



INSCAM - École de Commerce

CFA - Centre de
Formation des Apprentis

PROGRAMME

CONSEILLER DE CLIENTELE EN ASSURANCES ET PRODUITS FINANCIERS

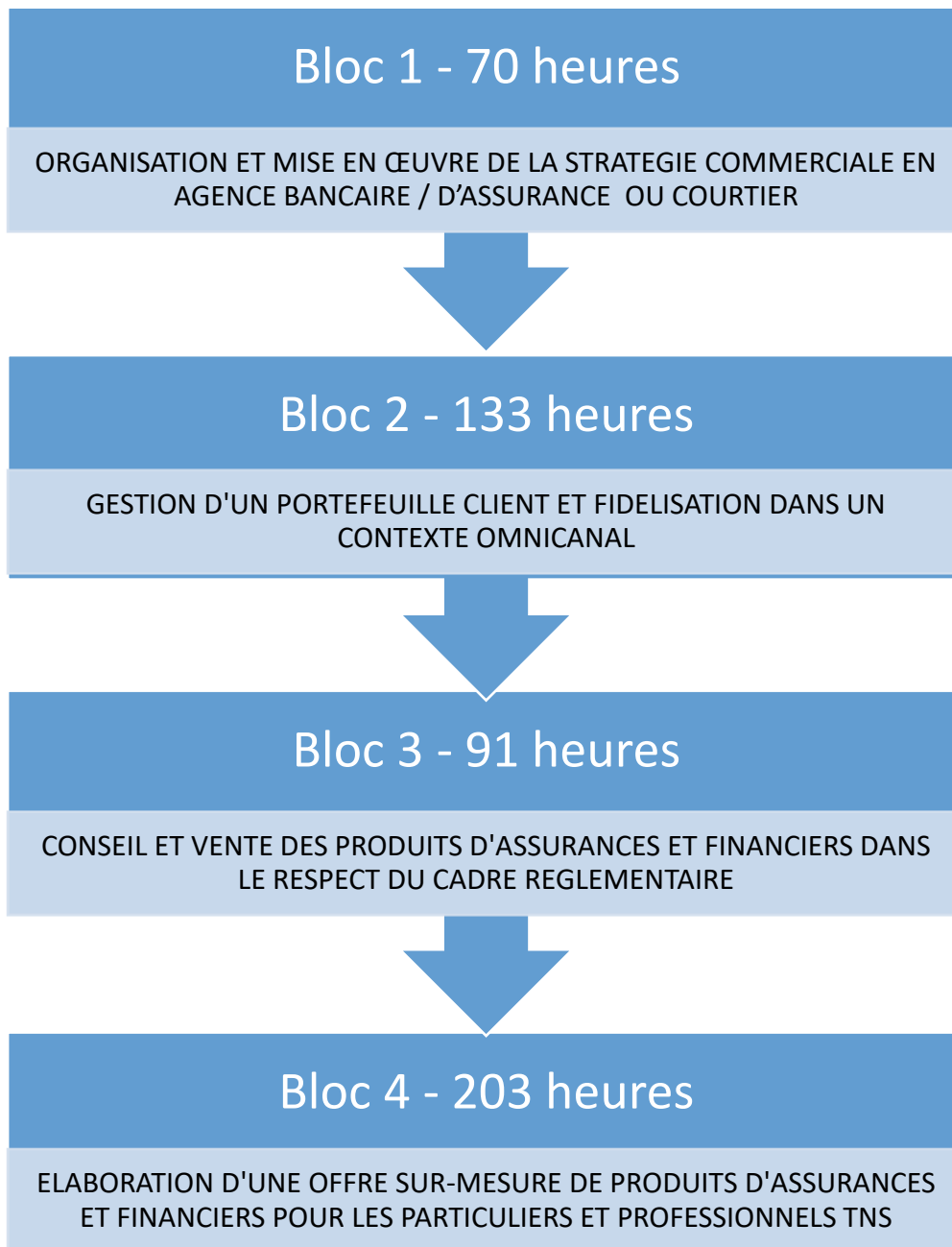
RENTREE 2022/2023

Certification professionnelle "Conseiller de Clientèle en Assurances et Produits Financiers" enregistrée pour 3 ans au RNCP (Fiche RNCP 36144) sur décision du directeur de France Compétence suite à l'avis de la commission de la certification professionnelle du 26/01/2022, au niveau de qualification 6, avec le code NSF 313 sous l'intitulé « Conseiller de Clientèle en Assurances et Produits Financiers » avec effet jusqu'au 26/01/2025, délivré par SOGESTE – GROUPE ESCCOT, l'organisme certificateur. Cette certification professionnelle est constituée de 4 blocs de compétences. Les blocs de compétences représentent une modalité d'accès modulaire et progressive à la certification, dans le cadre d'un parcours de formation ou d'un processus de VAE, ou d'une combinatoire de ces modalités d'accès

SOMMAIRE

I.	TABLE DES MATIERES	
II.	PRESENTATION DE LA FORMATION.....	2
III.	REFERENTIEL.....	3
	BLOC1 - ORGANISATION ET MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE COMMERCIALE EN AGENCE BANCAIRE / D'ASSURANCE OU COURTIER.....	3
	1. COMPETENCES	3
	2. CONTENU.....	3
	BLOC2 - GESTION D'UN PORTEFEUILLE CLIENT ET FIDELISATION DANS UN CONTEXTE OMNICANAL	5
	1. COMPETENCES	5
	2. CONTENU.....	5
	BLOC3 - CONSEIL ET VENTE DES PRODUITS D'ASSURANCES ET FINANCIERS DANS LE RESPECT DU CADRE REGLEMENTAIRE.....	8
	1. COMPETENCES	8
	2. CONTENU.....	8
	BLOC4 - ELABORATION D'UNE OFFRE SUR-MESURE DE PRODUITS D'ASSURANCES ET FINANCIERS POUR LES PARTICULIERS ET PROFESSIONNELS TNS	11
	1. COMPETENCES	11
	2. CONTENU.....	11

II. PRESENTATION DE LA FORMATION



III. REFERENTIEL

BLOC1 - ORGANISATION ET MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE COMMERCIALE EN AGENCE BANCAIRE / D'ASSURANCE OU COURTIER

1. COMPETENCES

- C1.1- Situer son activité dans l'organisation globale de l'assurance et de la banque en France, dans le respect du code monétaire et financier, ou des codes des assurances et de la mutualité, afin d'assumer pleinement son rôle dans un environnement concurrentiel et réglementaire en constante évolution.
- C1.2- Réaliser un diagnostic stratégique, à partir d'outils adaptés, afin d'identifier les leviers d'actions les plus intéressants pour l'agence bancaire/d'assurance face à son marché au niveau local en cohérence avec la clientèle des particuliers et professionnels TNS (artisans, commerçants, professions libérales).
- C1.3.1-Formaliser les objectifs de vente et identifier les moyens et ressources nécessaires (budgétaires, humaines, matérielles...), à l'aide d'outils de planification, afin d'opérationnaliser la démarche commerciale à mettre en œuvre et accompagner l'équipe dans le déploiement du plan d'actions commercial.
- C1.3.2- Organiser l'activité commerciale, à l'aide d'indicateurs de performance et de gestion fiables et en utilisant les logiciels de suivi d'activité/reporting, pour mesurer la rentabilité de l'activité commerciale et suivre l'évolution du portefeuille clients.

2. CONTENU

- **Mise en place des pratiques réglementaires et des services dédiés.** **7h**

C1.1 Situer son activité dans l'organisation globale de l'assurance et de la banque en France, dans le respect du code monétaire et financier, ou des codes des assurances et de la mutualité, afin d'assumer pleinement son rôle dans un environnement concurrentiel et réglementaire en constante évolution.

Veille réglementaire : la réglementation en vigueur et ses évolutions (DDA, loi Hamon et résiliation infra-annuelle, loi Bourquin, loi PACTE...)

Connaissance des services connexes (assistance, services d'information, réseaux partenaires...) pour prévenir les risques de commercialisation inadaptée.

Analyse concurrentielle du secteur bancaire/assurantiel changeant

- **Réalisation d'un diagnostic stratégique adapté à la clientèle ciblée par l'agence bancaire/d'assurance.** **17.5h**

C1.2 Réaliser un diagnostic stratégique, à partir d'outils adaptés, afin d'identifier les leviers d'actions les plus intéressants pour l'agence bancaire/d'assurance face à son marché au niveau local en cohérence avec la clientèle des particuliers et professionnels TNS (artisans, commerçants, professions libérales).

Les enjeux stratégiques de l'entreprise et la place de la stratégie commerciale au niveau local.

Les différents systèmes de veille (juridique, commerciale, sectorielle, technologique,..)

Segmentation de clientèle particuliers et professionnels TNS

Facteurs du macro-environnement et micro-environnement (concurrence, nouvelles attentes et comportement des clients, etc.).

Portefeuille clients

Indicateurs de performance et données issues du CRM (chiffre d'affaires, les commissions d'agence, le niveau d'encaissement global, taux d'équipement produits/services, ancienneté client, niveau de risque associé).

Outils d'analyse interne et externe : matrice SWOT

Identification des axes de développement sur le marché local.

- **Définition et organisation de la stratégie commerciale**

31.5h

C1.3.1 Formaliser les objectifs de vente et identifier les moyens et ressources nécessaires (budgétaires, humaines, matérielles...), à l'aide d'outils de planification, afin d'opérationnaliser la démarche commerciale à mettre en œuvre et accompagner l'équipe dans le déploiement du plan d'actions commercial.

Définition du plan d'actions commercial : objectifs de vente SMART, moyens et ressources nécessaires (budgétaires, humaines, matérielles...), outils de planification

Canaux de contact et de vente (traditionnels et digitaux) en cohérence avec les attentes des cibles et axes de développement commercial de l'agence.

Conception et organisation des processus de travail pour répondre aux besoins de l'équipe commerciale

C1.3.2 Organiser l'activité commerciale, à l'aide d'indicateurs de performance et de gestion fiables et en utilisant les logiciels de suivi d'activité/reporting, pour mesurer la rentabilité de l'activité commerciale et suivre l'évolution du portefeuille clients.

Indicateurs de gestion pour faciliter les reporting de l'activité commerciale de l'équipe.

Analyse des écarts entre prévisions et réalisations pour proposer des mesures correctives et solutions + argumentaires

Outils de pilotage: tableaux de bord avec des indicateurs de suivi (KPIS, indicateurs de performance, ...)

Outils de suivi numériques pour faciliter le reporting avec la direction commerciale.

- **Accompagnement analyse stratégique**

14h

4 séances d'accompagnement : présentation du cahier des charges et suivi individuel

BLOC2 - GESTION D'UN PORTEFEUILLE CLIENT ET FIDELISATION DANS UN CONTEXTE OMNICANAL

1. COMPETENCES

- C2.1.1- Proposer et mettre en place des actions de fidélisation dans un contexte omnicanal, en respectant le RGPD et à partir des données issues du CRM, afin de personnaliser la relation client et augmenter le taux d'équipement des clients particuliers et professionnels TNS.C1.2- Réaliser un diagnostic stratégique, à partir d'outils adaptés, afin d'identifier les leviers d'actions les plus intéressants pour l'agence bancaire/d'assurance face à son marché au niveau local en cohérence avec la clientèle des particuliers et professionnels TNS (artisans, commerçants, professions libérales).
- C2.1.2- Construire une relation client pérenne, en informant le client et en l'accompagnant par l'utilisation des outils digitaux de l'agence bancaire/d'assurance, afin d'optimiser l'expérience client et développer la satisfaction client.
- C2.2.1- Mettre en place des actions de prospection ciblées pour obtenir des rendez-vous qualifiés, en respectant la réglementation du démarchage régi par le code monétaire et financier, le code des assurances ou le code de la mutualité, afin d'enrichir son portefeuille clients.
- C2.2.2- Développer et animer un réseau de partenaires (courtiers en crédit, agences immobilières, notaires, bureaux d'études, etc) afin d'identifier des prescripteurs et d'enrichir son portefeuille clients.
- C2.2.3- Participer au déploiement de la stratégie de communication digitale, par la mise en place d'un plan d'actions digitales opérationnel, pour accompagner le développement commercial de l'agence et conquérir de nouveaux prospects ou transformer des leads en clients.

2. CONTENU

- **Fidélisation de la clientèle particuliers & professionnels TNS (travailleurs non-salariés) 28h**

C2.1.1 Proposer et mettre en place des actions de fidélisation dans un contexte omnicanal, en respectant le RGPD et à partir des données issues du CRM, afin de personnaliser la relation client et augmenter le taux d'équipement des clients particuliers et professionnels TNS.

Outils de suivi des dossiers des clients et actions de suivi (relance, reconduction de contrats, RDV ...)

Actions de fidélisation

Comportement et attentes des clients ciblés

Contexte omnicanal pour suivre l'évolution du portefeuille client.

Vente additionnelle pour augmenter le taux d'équipement des clients

Connaissance du RGPD pour rassurer le client sur la sécurisation des données personnelles.

C2.1.2 Construire une relation client pérenne, en informant le client et en l'accompagnant par l'utilisation des outils digitaux de l'agence bancaire/d'assurance, afin d'optimiser l'expérience client et développer la satisfaction client.

Parcours d'achat des clients

Définition des axes d'amélioration dans la relation client selon le canal.

Utilisation de l'application mobile ou du site internet de l'agence pour assurer le suivi administratif des contrats (contrats en ligne, signature électronique...): le fonctionnement et la marche à suivre sont expliqués clairement au client.

Prise en compte des normes d'éco-développement et des « green comportements » des clients particuliers et professionnels TNS.

Analyse des indicateurs chiffrés: les indicateurs de mesure de la satisfaction client sont cohérents avec les outils et les objectifs, ils sont correctement calculés et permettent de dégager des axes d'amélioration

- **Développement du portefeuille client (particuliers et professionnels TNS) dans un contexte omnicanal** **77h**

C2.2.1 Mettre en place des actions de prospection ciblées pour obtenir des rendez-vous qualifiés, en respectant la réglementation du démarchage régi par le code monétaire et financier, le code des assurances ou le code de la mutualité, afin d'enrichir son portefeuille clients.

Actions de prospection , conquête de nouveaux prospects et/ou de les convertir en clients (utilisation de la recommandation active, relances, parrainage ...).

Techniques de prospection (phoning, face à face, salons,...) selon la cible particuliers ou professionnels pour susciter l'intérêt du client.

C2.2.2 Développer et animer un réseau de partenaires (courtiers en crédit, agences immobilières, notaires, bureaux d'études, etc) afin d'identifier des prescripteurs et d'enrichir son portefeuille clients.

Identification des prescripteurs (courtiers en crédit, agences immobilières, notaires, bureaux d'études, concessions automobiles) pour constituer des partenaires privilégiés pour le développement du portefeuille client.

Outils et des techniques pour l'animation du réseau de partenaires (réunions, évènements, espaces collaboratifs...)

C2.2.3 Participer au déploiement de la stratégie de communication digitale, par la mise en place d'un plan d'actions digitales opérationnel, pour accompagner le développement commercial de l'agence et conquérir de nouveaux prospects ou transformer des leads en clients.

Exploitation des données commerciales, dans le respect du RGPD, à des fins de prospection et de communication.

Elaboration d'un plan d'actions digital: réseaux sociaux, site internet, e-mailing,..

Analyse des résultats : pertinence des indicateurs de performance digitale qui répondent aux objectifs opérationnels de la stratégie de communication digitale.

Identification de leads qualifiés via le « social selling »

- **Accompagnement PAC et communication digitale**

28h

Préparation à l'oral et suivi individualisé pour le dossier écrit

BLOC3 - CONSEIL ET VENTE DES PRODUITS D'ASSURANCES ET FINANCIERS DANS LE RESPECT DU CADRE REGLEMENTAIRE

1. COMPETENCES

- C3.1- Conseiller le client ou prospect, dans le respect du devoir de conseil tout au long de la vie du contrat conformément au cadre réglementaire de l'assurance (DDA) et des marchés financiers (MIF 2), afin de l'accompagner dans sa prise de décision et établir une relation de confiance et de long terme.
- C3.2- Réaliser un diagnostic assurances et patrimonial du client ou prospect, au moyen des données de l'historique du client issues du CRM et lors de l'entretien (en face à face ou à distance), afin de conseiller au mieux le client/prospect selon sa situation ou de l'orienter vers un collaborateur expert.
- C3.3- Mener un entretien de vente conseil, en respectant les étapes et les techniques de la négociation commerciale en face à face ou à distance, afin de développer un argumentaire en adéquation avec les besoins du client et obtenir l'adhésion du client.
- C3.4- Instruire un contrat d'assurance ou financier, en collectant et traitant les informations nécessaires dans le respect du RGPD, afin d'assurer le suivi du contrat via les outils de gestion de l'agence.
- C3.5- Détecter et traiter les insatisfactions clients, en s'appuyant sur des techniques de communication non violente et en maîtrisant son stress, afin de résoudre le conflit et pérenniser la relation clients.

2. CONTENU

- **Conseil client dans le respect du cadre réglementaire de la banque/assurances 14h**

C3.1 Conseiller le client ou prospect, dans le respect du devoir de conseil tout au long de la vie du contrat conformément au cadre réglementaire de l'assurance (DDA) et des marchés financiers (MIF 2), afin de l'accompagner dans sa prise de décision et établir une relation de confiance et de long terme.

Compréhension des contrats d'assurances et financiers (dont les conditions générales) et les garanties sont expliquées et adaptées aux besoins du client.

Application de la directive MIF2 : le client a une information détaillée sur les frais, les caractéristiques des produits financiers conseillés afin de mesurer les risques encourus.

Compréhension et respect des mécanismes du contrat (aléa, loi des grands nombres, mutualisation, sélection et gestion du risque, principe indemnitaire ou forfaitaire...) et des différentes étapes de la gestion de vie courante d'un contrat.

Le IPID (Insurance Product Information Document) est complété et remis au client/prospect pour construire l'argumentaire de conseil auprès du client.

- **Diagnostic global de la situation du client ou prospect 17.5h**

C3.2 Réaliser un diagnostic assurances et patrimonial du client ou prospect, au moyen des données de l'historique du client issues du CRM et lors de l'entretien (en face à face ou à distance), afin de conseiller au mieux le client/prospect selon sa situation ou de l'orienter vers un collaborateur expert.

Analyse du besoin : comprendre le contexte client, Techniques de questionnement et de l'écoute active lors de l'entretien pour recueillir les informations nécessaires pour compléter le dossier du client/prospect.

Analyse de la faisabilité de l'opération pour anticiper les risques.

Diagnostic global de la situation du client (juridique, financière, personnelle, professionnelle, fiscale,...).

- **Conduite d'un entretien de vente conseil** **31.5h**

C3.3- Mener un entretien de vente conseil, en respectant les étapes et les techniques de la négociation commerciale en face à face ou à distance, afin de développer un argumentaire en adéquation avec les besoins du client et obtenir l'adhésion du client.

Maîtrise de la communication (écrite et orale) avec un vocabulaire professionnel et les outils de communication numérique utilisés (visio, chat...) sont adaptés au contexte de l'entretien et prennent en compte la diversité des publics (notamment publics en situation de handicap).

Respect des étapes et techniques de la négociation commerciale (dont traitement des objections) qui sont adaptées au client particulier ou professionnel dans un climat de confiance et serein.

Construire un argumentaire commercial qui répond aux besoins et projets du client et met en avant les avantages concurrentiels, les preuves de sa valeur ajoutée et les risques éventuels de la solution bancaire et/ou d'assurance.

Pertinence des solutions et conseils apportés : l'entretien aboutit à une action de la part du client/prospect (signature contrats, nouveau RDV, ...).

Analyse de l'environnement (marché, comportements d'achat), méthodologie (approche du marché, vente)

Simulation d'entretiens de vente (approche globale du client, diagnostic conseil ou approche produit), analyse des points positifs et axes de progrès

L'intermédiation, le devoir de conseil, le devoir d'information, les obligations de l'assuré

Importance de la découverte en Technique de

Travail sur objections et conclusion au niveau Banque.

- **Instruction et gestion d'un contrat d'assurance ou financier** **14h**

C3.4 Maîtriser les éléments du contrat qui sont complétés et adaptés à la situation du client (en rédigeant les conditions particulières) dans le respect de la réglementation en vigueur (droit du contrat,...) et en informant des possibilités de transferts des contrats (loi Hamon, résiliation de contrat d'assurance).

Les éléments financiers sont pris en compte et maîtrisés (calcul des cotisations,...).

Complétude du dossier: les justificatifs obligatoires sont collectés, l'IPID (Insurance Product Information Document) est complété et remis au client avant la conclusion du contrat ainsi qu'un exemplaire du projet de contrat.

Utilisation à bon escient de l'application mobile ou du site internet de l'agence pour les actes de gestion de sinistre et des contrats (contrats en ligne, signature électronique...).

- **Gestion des insatisfactions clients**

14h

C3.5- Détecter et traiter les insatisfactions clients, en s'appuyant sur des techniques de communication non violente et en maîtrisant son stress, afin de résoudre le conflit et pérenniser la relation clients.

Identification des sources de l'insatisfaction en posant des questions, en écoutant et utilisant la reformulation pour mettre en place une action curative.

Techniques de gestion du conflit et de communication non violente.

Traiter une réclamation en préservant la relation.

Maîtriser son comportement face à des clients mécontents et stressés.

S'adapter à son client en prenant en considération les profils SONCAS.

Gérer les personnalités difficiles.

BLOC4 - ELABORATION D'UNE OFFRE SUR-MESURE DE PRODUITS D'ASSURANCES ET FINANCIERS POUR LES PARTICULIERS ET PROFESSIONNELS TNS

1. COMPETENCES

- C4.1.1- Elaborer une offre complète et sur mesure d'assurances et de prévoyance au client particulier, en adaptant l'offre à la situation du client tout en mesurant les risques encourus, afin de répondre au mieux à ses besoins en matière de protection de biens personnels et de personnes.
- C4.1.2- Proposer au client professionnel TNS une offre complète d'assurances (multi-risque professionnelle, protection sociale, dispositif Madelin et retraite complémentaire), en prenant en compte la situation du client, afin de lui proposer une solution personnalisée et l'informer sur les risques.
- C4.2- Participer à la mise en œuvre de gestion de sinistres (conformité, procédure d'expertise, suivi et indemnisation des dossiers) jusqu'au règlement, en fonction des garanties du contrat signé, afin de régler le sinistre.
- C4.3.1- Proposer au client particulier des solutions, pour la gestion quotidienne et d'épargne, adaptées à sa situation patrimoniale et fiscale, en appliquant les réglementations AMF et MIF2, afin de répondre à ses besoins en matière de placement et de gestion courante.
- C4.3.2- Proposer la solution de financement la mieux adaptée aux contraintes du client, en évaluant sa solvabilité financière à l'aide du "credit scoring", en tenant compte des lois sur le crédit, afin de l'aider à concrétiser son projet (immobilier, auto, travaux, consommation ...).
- C4.4- Identifier le risque financier (fraude fiscale, blanchiment, chèque impayé, opposition sur carte...), par un suivi et un contrôle des comptes clients tout au long de la relation client, afin de garantir la sécurité financière et juridique de l'agence et apporter des mesures correctives.

2. CONTENU

- **Elaboration d'une offre complète d'assurances pour les particuliers et pros TNS**

126 h

C4.1.1- Elaborer une offre complète et sur mesure d'assurances et de prévoyance au client particulier, en adaptant l'offre à la situation du client tout en mesurant les risques encourus, afin de répondre au mieux à ses besoins en matière de protection de biens personnels et de personnes.

L'environnement légal de la protection sociale est maîtrisé afin de conseiller correctement un client, en fonction de son régime de prévoyance et de retraite.

Les différents types de contrats d'assurances de personnes (complémentaire santé, scolaire, incapacité, invalidité et décès ou GAV) et leurs fonctionnements sont expliqués et adaptés à la situation du client et ses ayants droits.

Les contrats d'assurances de biens personnels du particulier IARD (auto, bateau, multi-risque habitation, protection juridique) sont maîtrisées et proposées au client de façon pertinente.

Exhaustivité des solutions proposées en fonction de la situation du client en terme de prévoyance (produits épargne retraite, assurance vie, droit de succession et fiscalité)

Valeur ajoutée apportée au client en l'informant des possibilités de transfert des contrats selon la réglementation en vigueur

A - Les cadres généraux des assurances de personnes

- Le cadre humain de l'assurance de personnes : Etre capable d'analyser la situation sociale et de présenter une proposition offrant une couverture prévoyance et retraite adaptée
- Le cadre juridique de l'assurance de personnes : Connaître le cadre légal et les règles contractuelles régissant les assurances de personnes
- Le cadre technique de l'assurance de personnes : Analyser les règles techniques des produits et en comprendre les applications commerciales

B - Les produits de prévoyance

- La complémentaire santé : Présenter, Vendre et gérer la complémentaire maladie
- Les contrats d'assurance vie : Connaître la gamme "Produits" afin de répondre à l'objectif du client
- La vie du contrat d'assurance : Etre apte à expliquer vendre et gérer de la souscription jusqu'au terme des contrats Assurance Vie
- Les assurances de groupe : Etre apte à présenter l'assurance groupe à un chef d'entreprise
- Analyser les besoins de l'entreprise

C - Les produits de placements

- Valeurs mobilières et immobilières : Posséder les bases techniques de fonctionnement des différentes valeurs afin de pouvoir aborder commercialement les produits concernés
- La trésorerie - les placements : Posséder les bases techniques de fonctionnement des différents placements afin de pouvoir aborder commercialement les produits concernés
- Le marché boursier : Comprendre le fonctionnement des mécanismes boursiers, être capable de réaliser des opérations
- La fiscalité des placements et de l'assurance vie : Connaître l'environnement fiscal des placements et de l'assurance vie afin de répondre aux interrogations des clients et de les accompagner dans leur décision

+ Droit des assurances

Proposer au client professionnel TNS une offre complète d'assurances (multi-risque professionnelle, protection sociale, dispositif Madelin et retraite complémentaire), en prenant en compte la situation du client, afin de lui proposer une solution personnalisée et l'informer sur les risques.

Une assurance multi-risque professionnelle et/ou une garantie responsabilité civile professionnelle adaptées à l'activité et aux risques spécifiques du client professionnel TNS sont proposées au client.

Les garanties proposées au prospect/client pro TNS pour la souscription d'une offre sur un contrat santé et prévoyance sont personnalisées et adaptées à la situation du client.

Les dispositifs Madelin (santé, prévoyance) et PER (retraite complémentaire) pour les travailleurs non-salariés sont pris en compte dans l'offre.

Des conseils personnalisés sur les mesures de prévention sont apportés au client et ses ayants droits pour limiter les risques

- **Participation à la gestion de sinistres**

14h

C4.2- Participer à la mise en œuvre de gestion de sinistres (conformité, procédure d'expertise, suivi et indemnisation des dossiers) jusqu'au règlement, en fonction des garanties du contrat signé, afin de régler le sinistre.

Vérification de la conformité de la demande et des garanties concernées : les informations collectées sont exhaustives pour lancer la procédure d'expertise le cas échéant et accompagner le client dans sa démarche de déclaration du sinistre.

Respect de la procédure d'indemnisation et calcul du montant des indemnités à partir de l'analyse du sinistre en collaboration avec le gestionnaire de sinistres.

- **Elaboration d'une offre sur-mesure de produits et services financiers adaptée aux besoins et à la situation du client particulier**

49h

C4.3.1- Proposer au client particulier des solutions, pour la gestion quotidienne et d'épargne, adaptées à sa situation patrimoniale et fiscale, en appliquant les réglementations AMF et MIF2, afin de répondre à ses besoins en matière de placement et de gestion courante.

Les produits d'épargne et leurs conditions sont utilisés à bon escient (livret A, PEL/CEL, assurance vie, plan d'épargne retraite) et répondent aux besoins et objectifs du client.

Exhaustivité des solutions proposées en fonction de la situation du client en terme de placements financiers (bourse, OPCVM,...) : les bénéfiques sont présentés (rentabilité, sécurité, disponibilité,...) dans une logique de diversification de portefeuille.

Les produits de gestion quotidienne (compte courant et cartes bancaires) proposés sont adaptés à la situation du client/prospect.

C4.3.2- Proposer la solution de financement la mieux adaptée aux contraintes du client, en évaluant sa solvabilité financière à l'aide du "credit scoring", en tenant compte des lois sur le crédit, afin de l'aider à concrétiser son projet (immobilier, auto, travaux, consommation,...).

Le projet du client est identifié et analysé et permet de proposer une solution de crédit (auto, assurance emprunteur, crédit immobilier,...) adaptée à sa situation en l'informant sur les caractéristiques et la réglementation.

La faisabilité du crédit est analysée, à partir du credit scoring, dans les délais impartis et permet d'apporter une réponse favorable ou défavorable au client, la réponse apportée au client est expliquée clairement.

+ droit dans le secteur bancaire

- **Identification des risques financiers**

14h

C4.4- Identifier le risque financier (fraude fiscale, blanchiment, chèque impayé, opposition sur carte,...), par un suivi et un contrôle des comptes clients tout au long de la relation client, afin de garantir la sécurité financière et juridique de l'agence et apporter des mesures correctives.

Les différents risques financiers (fraude fiscale, blanchiment, chèque impayé, opposition sur carte,...) sont identifiés et les procédures internes sont appliquées selon la réglementation en vigueur (loi MURCEF, redressement judiciaire, surendettement...);

Mise à jour de l'identité du client à partir de la procédure KYC (Know Your Customer) pour anticiper les changements de l'environnement client.

Compréhension du fonctionnement des services supports et leurs rôles dans la gestion des risques et identification des classifications des clients à risques (à surveiller, pré contentieux, contentieux).