

## CONSTRUIRE UN ARGUMENTAIRE DIFFERENCIANT POUR L'ASSURANCE

### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les enjeux et l'importance d'un argumentaire clair et pertinent en assurance
- Identifier les attentes et besoins des clients conformément à l'article L.521-4 du Code des assurances
- Savoir analyser le marché et repérer les éléments différenciants face à la concurrence
- Construire et structurer un discours commercial efficace et conforme aux obligations réglementaires
- Adapter l'argumentaire selon le profil client (particulier, professionnel, entreprise) et ses priorités (prix, garanties, services)
- Développer la capacité à traiter les objections et conclure efficacement
- Améliorer en continu sa présentation pour renforcer la relation client et fidéliser

### Public visé :

- Intermédiaires en assurance (IAS)
- Conseillers en gestion de patrimoine
- Collaborateurs de compagnies d'assurance, mutuelles ou cabinets de courtage
- Professionnels de la vente de produits d'assurance et de prévoyance

### Prérequis :

Aucun. Une première expérience dans la relation client ou la vente en assurance est un atout.

### Durée :

15 heures (module de formation continue DDA)

### Modalité pédagogique :

Formation à distance (e-learning)

### Méthodes pédagogiques :

- Support de cours détaillé
- Quiz d'évaluation à la fin de chaque partie
- 

### Attestation :

Attestation de formation délivrée, reconnue dans le cadre de la formation continue obligatoire DDA des IAS (15 h annuelles)

**Conformité réglementaire :**

- Code des assurances (articles L.521-1, L.521-4 et L.112-2-1)
- Directive DDA 2016/97/UE et transposition française
- Recommandations ACPR et France Assureurs
- Obligations ORIAS de formation continue des intermédiaires

**Accessibilité :**

Module accessible en ligne, compatible PC, tablette et smartphone

**PROGRAMME DE FORMATION**

**Partie I** – Introduction : l'importance d'un argumentaire différenciant

**Partie II** – Comprendre son marché et son client

**Partie III** – Construire la valeur ajoutée de son offre

**Partie IV** – Structurer un argumentaire efficace

**Partie V** – Adapter l'argumentaire selon le profil du client

**Partie VI** – Utiliser les supports et outils d'aide à la vente

**Partie VII** – S'entraîner et améliorer sa présentation

**Partie VIII** – Conclusion et bonnes pratiques