



## CQP CONSEILLER MUTUALISTE COLLECTIF

Référence :	Durée :	Niveau :	Modalités :	Tarifs :
AP206	45 jours - 315 h	Niveau 6 ou Bac+3	Présentiel ou à distance	5160,00 €

### LIEUX ET DATES :

### PARIS

- Du 01/10/2025 au 03/04/2026

### OBJECTIFS

- Développer un portefeuille d'adhérents.
- Établir et entretenir la relation commerciale avec les adhérents par des prises de contact et des retours d'information réguliers.
- Analyser les activités de ses prospects et de ses adhérents, l'évolution de leurs besoins afin de proposer des offres adaptées.
- Évaluer le potentiel de développement de son activité.
- Répondre à des appels d'offres en respectant les cahiers des charges afin de proposer des prestations et des services adaptés dans le cadre des dispositions négociées par les branches professionnelles.

### Métiers préparés :

Métiers visés : Métiers de la branche mutualité

- Conseiller mutualiste professionnels
- Conseiller entreprises
- Chargé de développement contrats collectifs
- Chargé de clientèle entreprises
- Conseiller professionnel « TNS/TPE »
- Délégué commercial entreprises

## **Information complémentaire :**

Toutes nos sessions sont désormais disponibles en présentiel ou à distance.

Vous souhaitez suivre une formation à distance ?

Inscrivez-vous à la session et indiquez-nous la modalité de participation que vous souhaitez par mail à [mo-inscriptions@ifpass.fr](mailto:mo-inscriptions@ifpass.fr)

Pas de date disponible ? contactez-nous à [mo-inscriptions@ifpass.f](mailto:mo-inscriptions@ifpass.f)

**Consultez le taux de satisfaction de nos formations**  
[ici >>](#)

## **POINTS FORTS**

### **Modalités pédagogiques :**

Un accompagnement personnalisé.

Des journées training pour préparer les épreuves de validation.

L'obtention d'un titre RNCP.

Les formateurs sont des professionnels de la Mutualité, formateurs experts de l'Ifpass.

### **Formateur(s) :**

Des professionnels de la Mutualité, formateurs experts de l'Ifpass.

### **Les plus de la formation :**

La formation peut être suivie en session continue ou discontinue (alternance).

## **PROGRAMME**

Unité 1 : Assurer l'accueil des clients / adhérents (98 heures)

A. Mutualité et son environnement juridique (28 heures)

1. Valoriser l'image de la mutualité auprès des clients, adhérents et partenaires de la mutuelle  
connaissance du secteur des mutuelles et de leur environnement

2. Réglementation liée au code de la mutualité, à la santé et à la prévoyance  
code de la mutualité et réglementation

B. Offres (14 heures)

1. Offre de la mutuelle en faveur des entreprises et des particuliers  
protection sociale en prévoyance et retraite

2. Offre de la mutuelle en faveur des entreprises et des particuliers  
offre globale : Santé, Prévoyance, Epargne, Retraite

C. Cibles, particulier, travailleur non salarié, entreprise (14 heures)

1. Particulier

2. Travailleur non salarié

3. Entreprise

D. Concurrents (7heures)

1. Mutuelles

2. Institutions de prévoyance

3. Assureurs et bancassureurs

4. Courtiers

E. Communication (28 heures)

1. Techniques de communication adaptées en face-à-face et au téléphone auprès des particuliers et des entreprises.
  - a) fondamentaux de la communication
  - b) communication écrite
  - c) fondamentaux de la relation client au téléphone
- F. Outils et moyens techniques, les outils numériques du service commercial et des clients ou prospects (7 heures)
  1. Smartphone, tablette, ordinateur
  2. Internet, sites et blogs, réseaux sociaux, applis
  3. Réseau informatique
  4. Plateforme téléphonique
  5. CRM (Customer Relationship Management) ou SIC (Système Informations Clients)
  6. Logiciels administratifs et logistiques (RH, déplacement, budgets, frais etc.)

Unité 2 : Construire un plan d'actions commerciales (21 heures)

- A. Veille marché
- B. Construire un plan d'actions commerciale
- C. Importance du marketing
- D. Adaptation du plan d'action commerciale
  1. Construire son propre plan d'action commercial, en adéquation avec les objectifs et les plans de la mutuelle (plan stratégique et plan de développement).
  2. Entreprise dans l'entreprise, concept de sa propre « business unit »
  3. Optimiser les éléments de business plan (cibles, offres) à l'aide des outils à disposition (services internes, partenaires, internet, CRM...)
  4. Automatisation et digitalisation des processus

Unité 3 : Mettre en œuvre les actions commerciales (84 heures)

- A. Marché (7 heures)
  1. Analyser le marché et proposer des actions de développement (7 heures), L'analyse du marché
    - a) analyse de l'environnement concurrentiel
    - b) analyse des besoins en fonction des marchés
    - c) comparaison des offre du marché
    - d) sources d'information
    - e) interpréter l'information
    - f) établir un plan de développement en cohérence avec l'analyse effectuée
    - g) organisation et suivi de la veille marché
  2. Offres
    - a) complémentaire santé
    - b) prévoyance complémentaire
    - c) garanties Accidents de la Vie
    - d) dépendance
    - e) épargne et la retraite
  3. Vente
    - a) prospection
    - b) préparation
    - c) prise de contact avec le client, le prospect
    - d) découvrir les besoins et attentes du client
    - e) argumenter pour convaincre (Caractéristique Avantage Preuve)
    - f) expérience client
    - g) pratiquer l'écoute active
    - h) traiter les objections
    - i) conclure la vente, Obtenir l'engagement du client
    - j) recommandation
  4. fidélisation
    - a) faire du téléphone un outil privilégié de fidélisation
    - b) techniques de service après-vente et fidélisation en face à face
  5. Outils
    - a) maîtrise des réseaux sociaux
    - b) notions de marketing opérationnel et d'Outils d'Aide à la vente
    - c) prise de parole en public
- B. Vers l'entreprise et les prescripteurs (7 heures)
  1. Aspects juridiques des contrats collectifs

- 2. Formalisme des contrats collectifs
- 3. Animer un réseau de prescripteurs
- 4. Se créer un réseau de prescripteur
- C. Vers le courtage, Vente par intermédiaires (7 heures)
  - 1. Courtage définition
  - 2. Us et coutumes du courtage
  - 3. Animation d'un réseau de courtiers
  - 4. PRM (Partner Relationship Management) outil de pilotage de la relation partenaire

**Unité 4 : Commercialiser une offre mutualiste collective (63 heures)**

- A. Sélectionner une offre adaptée à la situation et aux besoins d'une entreprise (14 heures)
  - 1. Panorama des régimes de protection sociale : santé/prévoyance
  - 2. Marché collectif
- B. Négocier avec une entreprise une offre multiproduct dans le respect de la réglementation en vigueur (14 heures)
  - 1. Marché collectif : L'environnement de l'offre santé/prévoyance
  - 2. Marché collectif : Environnement et offre retraite et épargne salariale
- C. Utiliser des techniques commerciales pour vendre des contrats adaptés aux besoins des adhérents et prospects (14 heures)
  - 1. Vente et négociation de contrats collectifs
  - 2. Proposer une offre en fonction des typologies d'entreprises et d'interlocuteurs
  - 3. Compte de résultat
- D. Optimiser son organisation et ses visites auprès des entreprises (7 heures)
  - 1. Gestion du temps
  - 2. Gestion des ressources
- E. Suivre et fidéliser un portefeuille d'entreprises (14 heures)
  - 1. Optimiser le suivi des visites
  - 2. Fidélisation

**Unité 5 : Piloter son activité commerciale (35 heures)**

- A. Planifier et coordonner son activité commerciale (14 heures)
  - 1. Prendre en considération les objectifs commerciaux
  - 2. Planifier son activité commerciale
  - 3. Analyser son activité commerciale
  - 4. Piloter la gestion administrative et financière des contrats
  - 5. Coordonner son activité avec les différents services de la mutuelle
- B. Suivre et analyser son activité commerciale en utilisant les outils de suivi et de gestion administrative et commerciale, le reporting (14 heures)
  - 1. Utiliser des bases de données (fichiers, CRM...)
  - 2. Elaborer un reporting
  - 3. Analyser les résultats
  - 4. Tableau de reporting
- C. Reporting et tableau de bord (7 heures)
  - 1. Recentrer les objectifs
  - 2. Définir les KPI et ratios utiles
  - 3. Maîtriser les extractions des outils type CRM
  - 4. Proposer des processus de programmation d'actions
  - 5. Proposer des modèles de rapports de reporting
  - 6. Concevoir un tableau de bord
  - 7. Liens avec le service marketing (marketing automation)

**Validation des acquis :**

Sur le poste de travail, en contrôle continu pendant la formation et avec le Jury final.

Un certificat sera remis en cas de succès aux épreuves de validation

**Personnalisation parcours :**

Un accompagnement personnalisé.

Des journées training pour préparer les épreuves de validation.

## PUBLIC

Salariés de la Branche exerçant le métier ou accédant au métier.  
Jeunes ou adultes en contrat de professionnalisation.

**Nos formations sont accessibles aux candidats en situation de handicap :** L'IFPASS met en place des aménagements techniques ainsi qu'un accompagnement humain adapté en fonction du besoin du candidat.  
[Veuillez consulter notre fiche d'information sur l'accueil des personnes en situation de handicap - ici.](#)

## PRÉ-REQUIS

Le candidat doit avoir une expérience professionnelle dans le secteur de la mutualité, ou pouvoir justifier d'un niveau bac.

### **Modalité d'accès :**

- Les préinscriptions se font en ligne sur notre site ou par mail à [mo-inscriptions@ifpass.fr](mailto:mo-inscriptions@ifpass.fr) au moins 1 jour avant le début de la formation.
- Toutes les démarches administratives et financières doivent être réglées avant le début de la formation. Veuillez noter qu'en cas de demande de financement à un organisme financeur, la démarche de prise en charge est à réaliser par le candidat ou l'entreprise et doivent être réalisées à l'avance
- Les formations sont confirmées 3 semaines avant le début de la formation.

•

## TARIFS ET FINANCEMENTS

5160,00 €

Exonérés de TVA

>> Je finance ce CQP avec mon CPF : accès direct à mon compte formation, cliquez ici !

## CONTACT

[mo-inscriptions@ifpass.fr](mailto:mo-inscriptions@ifpass.fr) / 01 47 76 58 70

Généré le 01/02/2026 à 17:11