

LICENCE PROFESSIONNELLE ASSURANCE, BANQUE, FINANCE : CHARGÉ DE CLIENTÈLE (QUIMPER)

## **PARCOURS CONSEILLER GESTIONNAIRE DE CLIENTÈLE SUR LE MARCHÉ DES PARTICULIERS EN BANQUE ET ASSURANCE**

### **UE 2 PRATIQUES DE L'ACTIVITE BANCAIRE**

## **Relation client commercial**

### **Présentation**

RELATION CLIENT - COMMERCIAL

#### **Outils et moyens pédagogiques mis en œuvre :**

La présentation est réalisée à l'aide d'un support Powerpoint. Un document papier reprenant l'essentiel du cours est remis aux étudiants en début de séance.  
Des documents extraits de revues spécialisées sont analysés et commentés.  
Des échanges sur des situations vécues par les étudiants servent à illustrer le cours

#### **Contenus :**

La mercatique et son évolution : nature et évolution de la relation client.  
L'activité de services :  
La servuction  
La coproduction par le personnel en contact dans la banque.  
La relation client :  
les dimensions de la personnalisation.  
Les facteurs qui influencent la satisfaction du client  
La fidélisation par la personnalisation de la relation  
Le marketing relationnel  
Mise en œuvre du marketing relationnel dans les services (« one to one » en « B to C »)

#### **Compétences à acquérir :**

##### **L'étudiant doit être capable de :**

Comprendre l'importance de la personnalisation de la relation avec le client, pour mieux le connaître, pour mieux le comprendre, et donc mieux le conseiller.

Se persuader que dans une entreprise de services les facteurs de fidélisation sont essentiellement basés sur la satisfaction du client. Que la perception de la qualité de la relation par le client est fonction de l'individualisation, de l'attention individuelle et de la singularisation développée par le vendeur.

Mesurer l'importance du rôle du personnel de front office dans la fidélisation des clients d'une banque, et donc de son propre rôle dans l'équipe commerciale de son agence.