

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

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

**L3**

**UE 2 Pratiques de l'Activité bancaire et d'assurance**

21 crédits ECTS

# Accueil et vente rapide en multicanal

## Présentation

### ACCUEIL ET VENTE RAPIDE MULTICANAL 1

#### Objectifs pédagogiques

Contribuer à la satisfaction des clients en mettant en œuvre un accueil de qualité, notamment en cas d'affluence au sein de l'agence

Traiter efficacement les réclamations et faire face à l'agressivité d'un client

Adopter un comportement adéquat en matière de commercialisation de produits ou de Services.

#### Principaux thèmes abordés

##### MIEUX ACCUEILLIR NOS CLIENTS

- > Comment orienter nos clients
- > Comment les persuader
- > Lois et canaux de communication
- > La prise de contact et le service adéquat au client
- > Les 5 points clés pour l'accueil d'un client
- > Communiquer en assertivité
- > Reformuler et traiter une objection
- > Gérer l'espace et gérer un conflit à l'accueil

##### METHODES ET TECHNIQUES DE VENTE A L'ACCUEIL

- > Préparation de la vente à l'accueil (matérielle, cognitive et intellectuelle)
- > La méthode APAC (accroche, proposition, argumentation et conclusion)
- > La « vente » du prix
- > Que faire après la vente ?
- > Plan d'actions : citez 3 points à mettre en œuvre rapidement et concrètement

#### Compétences à acquérir :

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

- contribuer à la satisfaction des clients en mettant en œuvre un accueil de qualité, notamment en cas d'affluence au sein de l'agence
- traiter efficacement les réclamations et faire face à l'agressivité d'un client
- adopter un comportement adéquat en matière de commercialisation de produits ou de services

### ACCUEIL ET VENTE RAPIDE MULTICANAL 2

#### Objectifs pédagogiques

Maîtriser logique et techniques de réception et d'émission d'appels

Passer d'un traitement technique à un traitement relationnel de vos appels

Faire du téléphone un avantage concurrentiel

Construire votre propre boîte à outils pour optimiser vos appels

#### Principaux thèmes abordés

Pourquoi professionnaliser mes appels

Règles d'or d'une communication téléphonique efficace

Les fondamentaux de la communication

Les composantes de la communication  
Les niveaux de discours et d'information  
Les attitudes gagnantes au téléphone  
L'assertivité et l'empathie  
Techniques pour optimiser la conduite du dialogue

**Ma boîte à outils personnalisée**

- > Trame de la réception d'appel
- > Prospecter par téléphone (plan de prospection, estimation, évaluation)
- > Caractéristiques d'une communication téléphonique (préparations)
- > Les étapes d'un appel sortant (contact, découverte, objection, questionnement, conclusion)
- > Le « pitch »
- > Que faire des informations collectées ?
- > Les relances téléphones

**Compétences à acquérir :**

**L'étudiant doit être capable de :**

- Situer l'évolution des rapports commerciaux et la place du téléphone face aux nouvelles exigences de la clientèle ;
- Comprendre la démarche commerciale de l'entreprise et la place qu'elle donne au téléphone ;
- Mettre en œuvre une démarche commerciale personnelle en s'appuyant sur le téléphone.

## Modalités de contrôle des connaissances

---

### Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Ecrit et/ou Oral	120	1.75	

# Fondamentaux de la vente

## Présentation

### FONDAMENTAUX DE LA VENTE

#### Objectifs pédagogiques

- Préparer un entretien de vente
- Conduire un entretien de vente
- Analyser ce qui se passe au cours d'un entretien de vente

#### Principaux thèmes abordés

Rappels sur l'environnement de l'activité de vente

- > La prise de rendez-vous avec les clients
- > La préparation des rencontres
- > Les outils commerciaux (les supports d'informations sur les clients, les outils de suivi et de pilotage de son activité commerciale : indicateurs,...)

Structuration des entretiens de vente

- > La vente rapide
- > Les 5 phases de la vente conseil

Les cinq grandes phases des entretiens de vente en pratique

- > La conduite de l'élaboration de la conviction, la réponse aux questions du client et le traitement des objections
- > La conclusion d'un entretien de vente : concrétisation par l'obtention de l'achat, puis prise de congé (prévision de suivi et planification des rencontres ultérieures)

Identification des façons de résoudre trois questions pratiques relativement fréquentes :

- > Faire face aux clients agressifs
- > Faire accepter un refus de vente
- > Différer le traitement

Optimiser sa gestion de la relation commerciale, dans le temps

#### Compétences à acquérir :

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

- Préparer un entretien de vente
- Conduire un entretien de vente
- Analyser ce qui se passe au cours d'un entretien de vente

## Modalités de contrôle des connaissances

### Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Ecrit et/ou Oral	30	0.75	

# Négociation

## Présentation

NEGOCIATION

### Outils et moyens pédagogiques mis en œuvre :

Les notions fondamentales de conduite d'un entretien commercial et de négociation sont abordées au cours des 3 journées d'intervention à l'aide d'une présentation PowerPoint : les étudiants sont amenés à prendre des notes au fur et à mesure des commentaires et mises en situation.

Au cours des séances, les étudiants travaillent sur des mises en situation (sketchs) : préparation des négociations, déroulement des entretiens, analyse.

Des supports de préparation d'entretien (« grille de préparation », document Word) leur sont délivrés.

### Contenus :

- Intégration de la négociation dans la méthode de vente PADIPAC.
- La défense des conditions : méthodologie d'annonce et de défense de conditions, méthodes de conclusion, attitude face à la concurrence.
- Les règles d'or de la négociation.
- Application aux cas de négociation sur services bancaires.
- Application aux cas de négociation sur l'épargne.
- Application aux cas de négociation sur crédits.
- Aspect psychologique de la négociation.
- Les techniques d'achat : réponses possibles

### Compétences à acquérir :

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

- Conduire un entretien commercial selon la méthode préconisée PADIPAC.
- Intégrer la négociation dans la méthode de vente.
- Préparer ses négociations.
- Défendre ses taux et conditions.
- Conclure efficacement sa vente.

L'ensemble de ces thèmes est abordé au travers de cas de négociations relatifs aux : services bancaires, produits d'épargne, crédits (et périphériques crédits).

## Modalités de contrôle des connaissances

### Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Ecrit et/ou Oral	30	1	

# Marketing

## 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.

## Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Écrit et/ou Oral	30	0.75	

## Epargne

### Présentation

EPARGNE 1

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

- Utilisation de PowerPoint et de fiches Synthèses

**Contenus :**

- De la Banque à la « bancassurance » ... à la « Banque - services ».
- Présentation de l'élargissement progressif du périmètre des activités bancaires et du développement de la concurrence depuis la loi du 24/01/1984.
- Présentation du périmètre du cours (Produits d'épargne et services).
- Présentation des produits d'épargne de base, des produits court terme et de leur commercialisation.
- Les services bancaires et leur distribution.
- Les Services attachés à la commercialisation du compte : les comptes services.
- La banque de détail : de l'agence à la banque à distance.
- Intérêt en termes de Pnb et Multi- vente pour les banques.
- Exemple : Présentation détaillée d'un point de vente, Clientèle, Pnb dégagé, potentiel.

**Compétences à acquérir :**

**L'étudiant doit être capable de :**

- Connaître les offres proposées par les Banques ainsi que leurs principales caractéristiques.
- Connaître les enjeux pour les Banques de cette diversification.
- Être en mesure réaliser une vente rapide et de répondre à une demande basique de renseignement sur les Domaines traités dans ce cours dans le cadre d'une accroche au guichet ou en renfort d'un conseiller ou encore au téléphone.

## EPARGNE 2

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

- Présentations Power point
- Fiches synthétiques de présentation pour certains produits complexes
- Schémas récapitulatifs de la fiscalité des valeurs mobilières selon l'enveloppe de détention.

**Contenus :**

- Caractéristiques de tous les produits de placements financiers suivant : PEP, Assurance-vie, Bons de capitalisations, Valeurs Mobilières, PEA.
- Fiscalité des produits
- Tableau de diversification
- Univers de besoin, attentes et avantages clients
- Zoom sur les valeurs mobilières (identification des différentes classes d'actifs, des différents modes de gestion et des différentes enveloppes de détention)
- Immobilier de rapport (SCPI,OPCI , Immobilier direct)
- Principaux dispositifs de défiscalisation immobilière

**Compétences à acquérir :****L'étudiant doit être capable de :**

- Acquérir la connaissance technique et fiscale de tous les produits d'épargne
- Définir les besoins couverts par chacun de ces placements
- Avoir la capacité de transformer une caractéristique du produit en argument commercial et/ou en avantage pour le client.
- Savoir identifier les différentes classes d'actifs
- Etre en mesure de déterminer un profil de gestion en fonction du niveau de risque accepté par le client
- Etre en mesure de choisir un mode de gestion selon le niveau de compétence et/ou d'implication du client

**Modalités de contrôle des connaissances**

## Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Ecrit et/ou Oral	60	1.5	

## Services bancaires

### Présentation

SERVICES BANCAIRES

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

Les informations essentielles liées à l'ouverture d'un compte bancaire, son fonctionnement et les moyens de paiement qui y sont rattachés, sont abordés lors de l'intervention à l'aide d'une présentation PowerPoint. Les étudiants sont amenés à prendre des notes en complément des diapositives.

**Contenus :**

- > le compte bancaire et son fonctionnement,
- > les moyens de paiement,
- > l'évolution des moyens de paiement.

**Compétences à acquérir :**

**L'étudiant doit être capable de :**

- > connaître les règles qui encadrent l'ouverture et le fonctionnement d'un compte bancaire,
- > connaître les principales caractéristiques des moyens de paiement ,
- > être en mesure d'apporter un conseil à la clientèle sur ces produits tant en équipement de nouveaux clients que de gestion du « service après- vente ».

**Modalités d'évaluation :**

Les étudiants sont évalués lors d'une séance de contrôles au moyen d'un quizz portant sur l'ensemble du programme de cette matière. La durée de l'épreuve est de l'ordre de 45 mn.

### Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Ecrit et/ou Oral	30	0.5	

## Crédits aux particuliers

### Présentation

CREDITS AUX PARTICULIERS

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

Basé sur l'échange. pas de remises de support. Il leur est indiqué les points les plus importants à retenir. Mise en situation et exemples concrets analysés ensemble. Les étudiants travaillent sur des cas concrets aussi.

**Contenus :**

#### **L'environnement juridique des crédits aux particuliers**

##### **Les crédits à la consommation**

- > Le crédit permanent
- > Le crédit classique (ou amortissable)
- > La location avec option d'achat

##### **Les crédits à l'habitat**

- > Les projets du client
- > Les types de financement à l'habitat et leur réglementation
- > Les financements bancaires : les prêts réglementés (PTZ, PAS, PC, EL), le PTH, le prêt relais, le crédit revente
- > Les prêts non bancaires et les aides de l'Etat
- > Les caractéristiques techniques de l'offre client
- > Les accessoires

##### **Les garanties**

##### **L'étude, la mise en place et la gestion d'un dossier de financement**

##### **La maîtrise du risque**

**Compétences à acquérir :**

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

- > Cerner la situation du client : son identité, sa situation financière, le profil et le comportement de ce client
- > Définir les projets, besoins, attentes et motivations du client : la catégorie, le type de besoins, le type de projet
- > Identifier les produits adaptés et les éventuelles garanties
- > Proposer, expliquer et justifier l'offre de crédit : présenter le fonctionnement du produit et les caractéristiques de l'offre et des accessoires, justifier l'adéquation de l'offre au besoin ou au projet du client
- > Mettre en place le dossier en respectant le formalisme adéquat : identifier et rassembler les pièces nécessaires, expliquer les modalités de réalisation (délai Scrivener, délai de réalisation, modalités de déblocage)

### Modalités de contrôle des connaissances

## Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Ecrit et/ou Oral	60	1	

# Garanties

## Présentation

LES GARANTIES

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

D'abord mesure des connaissances à travers questionnaire + présentation du plan. Apport d'informations, mots et phrases clés inscrites au board pour prise de notes. Remise de tableaux servant à faire la synthèse à partir de questionnaire.

**Contenus :**

Les garanties :

- Considérations générales, comprenant les droits du créancier impayé, les garanties comme moyen de couverture des risques de crédit, les garanties pour les professionnels et les entreprises

- Description des différents types de garanties : les suretés réelles, personnelles ; relation entre suretés et types de crédits ; l'entreprise, le crédit, la garantie, la loi Dutreil.

Caractéristiques du cautionnement de personnes physiques : Idem les garanties réelles, mobilières puis immobilières.

Caractéristiques des Organismes de caution mutuels. Détails de fonctionnement, modalités, cas d'école à travers l'étude d'un OCM / Crédit Logement.

**Compétences à acquérir :**

L'étudiant doit être capable de :

Connaître les différentes formes de garanties et leur association aux différents types de crédit, par rapport à leurs futurs métiers dans la banque, les règles régissant ces garanties, l'importance du formalisme juridique se rapportant à leur prise et leur inscription, ainsi que leur mise en œuvre.

## Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Ecrit et/ou Oral	120	0.75	

# Assurances

## Présentation

### ASSURANCES

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

Après une présentation du contexte de l'assurance en France (marché, acteurs, structure), les cours alterneront moments de concepts (notions juridiques, naissance – vie et fin du contrat), et travaux de groupe sur les parties technique et commerciale des contrats d'assurance de personnes (excepté l'assurance-vie vue en gestion de patrimoine) et de biens. Les documents exploités comprennent : un plan du cours, les conditions générales et particulières des principaux contrats commercialisés dans les réseaux de banque-assurance.

#### Contenus :

- Le secteur de l'assurance et son environnement sur le marché français
- Les mécanismes fondamentaux
- La vie du contrat d'assurance (approche juridique)
- L'approche technique et commerciale des principaux contrats commercialisés

#### Compétences à acquérir :

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

- Classer les différents contrats d'assurance en fonction de leurs caractéristiques
- Connaître les principaux distributeurs d'assurance
- Définir le contrat et ses modalités d'activation en fonction des événements garantis
- Définir le risque et ses conséquences sur la vie du contrat
- Se mettre en situation de vendeur et distinguer les principaux atouts de chaque contrat d'assurance proposé (assurance décès – IARD) en fonction du besoin, grâce à des notions techniques et commerciales
- Bien conseiller les clients dans une première approche des domaines de l'assurance de biens et de personnes

#### Modalités d'évaluation :

L'évaluation s'effectuera à la dernière intervention sous forme de :

- Quizz pour la partie « fondamentaux »
- Questions pour vérifier l'assimilation de certaines notions
- Situation commerciale avec des cas pratiques nécessitant de choisir un contrat dans la gamme en fonction des besoins identifiés ou créés chez le client

## Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Ecrit et/ou Oral	150	2	

## assurance des personnes

### Modalités de contrôle des connaissances

---

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Ecrit et/ou Oral	75	1	

## assurance des biens

### Modalités de contrôle des connaissances

---

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Ecrit et/ou Oral	75	1	

# Assurance vie

## Présentation

### ASSURANCE VIE

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

- Présentations Power point
- Etudes de cas, travail individuel suivi d'une correction collective

#### Contenus :

3 parties

> Aspects juridiques de l'assurance-vie

- Données de base
- Intervenants au contrat
- Assurance vie et les régimes matrimoniaux
- Clause bénéficiaire
- Démembrement
- Aménagements complémentaires
- Dénouement du contrat
- Etudes de cas

> Aspects fiscaux de l'assurance-vie

- Application des droits de succession
- Imposition des intérêts capitalisés
- Prélèvement sociaux
- Prise en compte pour l'ISF
- Etudes de cas

> Aspects financiers de l'assurance-vie

- Support de gestion patrimoniale
- Support de diversification (composition des compartiments)
- Etudes de cas

#### Compétences à acquérir :

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

- Apporter des conseils juridiques, fiscaux et financiers dans le cadre d'une gestion optimisée du contrat d'assurance- vie
- Mettre à profit les connaissances acquises sur les produits financiers, les marchés et la fiscalité (IRPP et Transmission)
- Etablir un calcul rapide de droits de succession
- Mettre a profit ses connaissances sur les régimes matrimoniaux
- Rédiger une clause bénéficiaire

- Expliquer les conséquences d'un dénouement de contrat en cas de vie et en cas de décès

## Modalités de contrôle des connaissances

---

### Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Ecrit et/ou Oral	90	0.75	

## Gestion de patrimoine

### Présentation

GESTION DE PATRIMOINE

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

- Présentations Power point
- Etudes de cas, travail individuel suivi d'une correction collective

**Contenus :**

- Découverte de la méthodologie de l'approche patrimoniale
- Eléments constitutifs et éléments d'analyse du patrimoine
- Rappel sur les régimes matrimoniaux
- Rappel sur les règles de la transmission du patrimoine
- Leur impact sur la gestion et l'optimisation du patrimoine

**Compétences à acquérir :**

**L'étudiant doit être capable de :**

- Mettre à profit les connaissances acquises sur les produits d'épargne
- Etablir un tableau de diversification du patrimoine d'un client
- Répartir les biens d'un couple en fonction de son régime matrimonial
- Déterminer un actif successoral, sa répartition entre les héritiers et calculer les droits de succession
- Définir un profil de risque
- Apporter des conseils (solutions juridiques et fiscales, placements) adaptés à une problématique patrimoniale

### Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Ecrit et/ou Oral	120	0.5	

## Gestion de la Relation Client

### Présentation

#### GESTION DE PORTEFEUILLE

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

Les notions fondamentales de la gestion d'un portefeuille de clients bancaires sont abordées lors de l'intervention à l'aide d'une présentation PowerPoint. Les étudiants sont amenés à prendre des notes en complément des diapositives.

Lors de cette même séance, les étudiants travaillent individuellement sur un cas concret reprenant les principaux indicateurs relatifs au suivi de l'activité et de la production sur un portefeuille de clients.

#### Contenus :

- > le nouveau contexte de la distribution,
- > les enjeux pour les banques,
- > les objectifs recherchés,
- > les moyens et leur mise en œuvre,
- > la gestion d'un portefeuille au quotidien,
- > les indicateurs de suivi d'un portefeuille de clients.

#### Compétences à acquérir :

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

- > comprendre l'évolution en cours des modes de distribution des produits bancaires,
- > appréhender l'organisation des portefeuilles clients au sein d'une agence bancaire,
- > identifier et choisir le bon mode de contact des clients ou prospects pour optimiser son activité commerciale,
- > connaître les indicateurs de suivi d'activité et de production que leurs managers utiliseront en guise d'appréciation de leurs performances commerciales,
- > être acteur dans l'élaboration du plan de développement sur son portefeuille (fixation des objectifs commerciaux annuels).

### Modalités de contrôle des connaissances

#### Session 1 ou session unique - Contrôle de connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Coefficient	Remarques
EC	CT	Ecrit et/ou Oral	60	0.75	