

LF55 : Fondamentaux de la communication du Chargé d'Affaires

Durée : 7h00 – 1 jour (2 x 3h30)

Format : Distanciel

Prérequis : Aucun prérequis formel. Une expérience en relation client (face à face ou téléphonique) est un atout.

Public visé : Chargés d'affaires en banque/assurance, Conseillers et managers en relation client, Collaborateurs souhaitant développer leurs compétences relationnelles et commerciales.

Délai d'accès : sur mesure

Tarif : 1890,00 € TTC pour une session de 7h00

Nombre de participant : minimum 4, maximum 12 par session

Modalité pédagogique : Alternance de quiz, cas pratiques, ateliers en sous-groupes et débriefings collectifs. Apports théoriques et méthodologiques par un formateur expert. Mise en situation professionnelle (pitch, traitement d'objections, gestion de conflits).

Modalité d'évaluation : quiz de positionnement en amont, questionnaire intermédiaire pendant la formation, questionnaire de satisfaction et quiz d'acquisition après la formation. L'acquisition des compétences et connaissances sera validée par une évaluation (écrite/orale/quiz, selon le cas). La validation des acquis nécessite d'obtenir au minimum 70% de bonnes réponses aux exercices/quiz/tests proposés à l'issue de la formation.

Accessibilité : LYSIA Formation s'engage à favoriser l'accès des personnes en situation de handicap à toutes ses prestations

Contact : contact@lysiaformation.fr

Objectif : Améliorer leur communication verbale et non-verbale.

Identifier les leviers de communication pour instaurer une relation de confiance.

Piloter les échanges et clarifier les problématiques relationnelles.

Savoir présenter une offre de manière claire, adaptée et convaincante.

Gérer efficacement les situations tendues ou conflictuelles.

Développer assertivité et empathie dans le cadre des obligations DDA.

LF55 : Fondamentaux de la communication du Chargé d’Affaires

Programme :

Séquence 1 – Les fondamentaux de la communication

Communication verbale et non-verbale

Qualités relationnelles clés (écoute, curiosité, perspicacité)

Les filtres de communication : perception, interprétation, objectivité

Atelier 1 : échanges de pairs et partage de pratiques

Séquence 2 – Savoir préparer et structurer sa communication

Construire un pitch clair et adapté

Mettre en valeur le client et ses besoins

Atelier 2 : communication téléphonique vs face à face (mise en situation)

Cas pratique : présentation de son offre en 1 minute (débrief collectif)

Séquence 3 – Traiter les objections et conclure un entretien

Techniques DESC et CNV pour désamorcer les tensions

Sortir des situations de blocage

Savoir conclure et engager l’étape suivante

Atelier 3 : test de validation des acquis intermédiaires

Séquence 4 – Communication appliquée aux produits assurantiels

Analyser les besoins et opportunités clients

Maîtriser l’offre de produits et services assurantiels

Relier besoins clients et solutions proposées

Atelier 4 : simulation d’entretien et traitement des objections