Vente et action commerciale en assurance

Vendre les contrats d'assurance par téléphone

1 jour (7h00) | 4,6/5 | ASSUR-8992334 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 175 € ht

Formations Compétences Métier › Assurance › Vente et action commerciale en assurance

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

Amorcer et gérer une communication téléphonique

Élaborer le guide d'entretien et de réponses aux objections

Maîtriser les techniques de vente par téléphone

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une matrice pédagogique adaptée pour permettre un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés.
Cette matrice prévoit une alternance de temps de connexion en groupe et de séquences de déconnexion pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Avoir une première expérience de la relation client

Public concerné

Conseillers clientèle

Intermédiaires d'assurance

Toute personne en relation avec la clientèle assurance

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Mesurer l'importance du téléphone dans l'approche commerciale

Maîtriser les vecteurs de la transmission du message

- Travailler son message
- Prendre contact /accueillir
- Pratiquer l'écoute active
- Formuler des propositions et conseiller
- Gérer les situations difficiles

Maîtriser les spécificités de la communication téléphonique

- Utiliser les outils essentiels du téléphone : mots, voix, écoute...
- Questionner le client pour comprendre sa demande
- Reformuler la demande du client ou prospect
- Analyser les informations recueillies et faire une synthèse

Mise en situation : simulation d'un entretien téléphonique avec un prospect

Structurer et conduire un entretien de vente par téléphone

Respecter les règles de commercialisation des produits d'assurance

- Connaître les obligations légales et les best practices en matière d'information et de conseil

Préparer sa communication téléphonique

- Distinguer les différents types d'appels : entrants (vente) et sortants (déclaration, résiliation, indemnisation)
- Organiser et préparer l'appel
- Construire un guide d'entretien : l'argumentaire et le cahier d'objections
- Organiser son action marketing
- Planifier les cibles et les types d'actions à mettre en œuvre
- Gérer le timing d'un appel

Exercice d'application : élaboration d'une grille d'analyse et d'un argumentaire

Vendre à partir d'une plateforme téléphonique

- Capter l'attention et susciter l'intérêt du client et/ou du prospect
- Franchir les barrages et personnaliser le contact
- Identifier les besoins du client ou prospect : attentes, objectifs et motivations
- Identifier les solutions d'assurances correspondant à la demande du client ou prospect
- Dérouler une argumentation convaincante

- Établir un devis
- Négocier et conclure la vente
- Organiser le suivi de la vente par téléphone
- Programmer les relances

Étude de cas : analyse de la posture adoptée et des réponses formulées en fonction des demandes d'un client

Vidéo : Comment traiter l'objection d'un client ?

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

Évaluation en 3 phases : Pendant la formation : un bilan quotidien effectué par l'intervenant À chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité pour mesurer l'atteinte des objectifs À froid : à J +3 mois, une évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.