

C5 – REFERENTIELS CONSEILLER EN ASSURANCE

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, 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 |
| Activité n°1 : Prospection et développement d'un portefeuille d'assurance | | | |
| <p><u>Sous-activités décrivant le contexte professionnel</u></p> <p>A.1.1 : Constitution d'une base de données prospect</p> <p>A.1.2 Entrée en relation avec les prospects.</p> | <p>C.1.1. Définir une cible en adéquation avec la stratégie commerciale de l'entreprise pour organiser un plan de prospection</p> <p>C.1.2 Collecter et traiter les informations nécessaires afin de mieux comprendre les besoins de la cible</p> <p>C.1.3 Identifier les outils marketing les mieux adaptés à la cible professionnelle afin d'améliorer le taux de transformation</p> <p>C.1.4 Rédiger un argumentaire d'accroche commerciale pour mener une campagne de rendez-vous</p> <p>C.1.5 Mettre en œuvre des techniques de vente pour obtenir un rendez-vous</p> | <p>Intitulé de l'épreuve</p> <p><u>Evaluations écrites :</u></p> <p>- Etude de cas portant sur une action commerciale en assurance de biens ou de personnes et démontrant la capacité du candidat à proposer des solutions assurantielles techniques adaptées. Durée 2H.</p> <p>Par exemple le candidat doit développer les ventes d'un contrat d'assurance emprunteur en réalisant une série d'actions commerciales de sensibilisation à l'assurance</p> | <p>L'évaluation par le jury porte sur les points suivants :</p> <p>1-La Clarté et la qualité de l'expression écrite.</p> <p>2-L'analyse de la qualité du plan de prospection.</p> <p>3-La qualité des fichiers constitués.</p> <p>4-Les solutions proposées répondent avec rigueur et précision aux besoins du client</p> <p>5- La cohérence des canaux digitaux utilisés avec les situations rencontrées</p> <p>6-la crédibilité et la force de conviction</p> |

| | | | |
|--|---|---|---|
| <p>A.1.3 Mise en place d'un plan de prospection sur Internet</p> <p>A.1.4 : Rationalisation et suivi des actions de prospections</p> | <p>C.1.6 Exploiter des achats de contacts qualifiés sur le web (leads) pour générer des rendez-vous</p> <p>C.1.7 Classer les informations collectées en utilisant un logiciel gestion de la relation client (GRC/CRM) pour rationaliser le fichier des prospects</p> <p>C.1.8 Concevoir un tableau de bord de suivi du plan de prospection afin de rendre compte de l'activité réalisée</p> | <p>emprunteur. Une note de présentation de 3 à 5 pages est demandée.</p> <p><u>Evaluation orale :</u></p> <p>- Mise en situation concrète où le candidat est chargé de conseiller un prospect ou un assuré subissant un sinistre. Par exemple le candidat doit conseiller un potentiel client qui s'est enrichi (via les réseaux sociaux) et qui a entendu parler de l'assurance-vie.</p> <p>Durée : 30 min</p> <p>Validation (écrit et oral) :</p> <p>L'évaluation est validée lorsque le candidat satisfait à 50% des critères</p> | <p>L'évaluation par le jury porte sur les points suivants :</p> <ol style="list-style-type: none">1-L'expression orale est appuyée d'un vocabulaire soutenu et une élocution posée et équilibrée.2-La gestion du temps imparti est maîtrisée pour traiter l'ensemble de la présentation sans débordement dans le temps.3-La gestion des émotions est maîtrisée pour limiter l'impact dans la communication globale (verbale et non verbale).4-La qualité de la présentation et du choix des éléments de communication au nom de l'entreprise5-La communication est adaptée au niveau de compréhension technique du client.6-Le client est satisfait de l'entretien et des solutions apportées7-Les réponses apportées aux objections et questions du jury sont justes et convaincantes. |
|--|---|---|---|

ACTIVITE n°2 : Mise en place d'un cycle de vente de produits d'assurance

| | | | |
|--|--|---|--|
| <p>A.2.1 Préparation d'un entretien de vente</p> <p>A.2.2 : Conduite d'un entretien de vente de produits d'assurance</p> | <p>C.2.1. Analyser le portefeuille du client afin de déterminer les gisements potentiels d'affaires nouvelles</p> <p>C.2.2 Elaborer un script de premier entretien pour se présenter efficacement et segmenter la prise de parole afin de susciter un climat de confiance</p> <p>C.2.3. Concevoir un plan de découverte des besoins pour personnaliser l'offre et respecter le devoir de conseil</p> <p>C.2.4 Identifier les produits d'assurances adaptés aux besoins du prospect ou du client (prévoyance, épargne, retraite, placements, protection des biens et des responsabilités civiles des particuliers et des professionnels).</p> <p>C.2.5. Proposer une offre argumentée et intégrer l'obligation d'information dans sa démarche commerciale (Directive de la Distribution d'Assurance - DDA)</p> <p>C.2.6. Traiter les objections afin de lever les freins à la vente</p> <p>C.2.7. Présenter et défendre son prix afin de conclure la vente</p> <p>C2.8. Elaborer un verbatim « client centré » afin de consolider sa vente et minimiser le taux de chute</p> <p>C.2.9. Traiter les demandes de résiliations afin de conserver le portefeuille clients et limiter le taux d'attrition</p> <p>C2.10 Mettre en œuvre une veille concurrentielle afin d'identifier et de suivre les principaux concurrents</p> <p>C2.11. Utiliser des techniques de vente spécifiques (Cross-selling et l'Up-selling) afin d'augmenter la saturation du portefeuille client</p> | <p>Intitulé de l'épreuve</p> <p><u>Evaluations écrites :</u></p> <p>-Dossier écrit : Les candidats doivent remettre un projet écrit (individuel ou en groupe) d'une relation client professionnelle. Le document doit être remis en format numérique quatre semaines avant la date de soutenance.</p> <p>- Etude de cas à partir d'une situation d'analyse démontrant la capacité du candidat à proposer des solutions assurantielles. Par exemple, le candidat doit proposer à un assuré déjà détenteur d'un contrat d'assurance habitation, les formules de complémentaire santé liée à son besoin d'hospitalisation. Durée 2H.</p> <p><u>Evaluation orale :</u></p> <p>- Mise en situation concrète soulignant les techniques de négociation et l'argumentaire de vente</p> | <p>L'évaluation par le jury porte sur les points suivants :</p> <p>1-La Clarté et la qualité de l'expression écrite. 2-Le dossier de réponse est documenté et répond aux besoins du client dans le respect du formalisme imposé. 3-Les solutions proposées répondent avec rigueur et précision aux besoins du client</p> <p>L'évaluation par le jury porte sur les points suivants :</p> <p>1-L'expression orale est appuyée d'un vocabulaire soutenu et une élocution posée et équilibrée. 2-La gestion du temps imparti est maîtrisée pour traiter l'ensemble de la présentation sans débordement dans le temps. 3-La capacité à écouter et reformuler. 4-La valorisation de l'image de l'entreprise. 5-La qualité de l'argumentation 6- Le respect de l'environnement</p> |
|--|--|---|--|

| | | | |
|--|--|---|---|
| <p>A.2. 3 : Réalisation des opérations de fidélisation</p> | | <p>Durée : 30 min</p> <p>- Cas de négociation : simulation d'une relation client professionnelle. Aucune préparation préalable.</p> <p>Durée : 20min</p> <p>Validation totale (écrit et oraux) :</p> <p>L'évaluation est validée lorsque le candidat satisfait à 50% des critères</p> | <p>réglementaire.</p> <p>6-Le client est satisfait de l'entretien et des solutions apportées</p> <p>7-Les réponses apportées aux objections et questions du jury sont justes et convaincantes</p> |
|--|--|---|---|

ACTIVITE n°3 : Gestion administrative des opérations d'assurance

| | | | |
|---|---|--|---|
| <p>A.3.1. Gestion d'un compte client</p> <p>A.3.2. Gestion de la relation client en situation de sinistre</p> | <p>C.3.1. Procéder à l'encaissement d'une cotisation d'assurance et établir une facture via l'intranet de l'assureur afin de valider l'opération</p> <p>C.3.2 Relancer les primes échues afin d'améliorer l'encaissement du portefeuille clients existant</p> <p>C.3.3 Mettre en place une procédure de gestion des contentieux afin d'optimiser le recouvrement des cotisations d'assurance</p> <p>C.3.4 Mettre en œuvre un protocole d'écoute afin de recueillir toutes les informations permettant de caractériser les composantes d'un sinistre et de son contexte</p> <p>C.3.5 Collecter et valider les pièces nécessaires à l'ouverture d'un sinistre sur l'intranet de l'assureur</p> <p>C.3.6 Enregistrer un sinistre et le transmettre au service concerné afin d'accélérer le traitement du dossier</p> | <p>Intitulé de l'épreuve</p> <p><u>Evaluations écrites :</u></p> <p>- Etudes de cas démontrant la capacité du candidat à proposer des solutions assurantielles techniques adaptées, dans un temps limité de 2 heures. Par exemple à la suite d'un accident automobile d'un assuré, le candidat doit énumérer les droits de la victime et indiquer quels dommages seront indemnisés au titre de l'assurance automobile. Durée 2H.</p> <p>-Examen final : 100 questions sous forme de QCM (questions fermées) synthétisant l'ensemble des thématiques rencontrées dans un temps limité de 2 heures</p> | <p>L'évaluation par le jury porte sur les points suivants :</p> <ol style="list-style-type: none">1-La Clarté et la qualité de l'expression écrite.2-La maîtrise des bases techniques et juridiques des contrats d'assurance.3-Le Cohérence de la proposition avec les besoins et objectifs formulés par le prospect client assuré ou bénéficiaire.4-Le traitement des objections résolues5-Le respect de l'environnement réglementaire5-Les solutions proposées répondent avec rigueur et précision aux besoins du client5- Les préconisations valorisent l'expertise de l'entreprise. |
|---|---|--|---|

| | | | |
|---|---|--|---|
| <p>A.3.3 Réalisation des opérations de gestion courante d'un portefeuille d'assurance</p> | <p>C.3.7 Rédiger un avenant pour modifier un contrat d'assurance existant</p> <p>C.3.8 Préparer un devis de tarification de risques pour répondre à la demande d'un client</p> <p>C.3.9 Traiter une réclamation client dans le cadre réglementaire afin d'accroître la satisfaction du client</p> | | |
| <p>ACTIVITE n°4 : Veille réglementaire</p> | | | |
| <p>A.4 Intégrer le cadre réglementaire relatif à la vente des contrats d'assurance</p> | <p>C4.1 Réaliser une veille réglementaire pour préserver le respect des intérêts du client en s'informant des évolutions en matière de règles de déontologie, de conformité et de réglementation dans le secteur de l'assurance.</p> | | <p>Le cadre réglementaire et ses évolutions sont pris en compte dans le traitement de la relation client et la vente de produits d'assurance.</p> |

Le parcours de formation a été conçu en fonction de finalités professionnelles à travers un référentiel des activités et un référentiel de compétences. Celui-ci a été décliné en 3 blocs de compétences :

Bloc 1 « PROSPECTER ET DEVELOPPER UN PORTEFEUILLE D'ASSURANCE »

Bloc 2 « METTRE EN PLACE UN CYCLE DE VENTE DE PRODUITS D'ASSURANCE »

Bloc 3 « GERER ADMINISTRATIVEMENT DES OPERATIONS D'ASSURANCE

Ces blocs sont homogènes en termes professionnels et constituent des composantes fortes de professionnalisation. Ils sont évaluables distinctement et sont intitulés de sorte à les identifier de manière précise et compréhensible.

L'obtention de la certification est conditionnée à la validation des 3 blocs de compétences .



