

Directive pour l'examen fédéral final

Vente et support



Auteur Siège de l'AFA
Version 1.1
Date 11.5.2015

Sommaire

1.	Objectifs	3
1.1.	Modèle de gestion de St-Gall / Tendances	3
1.2.	Distribution	3
1.3.	Processus / Processus de changement / Industrialisation	3
1.4.	Politique des risques / Gestion des risques / Politique de souscription / Prévention	4
1.5.	Indemnisation	4
1.6.	Etude de marché / Prospection du marché / Gestion de portefeuille	4
1.7.	Conduite d'entretien	4

2.	Matière d'examen	5
-----------	-------------------------	----------

3.	Déroulement des examens	7
-----------	--------------------------------	----------

4.	Durée de l'examen	7
-----------	--------------------------	----------

5.	Moyens auxiliaires	7
-----------	---------------------------	----------

6.	Connaissances préalables	8
-----------	---------------------------------	----------

1 Objectifs

1.1 Modèle de gestion de St-Gall / Tendances

- Le candidat connaît les contenus d'une stratégie commerciale. Il connaît les différences entre les processus normatif, stratégique et opérationnel.
- Le candidat est capable de décrire la stratégie commerciale de son entreprise avec ses propres mots.
- Le candidat connaît les objectifs d'une stratégie commerciale.
- Le candidat connaît les tendances et les défis actuels du secteur de l'assurance après avoir lu les dernières études en la matière.
- Le candidat connaît les conditions standards et les dispositions légales applicables ainsi que les autorités chargées de surveiller le secteur de l'assurance et qui influent sur l'activité de celui-ci.

1.2 Distribution

- Le candidat est capable de traduire les objectifs de l'entreprise en objectifs de distribution (top down) et de les coordonner (bottom up).
- Le candidat est capable de formuler des objectifs de distribution dans les différents canaux et connaît les différentes possibilités d'interactions.
- Le candidat parvient à concilier les possibilités offertes par les différents canaux de distribution avec les attentes du client.
- Le candidat est capable de développer des méthodes et des instruments pour observer le marché de façon systématique. Il est capable d'identifier les modifications des processus de distribution dans l'environnement de marché.
- Le candidat est en mesure d'anticiper les tendances du marché et de s'occuper des différents scénarios.
- Le candidat est capable d'adapter en permanence les processus de distribution au marché et de contrôler régulièrement leur rentabilité. Il est capable de mettre en place les nouveautés et d'adapter les structures de vente.
- Le candidat connaît les stratégies de performance globale (produits, services et prestations de service élargies) pour un portefeuille.
- Le candidat est capable de développer sur la base d'une stratégie de performance en temps opportun et de façon systématique des solutions pour un portefeuille afin de répondre aux attentes et aux projets des clients.
- Le candidat est capable d'expliquer la répartition des coûts de distribution ainsi que le budget consacré à la distribution.
- Le candidat est capable de décrire les missions du contrôle de la distribution.

1.3 Processus / Processus de changement / Industrialisation

- Le candidat connaît les effets de l'industrialisation sur la stratégie et connaît les tendances actuelles. Il sait comment les ressources, le marché et les compétences clés sont pris en compte.
- Le candidat connaît les différentes formes de présentation des processus et les divers modèles d'assurance-qualité. Il sait expliquer la planification, l'organisation et l'optimisation des processus de son entreprise et mettre en évidence les tendances actuelles.
- Le candidat sait comment mettre en place des processus conformes au marché, à l'époque et aux besoins des utilisateurs et comment les contrôler régulièrement.
- Le candidat connaît les différences entre les processus-clés et les processus de support le long de la chaîne de valeur.

- Le candidat est capable d'expliquer différentes stratégies de sourcing, de citer des exemples et de les classer par stratégie.
- Le candidat est en mesure d'anticiper les tendances du marché en tenant compte des différents scénarios portant sur la composition des processus (in-, out- et cosourcing).
- Le candidat est capable de montrer l'impact de la transformation numérique sur l'industrie de l'assurance.

1.4 Politique des risques / Gestion des risques / Politique de souscription / Prévention

- Le candidat est capable de classer la politique des risques de l'entreprise conformément à la théorie (gestion des risques, politique de placement, politique de souscription).
- Le candidat est capable de décrire la politique de souscription de son entreprise avec ses propres mots.
- Le candidat sait comment sont conçus les instruments pour le contrôle continu du respect de la politique de souscription.
- Le candidat connaît les principes permettant d'évaluer correctement le rendement du portefeuille sur la base de la politique de souscription.
- Le candidat est capable de décrire les mesures concrètes découlant de l'analyse du rendement.
- Le candidat sait comment est appliquée une gestion de risque active pour atteindre les objectifs de la politique de souscription
- Le candidat peut appliquer des mesures menant à la réduction des risques.
- Le candidat connaît les possibilités offertes par une gestion active des portefeuilles et des clients et les mesures possibles en la matière.
- Le candidat est capable d'analyser l'ensemble des risques et d'identifier les opportunités de vente.
- Le candidat est capable de définir correctement les mesures à prendre pour l'ensemble du portefeuille et certains clients en particulier.
- Le candidat peut développer des mesures de prévention.

1.5 Indemnisation

- Le candidat est capable de décrire les influences pertinentes des différentes composantes du système d'indemnisation.
- Le candidat est en mesure de gérer avec succès la qualité du portefeuille en fonction des facteurs d'influence du système d'indemnisation.

1.6 Etude de marché / Prospection du marché / Gestion de portefeuille

- Le candidat est capable d'analyser correctement les attentes de ses clients. Il aide alors à l'élaboration et à la mise en oeuvre de solutions d'assurance et de services appropriées.
- Le candidat est capable d'évaluer de manière professionnelle la qualité d'une relation client tant sur le plan individuel que du résultat global.
- Le candidat est capable de développer des méthodes et des instruments pour observer le marché de façon systématique.
- Le candidat peut déduire des méthodes concrètes de prospection du marché et des mesures de marketing destinées à la clientèle de base ainsi que des éléments de suivi de portefeuille.

1.7 Conduite d'entretien

- Le candidat connaît les bases de la conduite d'entretien (p. ex. les éléments de la conduite d'entretien, le niveau du contenu et de la relation, le conscient et le subconscient, les besoins réels et objectifs du client, les avantages pour le client, la technique de questionnement, la politique de risque et d'assurance, l'établissement de scénarios).

2 Matière d'examen

Taxonomie

(explications dans la partie générale des directives)

2.1 Modèle de gestion de St-Gall

2 - 6

- L'entreprise, un système dynamique
- Environnement de l'entreprise
- Stratégies commerciales
- Analyse SWOT / objectifs
- Processus de gestion
 - normatif
 - stratégique
 - opérationnel
- Regroupement d'entreprises
- Communication

2.2 Distribution

2 - 6

- Tendances
- Marchés
- Ressources
- Compétences
- Objectifs de distribution
- Chaîne de valeur

2.3 Processus de changement dans l'assurance

4 - 6

- Processus-clés et de support
- Surindustrialisation (insourcing/outsourcing et co-sourcing)
- Multicanaux
- Multi-accès
- Nouvelles dispositions légales
- Transformation numérique
- Nouveaux besoins des clients

2.4 Politique de souscription

2 - 6

- Evaluation du risque
- Formulation du contrat
- Composition des risques
- Refus de certains risques
- Surveillance
- Prévention

- 2.5 Gestion des risques** **3 - 6**
- Processus de gestion des risques
 - Eviter les risques
 - Réduire les risques
 - Transférer les risques
 - Assumer soi-même les risques
 - Chances et risques
 - Mesures de prévention
- 2.6 Indemnisation** **3 - 5**
- Systèmes et instruments de rémunération
 - Différents types de commissions
- 2.7 Etude de marché / Prospection du marché / Gestion de portefeuille** **3 - 6**
- Etude de marché
 - Processus de distribution
 - Analyse de la situation de la prospection du marché
 - Objectifs de vente
 - Organisation des contacts de vente
 - Planification des ventes (distribution propre et par des tiers)
 - Planification secondaire des ventes
 - Planification budgétaire et contrôle
 - Stratégies de performance
- 2.8 Conduite d'entretien** **3 - 6**
- Principes de la conduite d'entretiens
 - Prérequis humains
 - Etablissement de contacts de vente
 - Entretien avec le client
 - Suivi du dossier
 - Psychologie (conscience/inconscience, besoins réels et objectifs du client, avantages pour le client)
 - Besoins du client (Maslow)
 - Techniques de questionnement

3 Déroulement des examens

Examen écrit:

Résolution de cas pratiques, études de cas, réponse à des questions.

Examen oral:

Résolution de cas pratiques, études de cas, réponse à des questions. Maîtrise de processus professionnels spécifiques en contact avec des clients internes et externes.

Le candidat reçoit un cas une heure avant le début de l'examen et se prépare à l'examen. Au début de l'examen oral, il présente ses ébauches de solution (max. 10 minutes; passé ce délai, la présentation est interrompue par les experts). Au minimum deux experts conduisent ensuite un entretien d'examen (env. 20 minutes) avec le candidat. Un expert rédige le procès-verbal d'examen.

Lors de l'entretien d'examen, les deux experts posent des questions sur la présentation ainsi que des questions approfondies sur le cas et sur d'autres thèmes de la matière d'examen.

4 Durée de l'examen

Examen écrit: 240 minutes

Examen oral: 30 minutes (après 60 minutes de préparation)

5 Moyens auxiliaires

Examen écrit:

- Examen à livre ouvert (open book): sont autorisés tous les moyens auxiliaires sur «papier» (livres, textes de loi, documentation de formation, notes personnelles, etc.).
- Ne sont pas admis les outils électroniques en tous genres, à l'exception d'une calculatrice non programmable (sans fonction de sauvegarde ou accès internet) avec fonctions de base.
- Les moyens auxiliaires ne peuvent être employés que par une seule personne.

Examen oral:

- Examen à livre ouvert (open book): sont autorisés tous les moyens auxiliaires sur «papier» (livres, textes de loi, documentation de formation, notes personnelles, etc.) dans la salle de préparation. Dans la salle d'examen sont admis – en outre du cas d'examen – que les feuilles de présentation.
- Ne sont pas admis les outils électroniques en tous genres, à l'exception d'une calculatrice non programmable (sans fonction de sauvegarde ou accès internet) avec fonctions de base.
- Les éventuels moyens de présentation sont mis à la disposition du candidat.

6 Connaissances préalables

Connaissances de base en assurances requises pour l'admission à l'examen fédéral final et connaissances acquises dans le cadre des modules à traiter en vue de l'admission à l'examen fédéral final.

