

## LISTE DES THEMES

1. Une approche « produit » est-elle contradictoire avec une approche « client » ?
2. La tarification des services bancaires peut-elle être un frein à leur commercialisation ?
3. En quoi l'épargne constitue-t-elle un aspect fondamental de l'activité bancaire ?
4. Quels sont les critères d'une campagne marketing de développement des produits d'épargne réussie ?
5. En quoi l'image de la banque et du conseiller est-elle importante et comment pouvez-vous agir pour l'améliorer ?
6. La fidélisation de la clientèle est-elle capitale pour une banque ?
7. Développer son fonds de commerce est l'une de vos missions en tant que conseiller clientèle. Quels sont les moyens dont vous disposez ?
8. La garantie à recueillir auprès d'un client particulier détermine-t-elle la décision d'octroi d'un crédit ?
9. Comment concilier risque bancaire et objectifs commerciaux ?
10. En quoi la découverte du prospect ou du client est-elle importante pour le suivi de la relation commerciale ?
11. Expliquez, pourquoi et comment, dans votre métier de chargé de clientèle, vous allez mettre en œuvre et respecter les nouvelles règles strictes de vigilance en matière de lutte contre le blanchiment de capitaux et de lutte contre le terrorisme.
12. Avantages et limites de la segmentation dans le développement des offres bancaires ?
13. Pourquoi analyser un portefeuille-clients et quels en sont les éléments d'appréciation ?
14. Pourquoi et comment le conseiller clientèle prépare-t-il ses rendez-vous programmés avec sa clientèle des particuliers?
15. Quels sont les enjeux commerciaux et financiers d'une campagne de lancement d'un nouveau produit?
16. Pourquoi et comment le conseiller clientèle fidélise-t-il sa clientèle ?
17. Le marché des professionnels et des entreprises suscite de plus en plus l'intérêt des banques. Face au développement de la concurrence, quels seraient, selon vous, les axes d'innovation que devraient privilégier les banques pour développer leur part de marché ?
18. Pourquoi le respect de certaines étapes d'un entretien de vente, constitue-t-il une condition fondamentale de son efficacité? Quels enseignements peut-on en tirer?
19. Quels sont les éléments essentiels à inscrire dans une campagne marketing qui viserait la promotion et le développement des ventes des produits monétique?
20. Quels sont les clignotants d'alerte dont dispose le banquier à l'égard d'un client professionnel ou entreprise ?
21. Quelles sont les différentes garanties possibles qui pourront être prises lors de l'octroi d'un crédit de fonctionnement ?
22. De quelles façons un(e) chargé(e) de clientèle peut-il (elle) aider son client professionnel à se protéger et à protéger son activité ?
23. Comment organisez-vous votre entretien pour déterminer les forces et faiblesses d'une entreprise prospect au cours de votre premier rendez-vous avec le dirigeant ?
24. Face à un client professionnel, en quoi est-il difficile de concilier considérations commerciales et contraintes réglementaires ?



## PREAMBULE

L'action formation a pour objectif de renforcer les compétences du personnel des agences dédiés au poste de chargé de clientèle qui ont pour mission de développer et de rentabiliser le portefeuille clients, d'assister et de conseiller la clientèle ainsi que de promouvoir auprès d'elle, les produits et services de la banque.

Le programme que nous proposons a pour vocation à former des collaborateurs capables de prendre en charge et de gérer un portefeuille de clientèle particulier, professionnel et entreprise (PMF) en capitalisant sur le partenariat avec le CFPB.

## 1. METHODES PEDAGOGIQUES DEVELOPPEES

Les principes pédagogiques mis en œuvre découlent des réalités des métiers bancaires et sont fondés sur les savoirs et méthodes attendus aux épreuves orales qui valident l'obtention de l'attestation de succès.

### 1.1 Une pédagogie

#### • Inductive, reposant sur la mise en situation professionnelle :

##### - Des cas pratiques

Exercices d'application, permettant de valider l'assimilation des concepts et de mettre en œuvre les connaissances acquises.

##### - Un partage d'expérience

Échanges entre les participants sur leurs pratiques professionnelles, les difficultés rencontrées, les réponses apportées.

##### - Des mises en situation

Jeux de rôle entre les participants à partir de situations inspirées de leur contexte professionnel, afin de leur permettre de s'approprier des méthodes, un comportement.

#### • Impliquante, nécessitant préalablement une préparation personnelle sur la base d'outils d'auto-formation :

##### - Des fascicules ;

##### - Des supports fournis pour les journées d'animation.

Avec les recommandations de lecture ou d'entraînement préalables.

#### • Orientée sur la réussite à la prise en main du métier :

##### - Introduisant un entraînement aux formes de l'épreuve orale attendue.

### 1.2 Participation active

La formation s'appuie notamment sur l'interactivité développée dans les journées d'animation et suppose l'implication des apprenants, qui doivent être moteurs de leur formation.

Il est donc indispensable qu'ils s'investissent dans la réalisation des cas pratiques traités au cours des journées, fassent preuve de curiosité et multiplient les échanges avec le formateur et au sein du groupe. Dans certains cas, des quiz d'évaluation permettent aux apprenants de situer leur niveau et aux formateurs de situer le groupe.

### 1.3 Les thèmes de réflexion et cas pratiques

Chaque journée est construite autour de thèmes de réflexion, composés d'une situation et du travail à effectuer à partir de celle-ci. Ces exercices et cas pratiques, de difficulté progressive, permettent de traiter les différents thèmes du programme.

Chaque thème de réflexion comprend des objectifs pédagogiques.

Les méthodes pédagogiques utilisées doivent permettre la participation active et l'expression de chacun :

- travail individuel avec présentation par quelques-uns à l'ensemble du groupe,
- travail en sous-groupe ou atelier,
- jeux de questions-réponses,
- brainstorming,
- mise en place de jeux de rôle,
- simulation d'entretien clients...

Ainsi, l'intervention du formateur ne doit pas se substituer au travail demandé aux apprenants, mais au contraire venir en complément et en appui de leurs réflexions afin de les guider vers la solution.

## 2. PROGRAMME DETAILLE

La formation «Chargé de Clientèle Particulier, Professionnel et Entreprise » est conçue afin d'offrir aux clients des prestations de qualité et un professionnalisme avérés pour consolider une image de marque de la banque, favorable et positive.

Le programme présenté ci-dessus exige un minimum de **prérequis** chez le participant afin que celui-ci puisse suivre avec logique les matières dispensées, les « *savoir* » exigibles à ce parcours sont :

- Posséder des connaissances juridiques, économiques et fiscales sur les entreprises
- Connaître les fondamentaux des différentes techniques bancaires
- Connaître les principes du droit et du contentieux bancaire
- Disposer d'aptitudes commerciales et être en posture d'un communicant
- Connaître les contours de l'organisation commerciale de la BDL.

### MODULE 1 Techniques d'expression appliquées aux situations professionnelles

(3 jours)/ Journées 1, 2 et 15.

Objectifs pédagogiques	Thèmes développés	Objectifs techniques et comportementaux
Comprendre et mettre en œuvre les principes et techniques d'une communication professionnelle efficace.	➤ Méthodologie et communication <ul style="list-style-type: none"><li>- La communication : enjeux et principes</li><li>- Les modes et outils de communication</li><li>- Les niveaux de communication professionnelle</li><li>- Les obstacles et freins à la communication</li></ul>	<u>Savoir-faire</u> Capacité de rédiger des écrits professionnels (courrier, rapport, compte rendu, procès-verbal, dossier)
Acquérir une méthodologie de l'apprentissage en formation continue	➤ Techniques et méthodologie d'expression écrite <ul style="list-style-type: none"><li>- Collecter des informations pertinentes en fonction de ses besoins et de ceux de l'interlocuteur</li></ul>	
Identifier les principes et outils d'une communication réussie	- S'approprier des méthodes d'expression écrite pour élaborer une argumentation convaincante	<u>Aptitudes comportementales</u> Capacité à se cadrer dans un temps donné pour écouter et renseigner un client
Maîtriser la méthodologie et les techniques de communication écrite et orale	- Utiliser efficacement les différents écrits professionnels (compte-rendu / rapport / note de synthèse / lettre et e-mail professionnels)	
Appliquer les méthodes d'expression dans le cadre des examens	- S'entraîner aux épreuves écrites de l'examen	
	➤ Techniques et méthodologie d'expression orale <ul style="list-style-type: none"><li>- Adapter ses modes d'expression orale au contexte professionnel</li><li>- Capter l'attention de son interlocuteur</li><li>- S'exprimer avec aisance</li><li>- Développer une argumentation efficace</li><li>- Convaincre et répondre aux objections</li><li>- S'entraîner aux épreuves orales de l'examen</li></ul>	

## MODULE 2 La gestion des relations commerciales

(5 jours) / Journées 3, 4, 5, 6 et 7.

Objectifs pédagogiques	Thèmes développés	Objectifs techniques et comportementaux
Assurer l'intégralité de la relation commerciale de l'accueil à l'acte de vente ; être acteur de son organisation commerciale.  Accueillir et découvrir le client selon sa typologie  Utiliser un large éventail de techniques de communication commerciale dans la relation client  Maîtriser les techniques d'entretien et de vente  Organiser son plan d'action commerciale	<p><b>1<sup>er</sup> partie : La communication</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Les fondamentaux de la communication                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le concept de communication</li> <li>- Le processus de communication</li> </ul> </li> <li>➤ La communication interpersonnelle                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- La communication non verbale</li> <li>- La communication orale</li> <li>- Comment motiver l'auditoire (capter son attention, et maintenir son intérêt ?)</li> </ul> </li> <li>➤ La négociation vente                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Approche de la négociation</li> <li>- Le processus de négociation</li> <li>- Négociation et gestion de conflit</li> </ul> </li> </ul> <p><b>2<sup>ème</sup> partie : La relation commerciale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Rôle du conseiller clientèle                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le conseiller clientèle, une des interfaces entre le client et la banque</li> <li>- L'approche produit</li> <li>- L'approche client</li> </ul> </li> <li>➤ Les déterminants sociaux, économiques et culturels de la vente                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'évolution de l'environnement, son impact sur le comportement du client et sa relation avec la banque</li> <li>- La spécificité de la clientèle des professionnels</li> <li>- Les missions du chargé de clientèle</li> <li>- Les qualités requises du commercial</li> </ul> </li> <li>➤ L'entretien commercial                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les étapes d'un entretien de vente</li> <li>- L'accueil</li> <li>- La découverte des besoins et des motivations des clients</li> <li>- La proposition et l'argumentation : techniques de persuasion</li> <li>- Les traitements des objections</li> <li>- Les techniques de conclusion</li> </ul> </li> <li>➤ Introduction à la négociation                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'environnement</li> <li>- Définition de la négociation</li> <li>- Les facteurs d'échec d'une négociation</li> </ul> </li> <li>➤ La segmentation                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le concept de segmentation en marketing bancaire</li> <li>- Les critères de segmentation</li> </ul> </li> <li>➤ L'analyse du portefeuille clients                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pourquoi analyser un portefeuille</li> <li>- Quels sont les éléments à apprécier ?</li> </ul> </li> </ul>	<p><u>Savoir- faire</u> capacité à identifier les besoins lors d'entretiens commerciaux</p> <p><u>Aptitudes comportementales</u> capacité à faire face à des situations de crises (tensions, pressions, réclamations ou insatisfactions) et de trouver une conciliation tout en gardant son calme)</p>

## MODULE 3 La relation bancaire avec les particuliers

(3 jours) / Journées 8, 9 et 10.

Objectifs pédagogiques	Thèmes développés	Objectifs techniques et comportementaux
Acquérir et mettre en œuvre les techniques bancaires relatives à la gestion courante et au développement d'un portefeuille de clients particuliers dans le respect des normes et de la déontologie  Découvrir le client particulier et participer à l'ouverture, la gestion et la clôture du compte client  Proposer les produits et services bancaires adaptés aux besoins du client dans un juste équilibre des intérêts du client et de l'établissement  Respecter les règles déontologiques et le cadre réglementaire du métier de banquier	<p><b>1<sup>er</sup> partie : les caractéristiques du marché des particuliers.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Identification du marché des particuliers</li> <li>➤ La place du marché des particuliers dans la banque</li> <li>➤ Les attentes des particuliers</li> <li>➤ L'offre bancaire</li> </ul> <p><b>2<sup>ème</sup> partie : les produits et services proposés par la banque.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Le compte de particulier</li> <li>➤ Les instruments de paiement</li> <li>➤ Les placements bancaires et financiers</li> <li>➤ Le financement bancaire des particuliers</li> </ul> <p><b>3<sup>ème</sup> partie : le marketing bancaire des particuliers</b></p>	<p><u>Savoir- faire</u> Capacité à identifier les besoins lors d'entretiens commerciaux (domiciliation, placement, financement)</p> <p>Capacité à présenter des avais étayés ou des situations argumentées (vente de services et produits, négociation de conditions tarifaires, etc...)</p>

## MODULE 4 La relation bancaire avec les professionnels et les entreprises

(04 jours) / Journées 11, 12, 13 et 14.

Objectifs pédagogiques	Thèmes développés	Objectifs techniques et comportementaux
<p>situer les techniques d'analyse des états financiers de l'entreprise</p> <p>apprendre à découvrir et à entretenir la relation avec le client.</p> <p>Proposer les types de financement au besoin de l'entreprise</p> <p>identifier les risques potentiels.</p>	<p><b>1<sup>er</sup> partie : les besoins du professionnel et de l'entreprise</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Statut juridique</li> <li>➤ Les besoins</li> <li>➤ La segmentation du marché</li> <li>➤ Les services et produits</li> </ul> <p><b>2<sup>ème</sup> partie : le financement de l'exploitation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Les crédits de fonctionnement</li> <li>➤ Etude et montage d'un dossier de crédit</li> <li>➤ La couverture des besoins de fonctionnement de l'entreprise</li> </ul> <p><b>3<sup>ème</sup> partie : les opérations du commerce extérieur</b></p> <p><b>4<sup>ème</sup> partie : le financement de l'investissement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Les sources de financement de l'investissement</li> <li>➤ L'impact financier de l'investissement</li> </ul>	<p>Capacité à analyser de manière habituelle des situations pour déterminer et choisir des réponses et des solutions les plus appropriées ( type de compte , de placement de financement , de services, de ligne de crédit etc...)</p> <p>Capacité d'appliquer les instructions et consignes en matière de placements de commerce extérieur.</p>

## 3. EPREUVES D'EXAMEN – VALIDATION DU PARCOURS DE FORMATION

A la fin de la formation, une épreuve orale évaluera l'ensemble de la formation. L'épreuve s'appuiera sur un travail personnel que doit préparer l'apprenant.

Un dossier commercial devra être élaboré par chaque apprenant. C'est ce dossier qui sera présenté devant un jury pour être apprécié et noté. Cette présentation sera suivie d'un entretien de clientèle et de questions diverses portant sur l'ensemble du programme.

Le dossier commercial doit être conçu à partir d'un thème choisi sur une liste établie par l'IFB (1). Il doit traiter d'une problématique commerciale ayant pour objet des produits et services bancaires ou le déroulement de la relation avec les clients. Il doit s'appuyer sur une argumentation découlant des règles et normes usuelles dans le métier de chargé de clientèle. Le document doit avoir un caractère technique et opérationnel. A titre d'exemple le travail pourrait prendre la forme d'un argumentaire pour « vendre » un produit ou un service, ou une démarche pour améliorer la relation avec un client ou un segment de clientèle.

Le dossier commercial devra comporter cinq (05) pages. La présentation doit être soignée, faisant ressortir les trois parties essentielles de la structure du document: l'introduction, le développement et la conclusion. L'argumentation commerciale doit être claire et mise en évidence.

La durée globale de l'épreuve est de 40 minutes dont 15 minutes pour la présentation du dossier commercial (5 minutes de présentation, et 10 minutes pour les questions du jury et les réponses), 15 minutes pour l'entretien clientèle et enfin 10 minutes pour les diverses questions du programme.

Le tableau ci-dessous synthétise l'ensemble des étapes de l'épreuve orale :

Épreuve commerciale appliquée	Barème	Durée	Date d'examen
- Dossier écrit sur une opportunité commerciale (*)	20 points	<b>40 min</b>	<b>A déterminer</b>
- Présentation du dossier à l'oral (**)	20 points	(15 min)	
- Simulation orale d'un entretien de clientèle (**)	40 points	(15 min)	
- Questions diverses portant sur l'ensemble du programme	20 points	(10 Min)	

(\*) Dossier réalisé par le candidat pendant le cursus et remis quelques jours ou semaines avant l'examen oral.

(\*\*) Le candidat bénéficie de 20 minutes de préparation.

L'élaboration du dossier commercial doit débuter à partir de la fin du déroulement du 2<sup>ème</sup> module.

La date du déroulement de l'évaluation orale sera communiquée en temps opportun. Une attestation de succès est délivrée pour les candidats ayant obtenu un total de 50 points sur 100.

(1): Ci-joint liste des thèmes proposés par l'IFB.