



PROGRAMME DE FORMATION

# TÉLÉCONSEILLER EN ASSURANCE

Formation théorique :

40 JOURS

280 HEURES

Tutorat :

5 JOURS

35 HEURES

# Business K Concept, votre partenaire en formation professionnelle

## Notre histoire



Fondé en 2021 par Kelly Uzan, Business K Concept se spécialise dans la formation et l'accompagnement professionnel avec une équipe issue elle-même de la reconversion professionnelle.

Grâce à notre vaste réseau d'entreprises partenaires et notre expertise sur le dispositif P.O.E.I, nous créons des parcours de formation sur mesure.

Notre approche humaine, axée sur l'accompagnement et le coaching nous permet de faciliter l'intégration des demandeurs d'emploi sur le marché du travail.

## En savoir +



### **Notre objectif**

Faciliter la reconversion professionnelle et l'insertion des demandeurs d'emploi grâce à des parcours de formation sur mesure



### **Notre engagement**

Maximiser les opportunités de formation et d'emploi, en apportant une expertise humaine et précieuse aux demandeurs d'emploi à chaque étape du processus



### **Notre ambition**

Devenir le partenaire de référence pour France Travail ainsi que pour les demandeurs d'emploi sur le dispositif P.O.E.I

# Pourquoi choisir notre organisme de formation ?

## Le candidat : notre priorité au sein de nos équipes



Business K Concept : un organisme engagé auprès de France Travail. Depuis des années, notre présence aux invitations de la Direction IDF témoigne de notre engagement et crédibilité dans le secteur, où nous soutenons tous les demandeurs d'emploi.

[Voir nos actualités](#)

# Les atouts de Business K Concept dans la mise en œuvre du dispositif POEI

Business K Concept est fortement engagé avec France Travail pour garantir la bonne réalisation du dispositif POEI.

Nous collaborons étroitement avec les agences en local et au réseau national pour offrir des formations adaptées aux demandeurs d'emploi tout en répondant aux besoins spécifiques des entreprises sur le marché.

## Notre accompagnement tout au long du processus

### Publication de l'offre d'emploi auprès de France Travail

L'employeur publie une offre d'emploi en collaboration avec France Travail. Cette offre doit clairement spécifier que le poste est accessible via une POEI.

Les points forts de BK Concept :  
Nous apportons notre soutien à France Travail en diffusant leurs offres d'emploi lors de nombreux événements de l'emploi où nous sommes présents. Cette collaboration nous permet de connecter efficacement les demandeurs d'emploi avec les entreprises qui recrutent.

### Validation des candidats par l'entreprise et constitution des dossiers avec France Travail

Après validation des candidats par l'entreprise, celle-ci initie ses demandes de POEI sur son espace France Travail. Business K Concept s'assure du bon suivi des dossiers en collaboration avec France Travail.

Les points fort de BK Concept :  
Notre équipe administrative se distingue par une réactivité exceptionnelle dans la constitution des dossiers avec France Travail. Consciente de l'importance cruciale de respecter les délais et les exigences administratives, nous nous engageons à fournir des réponses rapides et précises. Grâce à une équipe dédiée et expérimentée, nous assurons un traitement efficace et personnalisé de chaque dossier, garantissant ainsi une collaboration fluide et sans accroc avec France Travail.

### Sourcing, pré-sélection et suivi par l'organisme de formation BK Concept

France Travail identifie et présélectionne les candidats selon les critères définis par l'entreprise.

Les points forts de BK Concept :  
Notre organisme de formation peut intervenir afin d'apporter son expertise en matière de recrutement. Notre équipe est composée de chargés de recrutement spécialisés en reconversion professionnelle. Nous préparons les candidats aux entretiens de recrutement pour maximiser leurs chances de succès. Notre approche personnalisée et intensive permet de renforcer la confiance des demandeurs d'emploi, d'affiner leurs discours et leur fournir les outils pour se démarquer auprès des recruteurs.

### Entrée des candidats en formation et suivi durant tout leurs parcours

Chez BK Concept, nous nous engageons à être présents aux côtés de France Travail et de l'entreprise le jour du démarrage de la formation. Cette présence garantit que les candidats commencent dans les meilleures conditions possibles. Nous veillons à ce que chacun puisse identifier les différents interlocuteurs et disposer de toutes les informations nécessaires pour une intégration réussie.

Les points forts de BK Concept :  
Nous mettons à la disposition de nos stagiaires une plateforme Digitalisée personnalisée, où ils peuvent accéder aux supports de cours, aux mises en situation, et échanger avec notre équipe pédagogique. Une bibliothèque de cours reste accessible tout au long du parcours.

Un module spécifique de coaching individuel intitulé "Amorcer son intégration professionnelle" est mis en place à la fin de la formation théorique afin de garantir aux demandeurs d'emploi une intégration réussie au sein de l'entreprise.

Voir le module "Amorcer son intégration professionnelle"

## Tutorat en entreprise

Le "tutorat" assure un accompagnement personnalisé par un salarié expérimenté, facilitant l'acquisition des compétences nécessaires et l'intégration du candidat au sein de l'équipe.

L'entreprise peut décider de compléter le parcours de formation avec cette option.

Les points forts de BK Concept : Nous offrons un soutien sur mesure aux candidats, les aidant à s'intégrer rapidement et efficacement dans leur nouvel environnement professionnel grâce à des mises en situation concrètes tout au long de nos formations.

Nous travaillons en étroite collaboration avec les entreprises pour identifier leurs besoins spécifiques et adapter les formations en conséquence, assurant ainsi que les candidats possèdent les compétences requises dès le premier jour de tutorat.

Nos tuteurs expérimentés fournissent un accompagnement constant, facilitant l'acquisition des compétences nécessaires et assurant un suivi régulier pour garantir le succès des candidats.

Dans le cadre du secteur bancaire, nous avons mis en place un module de fin de formation spécifique pour préparer les candidats au passage de l'AMF (la certification AMF est une exigence réglementaire pour les professionnels du secteur financier en France, garantissant qu'ils possèdent les connaissances nécessaires pour exercer leurs fonctions conformément aux lois et réglementations en vigueur).

5

6

7

## Fin de la formation : bilans et signatures des contrats de travail

La dernière étape du dispositif POEI consiste en la signature des contrats, formalisant ainsi l'intégration du futur collaborateur dans l'entreprise, suivie d'un bilan complété par l'entreprise pour chaque candidat, qu'il soit embauché ou non.

Les points forts de BK Concept : La cérémonie de remise des signatures de contrats est proposée par Business K Concept et marque un moment solennel et symbolique. Cette dernière officialise les engagements pris par toutes les parties prenantes.

Vous pouvez retrouver ici un de nos événements organisé par France Travail, Caisse d'épargne Normandie et Business K Concept.

Pour en savoir plus :

[Voir le communiqué de presse](#)

## Suivi des candidats au-delà de la formation de BK Concept

Notre équipe pédagogique programme un point de suivi à 3 mois avec les candidats, qu'ils soient embauchés ou non par l'entreprise :

Un échange téléphonique est programmé pour chaque candidat avec nos équipes afin d'évaluer l'adaptation de ce dernier, de résoudre d'éventuels dysfonctionnements et de s'assurer que leurs attentes soient satisfaites.



**1**

---

## **DESCRIPTION DU PROGRAMME**



## DESCRIPTION DU PROGRAMME

---

Cette formation vise à préparer efficacement aux métiers de la relation client dans le secteur de l'assurance. Elle se compose de modules répartis comme suit :

- Compétences relationnelles et communication : techniques d'accueil, gestion de la relation client, communication omnicanale, langage professionnel.
- Vente et conseil : techniques de vente, argumentaire commercial, présentation des produits d'assurance.
- Maîtrise du secteur assurance : fondamentaux du secteur, gestion des contrats, connaissance des produits.
- Performance professionnelle : excellence téléphonique, intégration professionnelle, tutorat personnalisé.

Le parcours allie théorie, mises en pratique et accompagnement, pour une montée en compétences progressive et opérationnelle.

Nb : Le prix de la formation par participant peut varier en fonction du taux horaire du financeur (France Travail).

NB : La période de collecte de nos données pour les taux d'assiduité et satisfaction des apprenants est en cours pour la période du 01-01-2024 au 31-12-2024



2

---

## PROFIL DES STAGIAIRES ET MODALITÉS



## PROFIL DES STAGIAIRES ET MODALITÉS

### POUR QUI ?

- Doté(e) d'une bonne écoute et d'une bonne capacité à analyser le besoin.
- Vous bénéficiez d'une expérience en relation client et/ou d'une formation commerciale/vente.

### FORMATION

- Téléconseiller en assurance.

### ACCESSIBILITÉ

- Accessibilité aux personnes en situation d'handicap sous réserve de faisabilité.
- Notre politique accessibilité et handicap est disponible sur demande.

### LIMITE D'EFFECTIF

- 20 candidats.

### PRÉ-REQUIS

- Aucun diplôme requis.

### LIEU DE FORMATION

- Distanciel.

### MODALITÉS D'ACCÈS

- Avoir passé au préalable un entretien avec le pôle recrutement après vérification des pré-requis.

### DÉLAI D'ACCÈS

- 1 semaine sous réserve de la réception de l'ensemble des documents administratifs nécessaires.

### TARIF

- Formation pouvant être prise en charge par France Travail sous réserve d'acceptation du projet de POEI.

A woman with blonde hair tied back, wearing a light blue long-sleeved shirt and dark pants, is standing in a meeting room. She is pointing with a green marker at a whiteboard. The whiteboard is covered with various documents, charts, and sticky notes. One sticky note says 'Promotion'. Another says '60%'. There are also some diagrams and flowcharts on the board. The background shows a modern office environment with wooden desks and shelves.

**3**

---

## **CONTENU DU PROGRAMME DE FORMATION**

## Sommaire

MODULES	JOURS
RÉUSSIR COMME TÉLÉCONSEILLER EN ASSURANCE : STRATÉGIES ET ATTITUDES	1 JOUR / 7 HEURES
COMMUNICATION ET GESTION DE LA RELATION CLIENT	6 JOURS / 42 HEURES
TECHNIQUES DE VENTE ET ARGUMENTAIRE COMMERCIALE	10 JOURS / 70 HEURES
EXCELLENCE TÉLÉPHONIQUE : BOOSTER LA PERFORMANCE INDIVIDUELLE ET COLLECTIVE EN ASSURANCE	2 JOURS / 14 HEURES
L'EXPERIENCE CLIENT OMNICANALE EN ASSURANCE	1 JOUR / 7 HEURES
RENFORCER SON LANGAGE PROFESSIONNEL	3 JOURS / 21 JOURS
LES FONDAMENTAUX DE L'ASSURANCE	4 JOURS / 28 JOURS
GESTION DES CONTRATS ASSURANCE	3 JOURS / 21 HEURES
PRÉSENTATION DES PRODUITS D'ASSURANCE	3 JOURS / 21 HEURES
AMORCER SON INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	2 JOURS / 14 HEURES
TOTAL DES JOURS DE FORMATION	40 JOURS / 280 HEURES
TOTAL DES JOURS DE TUTORAT	2 JOURS / 14 HEURES
TOTAL DES JOURS	42 JOURS / 294 HEURES



## RÉUSSIR COMME TÉLÉCONSEILLER EN ASSURANCE : STRATÉGIES ET ATTITUDES

1 JOUR / 7 HEURES

### Accueil et Introduction

- Présentation du formateur et des participants
- Objectifs de la formation
- Importance du rôle de téléconseiller en assurance

### Comprendre le Métier de Téléconseiller

- Description des responsabilités et des attentes
- Compétences clés requises
- Évolution de la profession et opportunités de carrière

### Stratégies de Communication Efficace

- Techniques d'écoute active
- Adaptation du discours en fonction des clients
- Gestion des objections et des situations difficiles

### Attitudes Professionnelles et État d'Esprit

- Importance de l'attitude positive au travail
- Gestion du stress et de la frustration
- Développement de la résilience face aux défis

### Mise en Pratique et Cas d'Étude

- Jeux de rôle sur des scénarios typiques
- Analyse de cas d'étude de réussite en tant que téléconseiller
- Feedback en groupe

### Objectif pédagogique :

- Préparer les participants à exceller en tant que téléconseillers en assurance en développant des compétences stratégiques et des attitudes professionnelles.



## COMMUNICATION ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

6 JOURS / 42 HEURES

### JOUR 1

#### LES SPÉCIFICITÉS DE LA COMMUNICATION TÉLÉPHONIQUE DANS LE MÉTIER DE TÉLÉCONSEILLER EN ASSURANCE

##### Les Spécificités de la Communication Téléphonique

- Différents Types de Communication
  - Présentation des différents formats de communication (face-à-face, par écrit, téléphonique).
- Caractéristiques de la Communication Téléphonique
  - Importance de la voix, du ton et de l'intonation.
  - Discussion sur l'absence de langage corporel : comment compenser cela ?

##### Différences avec la Communication en Face-à-Face

- Comparaison Directe
  - Avantages et inconvénients de chaque méthode.
  - Scénarios d'utilisation de la communication téléphonique dans le secteur de l'assurance.
- Impact des Médias
  - Comment la communication téléphonique peut être influencée par les médiums technologiques (téléphone fixe, mobile..).

##### Importance de la Clarté et de la Concision

- Techniques pour une Communication Claire
  - Importance de la diction et de l'articulation.
  - Exemples de phrases claires et concises.
- Exercice Pratique
  - Simulation d'appels : les participants pratiquent la prise de contact dans un rôle jouant pour identifier les points clés de la clarté et de la concision.

##### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les spécificités de la communication téléphonique par rapport aux autres formes de communication.
- Identifier les défis et opportunités associés à ce mode de communication.
- Appréhender l'importance de la clarté et de la concision dans les échanges avec les clients.



## COMMUNICATION ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

6 JOURS / 42 HEURES

### JOUR 2 SUITE

#### TECHNIQUES D'ÉCOUTE ACTIVE

##### Introduction à l'Écoute Active

- Concept d'Écoute Active
  - Définition et importance de l'écoute active dans le métier de téléconseiller en assurance.
  - Distinction entre écoute passive et écoute active.
- Présentation des Objectifs du Jour
  - Expliquer comment l'écoute active influence la qualité du service client.

##### Techniques d'Écoute Active

- Principales Techniques
  - Regard attentif : Importance du contact visuel (même à distance).
  - Réactions non verbales : Les réponses positives à travers les intonations.
  - Techniques d'encouragement : Phrases et gestes qui montrent l'attention.
- Exercice Pratique
  - Par groupe de deux, un participant s'exprime pendant 2-3 minutes sur un sujet, l'autre met en pratique les techniques d'écoute active, puis échange de retour.

##### Reformulation des Demandes des Clients

- Importance de la Reformulation
  - Comment la reformulation aide à clarifier les besoins et à éviter les malentendus.
- Techniques de Reformulation
  - Options de reformulation : éviter la paraphrase directe pour montrer la compréhension.
  - Exemples pratiques de reformulation efficace.
- Exercice Pratique
  - Mise en situation : Les participants s'entraident pour reformuler des demandes fictives de clients.



## COMMUNICATION ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

6 JOURS / 42 HEURES

### JOUR 2 SUITE

#### TECHNIQUES D'ÉCOUTE ACTIVE

##### Développement des Compétences Empathiques

- Comprendre l'Empathie
  - Définition et valeurs de l'empathie dans la relation client.
- Techniques pour Développer l'Empathie
  - Pouvoir poser des questions ouvertes qui invitent à l'exploration des émotions.
  - Pratiquer la reconnaissance des émotions exprimées par le client.
- Exercice de Rôle
  - Scénarios d'écoute active où les participants doivent exprimer de l'empathie en répondant aux préoccupations du client fictif.

##### Objectifs pédagogiques :

- Maîtriser les techniques d'écoute active pour mieux comprendre les besoins des clients.
- Apprendre à reformuler les demandes des clients pour assurer une bonne compréhension.
- Développer des compétences empathiques pour renforcer la relation client.



## COMMUNICATION ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

6 JOURS / 42 HEURES

### JOUR 3

#### GESTION DES OBJECTIONS

##### Introduction à la Gestion des Objections

- Définition et Importance
  - Qu'est-ce qu'une objection ? Pourquoi est-elle un élément naturel dans la relation client ?
  - Impact des objections sur le processus de vente et la confiance du client.
- Présentation des Objectifs du Jour
  - Explication rapide sur les points à aborder pour doter les participants des outils nécessaires.

##### Identification et Analyse des Objections Courantes

- Types d'Objections
  - Objections liées au prix, au produit, à la concurrence, au service, et aux besoins légitimes.
- Analyse des Objections
  - Comment reconnaître certaines objections comme des opportunités cachées.
  - Étude de cas : Exemples d'objections courantes rencontrées dans le secteur de l'assurance.
- Exercice Pratique
  - Brainstorming en groupes pour lister les objections perçues et partager des expériences.

##### Techniques Efficaces pour Gérer et Surmonter les Objections

- Techniques de Gestion
  - Écouter et reconnaître l'objection : techniques d'écoute active pour montrer au client qu'il est entendu.
  - Reformuler l'objection pour clarifier le point de vue du client.
- Stratégies pour Surmonter les Objections
  - Techniques DESC : Décrire, Exprimer, Spécifier, Conséquences.
  - Offrir des solutions alternatives.
- Exercice Pratique
  - En binômes, l'un joue le rôle du client avec objections, l'autre pratique la gestion des objections. Retour et échanges sur l'expérience.



## COMMUNICATION ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

6 JOURS / 42 HEURES

### JOUR 3

#### GESTION DES OBJECTIONS

##### Transformer une Objection en Opportunité de Vente

- Comprendre le Pivôt
  - Utiliser les objections pour approfondir la conversation sur les besoins du client.
- Techniques de Transformation
  - Poser des questions ouvertes pour explorer davantage les préoccupations.
  - Présenter des avantages qui répondent directement aux objections formulées.
- Exercice de Rôle
  - Mise en situation où les participants doivent transformer une objection en opportunité en adaptant leur argumentaire.

##### Objectifs pédagogiques :

- Identifier et analyser les objections courantes que peuvent formuler les clients.
- Savoir utiliser des techniques efficaces pour gérer et surmonter les objections.
- Acquérir des compétences pour transformer une objection en opportunité de vente.



## COMMUNICATION ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

6 JOURS / 42 HEURES

### JOUR 4

#### GESTION DU STRESS ET DES CONFLITS

##### Introduction au Stress et à son Impact

- Définition du Stress
  - Qu'est-ce que le stress et comment peut-il affecter le téléconseiller ?
  - Identification des signes du stress dans un contexte professionnel.
- Impact du Stress sur la Performance
  - Influence sur la communication et la relation client.
  - Discussion sur les effets à court et à long terme du stress.

##### Stratégies de Gestion du Stress

- Techniques pour Rester Calme et Concentré
  - Respirations profondes : Exercice de respiration pour se recentrer.
  - Pratiques de pleine conscience : Introduction à la méditation rapide et à des exercices de visualisation.
- Gestion du Temps et Organisation
  - Importance de la planification et de la gestion des priorités pour réduire le stress.
- Exercice Pratique
  - Atelier sur les techniques de gestion du temps : Élaboration d'un plan de travail personnel.

##### Désamorçage des Conflits

- Comprendre les Conflits
  - Origines des conflits dans le cadre de la relation client.
  - Identification des différents types de clients difficiles.
- Techniques de Désamorçage
  - Écoute active et reformulation pour résoudre les malentendus.
  - Techniques de communication non violente (CNV).
- Exercice de Rôle
  - Mise en situation où les participants pratiquent le désamorçage d'un conflit avec un client en simulant des scénarios.



## COMMUNICATION ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

6 JOURS / 42 HEURES

### JOUR 5

#### POSTURE PROFESSIONNELLE

##### Introduction à la Posture Professionnelle

- Définition de la Posture Professionnelle
  - Qu'est-ce qu'une posture professionnelle et pourquoi est-elle essentielle dans le métier de téléconseiller ?
- Importance de la Confiance
  - Comment une posture professionnelle inspire la confiance chez le client.
- Présentation des Objectifs du Jour
  - Définir les principaux points à aborder pour renforcer la posture professionnelle.

##### Appliquer une Posture Rassurante lors des Échanges Téléphoniques

- Comportements à Adopter
  - Techniques de communication positive : comment rester ouvert et accueillant.
- Rituel d'Accueil
  - Exercice sur l'introduction et la présentation lors des appels : structures de salutations rassurantes.
- Atelier Pratique
  - Simulations d'appels où les participants pratiquent l'accueil et la prise en charge du client avec des retours entre pairs.

##### Importance du Langage Corporel et de la Tonalité de la Voix

- Langage Corporel en Communication Téléphonique
  - Bien que le langage corporel ne soit pas visible au téléphone, il influence la tonalité et l'attitude : explications et exercices.
- Tonalité de la Voix
  - Techniques pour moduler sa voix afin de transmettre chaleur, professionnalisme et compréhension.
- Exercice Pratique
  - En petits groupes, les participants doivent lire des scripts en jouant avec la tonalité et le rythme pour aborder différentes situations (clients en colère, clients satisfaits, etc.).



## COMMUNICATION ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

6 JOURS / 42 HEURES

### JOUR 5 SUITE

#### POSTURE PROFESIONNELLE

##### Techniques pour Maintenir la Confiance en Soi

- Stratégies de Renforcement de la Confiance
  - Affirmations positives et visualisations : exercices pratiques.
- Gestion des Situations Difficiles
  - Techniques pour rester calme et assertif en répondant à des objections ou en gérant des clients mécontents.
- Exercice de Rôle
  - Simulation de situations difficiles où les participants doivent faire face à des clients difficiles tout en appliquant les techniques apprises.

##### Objectifs pédagogiques :

- Appliquer une posture professionnelle et rassurante lors des échanges téléphoniques.
- Explorer l'importance du langage corporel et de la tonalité de la voix dans la communication téléphonique.
- Acquérir des techniques pour maintenir la confiance en soi face à des situations difficiles.



## COMMUNICATION ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

6 JOURS / 42 HEURES

### JOUR 6

#### TECHNIQUES D'ARGUMENTATION ET DE PERSUASION

##### **Construire un Argumentaire Impactant**

- Les Bases d'un Argumentaire Commercial Structuré Les 3 étapes clés d'un efficace (accroche, développement, clôture).
- Comment rendre un discours fluide et naturel sans réciter un script.
- Exercice : Reformulation d'un argumentaire trop long ou trop flou.

##### **Capter le Client dès les Premières Secondes**

- Techniques pour accrocher l'attention immédiatement.
- Les erreurs à éviter qui font fuir un client dès le début.
- Exercice : Création et test d'accroches commerciales.

##### **Mettre en Avant la Valeur Ajoutée Plutôt que les Caractéristiques**

- Transformer une caractéristique produit en bénéfice concret.
- L'art de simplifier son message sans dévaloriser l'offre.
- Exercice : Reformuler une fiche produit pour la rendre plus impactante.

##### **Maîtriser l'Impact Vocal et Rythmer Son Argumentaire**

- Travailler son intonation, son débit et ses pauses pour convaincre.
- Techniques pour mettre en avant les mots-clés de son argumentaire.
- Exercice : Test d'intonation et de variation de rythme.
- Bilan et Questions/Réponses.



## COMMUNICATION ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

6 JOURS / 42 HEURES

### JOUR 6 SUITE

#### TECHNIQUES D'ARGUMENTATION ET DE PERSUASION

##### Techniques Avancées de Persuasion et d'Engagement Client

- Personnaliser son Argumentaire selon le Profil Client
- Identifier rapidement le profil psychologique du client.
- Adapter son discours pour répondre à ses motivations d'achat.
- Exercice : Mise en situation avec différents types de clients.

##### Lever les Freins Psychologiques à l'Achat

- Comprendre les mécanismes de doute et d'hésitation du client.
- Techniques pour rassurer et valoriser une prise de décision rapide.
- Exercice : Analyse de cas et reformulation pour lever un frein.

##### Gérer les Moments Clés pour Maximiser l'Engagement

- Savoir quand insister et quand relâcher la pression.
- Techniques pour créer une envie d'achat sans forcer.
- Exercice : Simulations de clôture de vente avec engagement client.

##### Clôturer un Argumentaire et Provoquer une Décision

- Les phrases qui facilitent un engagement client sans brusquer.
- Comment poser une conclusion sans laisser place au doute.
- Exercice final : Scénarios de clôture d'argumentaire en binôme.
- Bilan de la Formation et Plan d'Action Personnel
- Retour sur les apprentissages clés et mise en place d'un plan d'action personnalisé.

#### Objectifs pédagogiques :

- Structurer un discours percutant et convainquant.
- Utiliser des techniques de persuasion adaptées aux téléconseillers.
- Rendre son argumentaire dynamique, fluide et engageant.
- Approfondir les techniques avancées de persuasion et de communication.



## TECHNIQUES DE VENTE ET ARGUMENTAIRE COMMERCIALE

10 JOURS / 70 HEURES

### JOUR 1

#### INTRODUCTION À LA VENTE PAR TÉLÉPHONE

##### Compréhension du rôle du téléconseiller

- Discussion sur le rôle des téléconseillers dans l'entreprise :
  - Importance du premier contact avec le client.
  - Interaction entre vente et service client.
- Présentation des compétences clés d'un bon téléconseiller : écoute, communication, persuasion.

##### Présentation du processus de vente par téléphone

- Explication des différentes phases :
  - Prise de contact, découverte des besoins, argumentation, gestion des objections, conclusion.
- Importance de la préparation et de la connaissance des produits/services.

##### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre le rôle crucial des téléconseillers dans le processus de vente.
- Évaluer le niveau de connaissance et d'expérience des participants.



## TECHNIQUES DE VENTE ET ARGUMENTAIRE COMMERCIALE

10 JOURS / 70 HEURES

### JOUR 2

#### COMPRÉHENSION DES BESOINS DU CLIENT

##### **Pourquoi Comprendre les Besoins du Client est Essentiel ?**

- Les différents types de besoins clients (explicites, implicites, latents).
- Ce que le client dit vs. ce qu'il veut vraiment.
- Exercice : Analyse d'échanges commerciaux et identification des besoins cachés.

##### **Les Techniques de Questionnement pour Détecter les Attentes**

- Les questions ouvertes vs. fermées : quand et comment les utiliser.
- Techniques pour affiner la demande du client sans être intrusif.
- Atelier : Reformuler un questionnement classique pour mieux guider l'échange.

##### **Décrypter les Indices Verbaux et Paraverbaux à Distance**

- Les signes d'hésitation, de doute ou d'intérêt dans la voix d'un client.
- Repérer les mots clés qui indiquent un besoin sous-jacent.
- Exercice : Écoute d'extraits d'appels et analyse des signaux cachés.

##### **Adapter Son Discours en Fonction du Profil Client**

- Les grands profils de clients et leurs attentes.
- Comment ajuster son discours pour être plus impactant.
- Atelier : Cas pratiques avec mises en situation.

##### **Synthétiser et Valider la Compréhension du Besoin**

- Techniques de reformulation synthétique pour conclure efficacement.
- Comment confirmer la bonne compréhension sans alourdir l'échange.
- Exercice final : Cas pratiques de reformulation et validation du besoin.

##### **Objectifs pédagogiques :**

- Apprendre à identifier rapidement les attentes réelles du client.
- Savoir poser les bonnes questions et interpréter les réponses.
- Adapter son discours en fonction du profil et du contexte du client.



## TECHNIQUES DE VENTE ET ARGUMENTAIRE COMMERCIALE

10 JOURS / 70 HEURES

### JOUR 3

#### LES TECHNIQUES D'ARGUMENTATION COMMERCIALE

##### Introduction aux techniques d'argumentation

- Présentation des éléments d'un bon argumentaire.
- Explication des attentes concernant l'argumentaire en fonction des différents profils clients.

##### Élaboration d'un argumentaire efficace

- Structurer un argumentaire : accroche, présentation, bénéfices, réponse aux objections, conclusion.
- Exemples de formulations convaincantes.
- Atelier pratique : création de votre argumentaire
- En petits groupes, les participants créent des argumentaires pour un produit/service spécifique.
- Présentation des argumentaires aux autres groupes et retour d'expérience.

##### Techniques de persuasion et d'influence

- Exploration de principes de persuasion (comme la réciprocité, la preuve sociale, l'urgence).
- Discussion sur l'éthique de la persuasion.
- Atelier : mise en pratique des techniques de persuasion
- Exercice en binômes où les participants appliquent les techniques de persuasion dans des mises en situation.
- Évaluation des techniques utilisées et retour en groupe.

##### Étude de cas sur les appels entrants

- Analyse d'appels entrants réussis.
- Identification des éléments d'argumentation qui ont conduit à la réussite de la vente.

##### Objectifs pédagogiques :

- Savoir élaborer un argumentaire de vente efficace.
- Maîtriser les techniques de persuasion et d'influence adaptées à la vente par téléphone.
- Appliquer des techniques d'argumentation lors d'études de cas sur des appels entrants.



## TECHNIQUES DE VENTE ET ARGUMENTAIRE COMMERCIALE

10 JOURS / 70 HEURES

### JOUR 4

#### LES FONDAMENTAUX DU COMPORTEMENT COMMERCIAL : ADOPTER LES BONNES ATTITUDES POUR RÉUSSIR

##### L'État d'Esprit Gagnant : Avoir la Bonne Attitude Commerciale

- Comprendre le rôle du vendeur en tant que conseiller et accompagnateur. - Développer une attitude positive et dynamique qui inspire confiance.
- Atelier : Mise en situation sur l'impact d'un bon vs. mauvais état d'esprit.

##### L'impact de la Première Impression : Créer un Climat de Confiance

- Les clés d'une introduction efficace et naturelle.
- L'importance du regard, du sourire et du langage corporel.
- Exercice pratique : S'entraîner à faire une bonne première impression.

##### Adopter une Posture de Conseil et Non de 'Vendeur Pousseur'

- Comment être un partenaire de confiance plutôt qu'un simple vendeur.
- Techniques pour amener naturellement le client à échanger.
- Mise en situation : Comparer un discours trop agressif vs. un discours fluide et engageant.

##### L'Art de Rester Engagé Tout au Long de la Vente

- Savoir garder une bonne énergie et un ton motivant tout au long de l'échange.
- Techniques simples pour rebondir et éviter de perdre le fil.
- Exercice : Analyse de situations où l'engagement d'un vendeur change l'issue d'une vente.

##### Renforcer Son Impact Commercial à Chaque Interaction

- L'importance de la constance et de l'authenticité dans son discours.
- Comment donner une image de confiance et de compétence sans trop en faire.
- Exercice final : Débrief collectif et plan d'amélioration personnel.

##### Objectifs pédagogiques :

- Aider les nouveaux téléconseillers en assurance à adopter les bonnes attitudes dès le début en leur donnant des réflexes simples et efficaces pour mieux gérer les échanges commerciaux.
- Développer une posture professionnelle et engageante face aux clients.



## TECHNIQUES DE VENTE ET ARGUMENTAIRE COMMERCIALE

10 JOURS / 70 HEURES

### JOUR 5

#### CONCLUSION DE LA VENTE

##### Techniques pour clôturer un appel

- Exploration de différentes techniques de conclusion :
  - Fermeture directe : Comment demander la vente simplement et directement.
  - Fermeture alternative : Proposer des choix au client pour faciliter la décision.
  - Fermeture assumptive : Agir comme si la vente était déjà acquise, en orientant le client vers les étapes suivantes.
- Exemples pratiques et formulation d'appels à l'action efficaces :
  - Présentation d'exemples tirés de cas réels.
  - Élaboration de formulations adaptées au produit ou service vendu.

##### Savoir quand proposer des solutions complémentaires

- Identification des moments propices pour proposer des solutions complémentaires :
  - Analyse des moments de satisfaction du client (après un besoin exprimé ou une objection surmontée).
  - Reconnaître les signaux verbaux et non verbaux du client.
- Techniques pour introduire des solutions complémentaires en douceur :
  - Comment formuler des propositions qui ajoutent de la valeur sans paraître trop insistant.
  - Exemples de phrase que les participants peuvent utiliser lors de leurs appels.

##### Atelier pratique : mise en situation de clôture

- Jeux de rôle : Les participants seront répartis en binômes, où l'un jouera le rôle du téléconseiller et l'autre celui du client.
  - Mise en pratique des différentes techniques de clôture et proposition de solutions complémentaires.

##### Objectifs pédagogiques :

- Maîtriser les techniques pour clôturer un appel de manière efficace.
- Savoir identifier les moments propices pour proposer des solutions complémentaires.
- Appliquer des exemples pratiques de clôture d'appel.



## TECHNIQUES DE VENTE ET ARGUMENTAIRE COMMERCIALE

10 JOURS / 70 HEURES

### JOUR 6 & 7

#### COMPRENDRE ET IDENTIFIER LE REBOND COMMERCIAL

##### Introduction au Rebond Commercial

- Présentation du Rebond Commercial :
  - Définition du rebond commercial.
  - Valeur ajoutée pour l'entreprise et pour le client.
  - Étude de cas : Exemples concrets de succès en rebond commercial.

##### Identification des Opportunités de Rebond

- Analyse des Besoins Clients :
  - Techniques d'écoute active pour identifier les besoins latents et explicites.
  - Lecture et interprétation des signaux d'achat.

##### Intégrer le Rebond dans les Processus de Vente :

- Stratégies pour intégrer naturellement le rebond commercial lors d'un échange client.
- Exercices pratiques : Simulations d'appels pour reconnaître les opportunités de rebond.



## TECHNIQUES DE VENTE ET ARGUMENTAIRE COMMERCIALE

10 JOURS / 70 HEURES

### JOUR 6 & 7 SUITE

#### ELABORATION ET EVALUATION DES PROPOSITIONS DE REBOND

##### Élaboration de Propositions Adaptées

- Formulation de Propositions :
  - Techniques pour présenter des produits/services complémentaires de manière persuasive mais non intrusive.
  - L'importance d'adapter chaque proposition aux spécificités du client.
- Lien Besoins Solutions :
  - Approches pour aligner les besoins identifiés avec une solution précise qui apporte de la valeur.

##### Atelier Pratique et Évaluation

- Atelier Pratique : Jeux de Rôle
  - Simulation d'appels où les participants s'entraînent à identifier et exploiter les rebonds.
  - Retour entre pairs pour partager les meilleures pratiques et conseils d'amélioration.
- Évaluation Collective :
  - Discussion sur les approches les plus efficaces selon différents profils clients.
  - Analyse collective des scénarios et des méthodes appliquées.

##### Conclusion de la Formation

- Synthèse des apprentissages.
- Présentation d'un plan d'action personnel pour intégrer le rebond commercial dans les pratiques quotidiennes.

##### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre le concept de rebond commercial et son importance dans le processus de vente.
- Identifier les occasions propices pour proposer des ventes additionnelles.
- Élaborer des stratégies spécifiques de rebond commercial adaptées aux clients.



## TECHNIQUES DE VENTE ET ARGUMENTAIRE COMMERCIALE

10 JOURS / 70 HEURES

### JOUR 8

#### PERSONNALISATION DE L'APPEL COMMERCIAL

##### Introduction à la personnalisation des appels

- Discussion sur l'importance de la personnalisation dans les ventes par téléphone et son impact sur l'expérience client.
- Présentation de statistiques prouvant l'effet positif de la personnalisation sur la satisfaction et la fidélité des clients.

##### Techniques de personnalisation

- Utilisation des données clients pour adapter les appels (historique des achats, préférences).
- Stratégies pour établir une connexion personnelle : empathie, utilisation du nom du client, rappel d'interactions passées.
- Exemples de questions pour bien cerner les besoins des clients et exercices d'écoute active.

##### Exemples pratiques de personnalisation

- Visionnage et analyse d'enregistrements d'appels avant et après personnalisation, suivi d'une discussion sur les réussites et améliorations.
- Étude de cas d'entreprises ayant réussi à intégrer la personnalisation dans leur processus de vente.

##### Atelier pratique : scénarios d'appels personnalisés

- Les participants créent des scripts d'appels en petits groupes, basés sur des profils fictifs, en utilisant des données clients et des techniques de personnalisation.
- Réalisation de jeux de rôle où un participant joue le téléconseiller et l'autre le client, suivie d'un feedback constructif pour apprendre des pratiques réussies.

##### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre l'importance de la personnalisation dans le processus de vente.
- Acquérir des techniques pour personnaliser les appels en fonction des attentes et besoins des clients.
- Pratiquer des scénarios d'appels personnalisés.



## TECHNIQUES DE VENTE ET ARGUMENTAIRE COMMERCIALE

10 JOURS / 70 HEURES

### JOUR 9

#### CONDUIRE SON APPEL DANS LES TEMPS EN TANT QUE TÉLÉCONSEILLER EN ASSURANCE

##### Importance de la Gestion du Temps

- Discussion sur l'impact des appels longs sur la productivité et la satisfaction client.
- Présentation des indicateurs clés de performance liés à la gestion du temps.

##### Techniques pour Conduire les Appels Efficacement

- Techniques d'ouverture et de conclusion de l'appel.
- Structuration de l'appel : introduction, investigation, solution, clôture.
- Utilisation de scripts flexibles pour gagner du temps tout en personnalisant l'interaction.

##### Communication et Écoute Active

- Exercices pratiques pour améliorer l'écoute active.
- Techniques pour clarifier et reformuler les demandes des clients rapidement.

##### Gestion des Interruptions et des Déviations

- Comment éviter les digressions et recentrer le client sur l'objectif de l'appel.
- Stratégies pour gérer les appels difficiles ou émotionnels sans perdre de temps.

##### Mise en Pratique

- Jeux de rôles pour appliquer les techniques apprises.
- Feedback constructif entre participants.

##### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre l'importance de la gestion du temps dans les appels téléphoniques.
- Acquérir des techniques pour conduire les appels rapidement tout en maintenant la qualité du service.
- Développer des compétences de communication et d'écoute active.



## TECHNIQUES DE VENTE ET ARGUMENTAIRE COMMERCIALE

10 JOURS / 70 HEURES

### JOUR 10

#### JEUX DE RÔLE ET MISES EN SITUATION

##### Introduction aux jeux de rôle

- Présentation de l'objectif des jeux de rôle dans le cadre de la formation.
- Importance de la simulation pour renforcer la confiance et les compétences.

##### Mise en situation : scénarios d'appels entrants

- Les participants sont divisés en petits groupes pour jouer des scénarios d'appels entrants.
- Chaque participant joue le rôle de téléconseiller et de client, en se concentrant sur l'écoute active et la personnalisation.

##### Feedback immédiat

- Retour en groupe sur les performances, en mettant l'accent sur les forces et les axes d'amélioration.
- Discussions sur les différentes approches utilisées et leur efficacité.

##### Mise en situation : scénarios d'appels sortants

- Répétition de l'exercice en jouant des scénarios d'appels sortants, en intégrant les techniques de clôture et de rebond commercial.
- Utilisation de scripts élaborés lors des sessions précédentes.

##### Feedback collectif

- Retour d'expérience sur les appels sortants, avec évaluation des résultats et des points d'amélioration.
- Discussions sur les sentiments et les émotions ressentis pendant ces simulations.

##### Objectifs pédagogiques :

- Mettre en pratique les techniques de vente et de gestion des appels appris lors des sessions précédentes.
- Améliorer les compétences de communication et de gestion des objections en simulant des scénarios réalistes.
- Recevoir un retour constructif sur les performances individuelles.



## EXCELLENCE TÉLÉPHONIQUE : BOOSTER LA PERFORMANCE INDIVIDUELLE ET COLLECTIVE EN ASSURANCE

2 JOURS / 14 HEURES

### JOUR 1

#### PERFORMANCES INDIVIDUELLES

##### Introduction à la performance individuelle

- Importance de la performance individuelle dans le secteur des assurances.
- Présentation des objectifs de la journée.

##### Compétences clés pour un téléconseiller performant

- La reformulation rapide, communication et empathie.
- Techniques de reformulation synthétique (miroir, résumé, implicative), comment orienter le client sans s'éterniser, exercices pratiques.
- Techniques de vente adaptées aux produits d'assurance.

##### Gestion du temps et productivité personnelle

- Stratégies de gestion du temps pour maximiser l'efficacité.
- Outils pour suivre ses performances individuelles.
- Atelier pratique : Auto-évaluation et plan de développement personnel
- Chaque participant réalise un auto-diagnostic de ses compétences.
- Élaboration d'un plan d'action personnel pour améliorer ses performances.

##### Partage d'expériences et conseils

- Forum de discussion sur les défis rencontrés et les astuces de chacun.
- Importance des retours constructifs.

#### Objectifs pédagogiques :

- Développer les compétences individuelles pour maximiser la performance en appel.
- Favoriser la synergie d'équipe pour améliorer les résultats collectifs.
- Mettre en place des méthodes et outils concrets pour mesurer et optimiser la performance.



## EXCELLENCE TÉLÉPHONIQUE : BOOSTER LA PERFORMANCE INDIVIDUELLE ET COLLECTIVE EN ASSURANCE

2 JOURS / 14 HEURES

### JOUR 2

#### PERFORMANCES COLLECTIVES

##### Introduction à la performance collective

- Lien entre performance individuelle et collective.
- Présentation des objectifs de la journée.

##### Cohésion d'équipe et communication efficace

- Importance d'une bonne communication pour une équipe performante.
- Techniques pour renforcer la cohésion d'équipe.
- Résolution de Problèmes Collectifs
- Techniques de brainstorming et de prise de décision collective.

##### Motivation et Engagement d'Équipe

- Facteurs de motivation collective.
- Comment s'engager et engage les autres dans des objectifs communs.

##### Mise en place d'objectifs d'équipe

- Comment définir des objectifs collectifs alignés avec les objectifs individuels.
- Importance de l'engagement de chacun dans la réalisation de ces objectifs.

##### Atelier pratique : Stratégies pour améliorer la performance collective

- Brainstorming en groupes pour identifier des stratégies collectives.
- Présentation des stratégies et élaboration d'un plan d'action team-building.
- Mesure de la performance : Indicateurs et suivi
- Présentation des KPI pour évaluer la performance individuelle et collective.
- Importance du suivi régulier et des ajustements basés sur les résultats.

##### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre l'importance de la performance collective et son impact sur les résultats d'équipe.
- Renforcer la cohésion d'équipe grâce à des techniques de communication efficaces.
- Définir des objectifs collectifs alignés avec les objectifs individuels et favoriser l'implication de chacun.
- Établir des stratégies d'amélioration collective et apprendre à mesurer la performance avec des indicateurs clés (KPI).



## L'EXPERIENCE CLIENT OMNICANALE EN ASSURANCE

1 JOUR / 7 HEURES

### **Panorama des Canaux de Communication au sein de l'entreprise**

- Présentation des différents canaux disponibles pour le client :
  - Téléphone
  - Agences physiques
  - Espace client en ligne
  - E-mails et formulaires de contact
  - Réseaux sociaux et avis clients
  - Chatbot et messageries instantanées
  - Exercice : Identifier les avantages et inconvénients de chaque canal.

### **Le Parcours Client : Comprendre le Changement de Canal**

- Exploration des parcours typiques des clients exemple : recherche d'information en ligne → appel au Téléconseiller).
- Identification des raisons pour lesquelles un client pourrait changer de canal.
- Analyse des attentes du client selon le canal choisi.
- Atelier : Reconstituer le parcours d'un client et identifier les points clés d'amélioration.

### **Le Rôle Clé du Téléconseiller dans une Expérience Omnicanale Réussie**

- Description des attentes du client envers le Chargé de Clientèle en complément des outils en ligne.
- L'effet "waouh" : apporter une véritable valeur ajoutée par l'interaction humaine.
- Exercice : Simulation d'une prise en charge où un client a d'ores et déjà utilisé plusieurs canaux.

### **Fluidifier la Relation Client en Tenant Compte des Interactions Précédentes**

- Bonnes pratiques pour éviter de faire répéter les clients.
- Techniques pour valoriser et utiliser les informations déjà obtenues sur d'autres canaux.
- Exercice : Adapter son discours en fonction du canal précédemment utilisé par le client.

### **Anticiper et Orienter : Aider le Client à Choisir le Bon Canal**

- Stratégies pour décider quand proposer un canal digital ou gérer directement par téléphone.
- Exemples de formulations pour expliquer sans imposer un changement de canal.
- Atelier : Reformulation et recommandations adaptées à divers scénarios clients.



## L'EXPERIENCE CLIENT OMNICANALE EN ASSURANCE

1 JOUR / 7 HEURES

### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les différents canaux de communication mis à disposition des clients.
- Identifier les forces et limites de chaque canal (téléphone, e-mail, chat, réseaux sociaux, espace client...).
- Valoriser le rôle du téléconseiller et son impact sur l'expérience client omnicanale.



## RENFORCER SON LANGAGE PROFESSIONNEL

3 JOURS / 21 HEURES

### JOUR 1

#### COMPÉTENCES ÉCRITES EN FRANCAIS

##### Accueil et Introduction

- Présentation des objectifs de la formation.
- Échanges sur les attentes des participants.

##### Les Fondamentaux de la Rédaction Professionnelle

- Importance de la clarté et de la concision.
- Présentation des différences entre langage courant et langage professionnel.

##### Grammaire et Orthographe

- Règles de base de la grammaire française.
- Exercices pratiques sur l'orthographe et les pièges à éviter.

##### Rédaction de Courriers et E-mails Professionnels

- Structure d'un e-mail ou d'un courrier : salutation, corps du texte, conclusion.
- Atelier : Rédaction d'un e-mail à un client fictif.

##### Rédaction de Rapports et de Synthèses

- Techniques pour synthétiser des informations complexes.
- Mise en pratique : Écriture d'un petit rapport sur une situation client.

##### Questions/Réponses et Conclusion de la Journée

- Retour sur les compétences acquises et les exercices réalisés.

#### Objectifs pédagogiques :

- Développer des compétences en rédaction professionnelle.
- Maîtriser la grammaire, l'orthographe et la syntaxe.
- Rédiger des documents clairs et concis adaptés au secteur de l'assurance.



## RENFORCER SON LANGAGE PROFESSIONNEL

3 JOURS / 21 HEURES

### JOUR 2

#### COMPÉTENCES ORALES EN FRANCAIS

- Importance de la communication orale dans le métier de téléconseiller.
- Présentation des éléments clés de la communication réussie : articulation, ton, rythme.

#### Techniques de Prise de Parole

- Structurer une présentation orale : introduction, développement, conclusion.
- Exercices pratiques pour renforcer l'aisance à l'oral.

#### Écoute Active et Reformulation

- Techniques pour pratiquer l'écoute active.
- Simulations d'appels pour mettre en pratique la reformulation et poser des questions ouvertes.

#### Gérer des Conversations Difficiles

- Stratégies pour gérer des clients mécontents ou en désaccord.
- Exercices de jeux de rôle pour pratiquer ces situations en contexte.

#### Questions/Réponses et Conclusion de la Journée

- Discussion sur les défis rencontrés lors des exercices pratiques.

#### Objectifs pédagogiques :

- Améliorer la prise de parole en public et au téléphone.
- Développer des compétences d'écoute active et de reformulation.
- Apprendre à gérer des conversations difficiles avec des clients.



## RENFORCER SON LANGAGE PROFESSIONNEL

3 JOURS / 21 HEURES

### JOUR 3

#### RENFORCER SON LANGAGE PROFESSIONNEL : MISE EN PRATIQUE

##### Ateliers Pratiques : Écriture et Communication

- Exercice d'intégration des compétences : préparer un e-mail destiné à un client fictif, puis le présenter oralement à l'ensemble du groupe.
- Mise en pratique de la clarification des attentes du client par des échanges oraux, en utilisant des techniques d'écoute active.

##### Élaboration d'Argumentaires de Vente

- Techniques pour construire un argumentaire adapté aux produits d'assurance en tenant compte des attentes et des besoins spécifiques du client.
- Atelier de rédaction de son argumentaire, suivi de mises en situation et de présentations orales de cet argumentaire devant ses pairs pour obtenir des retours constructifs.

##### Simulations Intégrées

- Scénarios où les participants doivent gérer des appels clients tout en prenant des notes et en rédigeant des réponses appropriées. Les situations incluront des demandes de renseignements, des objections ou des réclamations.
- Feedback et analyse des performances de chaque participant pour identifier les points forts et les axes d'amélioration potentiels.

##### Évaluation Finale et Plan de Développement Personnel

- Évaluation des compétences acquises durant la formation à travers des tests pratiques en petit groupe.
- Élaboration d'un plan de développement personnel : identification des compétences à renforcer et des ressources nécessaires, ainsi que des actions concrètes à mettre en place pour continuer à progresser dans le domaine de la communication écrite et orale.



## RENFORCER SON LANGAGE PROFESSIONNEL

3 JOURS / 21 HEURES

### JOUR 3

#### Repérage des Fautes dans ses Écrits :

- Exercice pratique : Analyse de textes pour repérer les fautes courantes.
- Mise en situation : Rédaction d'un e-mail professionnel en appliquant les règles de grammaire étudiées.

#### Améliorer son Expression Orale :

- Enrichir son Vocabulaire et son Expression
- Exposé : Techniques pour enrichir son vocabulaire professionnel.
- Atelier : Exercices d'enrichissement lexical à travers des jeux de mots.

#### Améliorer sa Prononciation :

- Exercice pratique : Atelier de prononciation avec des phrases ciblées.
- Jeu de rôle : Simulation de situations professionnelles favorisant l'utilisation des nouveaux vocabulaires et la pratique de l'intonation.

#### Objectifs pédagogiques :

- Intégrer les compétences écrites et orales afin de créer un discours professionnel cohérent.
- Apprendre à adapter le langage en fonction des différents types de clients.
- Évaluer son progrès et établir des axes d'amélioration pour le développement personnel et professionnel.
- Améliorer le langage professionnel des conseillers en assurance en renforçant leur maîtrise de la langue française, en enrichissant leur vocabulaire et en optimisant leur expression écrite et orale



## LES FONDAMENTAUX DE L'ASSURANCE

9 JOURS / 63 HEURES

### JOUR 1 à 3

#### INTRODUCTION AU SECTEUR DE L'ASSURANCE

##### Accueil et Présentation des Objectifs

- Introduction des participants et de l'animateur.
- Présentation des objectifs et de l'agenda de la formation.

##### Historique du Secteur de l'Assurance

- Évolution du marché de l'assurance au fil des décennies.
- Impact des innovations technologiques sur le secteur.

##### Les Fondamentaux de l'Assurance

- Concepts clés : risque, principe de mutualisation, primes, sinistres.
- Différences entre assurance vie, assurance non-vie et assurance santé.

##### Rôles et Acteurs du Secteur

- Présentation des différents acteurs : assureurs, courtiers, régulateurs, etc.
- Analyse des différents métiers liés à l'assurance.

##### Enjeux Actuels du Secteur de l'Assurance

- Défis liés à la digitalisation et à la cybersécurité.
- Responsabilité sociétale des entreprises (RSE) dans l'assurance.

##### Questions/Réponses et Conclusion de la Journée

- Échanges sur les apprentissages de la journée et retour d'expérience des participants.

##### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre l'histoire et l'évolution du secteur de l'assurance.
- Identifier et expliquer les concepts fondamentaux de l'assurance, tels que le risque et la mutualisation.
- Reconnaître les différents acteurs du secteur de l'assurance et leurs rôles respectifs.
- Analyser les enjeux actuels et futurs du marché de l'assurance en lien avec la technologie et la RSE.



## LES FONDAMENTAUX DE L'ASSURANCE

9 JOURS / 63 HEURES

### JOUR 4

#### RGPD ET LUTTE CONTRE LE BLANCHIMENT D'ARGENT (LCB)

##### Introduction au RGPD

- Présentation des principes fondamentaux du RGPD.
- Implications du RGPD pour les professionnels de l'assurance et protection des données.

##### L'Impact du RGPD sur le Traitement des Données

- Étude des obligations liées à la collecte et au traitement des données clients.
- Cas pratiques sur la gestion des consentements et des droits des clients.

##### Lutte Contre le Blanchiment d'Argent (LCB)

- Introduction aux principes de la lutte contre le blanchiment d'argent.
- Les obligations des professionnels du secteur de l'assurance en matière de LCB.
- Études de cas sur l'identification des comportements suspects et les procédures à suivre.

##### Intégration du RGPD et de la LCB dans les Pratiques Quotidiennes

- Analyse des synergies entre les obligations RGPD et LCB.
- Techniques pour intégrer ces réglementations dans le quotidien du conseiller en assurance.
- Exemple de mise en œuvre d'une procédure conforme.

##### Questions/Réponses et Conclusion de la Formation

- Discussion ouverte sur les thèmes abordés lors des quatre jours de formation.
- Retours d'expérience des participants et échange sur leur application future.
- Remise de supports de formation et de ressources complémentaires pour approfondir les connaissances.

##### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les principes fondamentaux du RGPD et leur application dans le secteur de l'assurance.
- Identifier les obligations liées au traitement des données personnelles des clients dans le respect du RGPD.
- Assimiler les principes de la lutte contre le blanchiment d'argent (LCB) et comprendre son importance pour le secteur.
- Analyser l'impact des réglementations en matière de RGPD et de LCB sur les pratiques professionnelles.



## LES FONDAMENTAUX DE L'ASSURANCE

9 JOURS / 63 HEURES

### JOUR 4 à 8

#### PRINCIPES GÉNÉRAUX ET OBLIGATIONS LÉGALES + DEVOIR DE CONSEIL

##### Cadre Juridique de l'Assurance

- Obligations légales des assureurs et des conseillers en assurance.
- Étude des lois et réglementations applicables dans le secteur de l'assurance.

##### Le Devoir de Conseil

- Importance du devoir de conseil dans la relation client.
- Techniques pour évaluer les besoins des clients et formuler des conseils adaptés.

##### Gestion des Réclamations et des Litiges

- Processus de gestion des réclamations.
- Techniques pour résoudre les conflits avec les clients.

##### Éthique et Déontologie Professionnelle

- Importance de l'éthique dans le conseil en assurance.
- Études de cas illustrant des dilemmes éthiques.

##### Questions/Réponses et Conclusion de la Journée

- Échanges et retours d'expérience des participants sur les obligations légales.

##### Objectifs pédagogiques :

- Connaître le cadre juridique régissant le secteur de l'assurance et les obligations des acteurs.
- Évaluer l'importance du devoir de conseil et savoir comment le mettre en pratique dans la relation client.
- Maîtriser les techniques de gestion des réclamations et des litiges avec les clients.
- Intégrer les principes d'éthique et de déontologie dans les pratiques professionnelles.



## LES FONDAMENTAUX DE L'ASSURANCE

9 JOURS / 63 HEURES

### JOUR 8 à 9

#### TYOLOGIE DES ASSURANCES

##### Introduction aux Différents Types d'Assurances

- Présentation des différentes catégories d'assurances existantes.
- Analyse des caractéristiques et des fonctions de chaque type d'assurance.

##### Assurance de Biens

- Détails des assurances habitation, automobile, et entreprise.
- Étude de cas sur les sinistres liés aux biens assurés.

##### Assurance de Personnes

- Présentation de l'assurance vie, assurance santé, et incapacité de travail.
- Importance des garanties et clauses spécifiques dans ces types d'assurances.

##### Innovations et Nouvelles Typologies d'Assurance

- Étude des assurances cyber, assurances paramétriques, etc.
- Impact des nouvelles technologies sur les produits d'assurance.

##### Questions/Réponses et Conclusion de la Journée

- Discussion autour des types d'assurances abordés et des retours des participants.

#### Objectifs pédagogiques :

- Identifier les différentes typologies d'assurances et leurs caractéristiques spécifiques.
- Analyser en profondeur les assurances de biens et de personnes, ainsi que leurs implications pour les clients.
- Reconnaître les innovations dans le domaine de l'assurance et comprendre leur impact sur le marché.
- Appliquer des études de cas pour mieux appréhender les concepts abordés.



## GESTION DES CONTRATS ASSURANCE

3 JOURS / 21 HEURES

### JOUR 1

#### LES GRANDES ÉTAPES DU CONTRAT D'ASSURANCE

##### Introduction au Contrat d'Assurance

- Définition et typologie des contrats d'assurance.
- Importance du contrat dans la relation entre l'assureur et l'assuré.

##### Les Étapes de la Souscription

- Déclarations précontractuelles et informations nécessaires.
- Analyse du questionnaire de santé et des conditions d'adhésion.
- Risques et exclusions.

##### La Rédaction et la Validation du Contrat

- Rédaction des clauses contractuelles.
- Vérification des conditions spécifiques et exigences légales.
- Importance de la lisibilité et de la compréhension pour le client.

##### La Gestion des Modifications et Résiliations

- Processus de modification des contrats.
- Conditions de résiliation et ses implications pour les clients.

##### Questions/Réponses et Conclusion de la Journée

- Échanges sur les points clés et retour d'expérience des participants.

#### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les différentes étapes du processus contractuel en assurance.
- Identifier les éléments clés de chaque étape du contrat.
- Maîtriser les procédures de souscription et les obligations associées.



## GESTION DES CONTRATS ASSURANCE

3 JOURS / 21 HEURES

### JOUR 2

#### GESTION DES DEMANDES CLIENTS

##### Comprendre les Besoins des Clients

- Identification des besoins et des attentes des clients.
- Techniques pour poser des questions ouvertes et actives.

##### Gestion des Demandes Courantes

- Processus de gestion des demandes d'information, de devis et de modification de contrat.
- Matérialisation des différentes étapes du traitement d'une demande.

##### Traitement des Réclamations

- Identification des différents types de réclamations.
- Outils et méthodes pour gérer les réclamations efficacement.
- Techniques de communication en situations difficiles.

##### Renforcer la Relation Client

- Importance de l'empathie et de la personnalisation dans le service client.
- Suivi client et programmes de fidélisation.

##### Questions/Réponses et Conclusion de la Journée

- Discussion autour des défis rencontrés et des meilleures pratiques en gestion des demandes clients.

#### Objectifs pédagogiques :

- Développer des compétences en communication pour la gestion des demandes clients.
- Maîtriser les techniques de traitement des demandes et des réclamations.
- Savoir répondre aux objections et renforcer la satisfaction client.



## GESTION DES CONTRATS ASSURANCE

3 JOURS / 21 HEURES

### JOUR 3

#### APPROFONDISSEMENT DE LA GESTION DES CONTRATS D'ASSURANCE

##### Suivi de la Performance des Contrats

- Indicateurs de performance clés et suivi des sinistres.
- Analyse des contrats à risque élevé et gestion proactive.

##### Outils et Technologies pour la Gestion des Contrats

- Présentation des logiciels et systèmes de gestion des contrats.
- Avantages de l'utilisation des technologies numériques dans le traitement des contrats.

##### Études de Cas Pratiques

- Analyse de cas concrets de gestion des contrats d'assurance.
- Solutions et recommandations basées sur des situations réelles.

##### Mise en Place d'Actions d'Amélioration

- Stratégies d'optimisation des processus de gestion des contrats.
- Discussion sur les meilleures pratiques à adopter.

##### Questions/Réponses et Conclusion de la Formation

- Bilan des apprentissages des trois jours et évaluation de la formation.
- Remise de ressources complémentaires et d'outils pour la pratique future.

#### Objectifs pédagogiques :

- Approfondir les connaissances sur la gestion des contrats d'assurance tout au long de leur cycle de vie.
- Mettre en œuvre des stratégies pour optimiser la gestion et le suivi des contrats.



## PRÉSENTATION DES PRODUITS D'ASSURANCE

3 JOURS / 21 HEURES

### JOUR 1

#### L'ASSURANCE HABITATION

##### Introduction à l'Assurance Habitation

- Définition de l'assurance habitation et son rôle.
- Différents types d'assurance habitation : locataire, propriétaire, copropriété.

##### Garanties et Franchise

- Analyse des garanties de base (incendie, vol, dégâts des eaux).
- Examen des options complémentaires (responsabilité civile, protection juridique).
- Importance des franchises et leur impact sur le contrat.

##### Études de Cas et Scénarios Pratiques

- Exemples de sinistres courants et de leur gestion.
- Identification des besoins clients à partir de scénarios réels.

##### Rédaction d'une Proposition d'Assurance

- Techniques de vente et élaboration d'une proposition personnalisée.
- Simulation de rendez-vous client pour présenter une assurance habitation.

##### Questions/Réponses et Conclusion de la Journée

- Discussion sur les apprentissages et retours d'expérience des participants.

#### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les principales caractéristiques de l'assurance habitation.
- Identifier les garanties incluses et les options disponibles dans les contrats d'assurance habitation.
- Savoir rédiger des propositions adaptées aux besoins des clients.



## PRÉSENTATION DES PRODUITS D'ASSURANCE

3 JOURS / 21 HEURES

### JOUR 2

#### LES ASSURANCES DU QUOTIDIEN : FONCTIONNEMENT ET COUVERTURE

##### Introduction à l'Assurance Accidents et Famille

- Définition et importance de l'assurance accidents, d'hospitalisation et engagement de responsabilité civile.
- Exemples d'accidents couverts par ces contrats.

##### Garanties et Options

- Analyse des différentes garanties disponibles (décès, invalidité, hospitalisation).
- Options complémentaires : assistance, prise en charge des frais médicaux, etc.

##### Protection Juridique

- Définition et avantages de l'assurance protection juridique.
- Les différents domaines couverts (conflits familiaux, litiges professionnels).

##### Études de Cas Pratiques

- Analyse de scénarios d'accidents et de litiges pour mieux appréhender les couvertures.
- Mise en situation pour définir les garanties nécessaires dans chaque cas.

##### Questions/Réponses et Conclusion de la Journée

- Retour d'expérience des participants et partage de bonnes pratiques dans la vente de ces produits.

#### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les spécificités des assurances accidents et famille.
- Identifier les différentes garanties et couvertures disponibles.
- Être capable de conseiller les clients de manière efficace sur les protections juridiques.



## PRÉSENTATION DES PRODUITS D'ASSURANCE

3 JOURS / 21 HEURES

### JOUR 3

#### ADAPTER SON ARGUMENTAIRE PRODUIT SELON LE BESOIN DU CLIENT

##### Identifier les Besoins des Clients

- Techniques pour poser les bonnes questions et écouter activement.
- Outils d'évaluation des besoins en assurance via des fiches de bilan.

##### Adapter Son Argumentaire

- Méthodes pour personnaliser l'argumentaire produit selon le profil client (famille, jeune actif, retraité).
- Importance de mettre en avant les garanties et options pertinentes.

##### Techniques de Négociation et de Conviction

- Stratégies pour surmonter les objections et conclure une vente.
- Études de cas sur les objections courantes et les réponses appropriées.

##### Simulation de Vente

- Exercices pratiques en binômes pour adapter l'argumentaire sur des scénarios variés.
- Feedback entre participants sur les approches utilisées.

#### Objectifs pédagogiques :

- Savoir analyser les besoins des clients pour mieux orienter leurs choix d'assurance.
- Adapter l'argumentaire produit en fonction des profils et attentes spécifiques des clients.
- Pratiquer des techniques de vente efficaces et personnalisées.



## AMORCER SON INTÉGRATION PROFESSIONNELLE : COACHING INDIVIDUEL

2 JOURS / 14 HEURES

### JOUR 1

#### RÉUSSIR SES PREMIERS PAS EN ENTREPRISE

##### Comprendre la culture d'entreprise et ses codes

- Décryptage des valeurs et attentes dans l'environnement professionnel.
- Les différents styles de management et d'équipes.
- Comment observer et s'adapter aux codes informels.

##### Faire bonne impression dès le premier jour

- Les premiers échanges clés : présentation aux collègues, premiers contacts.
- L'importance du non-verbal et de l'attitude positive.
- Exercice pratique : se présenter de manière professionnelle et engageante.

##### Adopter les bons réflexes pour s'intégrer rapidement

- Comment poser les bonnes questions sans paraître perdu ?
- Gérer la période d'observation et d'apprentissage.
- Exercice en binôme : simulation d'un échange avec un collègue.

##### Identifier les attentes de son manager et de l'équipe

- Comprendre les objectifs et priorités dès le départ.
- Techniques pour gagner en crédibilité rapidement.
- Étude de cas : analyse d'un bon et d'un mauvais démarrage en entreprise.

#### Objectifs pédagogiques :

- Préparer les participants à réussir leur intégration en entreprise en leur donnant des clés pratiques pour bien s'adapter à leur équipe et à la culture d'entreprise.
- Favoriser une montée en compétences rapide et une prise de poste fluide.



## AMORCER SON INTÉGRATION PROFESSIONNELLE : COACHING INDIVIDUEL

2 JOURS / 14 HEURES

### JOUR 2

#### CONSTRUIRE SON IMAGE ET MONTER EN COMPÉTENCES RAPIDEMENT

##### Construire son image professionnelle

- L'importance de l'apparence dans le milieu professionnel.
- Adapter sa tenue selon le secteur d'activité et la culture d'entreprise.
- Différences entre un dress code formel, semi-formel et casual professionnel.
- Pièges à éviter : tenues inadaptées, négligence, accessoires trop marqués.
- Exercice interactif : étude d'images de tenues professionnelles adaptées ou inadaptées.

##### Communication et intégration dans l'équipe

- Comment s'intégrer dans la dynamique d'équipe ?
- Les pièges à éviter : se comparer aux autres, rester trop en retrait, s'imposer trop vite.
- Jeu de rôle : réagir face à différentes situations d'intégration.

##### Développer son réseau interne

- Créer des relations positives avec les bonnes personnes.
- L'art du small talk en entreprise : comment entretenir des échanges naturels ?
- Mise en situation : briser la glace avec un collègue ou un supérieur.

##### Clôture et plan d'action personnel

- Établir ses propres objectifs d'intégration : que mettre en place dès la première semaine.
- Feedback collectif et coaching express pour ajuster son approche.
- Évaluation de la formation et échanges sur les attentes des participants.

##### Objectifs pédagogiques :

- Préparer les participants à réussir leur intégration en entreprise en leur donnant des clés pratiques pour bien s'adapter à leur équipe et à la culture d'entreprise.
- Favoriser une montée en compétences rapide et une prise de poste fluide.

A young woman with voluminous curly hair and glasses is smiling while working on a laptop. She is wearing a light blue striped button-down shirt over a white t-shirt. The background shows a wooden shelf with books and a small potted plant.

4

---

**DISPOSITIF DE SUIVI  
ET ÉVALUATION  
DES ACQUIS**



## DISPOSITIF DE SUIVI ET ÉVALUATION DES ACQUIS

### DÉBUT DE FORMATION

L'évaluation de début de formation permet d'étudier les fondements du parcours coconstruit avec le stagiaire pour définir les objectifs, les étapes, l'organisation et le contenu de la formation afin de sécuriser son parcours. Test de connexion 2 jours avant début de formation.

### PENDANT LA FORMATION

L'évaluation s'effectue, sous forme de QCM, quiz, tests de connaissances, études de cas individuelles ou en sous-groupe, cas pratique.

Le formateur tient au courant les stagiaires sur les critères de réussites et du seuil minimum pour les questionnaires.

Des corrigés types sont fournis et les réponses aux questions explicitées.

Des points réguliers individuels sont effectués afin de détecter les axes d'améliorations des candidats et de les rendre plus autonomes.

Le formateur traite les réclamations afin d'adapter et de sécuriser leurs parcours de formation. Le pôle ingénierie pédagogique assure le suivi et recueille les enquêtes de satisfaction.

### FIN DE FORMATION

L'évaluation de fin de formation permet d'évaluer le stagiaire sur ses compétences (Acquises, non acquises, mesures de soutien nécessaire, non évaluable)

Il prépare ensuite les entretiens individuels afin de faire un point sur chacun des candidats et leurs parcours.

Les évaluations de ces derniers est transmise à leurs futurs employeurs.



5

---

MOYENS PÉDAGOGIQUES



## MOYENS PÉDAGOGIQUES

---

- Travaux individuels ou en groupe.
- Les supports de cours seront mis à disposition de chaque apprenant par un lien de connexion.
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.
- Atelier de formation construit dans un esprit pragmatique, où l'action domine la théorie. Les exercices pratiques et mises en situation alternent entre les cas «réalistes » et les cas «déalés» pour permettre à chacun de prendre le recul nécessaire et d'intégrer les outils et les meilleures pratiques.
- La pédagogie est progressive et évolutive, suivant « brique sur brique » ce qui a été acquis précédemment pour un apprentissage exponentiel, renforcé et complet.
- La formation est animée par plusieurs formateurs BK Concept sélectionnés pour leur expertise métier mais aussi leur savoir-faire et leurs savoir être pédagogique.
- La formation est nourrie d'apports théoriques et ponctuée d'exercices pragmatiques et ludiques, de réflexion individuelle, de travail en sous-groupe et de jeux de rôles.

# L'équipe Business K Concept

Business K Concept est un centre de formation agréé Qualiopi spécialisé dans le recrutement et la formation sur le marché de l'emploi en France.

Pour ce faire, nous avons au sein de notre équipe pédagogique des professionnels qui ont exercé ces métiers au quotidien.

Nous assurons de façon continue la transmission des savoirs et des savoir-faire à nos candidats.

Pour toute demande d'information, vous pouvez joindre nos équipes.



## **CEO**

Mme Uzan Kelly au 01 80 89 32 45

Mail : [kelly.uzan@bkconcept-france.com](mailto:kelly.uzan@bkconcept-france.com)



## **Direction & Finance**

Mme Abitbol Cathy au 01 80 89 32 45

Mail : [cathy.abitbol@bkconcept-france.com](mailto:cathy.abitbol@bkconcept-france.com)



## **Direction & Finance**

Mme Hamidi Sandrine au 01.80.89.32.45

Mail : [sandrine.hamidi@bkconcept-france.com](mailto:sandrine.hamidi@bkconcept-france.com)



## **Administratif**

### **Référente Qualité & handicap**

Mme Davignon Eurydice au 01 80 89 48 22

Mail : [eurydice.davignon@bkconcept-france.com](mailto:eurydice.davignon@bkconcept-france.com)

