

## RESPONSABLES DE RÉSEAUX, PROMOUVOIR VOS UNITÉS DE COMPTE

Valoriser votre offre en unités de compte pour susciter l'adhésion de votre réseau

1 JOUR, 7 HEURES

MARKETING / COMMERCIAL

CODE : AMC03

### Objectifs de la formation

Comprendre la politique de relance de l'investissement dans l'entreprise et les nouveaux enjeux de l'assurance vie

Aider vos conseillers et réseaux de courtage à promouvoir l'UC auprès de leurs clients

Disposer d'arguments pour inciter les épargnants à plus de risque raisonné

### Parmi nos formateurs

- Professionnel(s) du secteur

### Public concernés

- Directions du développement, Directions commerciales, Directions Distribution, Direction Marchés, Direction Marketing, Inspection

### Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

### Accueil des participants

### Intégrer les nouveaux enjeux de l'assurance vie

#### Des contradictions et une mutation profonde

- Entre baisse des rendements de fonds en euros et nouvelles exigences réglementaires, quelle place pour une offre euros et UC qui réponde à ces exigences et aux besoins de vos clients ?

#### Les stratégies des principaux acteurs de la bancassurance : des choix différents dans l'adaptation de l'offre euros et UC

- Comment évoluent les contrats d'assurance vie de chaque type d'acteurs ? les UC à succès, l'intégration des services en ligne ?
- Quelles sont les différentes positions sur l'offre haut de gamme, sur les nouveaux contrats Vie-Génération ou Euro-croissance ?
- Comment conjuguer la stratégie de l'entreprise aux attentes du client ?

### Sensibiliser votre réseau à ces nouveaux enjeux

#### Echanges avec les participants sur leurs cas d'entreprises

#### Analyser les freins à la vente des UC

- Comprendre les blocages et identifier les attentes de votre réseau
  - Pallier au manque de temps ou de compétences de votre réseau face à une offre pléthorique
  - Se concentrer sur une offre euros et UC rentable
- 

## Sensibiliser votre réseau à ces nouveaux enjeux

- Comprendre les blocages côté client et côté réseau
  - Permettre à votre réseau d'appréhender les comportements de leurs clients
  - Apporter des solutions de gestion adaptées
- 

## Accompagner votre réseau et adapter votre offre euros et UC

- Pallier au manque de temps ou de compétences de votre réseau face à une offre pléthorique
- Se concentrer sur une offre euros et UC rentable

## Déjeuner

---

### Promouvoir l'unité de compte comme outil de gestion et de diversification du patrimoine

## Transformer les contraintes réglementaires en opportunités

- S'appuyer sur la connaissance du client et le devoir de conseil
- 

## Apporter un soutien en matière de conseils et d'allocations d'actifs à votre réseau

- Mixer le profil investisseur du client avec ses besoins
  - Comment bâtir une allocation d'actifs offre phare en UC en adéquation avec les besoins clients ?
  - Quels choix dans les modes de gestion financière
- 

### Créer les conditions de réussite

## Mettre des outils à disposition pour aider votre réseau

- Comment fournir une offre packagée et évolutive ?
  - Quels services en ligne pour promouvoir votre offre ?
  - Quels outils d'aide à la sélection de fonds ?
- 

## Motiver votre réseau sur la promotion de votre offre UC

- Comment intégrer les UC dans les outils de motivations de votre réseau ?
  - Comment définir des objectifs qualitatifs et/ou quantitatifs sur les UC rentables ?
- 

## Animer votre réseau

- Définir les axes prioritaires pour promouvoir vos UC
- Établir un plan de montée en compétences de votre réseau sur les UC
- Quelle place pour l'architecture ouverte ?
- Créer des évènements autour de l'offre UC pour valoriser votre réseau

## Fin de journée

---

### Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

#### ■ Modalités pédagogiques:

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

#### ■ Modalités d'évaluation:

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

#### ■ Modalités techniques FOAD:

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au [logistiqueformations@infopro-digital.com](mailto:logistiqueformations@infopro-digital.com) et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.