



---

INSCAM - École de Commerce

---

CFA - Centre de  
Formation des Apprentis

---

## **Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation**

Conseiller de clientèle particulier et professionnel en banque et assurance

| Référentiel d'activités  | Référentiel de compétences   | Référentiel d'évaluation   |  |
|--|--|--|--|
|  |  | Modalités d'évaluation   | Critères d'évaluation  |
| <p><b>A1 Développement opérationnel de la stratégie commerciale de l'agence bancaire/d'assurance ou courtier :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Veille sur les pratiques réglementaires et des services dédiés ;</li> <li>- Analyse de l'environnement interne de l'agence et étude de marché ;</li> <li>- Définition des actions commerciales et de communication digitale d'acquisition et de fidélisation, en fonction de la clientèle ciblée ;</li> <li>- Mesure de la performance commerciale.</li> </ul> | <p><b>C1.1- Situer son activité dans l'organisation globale de l'assurance et de la banque en France</b>, en identifiant les services connexes, en s'appuyant sur le code monétaire et financier, ou des codes des assurances et de la mutualité et/ou de la sécurité sociale, afin d'assumer son rôle dans un environnement concurrentiel et réglementaire en constante évolution et prévenir les risques de commercialisation inadaptée.</p> | <p><b>C1.1 à C1.4</b></p> <p><b>Epreuve individuelle</b><br/>Diagnostic stratégique - écrit<br/>A partir d'une mise en situation professionnelle réelle, le candidat doit réaliser le diagnostic stratégique d'une agence bancaire / d'assurance et identifier 2 ou 3 axes de développement de l'activité commerciale, adaptés à la clientèle ciblée. Sous la forme d'une feuille de route, le candidat doit élaborer le plan d'actions commerciales et de communication digitales d'acquisition et de fidélisation des clients, incluant les objectifs commerciaux SMART, les moyens et ressources nécessaires, les outils de pilotage, et la planification.<br/>Rendu : remise d'un dossier écrit de maximum 15 pages à une date fixée au calendrier dès le début de la formation.</p> <p><b>Epreuve individuelle orale</b><br/>Grand oral : 10 mn de présentation avec un support de présentation + 5 mn d'échanges avec un jury<br/>Le candidat explicite ses expériences et met en exergue l'acquisition des compétences mobilisées. Il expose son parcours professionnel en détaillant les missions réelles ou simulées et qui lui permettent de démontrer l'acquisition des compétences du bloc de compétences.</p> <p>Ces modalités d'évaluation peuvent comporter des aménagements, en fonction de la situation spécifique de handicap du candidat, sans modifier le contenu de l'épreuve, dans le respect du règlement de la certification</p> | <p>CR1.1.1 La réglementation en vigueur, et ses évolutions, est exposée clairement et appliquée (DDA, loi Hamon et résiliation infra-annuelle, loi Lemoine, loi PACTE...) pour préserver les intérêts du client et de l'agence.</p> <p>CR1.1.2 Les services connexes sont identifiés et expliqués (assistance, services d'information, réassurance) avec clarté et précision.</p> <p>CR1.1.3 Les risques de commercialisation inadaptée sont identifiés et des mesures préventives sont proposées. Leur choix est argumenté.</p>   |
|  | <p><b>C1.2- Réaliser le diagnostic stratégique de l'agence bancaire ou d'assurance</b>, dans le cadre d'une veille stratégique, en mobilisant des outils d'analyse (PESTEL, Porter, SWOT...), afin d'identifier des axes de développement commercial, adaptés à la clientèle des particuliers et/ou professionnels.</p>  |  | <p>CR1.2.1 Les outils et méthodes utilisés pour la réalisation du diagnostic et la mise en place de la veille sont utilisés avec maîtrise. La veille de l'environnement interne et externe de l'agence est exhaustive et les informations exploitées liées à l'environnement interne, du macro-environnement et du micro-environnement précisent et justifient la réglementation et ses évolutions, l'impact environnemental, la notion de cybersécurité, les évolutions technologiques, les comportements des usagers... Les données utilisées sont fiables, actualisées et objectives.</p> <p>CR1.2.2 Le portefeuille clients existant est analysé à partir des données issues du CRM (chiffre d'affaires, les commissions d'agence, le niveau d'encaissement global, taux d'équipement produits/services, ancienneté client, niveau de risque associé).</p> <p>CR1.2.3 Les cibles clients sont identifiées avec précision et décrites grâce à la méthode du persona marketing. Elles sont inclusives et non-discriminantes et décrivent les notions suivantes : besoins, motivations, attentes, freins, etc.</p> <p>CR1.2.4 Le positionnement de l'agence est réalisé avec justesse face à ses concurrents sur le marché local, grâce à un mapping concurrentiel.</p> <p>CR1.2.5 Les données des analyses internes et externes sont chiffrées et synthétisées dans une matrice SWOT structurée et claire pour comprendre les conclusions du diagnostic.</p> |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | <p><b>C1.3- Elaborer le plan d'actions commerciales et de communication digitale en fonction de la clientèle ciblée</b>, en identifiant les tâches à automatiser, en définissant les objectifs commerciaux, les moyens nécessaires (financiers, humains et matériels) et la planification, afin de détailler la stratégie commerciale de l'agence de manière opérationnelle</p>                                 |  | <p>CR1.3.1 Plusieurs objectifs commerciaux sont identifiés et définis, à l'aide de la méthode SMART (spécifique, mesurable, accessible, réaliste, temporellement défini).</p> <p>CR1.3.2 Les actions préconisées sont cohérentes avec les attentes des cibles et objectifs de vente.</p> <p>CR1.3.3 Les étapes clés de la stratégie commerciale proposée sont planifiées : le choix et l'allocation des ressources permettent d'opérationnaliser la démarche commerciale.</p> <p>CR1.3.4 Les actions commerciales qui peuvent être automatisées, notamment grâce aux outils d'intelligence artificielle, sont identifiées.</p>   |
|  | <p><b>C1.4 Evaluer la performance de l'activité commerciale</b>, en définissant les indicateurs clés de performance et de productivité, en mobilisant les outils numériques de suivi d'activité et de reporting, pour ajuster le plan d'actions commerciales et de communication digitales.</p>   |  | <p>CR1.4.1 Les indicateurs clés de performance commerciale et digitale proposés (KPI) facilitent le reporting de l'activité commerciale de l'équipe.</p> <p>CR1.4.2 Pertinence des outils de pilotage : les tableaux de bord avec des indicateurs de suivi mis en place mesurent efficacement la performance commerciale.</p> <p>CR1.4.3 Les indicateurs de productivité sont pertinents (diagramme de flux de travail, matrice d'alignement) et évaluent la conception et l'organisation des processus de travail de l'équipe commerciale</p>   |
|  |   |  |  |
| <p><b>A2 Déploiement du plan d'actions commerciales et de communication digitale dans un contexte omnicanal et une démarche RSE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fidélisation de la clientèle particuliers et professionnels ;</li> <li>- Gestion d'une relation client pérenne ;</li> <li>- Développement de la clientèle particuliers ou professionnels;</li> <li>- Animation d'un réseau de partenaires ;</li> <li>- Mise en œuvre d'actions digitales d'acquisition.</li> </ul> | <p><b>C2.1- Mettre en place les actions de fidélisation des clients prévues dans le plan défini, dans un contexte omnicanal et une démarche RSE</b>, en réalisant un diagnostic de la situation du client, en s'appuyant sur les données issues du CRM et les outils d'intelligence artificielle, en appliquant le RGPD et les mesures de cybersécurité de l'agence, afin d'augmenter le taux d'équipement.</p> | <p><b>C2.1 à C2.5</b></p> <p><b>Epreuve individuelle</b></p> <p>Plan d'actions commercial et de communication digitale - écrit et oral</p> <p>A partir d'une mise en situation professionnelle réelle, le candidat doit développer un plan d'actions commercial et de communication digitale d'acquisition et de fidélisation client, à partir d'une problématique identifiée (selon cible et produit) dans une agence du secteur banque assurance, en intégrant les enjeux de développement durable. Il devra ensuite analyser les retombées et proposer des ajustements.</p> | <p>CR2.1.1 Les outils mis en place sur le CRM (intelligence artificielle par exemple) mettent en place des actions de suivi (relance, reconduction de contrats, RDV ...) et renforce la connaissance client (KYC).</p> <p>CR2.1.2 Les actions de fidélisation proposées sont cohérentes avec le comportement et les attentes des clients ciblés dans un contexte omnicanal et intègrent les enjeux du développement durable.</p> <p>CR2.1.3 La vente additionnelle est proposée de façon pertinente et pour augmenter le taux d'équipement des clients et maintenir un rapport sinistre sur prime amélioré.</p> <p>CR2.1.4 Les aspects liés à la cybersécurité et le RGPD sont intégrés et sensibilisent le client sur la sécurisation des données personnelles.</p> |
|  | <p><b>C2.2- Construire un parcours client omnicanal (chatbot, plages horaires étendues, personnalisation de</b></p>   | <p>Remise d'un dossier écrit d'environ 20 pages (hors annexes), 3 semaines avant la soutenance.</p> <p>La soutenance orale consiste en : 20 minutes de</p>   | <p>CR2.2.1 Le parcours d'achat des clients est maîtrisé et définit avec objectivité des axes d'amélioration dans la relation client sur l'ensemble des canaux.</p>   |

|   |   |  |
|---|---|--|
| <p><b>l'accompagnement, etc.)</b> selon le plan d'actions prévu, afin d'optimiser la satisfaction client, et notamment en anticipant les besoins spécifiques et les droits des clients en situation de handicap, pour pérenniser et développer la relation commerciale.</p>                 | <p>présentation devant un jury de professionnels (avec un support de présentation) et 15 min de questions/réponses avec le jury.<br/>Présentation de la synthèse du projet mis en œuvre. La présentation orale se fait devant un jury de professionnels.</p> <p><b>Epreuve individuelle orale</b><br/>Grand oral : 10 mn de présentation avec un support de présentation + 5 mn d'échanges avec un jury<br/>Le candidat explicite ses expériences et met en</p>     | <p>CR2.2.2 Chaque étape du parcours d'achat est rendu accessible pour anticiper les besoins des clients, notamment en situation de handicap.<br/>CR2.2.3 Les nouvelles attentes clients, en terme d'impacts sociaux et environnementaux ("green comportements") sont prises en compte dans la gestion pérenne des clients particuliers et professionnels.<br/>CR2.2.4 Analyse des indicateurs chiffrés: les indicateurs de mesure de la satisfaction client sont cohérents avec les outils et les objectifs du plan défini, ils sont calculés avec précision et dégagent des axes d'amélioration.</p>  |
| <p><b>C2.3- Mettre en oeuvre les actions de prospection ciblées en lien avec le plan d'actions commerciales,</b> pour obtenir des rendez-vous qualifiés, en appliquant les techniques adaptées, et en apportant des mesures correctives, afin d'atteindre les objectifs de vente fixés.</p> | <p>exergue l'acquisition des compétences mobilisées. Il expose son parcours professionnel en détaillant les missions réelles ou simulées et qui lui permettent de démontrer l'acquisition des compétences du bloc de compétences.</p> <p>Ces modalités d'évaluation peuvent comporter des aménagements, en fonction de la situation spécifique de handicap du candidat, sans modifier le contenu de l'épreuve, dans le respect du règlement de la certification</p> | <p>CR2.3.1 Les actions de prospection mises en place contribuent à la conquête de nouveaux prospects et/ou de les convertir en clients (utilisation de la recommandation active, relances, parrainage ...): les KPIs indiqués permettent de mesurer les résultats.<br/>CR2.3.2 Les techniques de prospection (phoning, face à face, salons,...) sont utilisés judicieusement selon la cible particuliers ou professionnels pour susciter l'intérêt du client.<br/>CR2.3.3 Analyse des écarts entre prévisions et réalisations: Pertinence et efficacité des mesures correctives et solutions proposées, et de leurs argumentaires, réalisées sur l'activité commerciale.</p> |
| <p><b>C2.4-Identifier un réseau de prescripteurs</b> (courtiers en crédit, agences immobilières, concessions automobile, notaires, bureaux d'études, etc), en mobilisant des outils et techniques d'animation adaptés, afin d'enrichir son portefeuille de prospects.</p>                   |   | <p>CR2.4.1 Les prescripteurs (courtiers en crédit, agences immobilières, notaires, bureaux d'études, concessions automobiles) sont identifiés et qualifiés dans une base de données.<br/>CR2.4.2 les prescripteurs actifs sont analysés et quantifiés et en font des partenaires privilégiés dans le développement du portefeuille<br/>CR2.4.3 Des outils et des techniques pour l'animation du réseau de partenaires ont été proposés (réunions, évènements, espaces collaboratifs...)</p>  |
| <p><b>C2.5- Déployer le plan de communication digitale,</b> par la mise en place d'actions digitales opérationnelles, générant des leads qualifiés, en respectant le RGPD, et en s'appuyant sur des indicateurs de performance digitale</p>   |   | <p>CR2.5.1 Les données commerciales sont exploitées, dans le respect du RGPD, à des fins de prospection et de communication.<br/>CR2.5.2 Les actions digitales (réseaux sociaux, site internet, e-mailing,...) sont opérationnelles et cohérentes avec les objectifs commerciaux.</p>  |

|  |   |  |   |
|--|---|--|---|
|  | pour ajuster les actions, afin de conquérir de nouveaux clients.  |  | CR2.5.3 Les indicateurs de performance digitale sont cohérents avec les objectifs opérationnels de la stratégie de communication digitale et sont analysés dans un tableau de bord pour évaluer et ajuster les actions digitales.<br>CR2.5.4 Des leads qualifiés sont générés via le « social selling » et transformés dans les meilleurs délais  |
|  |   |  |   |
| <p><b>A3 Conseil et vente de produits d'assurances et financiers dans le respect du cadre réglementaire :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Respect du devoir de conseil tout au long de la vie du contrat;</li> <li>- Analyse de la situation globale d'un client/ prospect particulier ou professionnel;</li> <li>- Négociation commerciale;</li> <li>- Gestion du contrat;</li> <li>- Gestion des situations difficiles avec les clients.</li> </ul> | <p><b>C3.1- Conseiller le client ou prospect, dans le respect du devoir de conseil tout au long de la vie du contrat,</b> en appliquant le cadre réglementaire de l'assurance (DDA) et des marchés financiers (MIF 2), afin de l'accompagner en confiance dans une prise de décision responsable et durable.</p>  | <p><b>C3.1 à C3.4 - Epreuve individuelle écrite et orale</b><br/>Diagnostic client et proposition commerciale - écrit de 3h sur ordinateur.<br/>Mise en situation professionnelle fictive, constituée d'un descriptif d'un cas client ayant un profil spécifique avec les détails sur sa situation globale. Le cas client présente son profil avec des informations sur sa situation familiale, fiscale, personnelle et professionnelle. Le client sera intéressé par plusieurs types de contrats. Le candidat doit procéder à une analyse de la situation du client, et émettre des propositions argumentées sur les contrats et les solutions qu'il lui propose, en tenant compte de la réglementation en vigueur.<br/>Remise d'un écrit sur ordinateur en utilisant les documents professionnels appropriés en utilisant les documents professionnels appropriés (plaquettes de son agence, devis,... tous documents pouvant appuyer la proposition commerciale).</p> | <p>CR3.1.1 L'information donnée au client/prospect est exhaustive et transparente selon les règles en vigueur dans le secteur de la banque /assurance: les contrats d'assurances et financiers (dont les conditions générales) sont compris et les garanties sont expliquées et adaptées aux besoins du client.<br/>CR3.1.2 Application de la directive MIF2 : le client a une information détaillée sur les frais et les caractéristiques des produits financiers conseillés.<br/>CR3.1.3 Les mécanismes du contrat (aléa, loi des grands nombres, mutualisation, sélection et gestion du risque, principe indemnitaire ou forfaitaire...) et les différentes étapes de la gestion de vie courante d'un contrat sont appliquées avec maîtrise.<br/>CR3.1.4 Le IPID (Insurance Product Information Document) est expliqué et remis au client/prospect pour construire l'argumentaire de conseil auprès du client.<br/>CR3.1.5 Valeur ajoutée apportée au client particuliers en l'informant des possibilités de transfert des contrats.</p> |
|  | <p><b>C3.2- Réaliser un diagnostic assurantiel et patrimonial personnalisé pour le client ou prospect,</b> au moyen des données de l'historique du client issues du CRM ou de celles collectées lors de l'entretien de découverte, afin de conseiller au mieux le client/prospect selon sa situation ou de l'orienter vers un collaborateur expert.</p> | <p>L'oral consiste en un jeu de rôles de 30mn sur un entretien de vente conseil entre un jury professionnel représentant le client, et le candidat jouant le rôle du chargé de clientèle.<br/>A partir du contexte précédent, lors de l'épreuve écrite, et en s'appuyant sur le travail précédemment réalisé sur ordinateur : découverte approfondie du client pour confirmer et affiner son besoin, et mener l'entretien de vente conseil en traitant les objections du client, pour aboutir à une proposition commerciale personnalisée acceptée par le client. Des compléments rôlistes pour le jury seront fournis</p>   | <p>CR3.2.1 Un diagnostic global de la situation du client est réalisé prenant en compte les aspects : juridique, financier, personnel, professionnel, fiscal, etc. Les éléments manquants sont mis en exergue.<br/>CR3.2.2 La faisabilité de l'opération est analysée avec justesse pour anticiper les risques de commercialisation inadaptée.<br/>CR3.2.3 Les informations collectées sont exhaustives et facilitent la transmission d'opportunités à d'autres collaborateurs experts.</p>   |
|  | <p><b>C3.3- Mener un entretien de vente conseil,</b> en respectant les étapes et les techniques de la négociation commerciale en face à face ou à</p>   |  | <p>CR3.3.1 La communication écrite et orale est maîtrisée avec un vocabulaire professionnel, dans le respect des directives et consignes réglementaires de l'agence, et les outils utilisés sont adaptés au contexte de l'entretien et prennent en compte la</p>  |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>distance, en développant un argumentaire et une solution en adéquation avec les besoins spécifiques du client, particulier ou professionnel, afin d'obtenir son adhésion.</p>  | <p>avec des informations complémentaires sur le profil du client et la posture à adopter.<br/>Le candidat peut venir avec son ordinateur et tous les supports et documents de son agence qui permettront de simuler l'entretien comme s'il était en agence (carte de visite, PLV, plaquettes, devis,...)</p> <p><b><u>C3.5 - Epreuve individuelle orale</u></b><br/>L'oral consiste en un jeu de rôle portant sur la gestion d'insatisfaction d'un client : 10 mn préparation orale + 10 mn jeu de rôle<br/>Entretien entre un jury professionnel représentant le client, et le candidat jouant le rôle du chargé de clientèle portant sur une insatisfaction client. Le candidat gère une insatisfaction de son client et doit adapter son discours et sa posture au client et mener la rencontre.</p> | <p>diversité des publics (notamment publics en situation de handicap).</p> <p>CR3.3.2 Les étapes et techniques de la négociation commerciale sont respectées et adaptées au client particulier ou professionnel dans un climat de confiance et serein.</p> <p>CR3.3.3 Analyse des besoins : qualité du questionnement et de l'écoute active lors de l'entretien et les informations recueillies permettent de compléter le dossier du client/prospect.</p> <p>CR3.3.3 L'argumentaire commercial est complet, adapté au besoin du client et met en avant les avantages concurrentiels, les preuves de sa valeur ajoutée et les risques éventuels de la solution bancaire et/ou d'assurance.</p> <p>CR3.3.4 L'entretien aboutit à une action de la part du client/prospect (signature contrats, nouveau RDV, ...).</p>  |
| <p><b>C3.4- Instruire un contrat d'assurance ou financier</b>, en collectant et traitant les informations nécessaires pour compléter l'IPID et rédiger les conditions particulières, en expliquant les modalités administratives et en accompagnant le client à l'utilisation des outils digitaux de l'agence, afin de lui permettre de signer et suivre son contrat.</p> | <p><b><u>C3.1 à C3.5 - Epreuve individuelle orale</u></b><br/>Grand oral : 10 mn de présentation avec un support de présentation + 5 mn d'échanges avec un jury<br/>Le candidat explicite ses expériences et met en exergue l'acquisition des compétences mobilisées. Il expose son parcours professionnel en détaillant les missions réelles ou simulées et qui lui permettent de démontrer l'acquisition des compétences du bloc de compétences.</p> <p>Ces modalités d'évaluation peuvent comporter des aménagements, en fonction de la situation spécifique de handicap du candidat, sans modifier le contenu de l'épreuve, dans le respect du règlement de la certification</p>  | <p>CR3.4.1 Les éléments du contrat sont complétés et les conditions particulières sont personnalisées à la situation du client.</p> <p>CR3.4.2 Les éléments financiers sont pros en compte et maîtrisés : calcul des cotisations...</p> <p>CR3.4.3 Les justificatifs obligatoires sont collectés, les principales garanties du contrat sont expliquées au client à l'aide de l'IPID avant la conclusion du contrat et un exemplaire du projet de contrat est remis au client.</p> <p>CR3.4.4 Le fonctionnement et la marche à suivre de l'espace client de l'agence sont expliqués clairement au client et adaptés à sa situation (prise en compte du handicap) pour lui permettre de signer et assurer le suivi administratif des contrats et la réalisation des opérations courantes (contrats en ligne, signature électronique, consultation des comptes, virements...).</p> |
| <p><b>C3.5-Répondre aux réclamations des clients</b>, dans le respect de la politique commerciale et du cadre réglementaire de l'agence, en identifiant le problème par l'écoute active et la reformulation, en proposant une solution appropriée pour</p>  |   | <p>CR3.5.1 Les sources de la réclamation sont identifiées en posant des questions ouvertes, en utilisant une communication positive et en appliquant les techniques d'écoute active et de reformulation.</p> <p>CR3.5.2 Les mesures correctives sont clairement expliquées au client, ainsi que les modalités et délais de traitement, et sont conformes aux directives de l'agence.</p>  |

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
|   | l'agence et le client afin de préserver la qualité de la relation client.   |   | CR3.5.3 Le conseiller s'assure de la satisfaction du client à la fin de l'entretien par un feedback (questionnaire en ligne par exemple).   |
|   |   |   |   |
| <p><b>A4 Elaboration d'une offre complète et sur mesure de produits d'assurances et de produits financiers pour les particuliers et professionnels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conception d'une offre sur mesure d'assurances pour les particuliers et professionnels</li> <li>- Gestion de sinistres</li> <li>- Elaboration d'une offre de solutions pour la gestion quotidienne et d'épargne, adaptée aux besoins et à la situation du client</li> <li>- Analyse de la faisabilité d'un crédit</li> <li>- Prévention des risques financiers</li> </ul> | <p><b>C4.1- Créer une proposition intégrale d'assurances et de prévoyance aux clients particulier et professionnel,</b> adaptée à leur situation, en expliquant le fonctionnement des contrats, et en les informant sur les risques, conformément au cadre légal, afin de satisfaire leurs besoins spécifiques en matière de protection des biens et des personnes.</p> | <p><b><u>C4.1 à C4.2 - Epreuve individuelle : Construction d'une offre commerciale de produits d'assurances et gestion d'un sinistre - écrit de 4h</u></b><br/>         Mise en situation professionnelle reconstituée à partir de 4 dossiers : gestion d'un sinistre, assurance de biens, prévoyance, assurances de personnes. Le candidat doit analyser la situation de chaque client particulier ou professionnel et traiter ses besoins à travers ces 4 dossiers afin de leur présenter les solutions et contrats les plus adaptés à leurs profils. Les problèmes exposés nécessiteront un avis ou des solutions juridiques et administratives.</p> <p><b><u>C4.3 à C4.5 - Epreuve individuelle : Construction d'une offre commerciale de produits financiers - écrit de 4h</u></b><br/>         Mise en situation professionnelle fictive, à partir de 4 dossiers : crédit, solutions de placement, produits d'épargne, produits de gestion quotidienne. Le candidat doit procéder à une analyse de la situation du client particulier, et émettre des propositions argumentées sur les contrats bancaires et les solutions de financement qu'il lui propose tout en l'informant des risques encourus.</p> | <p>CR4.1.1 Les différents types de contrats d'assurances de personnes (complémentaire santé, scolaire, incapacité, invalidité et décès ou GAV) et leurs fonctionnements sont expliqués et adaptés à la situation du client et ses ayants droits.</p> <p>CR4.1.2 Les contrats d'assurances de biens personnels IARD (auto, bateau, multi-risque habitation, protection juridique) sont maîtrisées et proposées au client de façon pertinente.</p> <p>CR4.1.3 Exhaustivité des solutions proposées en fonction de la situation du client particulier en terme de prévoyance (produits épargne retraite, assurance vie, droit de succession et fiscalité).</p> <p>CR4.1.4 Une assurance multi-risque professionnelle et/ou une garantie responsabilité civile professionnelle adaptées à l'activité et aux risques spécifiques du client professionnel sont proposées au client.</p> <p>CR4.1.5 Les garanties proposées au prospect/client professionnel pour la souscription d'une offre sur un contrat santé et prévoyance sont personnalisées et adaptées à la situation du client. Les dispositifs Madelin (santé, prévoyance) et PER (retraite complémentaire) pour les professionnels sont pris en compte dans l'offre.</p> <p>CR4.1.6 L'environnement légal de la protection sociale est maîtrisé afin de conseiller correctement le client particulier ou professionnel, en fonction de son régime de prévoyance et de retraite.</p> |
|   | <p><b>C4.2- Participer à la mise en oeuvre de gestion de sinistres (conformité, procédure d'expertise, suivi et indemnisation des dossiers),</b> en fonction des garanties du contrat signé, en expliquant au client les procédures et les décisions prises, pour faciliter le règlement du sinistre.</p>   | <p><b><u>C4.1 à C4.5 - Epreuve individuelle orale</u></b><br/>         Grand oral : 10 mn de présentation avec un support de présentation + 5 mn d'échanges avec un jury<br/>         Le candidat explicite ses expériences et met en exergue l'acquisition des compétences mobilisées. Il expose son parcours professionnel en détaillant les missions réelles ou simulées et qui lui permettent de démontrer l'acquisition des compétences du bloc de compétences.</p>  | <p>CR4.2.1 Vérification de la conformité de la demande et des garanties concernées : les informations collectées sont exhaustives, fiables et traçables, pour lancer la procédure d'expertise le cas échéant.</p> <p>CR4.2.2 Le client est accompagné dans sa démarche de déclaration de sinistre, en lui expliquant les étapes, les procédures et les décisions prises.</p> <p>CR4.2.3 Respect de la procédure d'indemnisation et explication du montant des indemnités à partir de l'analyse du sinistre en collaboration avec le gestionnaire de sinistres.</p>  |

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
|  | <p><b>C4.3- Proposer au client des produits d'épargne et de gestion quotidienne</b>, en tenant compte de sa situation patrimoniale et fiscale, en appliquant les réglementations AMF et MIF2, afin de répondre à ses besoins en matière de placement et de gestion courante.</p>           | <p>Ces modalités d'évaluation peuvent comporter des aménagements, en fonction de la situation spécifique de handicap du candidat, sans modifier le contenu de l'épreuve, dans le respect du règlement de la certification</p> | <p>CR4.3.1 Les produits d'épargne et leurs conditions sont utilisés à bon escient ( livret A , PEL/CEL, assurance vie, plan d'épargne retraite) et répondent aux besoins et objectifs du client.<br/> CR4.3.2 Exhaustivité des solutions proposées en fonction de la situation du client en terme de placements financiers (bourse, OPCVM,...) : les bénéfices sont présentés (rentabilité, sécurité, disponibilité,...) dans une logique de diversification de portefeuille.<br/> CR4.3.3 Les produits de gestion quotidienne (compte courant et cartes bancaires) proposés sont adaptés à la situation du client/prospect.</p>  |
|  | <p><b>C4.4- Proposer une solution de financement adaptée aux contraintes du client</b>, en évaluant les risques et sa solvabilité financière, en tenant compte des lois sur le crédit, afin de l'aider à concrétiser son projet (immobilier, auto, travaux, consommation,...).</p>         |   | <p>CR4.4.1 Le projet du client et ses besoins sont identifiés avec précision, en collectant les informations nécessaires à l'étude de son dossier.<br/> CR4.4.2 La faisabilité du crédit est analysée, à partir du credit scoring , dans les délais impartis et permet d'apporter une réponse favorable ou défavorable au client, et qui est expliquée clairement.<br/> CR4.4.3 La solution de crédit (auto, assurance emprunteur, crédit immobilier,...) est adaptée à la situation du client et il est informé des caractéristiques et de la réglementation appliquées.</p>   |
|  | <p><b>C4.5- Identifier les risques financiers, en assurant un suivi et un contrôle des comptes clients</b> tout au long de la relation client, en appliquant la procédure KYC, et apportant des mesures correctives, afin de garantir la sécurité financière et juridique de l'agence.</p> |   | <p>CR4.5.1 Les différents risques financiers (fraude fiscale, blanchiment, chèque impayé, opposition sur carte,...) sont identifiés et les procédures internes sont appliquées selon la réglementation en vigueur (loi MURCEF, redressement judiciaire, surendettement...).<br/> CR4.5.2 Connaissance client : application de la procédure KYC (Know Your Customer) pour évaluer et anticiper les changements de l'environnement client (ex : lors de l'ouverture d'un compte courant).<br/> CR4.5.3 Compréhension du fonctionnement des services supports et leurs rôles dans la gestion des risques et identification des classifications des clients à risques (à surveiller, pré contentieux, contentieux).</p> |