

## Les clés pour piloter l'activité Assurance au sein de l'agence bancaire

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Cible</b>                  | Directeurs et Responsables d'agences  |
| <b>Prérequis</b>              | Collaborateurs en poste ou nouvellement nommés  |
| <b>Objectif</b>               | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Se doter des clés de compréhension pour manager efficacement l'activité assurance au sein de l'agence.</li><li>▪ Connaître les standards de l'activité pour animer l'équipe de collaborateurs.</li></ul>  |
| <b>Durée</b>                  | 1 jour  |
| <b>Programme</b>              | <p><b>Identifier son environnement concurrentiel</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Les intermédiaires d'assurance, leurs spécificités</li><li>▪ L'implantation locale de la concurrence</li><li>▪ Les choix des clients : le positionnement de chaque acteur selon la cible</li></ul> <p><b>Etat des lieux de l'activité Assurance au sein de l'agence</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Elaborer une photographie de la production Assurance de l'agence</li><li>▪ Les critères à retenir<ul style="list-style-type: none"><li>▪ L'équilibre entre les différentes gammes vendues</li><li>▪ La composition idéale d'un portefeuille</li><li>▪ Le chiffre d'affaires réalisable par les collaborateurs – Qui peut faire quoi ?</li><li>▪ Le positionnement des produits fidélisateurs</li></ul></li></ul> <p><b>Mettre en place une démarche commerciale structurée et efficace</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Analyse de l'étendue de l'offre et sélection selon la clientèle de l'agence</li><li>▪ Les temps forts de production</li><li>▪ Les temps forts selon le cycle de vie du client</li><li>▪ Les opportunités de vente : informer – conseiller sur les résiliations – proposer</li><li>▪ Promouvoir les ventes couplées banque et assurance</li></ul> <p><b>Le suivi de l'activité</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Le suivi des collaborateurs : des outils simples et efficaces</li><li>▪ Le suivi de la production</li><li>▪ Le cas spécifique de la fidélisation de la clientèle et de la lutte contre les résiliations</li></ul> |
| <b>Modalités pédagogiques</b> | <p><i>Session présentielle ou distancielle</i></p> <p>Analyses et travaux individuels, exploitation d'une revue de presse, travaux d'exploration...jalonnent la session afin de permettre une mise en œuvre rapide dans l'agence.</p>   |
| <b>Evaluations</b>            | <p>Test préalable de positionnement<br/>Travaux intermédiaires individuels<br/>Travaux préparatoires aux mises en œuvre concrètes en agence<br/>Test de validation des connaissances acquises</p>   |
| <b>Tarif</b>                  | 1 650 € HT par jour par groupe de 10 personnes  |
| <b>Accessibilité</b>          | Accueil et modalités pédagogiques adaptés aux participants en situation de handicap   |