

CQP CHARGÉ D'ACCUEIL ET RELATION CLIENTS-ADHÉRENTS

Référence :	Durée :	Niveau :	Modalités :	Tarifs :
AP210	35 jours - 238 h	Niveau 5 ou Bac+2	Présentiel ou à distance	3932,00 €

LIEUX ET DATES :

A distance

- Du 02/10/2024 au 02/04/2025

PARIS

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

OBJECTIFS

- Accueillir, orienter, conseiller différentes catégories d'interlocuteurs dans le cadre d'une communication multicanal.
- Traiter les demandes de différentes catégories d'interlocuteurs dans le respect des procédures en vigueur.
- Valoriser l'image de l'entreprise mutualiste auprès des clients-adhérents, des prospects, des professionnels de santé.
- Effectuer différentes démarches dans le cadre d'actions de développement ou de fidélisation.
- Présenter et promouvoir la gamme de produits, de prestations et de services auprès de ses interlocuteurs en fonction de leurs besoins.
- Mettre à jour la base de données clients-adhérents/prospects.
- Entretenir ses connaissances sur la réglementation en vigueur.

Métiers préparés :

Métiers visés : Métiers de la branche mutualité

- Chargé(e) d'accueil et de relation clients-adhérents,
- Agent d'accueil,
- Chargé(e) d'accueil et de développement,
- Chargé d'accueil commercial,
- Conseiller agence

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 :

L'obtention d'un titre RNCP.

La formation peut être suivie en session continue ou discontinue.

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

Unité 2 : Piloter son activité commerciale (28 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)

UNITE 3 : Organiser ses activités et mobiliser les systèmes informatisés (14 heures)

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

UNITE 4 : Mettre en œuvre les actions commerciales (70 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

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 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

3932,00 €

Exonérés de TVA

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

CONTACT

mo-inscriptions@ifpass.fr / [01 47 76 58 70](tel:0147765870)

Généré le 23/02/2025 à 08:00