

Bachelor Assurance et Banque

OBJECTIFS

- Acquérir une connaissance approfondie des fondamentaux de l'Assurance, de la Banque et de la Gestion de patrimoine
- Former des collaborateurs polyvalents appelés à exercer des activités à caractère commercial, technique et de gestion dans les entreprises du secteur de l'Assurance, de la Banque



**CENTRE DE FORMATION
SAINT-MARC**

Enseignement supérieur

PRÉ-REQUIS

- BAC + 2
- Titre RNCP certifié niveau 5
- 120 crédits ECTS validés

ALTERNANCE

- Deux types de contrats disponibles : apprentissage ou professionnalisation
- Rythme d'alternance : 1 semaine à l'école, 1 à 2 semaines en entreprise
- Aucun frais de scolarité pour les étudiants en alternance, pris en charge par l'entreprise

DIPLÔME

• CHARGÉ.E DE CLIENTÈLE ASSURANCE & BANQUE

• **BAC + 3** titre RNCP N° 40253 de niveau 6 enregistré au Répertoire National des Certifications Professionnelles délivré par l'Ecole Supérieure d'Assurances Paris décision du 28/02/25.

Accrédité par the European Board of Higher Education Schools pour le titre de EUROPEAN BACHELOR OF SCIENCE IN BUSINESS.

ESA
ÉCOLE SUPÉRIEURE
D'ASSURANCES

Aktéap
cha
cnc



Classée 2^{ème}
★★★

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Validation des compétences par bloc : études de cas et oraux.
- Épreuves orales : Grand Oral, Soutenance du Mémoire Professionnel, Soutenance Projet Entreprise.

CAMPUS LYON SAINT IRENEE - CENTRE SAINT-MARC / 8 Avenue Debrousse - 69005 Lyon

Tel : 06 65 58 88 84

Site internet : <https://clsi.fr>



**CENTRE SCOLAIRE
SAINT-MARC**
Établissement sous tutelle jésuite

LE PROGRAMME

BLOC 1 - DÉVELOPPEMENT D'UN PORTEFEUILLE CLIENTS EN ASSURANCE ET BANQUE

- Prospection commerciale sur site / face à face/ en visio
- Techniques de ventes en fonction du parcours clients
- Comment créer un plan d'action commercial en intégrant les spécificités de la Banque et l'Assurance en s'appuyant sur le plan marketing défini au sein de la structure (cross canal /outils collaboratifs du Système d'Information...)
- Segmentation de la clientèle en fonction de la stratégie définie
- Fidélisation et développement du portefeuille client avec intégration de l'aspect « Réseaux d'influence »
- Synthèse de l'avant-vente par les différents outils d'analyse du portefeuille clients (enquêtes de satisfaction client / promoscore...) et des cibles en intégrant l'IA & Data
- Environnement juridique / Economique / Veille concurrentielle
- Banque & Assurance afin de déterminer les axes de différenciation
- Comment optimiser la relation client par la Data et IA

BLOC 2 : CONSEIL ET VENTE DE PRODUITS ET SERVICES BANCAIRES, ASSURANTIELS ET FINANCIERS AUPRÈS DES PROSPECTS ET CLIENTS DU PORTEFEUILLE

- Santé individuelle & Assurance dommage corporel
- Comment accompagner le client et adapter l'offre en fonction de l'analyse de ses besoins avec comme objectif la finalisation de la vente
- Fiscalité du particulier et loi Madelin
- Assurance vie, PER, épargne salariale (loi pacte)
- Environnement du particulier, Assurance de biens et RC du particulier (Auto(Loi Hamon), MRH) y compris parcours client
- Préconisation et accompagnement en fonction des états financiers d'un professionnel
- Moyens de paiement actuels et futurs / Financement des particuliers y compris parcours clients / Garantie emprunteur
- Environnement professionnel, Risques des professionnels (Multi risques, bris de machine, homme clé, RC du dirigeant) et flotte auto
- Analyse des besoins et des attentes avec les nouveaux outils
- Assurances prévoyance santé collective et professions libérales

BLOC 3 : GESTION COURANTE DES ACTIVITÉS EN ASSURANCE ET EN BANQUE, INTÉGRANT LA MISE EN ŒUVRE D'UNE DÉMARCHE DE SATISFACTION CLIENT

- Intégrer la RSE dans l'approche commerciale avec valorisation de la stratégie interne de l'entreprise et l'intégration dans les produits distribués
- Gestion de sinistres
- Surveillance du portefeuille avec intégration de l'aspect fraude en « s'appuyant » sur l'IA et sensibilisation à la lutte anti blanchissement (tracfin...)
- Gestion des conflits (interne & externe)
- Technique de communication pour optimiser la satisfaction client
- Comment piloter une gestion de crise en s'appuyant sur un PCA / PRA avec analyse de l'impact en e-reputation

DURÉE

- 1 an
- Rentrée en septembre
- 500 heures de formation en présentiel



LES PLUS DE LA FORMATION

- Des enseignements et programmes qui intègrent les nouvelles technologies et évolutions
- Des formations professionnelles adaptées aux besoins des entreprises
- Des diplômes et titres reconnus par l'Etat
- Un enseignement participatif, basé sur des projets concrets et des mises en situations professionnelles
- Une équipe enseignante composée de professionnels d'entreprise

LES DÉBOUCHÉS

- Agent Général d'assurance, courtier d'assurance
- Chargé de clientèle dans une société d'assurance
- Conseiller bancaire clientèle de particuliers et de professionnels

NOTRE SITE INTERNET

