute activement l'adhérent ou le prospect.</p> <p>→ Le candidat développe ses argumentaires et reformule les propositions commerciales.</p>
	Transmettre un conseil et une réponse adaptée aux structures sur les actions à conduire pour optimiser leur couverture, dans le respect de la réglementation, des procédures et de l'organisation de la mutuelle	<p>→ Le candidat explique les avantages sociaux et fiscaux de l'offre.</p> <p>→ Le candidat explique les finalités de l'offre, les aspects positifs.</p> <p>→ Le candidat conclut l'entretien par la proposition de l'offre retenue. Le candidat propose et explique des évolutions possibles.</p> <p>Ses techniques sont appliquées dans le respect de la réglementation que le candidat sait restituer de façon spontanée ; il respecte l'obligation d'information et de conseil.</p> <p>→ Le candidat a fourni aux clients/adhérents l'ensemble des informations précontractuelles (notamment relatives à son identité et aux procédures de réclamation et de médiation).</p> <p>→ Le candidat a fourni aux clients/adhérents l'ensemble des informations contractuelles sur le produit proposé, notamment sous la forme d'un document normalisé d'information.</p> <p>→ Le candidat formalise et assure la traçabilité de son conseil par un écrit signé par le client/adhérent."</p>	

		<p>Évaluateurs : 1 expert « habilité » ayant suivi l'action de formation de la branche (externe ou interne à l'entreprise) + 1 expert interne à l'entreprise (issu d'un autre service) OU 1 responsable pédagogique de l'organisme de formation habilité par la branche Mutualité et ayant mis en œuvre le parcours de formation</p>	
BLOC 5 : Piloter son activité commerciale			
<p>Organisation</p>	<p>Planifier son activité en utilisant les outils et méthodes mis à disposition par sa mutuelle pour optimiser son temps et sa performance</p>	<p>Modalités : Un entretien est organisé avec les évaluateurs. En s'appuyant sur les outils de pilotage de la mutuelle, le candidat présente comment il planifie, analyse et pilote son activité commerciale. Les évaluateurs évaluent le candidat par une série de questions complémentaires pour obtenir des précisions sur les compétences mises en œuvre.</p>	<p>L'organisation des activités sur le plan matériel et logistique est cohérente, pertinente et conforme aux règles de l'entreprise. → Le candidat utilise différents outils professionnels pour gérer son temps et planifier ses différentes activités notamment de prise de rendez-vous et de relances. → Le candidat est réactif dans son organisation en cas de changements ou d'interférences</p>
	<p>Analyser son activité commerciale en utilisant les outils de suivi et de gestion administrative et commerciale pour expliquer les résultats, identifier les points d'amélioration et réaliser des reportings auprès des différents acteurs de la mutuelle</p>	<p>Les évaluateurs remplissent les grilles d'évaluation. Ils peuvent apporter des précisions sur les compétences mises en œuvre par le candidat en dessous de</p>	<p>Le candidat analyse son activité avec pertinence et agit en conséquence de manière adaptée : → Le candidat exploite les outils de suivi et de gestion de sa mutuelle → Les points clefs de son activité sont identifiés → Les écarts entre les résultats obtenus et les objectifs commerciaux sont mesurés → Les explications apportées pour analyser la cause des écarts sont précises, claires</p>

		chaque tableau. Les deux évaluateurs doivent être d'accord sur le résultat de l'évaluation.	→ Les comptes rendus d'activité sont réalisés dans le respect des procédures en vigueur au sein de la mutuelle (périodicité, forme...)
Pilotage	Piloter la gestion administrative et financière du contrat en s'appuyant sur les ressources internes de l'entreprise afin de s'assurer de sa réalisation effective	<p><u>Durée totale de l'épreuve orale</u> : Mise en situation + 15 minutes d'entretien)</p> <p><u>Lieu d'évaluation</u> : En entreprise</p>	<p>Le candidat s'assure avec rigueur de la bonne exécution du contrat en interne.</p> <p>→ Les ressources internes sont identifiées et mobilisées avec pertinence. → Les informations nécessaires à la réalisation du contrat sont transmises dans les délais aux bons interlocuteurs. → Des procédures de suivi sont mises en place.</p>
Coordination	Coordonner son activité avec les différents services intervenant dans la gestion du portefeuille afin d'optimiser son plan commercial et la qualité de services	<p><u>Évaluateurs</u> :</p> <p>1 expert « habilité » ayant suivi l'action de formation de la branche (externe ou interne à l'entreprise) + 1 expert interne à l'entreprise (issu d'un autre service) OU 1 responsable pédagogique de l'organisme de formation habilité par la branche Mutualité et ayant mis en œuvre le parcours de formation</p>	<p>Le plan commercial et la qualité de services sont optimisés grâce à une bonne coordination de l'activité par le candidat :</p> <p>→ Les acteurs clefs de l'entreprise sont identifiées → Les informations liées à l'activité sont transmises de façon claire et adaptée → L'organisation et le planning du conseiller sont partagés → Le candidat planifie des temps d'échanges et de coordination → L'impact sur les autres services de la mutuelle sont identifiés et pris en compte.</p>