



CQP CHARGÉ DE RELATION CLIENTS À DISTANCE

Référence :	Durée :	Niveau :	Modalités :	Tarifs :
AP209	31 jours - 217 h	Bases	Présentiel ou à distance	3592,00 €

LIEUX ET DATES :

PARIS

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

OBJECTIFS

- Traiter les appels entrants et sortants de la mutuelle avec la plus grande qualité d'accueil.
- Participer au développement de la mutuelle en élargissant et fidélisant le portefeuille par une prospection active et un rebond commercial dans un objectif de multi-détention, et prendre en charge les demandes d'adhérents ou de prospects effectuées à distance.
- Traiter les réclamations et répondre aux demandes d'information sur la compréhension d'un dossier et/ou la situation personnelle des adhérents.
- Assurer l'accueil téléphonique des adhérents et des partenaires, les orienter, les conseiller.
- Exécuter les actes de gestion liés à certains appels en respectant les normes de production.
- Effectuer des appels sortants dans le cadre d'opérations de mutualisation, de fidélisation et d'enquêtes de satisfaction.
- S'adapter aux situations de stress notamment liées à la gestion des flux d'appels entrants.
-
- **Métiers préparés :**

Métiers visés : Métiers de la branche mutualité

- Chargé/e de relation à distance

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

Pas de date disponible ? contactez-nous à mo-inscriptions@ifpass.fr

Consultez le taux de satisfaction de nos formations
ici >>

POINTS FORTS

Modalités pédagogiques :

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

Formateur(s) :

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

PROGRAMME

UNITE 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
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, le particulier, le travailleur non salarié, l'entreprise (14 heures)

1. Particulier

2. Travailleur non salarié

3. Entreprises

D. Concurrents (7 heures)

1. Mutuelles

2. Assureurs et bancassureurs

3. Institutions de prévoyance

E. Communication (28 heures)

1. Fondamentaux de la communication

2. Communication écrite

3. Fondamentaux de la relation client au téléphone

F. Outils et moyens techniques (7 heures)

1. Smartphone, la tablette, l'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 (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

UNITE 2 : Organiser ses activités et mobiliser les systèmes informatisés (14 heures)

A. Gestion du temps (7heures)
B. Gestion des ressources (7 heures)

UNITE 3 : Mettre en œuvre les actions commerciales (77 heures)

A. Analyse du marché (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 (21 heures)
1. Complémentaire santé
2. Prévoyance complémentaire
3. Garanties Accidents de la Vie
4. Dépendance
5. Epargne et la retraite

C. 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. 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. Traiter les objections
12. Conclure la vente, Obtenir l'engagement du client
13. Recommandation

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

1. Faire du téléphone un outil privilégié de fidélisation
2. Se servir du téléphone comme outil de fidélisation

E. Outils (7 heures)

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

Validation des acquis :

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

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

Personalisation 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

Pas de pré-requis.

Modalité d'accès :

- Les préinscriptions se font en ligne sur notre site ou par mail à 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

3592,00 €

Exonérés de TVA

CONTACT

mo-inscriptions@ifpass.fr / 01 47 76 58 70

Généré le 01/02/2026 à 18:37