



## CQP CONSEILLER MUTUALISTE INDIVIDUEL

Référence :	Durée :	Niveau :	Modalités :	Tarifs :
AP207	36 jours - 252 h	Niveau 6 ou Bac+3	Présentiel ou à distance	4152,00 €

### LIEUX ET DATES :

#### PARIS

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

### OBJECTIFS

- Accueillir et conseiller les adhérents et les prospects à partir d'une analyse globale de leur situation et leur vendre des contrats adaptés à leurs besoins dans différents domaines de la protection sociale (santé, prévoyance, épargne, retraite...).
- Conduire des actions ciblées dans le cadre de campagnes de prospection ou de fidélisation dans le but de générer des flux au sein de l'agence.
- Identifier toutes les opportunités susceptibles de déboucher sur des contrats collectifs.

### Métiers préparés :

Métiers de la Branche Mutualité

### 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.fr](mailto:mo-inscriptions@ifpass.fr)**

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

## POINTS FORTS

### **Modalités pédagogiques :**

L'obtention d'un titre RNCP.

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

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

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

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

## PROGRAMME

[Consulter le RNCP sur le site France compétences >>](#)

### **Programme**

#### **Unité 1 : Assurer l'accueil des clients / adhérents (112 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
2. Protection sociale en prévoyance et retraite
3. Offre de la mutuelle en faveur des entreprises et des particuliers
4. 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 (7 heures)**

1. Mutuelles
2. Institutions de prévoyance
3. Assureurs et bancassureurs
4. Courtiers

##### **E. Communication techniques de communication adaptées en face-à-face et au téléphone auprès des particuliers et des entreprises, (28 heures)**

1. Fondamentaux de la communication
2. Communication écrite
3. 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, les 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.)

**G.Accueil physique en agence, l'accueil physique en entreprise : 1 enjeu stratégique (7 heures)**

1. Quel que soit le type de visiteurs à accueillir, les méthodes de base varient peu et peuvent se résumer en 3 concepts :
2. Importance de la première impression
3. 7 éléments clés de l'accueil client

**H.Notion d'Unité Commerciale, l'agence (7 heures)**

1. Merchandising, configuration de l'agence
2. Zone de chalandise
3. Animations commerciales
4. Publicité sur le Lieu de Vente
5. Digitalisation, « phygitalisation »
- 6 Décentralisation du marketing vers le local

**Unité 2 : Construire un plan d'actions commerciales veille marché et plan, d'actions de développement (14 heures)****A. Veille marché**

- B. Construire un plan d'actions commerciale**
- C. Importance du marketing**

**Unité 3 : Mettre en œuvre les actions commerciales (77 heures)****A. Marché, analyser le marché et proposer des actions de développement (7 heures)**

1. Analyse de l'environnement concurrentiel
2. Analyse des besoins en fonction des marchés
3. Comparaison des offres du marché
4. Sources d'information
5. Interpréter l'information
6. Etablir un plan de développement en cohérence avec l'analyse effectuée
7. Organisation et suivi de la veille marché

**B. Offres, proposer une offre multi produit de protection sociale, L'offre « Prévoyance », (21 heures)**

1. Complémentaire santé
2. Prévoyance complémentaire
3. Garanties Accidents de la Vie
4. Dépendance
5. Epargne et la retraite

**C. Vente, utiliser des techniques commerciales pour vendre des contrats adaptés aux besoins des adhérents et des prospects, la vente en face à face : de la prospection à la recommandation, (21 heures)**

1. Prospection
2. Préparation
3. Prise de contact avec le client, le prospect
4. Se présenter
5. Créer la relation dès les premiers instants (règle des 4 x 20)
6. Se synchroniser avec son client, prospect
7. Découvrir les besoins et attentes du client
8. Argumenter pour convaincre (Caractéristique Avantage Preuve)
9. Expérience client
10. Pratiquer l'écoute active
11. Conclure la vente, Obtenir l'engagement du client
12. Recommandation

**D. Fidélisation, mettre en œuvre des actions de fidélisation (14 heures)**

1. Faire du téléphone un outil privilégié de fidélisation
2. Techniques de service après-vente et fidélisation en face à face

**E. Outils (7 heures)**

1. Maîtrise des réseaux sociaux
2. Notions de marketing opérationnel et d'Outils d'Aide à la vente
3. Prise de parole en public

## **G.vers l'entreprise et les prescripteurs (7 heures)**

1. Aspects juridiques des contrats collectifs (notions, détail 5)
2. Formalisme des contrats collectifs
3. Animer un réseau de prescripteurs
4. Se créer un réseau de prescripteurs

## **Unité 4 : 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. Le 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.

**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 ou d'une expérience professionnelle équivalente

### **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**

4152,00 €

Exonérés de TVA

>> Je finance cette formation avec mon CPF

### **CONTACT**

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

Généré le 01/02/2026 à 18:37