



INSCAM - École de Commerce

CFA - Centre de
Formation des Apprentis

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

Chargé de clientèle en assurances et produits financiers

ESCCOT-Groupe ESCCOT - 29, avenue des Peupliers - 35510 Cesson-Sévigné – T. 02 99 83 44 83 – F. 02 99 83 80 27

contact@groupe-esccot.fr - Site : www.groupe-esccot.fr

S.A.S. SOGESTE au capital de 122 000 € - RCS de Rennes - SIRET 390 442 853 000 37 - NAF 8542Z

Etablissement d'enseignement Supérieur enregistré sous le n° 53350974435 à la Préfecture de Rennes (cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat)

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

5 - REFERENTIELS

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 décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	REFERENTIEL DE COMPETENCES identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	REFERENTIEL D'ÉVALUATION définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc 1 : ORGANISATION ET MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE COMMERCIALE EN AGENCE BANCAIRE / D'ASSURANCE OU COURTIER			
A1.1 Mise en place des pratiques règlementaires et des services dédiés.	C1.1- Situer son activité dans l'organisation globale de l'assurance et de la banque en France, dans le respect du code monétaire et financier, ou des codes des assurances et de la mutualité, afin d'assumer pleinement son rôle dans un environnement concurrentiel et réglementaire en constante évolution.	<p>Evaluation pédagogique: 1 épreuve Epreuve individuelle Diagnostic stratégique - écrit</p> <p>Modalités : A partir d'une mise en situation professionnelle réelle, l'apprenant doit réaliser un diagnostic stratégique d'une entreprise du secteur bancaire ou d'assurance et identifier les axes de développement de l'activité commerciale.</p> <p>Les apprenants travaillent en autonomie et bénéficient d'un accompagnement de 3 à 5 séances</p>	<p>CR1.1.1 Veille réglementaire : la réglementation en vigueur (et ses évolutions) est connue et appliquée (DDA, loi Hamon et résiliation infra-annuelle, loi Bourquin, loi PACTE...) pour préserver les intérêts du client et de l'agence.</p> <p>CR1.1.2 Les services connexes sont bien identifiés (assistance, services d'information, réseaux partenaires...) afin de prévenir les risques de commercialisation inadaptée.</p> <p>CR1.1.3 Analyse et résolution de problèmes complexes imprévus dans un environnement concurrentiel bancaire/assurantiel changeant.</p>
A1.2 Réalisation d'un diagnostic stratégique adapté à la clientèle ciblée par l'agence bancaire/d'assurance.	C1.2- Réaliser un diagnostic stratégique, à partir d'outils adaptés, afin d'identifier les leviers d'actions les plus intéressants pour l'agence bancaire/d'assurance face à son marché au niveau local en cohérence avec la clientèle des particuliers et		<p>CR1.2.1 Compréhension des enjeux stratégiques de l'entreprise et de la place de la stratégie commerciale au niveau local.</p> <p>CR1.2.2 Le système de veille (juridique, commerciale, sectorielle, technologique,...) est adapté au segment de clientèle particuliers et professionnels TNS et permet d'analyser les facteurs du macro-environnement et micro-environnement (concurrence, nouvelles attentes et comportement des clients, etc.).</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

	professionnels TNS (artisans, commerçants, professions libérales).	par un formateur référent. Chaque apprenant devra établir un diagnostic de la stratégie commerciale d'une entreprise du secteur banque assurance et proposer des préconisations sur le développement commercial. Les préconisations porteront sur les objectifs de vente, les moyens et ressources nécessaires à la mise en place d'un plan d'actions opérationnel avec des indicateurs de performance pertinents.	CR1.2.3 Le portefeuille clients existant est analysé à partir d'indicateurs de performance et 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). CR1.2.4 Pertinence des outils d'analyse interne et externe proposés: les faits sont synthétisés dans une matrice SWOT afin d'identifier des axes de développement sur le marché local.
A1.3 Définition et organisation de la stratégie commerciale	C1.3.1-Formaliser les objectifs de vente et identifier les moyens et ressources nécessaires (budgétaires, humaines, matérielles...), à l'aide d'outils de planification, afin d'opérationnaliser la démarche commerciale à mettre en œuvre et accompagner l'équipe dans le déploiement du plan d'actions commercial.	Rendu : remise d'un dossier écrit	CR1.3.1.1 Les objectifs de vente sont clairement définis pour participer au gain d'efficacité. CR1.3.1.2 L'ensemble des canaux de contact et de vente (traditionnels et digitaux) proposés sont cohérents avec les attentes des cibles et axes de développement commercial de l'agence. CR1.3.1.3 Les étapes clés de la stratégie sont planifiées: le choix des ressources et de leur allocation et répartition permettent d'opérationnaliser la démarche commerciale. CR1.3.1.4 La conception et l'organisation des processus de travail permet de répondre aux besoins de l'équipe commerciale
	C1.3.2- Organiser l'activité commerciale, à l'aide d'indicateurs de performance et de gestion fiables et en utilisant les logiciels de suivi d'activité/reporting, pour mesurer la rentabilité de l'activité commerciale et suivre l'évolution du portefeuille clients.		CR1.3.2.1 Pertinence des indicateurs de gestion proposés pour faciliter les reporting de l'activité commerciale de l'équipe. CR1.3.2.2 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. CR1.3.2.3 Pertinence des outils de pilotage: des tableaux de bord avec des indicateurs de suivi (KPIS, indicateurs de performance, ...) sont utilisés et actualisés. CR1.3.2.4 Les outils de suivi numériques sont utilisés pour faciliter le reporting avec la direction commerciale.
BLOC 2 GESTION D'UN PORTEFEUILLE CLIENT ET FIDELISATION DANS UN CONTEXTE OMNICANAL			
A2.1 Fidélisation de la clientèle particuliers et professionnels TNS (travailleurs non salariés).	C2.1.1- Proposer et mettre en place des actions de fidélisation dans un contexte omnicanal, en respectant le RGPD et à partir des données issues du CRM, afin de personnaliser la relation client et	Evaluation pédagogique : 1 épreuve Epreuve individuelle Plan d'actions commerciales et communication digitale - écrit et oral Durée : soutenance orale de 45 mn	CR2.1.1.1 Les outils mis en place sur le CRM permettent de suivre les dossiers des clients et de mettre en place des actions de suivi (relance, reconduction de contrats, RDV ...) CR2.1.1.2 Les actions de fidélisation proposées sont cohérentes avec le comportement et les attentes des clients ciblés dans un contexte omnicanal et permettent de suivre l'évolution du portefeuille client.

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

	<p>augmenter le taux d'équipement des clients particuliers et professionnels TNS.</p>	<p>Modalités : A partir d'une mise en situation professionnelle réelle, le candidat doit développer un plan d'actions commerciales et communication digitale à partir d'une problématique identifiée dans une entreprise du secteur banque assurance. Le candidat réalisera un diagnostic de la stratégie commerciale et posera le contexte problématique ainsi que la problématique. Il exposera 2 ou 3 hypothèses argumentées (avantages et inconvénients). Une des hypothèses sera retenue et le candidat aura à développer un plan d'actions commerciales et de</p>	<p>CR2.1.1.3 La vente additionnelle est proposée de façon pertinente pour augmenter le taux d'équipement des clients CR2.1.1.4 L'application du RGPD au sein de l'agence est expliquée au client et permet de le rassurer sur la sécurisation des données personnelles.</p>
<p>A2.2 Développement du portefeuille client (particuliers et professionnels TNS) dans un contexte omnicanal</p>	<p>C2.1.2- Construire une relation client pérenne, en informant le client et en l'accompagnant par l'utilisation des outils digitaux de l'agence bancaire/d'assurance, afin d'optimiser l'expérience client et développer la satisfaction client.</p>	<p>communication digitale afin de mettre en place l'hypothèse, à travers un projet professionnel. Les apprenants travaillent en autonomie et bénéficient d'un accompagnement de 3 à 5 séances par un formateur référent.</p>	<p>CR2.1.2.1 Le parcours d'achat des clients est maîtrisé et permet de définir des axes d'amélioration dans la relation client selon le canal. CR2.1.2.2 Utilisation de l'application mobile ou du site internet de l'agence pour assurer le suivi administratif des contrats (contrats en ligne, signature électronique...): le fonctionnement et la marche à suivre sont expliqués clairement au client. CR2.1.2.3 Prise en compte des normes d'éco-développement et des « green comportements » des clients particuliers et professionnels TNS. CR2.1.2.4 Analyse des indicateurs chiffrés: les indicateurs de mesure de la satisfaction client sont cohérents avec les outils et les objectifs, ils sont correctement calculés et permettent de dégager des axes d'amélioration</p>
	<p>C2.2.1- Mettre en place des actions de prospection ciblées pour obtenir des rendez-vous qualifiés, en respectant la réglementation du démarchage régi par le code monétaire et financier, le code des assurances ou le code de la mutualité, afin d'enrichir son portefeuille clients.</p> <p>C2.2.2- Développer et animer un réseau de partenaires (courtiers en crédit, agences immobilières, notaires, bureaux d'études, etc) afin d'identifier des prescripteurs et d'enrichir son portefeuille clients.</p>	<p>Soutenance orale : exposé de 30 minutes avec 15 min de questions/réponses avec le jury. Présentation de la synthèse du projet mis en œuvre. La présentation orale se fera devant un jury de professionnels et un président de jury représentant de</p>	<p>CR2.2.1.1 Les actions de prospection mises en place permettent de conquérir de nouveaux prospects et/ou de les convertir en clients (utilisation de la recommandation active, relances, parrainage ...). CR2.2.1.2 Les techniques de prospection (phoning, face à face, salons,...) sont utilisés à bon escient selon la cible particuliers ou professionnels pour susciter l'intérêt du client. CR2.2.2.1 Les prescripteurs (courtiers en crédit, agences immobilières, notaires, bureaux d'études, concessions automobiles) sont identifiés et constituent des partenaires privilégiés pour le développement du portefeuille client. CR2.2.2.2 Des outils et des techniques pour l'animation du réseau de partenaires ont été proposés (réunions, évènements, espaces collaboratifs...) CR2.2.2.3 Capitalisation et formalisation des savoir-faire et des méthodes mis en œuvre dans le cadre du Plan d'actions opérationnel</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

	<p>C2.2.3- Participer au déploiement de la stratégie de communication digitale, par la mise en place d'un plan d'actions digitales opérationnel, pour accompagner le développement commercial de l'agence et conquérir de nouveaux prospects ou transformer des leads en clients.</p>	<p>l'autorité de certification.. Remise d'un dossier écrit 1 semaine avant la soutenance avec la synthèse et les outils et supports réalisés pour le plan d'actions commerciales et communication digitale.</p>	<p>CR2.2.3.1 Les données commerciales sont exploitées, dans le respect du RGPD, à des fins de prospection et de communication. CR2.2.3.2 Pertinence du plan d'actions digital: les actions proposées (réseaux sociaux, site internet, e-mailing,..) permettent de répondre à la problématique et aux objectifs commerciaux. CR2.2.3.3 Analyse des résultats : pertinence des indicateurs de performance digitale qui répondent aux objectifs opérationnels de la stratégie de communication digitale. CR2.2.3.4 Identification de leads qualifiés via le « social selling »</p>
Bloc 3 : CONSEIL ET VENTE DES PRODUITS D'ASSURANCES ET FINANCIERS DANS LE RESPECT DU CADRE REGLEMENTAIRE			
<p>A3.1 Conseil client dans le respect du cadre réglementaire de la banque/assurances</p>	<p>C3.1- Conseiller le client ou prospect, dans le respect du devoir de conseil tout au long de la vie du contrat conformément au cadre réglementaire de l'assurance (DDA) et des marchés financiers (MIF 2), afin de l'accompagner dans sa prise de décision et établir une relation de confiance et de long terme.</p>	<p>Evaluation pédagogique : 3 épreuves 1e épreuve: Epreuve individuelle Diagnostic client et proposition commerciale - écrit de 2h sur ordinateur. Modalités: 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.</p>	<p>CR3.1.1 L'information donnée au client/prospect est correcte 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. CR3.1.2 Application de la directive MIF2 : le client a une information détaillée sur les frais, les caractéristiques des produits financiers conseillés afin de mesurer les risques encourus. C3.1.3 Compréhension et respect des mécanismes du contrat (aléa, loi des grands nombres, mutualisation, sélection et gestion du risque, principe indemnitaires ou forfaitaire...) et des différentes étapes de la gestion de vie courante d'un contrat. CR3.1.4 Le IPID (Insurance Product Information Document) est complété et remis au client/prospect pour construire l'argumentaire de conseil auprès du client.</p>
<p>A3.2 Diagnostic global de la situation du client ou prospect</p>	<p>C3.2- Réaliser un diagnostic assurances et patrimonial du client ou prospect, au moyen des données de l'historique du client issues du CRM et lors de l'entretien (en face à face ou à distance), afin de conseiller au mieux le client/prospect selon sa situation ou de l'orienter vers un collaborateur expert.</p>	<p>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</p>	<p>CR3.2.1 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. CR3.2.2 Les informations collectées sont exhaustives et facilitent la transmission d'opportunités à d'autres collaborateurs experts. CR3.2.3 La faisabilité de l'opération est analysée pour anticiper les risques.</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p>compte de la réglementation en vigueur.</p> <p>Remise d'un écrit sur ordinateur en utilisant les documents professionnels appropriés.</p>	<p>CR3.2.4 Un diagnostic global de la situation du client est réalisé (juridique, financière, personnelle, professionnelle, fiscale,...).</p>
<p>A3.3 Conduite d'un entretien de vente conseil</p>	<p>C3.3- Mener un entretien de vente conseil, en respectant les étapes et les techniques de la négociation commerciale en face à face ou à distance, afin de développer un argumentaire en adéquation avec les besoins du client et obtenir l'adhésion du client.</p>	<p>2e épreuve: Epreuve individuelle Oral: Jeu de rôles de 30mn Modalités: Entretien de vente conseil entre l'intervenant représentant le client, et le candidat jouant le rôle du chargé de clientèle. A partir du contexte précédent, lors de l'épreuve écrite, et en s'appuyant sur le travail précédemment réalisé sur ordinateur : découverte</p>	<p>CR3.3.1 La communication (écrite et orale) est maîtrisée avec un vocabulaire professionnel et les outils de communication numérique utilisés (visio, chat...) sont adaptés au contexte de l'entretien et prennent en compte la diversité des publics (notamment publics en situation de handicap).</p> <p>CR3.3.2 Les étapes et techniques de la négociation commerciale (dont traitement des objections) sont respectées et adaptées au client particulier ou professionnel dans un climat de confiance et serein.</p> <p>CR3.3.3 L'argumentaire commercial est pertinent : il répond aux besoins et projets 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 Pertinence des solutions et conseils apportés : l'entretien aboutit à une action de la part du client/prospect (signature contrats, nouveau RDV, ...).</p>
<p>A3.4 Instruction et gestion d'un contrat d'assurance ou financier</p>	<p>C3.4- Instruire un contrat d'assurance ou financier, en collectant et traitant les informations nécessaires dans le respect du RGPD, afin d'assurer le suivi du contrat via les outils de gestion de l'agence.</p>	<p>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 documents seront à compléter sur ordinateur pour transmettre la proposition au client.</p> <p>3e épreuve: Epreuve individuelle Oral: Jeu de rôles relation client de 10</p>	<p>CR3.4.1 Les éléments du contrat sont complétés et adaptés à la situation du client (en rédigeant les conditions particulières) dans le respect de la réglementation en vigueur (droit du contrat,...) et en informant des possibilités de transferts des contrats (loi Hamon, résiliation de contrat d'assurance).</p> <p>CR3.4.2 Les éléments financiers sont pris en compte et maîtrisés (calcul des cotisations,...).</p> <p>CR3.4.3 Complétude du dossier: les justificatifs obligatoires sont collectés, l'IPID (Insurance Product Information Document) est complété et remis au client avant la conclusion du contrat ainsi qu'un exemplaire du projet de contrat.</p> <p>CR3.4.4 Utilisation à bon escient de l'application mobile ou du site internet de l'agence pour les actes de gestion de sinistre et des contrats (contrats en ligne, signature électronique...).</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

A3.5 Gestion des insatisfactions clients	C3.5- Détecter et traiter les insatisfactions clients, en s'appuyant sur des techniques de communication non violente et en maîtrisant son stress, afin de résoudre le conflit et pérenniser la relation clients.	mn Modalités: Entretien entre l'intervenant 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.	CR3.5.1 Les sources de l'insatisfaction sont identifiées en posant des questions, en écoutant et utilisant la reformulation pour mettre en place une action curative. CR3.5.2 Qualité du traitement de l'insatisfaction client : application des techniques de gestion du conflit et de communication non violente.
--	---	---	--

Bloc 4 : ELABORATION D'UNE OFFRE SUR-MESURE DE PRODUITS D'ASSURANCES ET FINANCIERS POUR LES PARTICULIERS ET PROFESSIONNELS TNS

A4.1 Elaboration d'une offre complète d'assurances pour les particuliers et pros TNS	C4.1.1- Elaborer une offre complète et sur mesure d'assurances et de prévoyance au client particulier, en adaptant l'offre à la situation du client tout en mesurant les risques encourus, afin de répondre au mieux à ses besoins en matière de protection de biens personnels et de personnes.	Evaluation pédagogique : 2 épreuves 1e épreuve: Epreuve individuelle Construction d'une offre commerciale de produits d'assurances et gestion d'un sinistre - écrit de 4h Modalités : Mise en situation professionnelle fictive 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 TNS et traiter ses besoins à travers ces 4 dossiers afin de leur présenter les solutions et contrats les plus adaptés à leurs	CR4.1.1.1 L'environnement légal de la protection sociale est maîtrisé afin de conseiller correctement un client, en fonction de son régime de prévoyance et de retraite. CR4.1.1.2 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. CR4.1.1.3 Les contrats d'assurances de biens personnels du particulier IARD (auto, bateau, multi-risque habitation, protection juridique) sont maîtrisées et proposées au client de façon pertinente. CR4.1.1.4 Exhaustivité des solutions proposées en fonction de la situation du client en terme de prévoyance (produits épargne retraite, assurance vie, droit de succession et fiscalité) CR4.1.1.5 Valeur ajoutée apportée au client en l'informant des possibilités de transfert des contrats selon la réglementation en vigueur
	C4.1.2- Proposer au client professionnel TNS une offre complète d'assurances (multi-risque professionnelle, protection sociale, dispositif Madelin et retraite		CR4.1.2.1 Une assurance multi-risque professionnelle et/ou une garantie responsabilité civile professionnelle adaptées à l'activité et aux risques spécifiques du client professionnel TNS sont proposées au client.

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

	complémentaire), en prenant en compte la situation du client, afin de lui proposer une solution personnalisée et l'informer sur les risques.	<p>profils. Les problèmes exposés nécessiteront un avis ou des solutions juridiques et administratives.</p> <p>2e épreuve : Epreuve individuelle Construction d'une offre commerciale de produits financiers - écrit de 4h</p>	<p>CR4.1.2.2 Les garanties proposées au prospect/client pro TNS pour la souscription d'une offre sur un contrat santé et prévoyance sont personnalisées et adaptées à la situation du client.</p> <p>CR4.1.2.3 Les dispositifs Madelin (santé, prévoyance) et PER (retraite complémentaire) pour les travailleurs non-salariés sont pris en compte dans l'offre.</p> <p>CR4.1.2.4 Des conseils personnalisés sur les mesures de prévention sont apportés au client et ses ayants droits pour limiter les risques</p>
A4.2 Participation à la gestion de sinistres	C4.2- Participer à la mise en oeuvre de gestion de sinistres (conformité, procédure d'expertise, suivi et indemnisation des dossiers) jusqu'au règlement, en fonction des garanties du contrat signé, afin de régler le sinistre.	<p>Modalités :</p> <p>Mise en situation professionnelle fictive, à partir de 4 dossiers : crédit, solutions de placement, produits d'épargne, produits de gestion quotidienne.</p>	<p>CR4.2.1 Vérification de la conformité de la demande et des garanties concernées : les informations collectées sont exhaustives pour lancer la procédure d'expertise le cas échéant et accompagner le client dans sa démarche de déclaration du sinistre.</p> <p>CR4.2.2 Respect de la procédure d'indemnisation et calcul du montant des indemnités à partir de l'analyse du sinistre en collaboration avec le gestionnaire de sinistres.</p>
A4.3 Elaboration d'une offre sur-mesure de produits et services financiers adaptée aux besoins et à la situation du client particulier	C4.3.1- Proposer au client particulier des solutions, pour la gestion quotidienne et d'épargne, adaptées à 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>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>CR4.3.1.1 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.</p> <p>CR4.3.1.2 Exhaustivité des solutions proposées en fonction de la situation du client en terme de placements financiers (bourse, OPCVM,...) : les bénéfiques sont présentés (rentabilité, sécurité, disponibilité,...) dans une logique de diversification de portefeuille.</p> <p>CR4.3.1.3 Les produits de gestion quotidienne (compte courant et cartes bancaires) proposés sont adaptés à la situation du client/prospect.</p>
	C4.3.2- Proposer la solution de financement la mieux adaptée aux contraintes du client, en évaluant sa solvabilité financière à l'aide du "credit scoring", en tenant compte des lois sur le crédit, afin de l'aider à concrétiser son projet (immobilier, auto, travaux, consommation,...).		<p>CR4.3.2.1 Le projet du client est identifié et analysé et permet de proposer une solution de crédit (auto, assurance emprunteur, crédit immobilier,...) adaptée à sa situation en l'informant sur les caractéristiques et la réglementation.</p> <p>CR4.3.2.2 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, la réponse apportée au client est expliquée clairement.</p>

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

A4.4 Identification des risques financiers	C4.4- Identifier le risque financier (fraude fiscale, blanchiment, chèque impayé, opposition sur carte,...), par un suivi et un contrôle des comptes clients tout au long de la relation client, afin de garantir la sécurité financière et juridique de l'agence et apporter des mesures correctives.	CR4.4.1 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...); CR4.4.2 Mise à jour de l'identité du client à partir de la procédure KYC (Know Your Customer) pour anticiper les changements de l'environnement client. CR4.4.3 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).
--	--	---