

VAE

LICENCE CHARGÉ DE CLIENTÈLE ASSURANCES

Licence Professionnelle - Assurance, banque, finance : chargé de clientèle – RNCP 30181

L'Ifpass propose, en partenariat avec l'université Paris 13, la Licence professionnelle Chargé de Clientèle Assurances, alliant expertise de la relation client et maîtrise de l'ensemble des produits d'assurance (particuliers et professionnels).

À l'issue de sa formation, le détenteur de cette licence saura conseiller des clients/prospects, et vendre des produits de bancassurance.

PRÉREQUIS

- Tout public
- 1 an d'expérience dans la certification visée

DURÉE D'ACCOMPAGNEMENT

- Vous bénéficiez de 21 h d'accompagnement sur 1 an

DÉROULÉ D'ACCOMPAGNEMENT

Le planning est défini par l'accompagnateur au début du parcours.

- Atelier méthodologique : 7 h (IUT)
- Rendez-vous d'accompagnement : 10 h
- Atelier préparation au jury : 4 h (IUT)

MODALITES D'INSCRIPTION

- Co-recevabilité étudiée par l'Université et l'Ifpass
- 170 € de frais d'inscription est demandé par l'université quand le dossier de recevabilité est accepté

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Le candidat doit déposer le Livret 2 et il sera reçu en soutenance par un jury.
- Soutenance en Juin et Décembre.
- Pour certaines certifications, une épreuve de mise en situation peut être demandée.
- Résultat à l'issue de la délibération du jury.
- Envoi du diplôme par l'Université.

TARIFS

3 000 € (+ 170 € de frais d'inscription)

CHIFFRES CLEFS 2020

14
candidats présentés

79 %
de réussite à l'examen

LICENCE CHARGÉ DE CLIENTÈLE ASSURANCES

Délivré par l'Université Paris 13 code RNCP : 30181 – Intitulé Licence Professionnelle - Assurance, banque, finance : chargé de clientèle - Niveau 6 - Code NSF 313 (Finances, banque, assurances, immobilier)

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

N° ET INTITULÉ DU BLOC	LISTE DE COMPÉTENCES
ENVIRONNEMENT DE L'ASSURANCE	<ul style="list-style-type: none">• Identifier et caractériser les porteurs de risques (organismes habilités) et mettre en évidence la multiplicité des acteurs sur le marché de l'assurance• Différencier les acteurs de la distribution de l'assurance• Caractériser l'organisation de la profession• Cerner l'organisation du contrôle de l'activité d'assurance• Caractériser l'opération d'assurance• Différencier les modes de gestion des cotisations et les prestations d'assurance• Dissocier les techniques de division du risque• Mettre en évidence les impératifs d'une gestion prudentielle• Cerner le fonctionnement des entreprises d'assurance• Analyser les indicateurs de la santé financière de l'entreprise d'assurance• Mettre en œuvre les mesures réglementaires en cas de cessation d'activité• Identifier et caractériser les régimes matrimoniaux et leurs incidences sur la transmission du patrimoine• Prendre en compte les règles successorales afin d'utiliser l'assurance vie comme outil de la gestion de patrimoine• Mettre en exergue les faiblesses des régimes sociaux• Maîtriser les notions fiscales afin de mesurer l'impact fiscal sur le patrimoine et les motivations de souscription du client• Distinguer les placements concurrentiels et les actifs, supports des cotisations• Elaborer le bilan patrimonial du particulier• Analyser les comptes et la situation fiscale du TNS, de la TPE pour élaborer une solution assurantielle
PRATIQUE DE L'ACTIVITE D'ASSURANCE	<ul style="list-style-type: none">• Identifier et caractériser les produits d'assurance permettant la mise en œuvre d'une solution client• Identifier et caractériser les services complémentaires proposés par les assureurs• Différencier les différents acteurs intervenant dans les services associés• Proposer et apporter un service au client en complément des réponses assurantielles• Aider le client à choisir le financement le plus adapté à sa situation• Identifier les besoins des entreprises• Adapter les garanties aux spécificités des professionnels• Mettre en œuvre les moyens de prévention nécessaires• Répondre aux besoins de protection des personnes au sein de l'entreprise• Respecter les obligations d'informations et le devoir de conseil• Identifier les conditions de formation du contrat• Caractériser les conditions de résiliation du contrat• Appliquer les clauses du contrat• Différencier et mettre en œuvre les obligations des parties.
COMMERCIALISATION DE L'ASSURANCE	<ul style="list-style-type: none">• Déterminer et analyser l'environnement de l'entreprise, de l'action commerciale• Utiliser la communication média dans la relation client• Caractériser la clientèle• Adapter l'offre, situer son action dans la stratégie commerciale• Maîtriser l'offre globale• Utiliser les promotions de vente pour mettre en place le PAC• Créer et utiliser les outils de communication hors média (publipostages, téléphone,...)• Prendre en compte les notions d'image personnelle et professionnelle, de marqueurs sociaux• Intégrer les techniques d'improvisation, de créativité et les différents registres de langage• Se connaître soi-même pour accroître l'efficacité relationnelle grâce à une meilleure compréhension de ses potentialités et des sources de blocage• Gérer un planning, gérer les priorités• Maîtriser les techniques de questionnement• Analyser les besoins complexes et enjeux élevés d'une vente en B to B• Promouvoir des solutions à forte valeur ajoutée• Organiser, programmer, vivre et mesurer son action de prospection• Communiquer en anglais• Identifier les compétences nécessaires• Cerner les enjeux du management• Situer la structure commerciale par rapport à la concurrence• Identifier et mettre en œuvre les outils du management• Différencier les composantes de la rémunération• Mettre en œuvre l'évaluation des commerciaux et de leur action• Evaluer les résultats des campagnes de prospection• Favoriser la communication, la collecte et le retour d'informations

N° ET INTITULÉ DU BLOC	LISTE DE COMPÉTENCES
UNITE PROFESSIONNELLE	<ul style="list-style-type: none"> · Identifier un besoin d'une entreprise du secteur de l'assurance qui devient le commanditaire d'un projet · Travailler en groupe · Mobiliser les compétences nécessaires et les moyens adéquats · Produire et justifier un projet d'action ou d'études · Produire des résultats, les analyser, définir des recommandations · Identifier un besoin d'un client et développer une stratégie pour y répondre · Prendre de la distance vis-à-vis de son activité professionnelle · Mettre en évidence les compétences développées pendant l'année · Réfléchir sur le fonctionnement et les éventuels dysfonctionnements et/ou axes de progression de son service/entreprise