

# VENDRE VOS PRODUITS D'ASSURANCE SUR LES CANAUX DIGITAUX

Appréhender les fondamentaux de la vente en ligne

1 JOUR, 7 HEURES

MARKETING DIGITAL

CODE : ADI02

## Objectifs de la formation

- Actionner des leviers de vente en ligne
- Intégrer dans ses pratiques commerciales les obligations juridiques liées à la vente en ligne
- Adapter ses pratiques en fonction des clients
- Utiliser des outils pour développer les ventes

## Parmi nos formateurs

- DENIAUD Cédric  
Expert reconnu du numérique depuis 15 ans,

## Public concernés

- Responsables marketing ; Responsables et chargés de clientèle ; Agents ; Courtiers et intermédiaires.

## Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

## Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

## Tarifs

- Tarif Session en classe virtuelle : 995,00 €HT
- Tarif Session en présentiel : 1 060,00 €HT

## Maîtriser les obligations juridiques de l'assurance en ligne

### Vente en ligne d'assurance : quelles sont les spécificités

- Le devoir d'information et de conseil et leur application effective
- Les données personnelles et le respect de la privée

### Loi Hamon : un renforcement des droits des consommateurs pour l'achat en ligne

- Le délai de rétractation et de remboursement
- L'information du client et la résiliation de l'assurance

## Un préalable à la vente en ligne : développer une stratégie orientée client

### Pourquoi et comment devenir un assureur orienté client ?

- Passer d'une stratégie orientée produit à une stratégie orientée client: l'approche inside out –outside in
  - Les particularités et les enjeux du secteur de l'Assurance
  - Les principaux leviers et outils de transformation
  - Les meilleures pratiques internationales en termes de relation client dans le secteur de l'Assurance
- 

## Activer les bons leviers pour développer vos ventes

### Comment recruter de nouveaux clients en ligne ?

- Les principaux leviers digitaux de recrutement : le référencement, le display, l'e-mailing etc.
  - Quid de la personnalisation en ligne ?
- 

## Adapter la présentation de votre offre à la spécificité des canaux digitaux

- S'ajuster au fait que l'internaute est livré à lui-même pour formuler son besoin
  - Étude de cas : démonstration de l'importance de la formulation des offres à destination clients
- 

### Comment augmenter les ventes sur la base des clients existants ?

- Comprendre et maîtriser le parcours client
  - Combiner les canaux digitaux Internet, Mobile, Réseaux Sociaux et la connaissance client pour définir votre plan marketing de fidélisation et de rétention client.
- 

## Comment optimiser votre tunnel de conversion ?

### Formaliser le tunnel de souscription en fonction du process décisionnel client

- Jouer la carte de flexibilité
  - Gérer au mieux la mixité des canaux de souscription
- 

## Intégrer la dimension d'accompagnement et service de manière optimale

- Assistance humaine ou digitale : enjeux VS coûts ?
- 

## Mesurer les impacts organisationnels

### Le digital comme opportunité de re-capitaliser sur la connaissance client

## Positionner la place du digital dans votre organisation

### Dates

Classe virtuelle Paris

15/11/2024 15/11/2024

---

## 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.