

**Chargé(e) de clientèle
particuliers et
professionnels en banque et
assurance**

**Présentation du référentiel
synthétisé de formation**

Document mis à jour le 25 mars 2024

I. RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS, DE COMPÉTENCES ET D'ÉVALUATION

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	CRITÈRES D'ÉVALUATION
MODALITÉS D'ÉVALUATION		CRITÈRES D'ÉVALUATION	
Bloc de compétences n° 1 : Prospection omnicanale de clients particuliers et/ou professionnels de produits banque/assurance			
<p>A.1.1 Définition des cibles particuliers et/ou professionnels à prospector, dans le respect de la stratégie commerciale de l'établissement banque/assurance et identification des leviers de captation d'attention</p>	<p>En définissant au préalable les cibles à approcher dans le respect de la stratégie commerciale de son établissement et en identifiant les canaux et leviers de captation d'attention à utiliser, prospector de nouveaux clients particuliers et/ou professionnels de produits banque/assurance, en déployant des actions sur différents canaux (numérique, téléphonique, événementiel...), afin de générer des leads pour son entreprise et conquérir de nouveaux clients.</p> <p>C.1.1.1 Déterminer les cibles de particuliers ou de professionnels de la prospection omnicanale à réaliser en cohérence avec les objectifs de développement commercial définis avec sa hiérarchie, en analysant les données numériques internes et externes disponibles concernant les cibles à démarcher et en les hiérarchisant en fonction de leur adéquation aux critères de ciblage, afin de cadrer et de prioriser les actions à conduire.</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p>1/ En relation avec les compétences C.1.1.1, C.1.1.2, C.1.2.1 & C.1.2.2</p> <p>Un plan stratégique de prospection omnicanale, comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la définition des cibles à approcher, - le choix des actions de prospection à mettre en œuvre sur différents canaux (numérique, téléphonique, physique...), - les conditions de réalisation du plan de prospection. <p><i>Modalités d'évaluation des candidats</i> <i>issus de la formation</i></p> <p>Etude de cas ou situation d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<p>1/ <i>En relation avec les compétences C.1.1.1 & C.1.1.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de la définition des prospects ciblés et des leviers de captation de leur attention au regard de leurs besoins et usages : - les informations et sources exploitables, aussi bien internes qu'externes (réseau professionnel, bases de données, réseaux sociaux professionnels) sont identifiées, - l'analyse des informations et sources exploitables permet l'identification, la caractérisation et la segmentation de prospects potentiels, - l'évaluation des prospects potentiels permet de sélectionner les plus porteurs, de les prioriser et de les hiérarchiser sur le fondement de critères objectifs et déterminés par la stratégie commerciale de l'entreprise, - la sélection des cibles du plan de prospection est cohérente avec la stratégie commerciale de l'entreprise et sa déclinaison dans le plan d'action commercial. <p><i>En relation avec la compétence C.1.2.1 et C.1.2.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence et justification de la sélection des actions de prospection à conduire : - la définition de la stratégie de prospection permet la sélection d'actions articulant différentes modalités de captation de l'attention des cibles prospects,
<p>A.1.1.2 Analyser les comportements, usages et besoins potentiels des cibles définies en matière de produits banque/assurance, en s'appuyant notamment sur les données marketing issues des outils numériques de gestion de la relation clients (CRM) et en repérant les évolutions et tendances des pratiques des consommateurs (préférences, valeurs...), afin d'identifier les actions innovantes à mettre en œuvre et les canaux et leviers de captation d'attention à utiliser.</p>	<p>C.1.1.2 Analyser les comportements, usages et besoins potentiels des cibles définies en matière de produits banque/assurance, en s'appuyant notamment sur les données marketing issues des outils numériques de gestion de la relation clients (CRM) et en repérant les évolutions et tendances des pratiques des consommateurs (préférences, valeurs...), afin d'identifier les actions innovantes à mettre en œuvre et les canaux et leviers de captation d'attention à utiliser.</p>	<p>Etude de cas ou situation d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<p><i>En relation avec la compétence C.1.2.1 et C.1.2.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence et justification de la sélection des actions de prospection à conduire : - la définition de la stratégie de prospection permet la sélection d'actions articulant différentes modalités de captation de l'attention des cibles prospects,

<p>A.1.2 Sélection d'actions de prospection omnicanale adaptées aux cibles particuliers et/ou professionnels visées et organisation de leurs conditions de mise en œuvre</p>	<p>C.1.2.1 Choisir les actions de prospection omnicanale à mettre en œuvre en direction de clients potentiels de produits banque/assurance, en sélectionnant les différents canaux à utiliser de façon coordonnée (numérique, téléphonique, physique...) et les outils à déployer (mailing, référencement naturel, communication numérique institutionnelle et sur les médias sociaux...), afin d'optimiser l'atteinte de ses cibles et d'obtenir l'impact recherché en termes de génération de <i>leads</i>.</p>	<p>notamment au moyen des outils numériques (génération de trafic, web tracking, social selling...), les objectifs du plan de prospection sont clarifiés et définis selon des critères qualitatifs et quantitatifs cohérents au regard des cibles visées,</p> <ul style="list-style-type: none"> - la sélection des actions de prospection à conduire repose sur une analyse de leur intérêt et des résultats escomptés, - les actions sélectionnées sont innovantes, variées et complémentaires. • Qualité de l'organisation et du déroulement prévisionnels du plan de prospection : - le mix des actions sélectionnées s'inscrit dans une logique d'omnicanauté, - les actions à conduire sont hiérarchisées et priorisées en fonction des objectifs à atteindre, - la planification des actions est réaliste et tient compte de paramètres internes et externes.
<p>A.1.3 Réalisation des actions de prospection omnicanale auprès des cibles particuliers et/ou professionnels potentiellement clientes de produits banque/assurance</p>	<p>C.1.2.2 Organiser le plan de prospection omnicanale à mettre en œuvre en direction de clients potentiels de produits banque/assurance, en fixant les objectifs à atteindre et en hiérarchisant et planifiant les actions à conduire, afin d'ordonner et d'optimiser la mise en œuvre de la démarche compte tenu des paramètres internes (calendrier de l'agence et organisation du poste de travail) et externes (variations saisonnières du marché, besoins des prospects, spécificités liées à la zone géographique...).</p>	<p>2/ <i>En relation avec les compétences C.1.3.1, C.1.3.2 & C.1.3.3</i></p> <p>Plusieurs outils de prospection adaptés aux canaux mobilisés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des supports de communication physiques et digitaux, - une grille ou un script d'entretien de prospection. <p><i>Modalités d'évaluation des candidats issues de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>
	<p>C.1.3.1 Réaliser ou participer à la production des supports de communication adaptés aux différents canaux utilisés et aux caractéristiques de ses cibles, en choisissant le niveau d'information et la nature de l'argumentaire présentant son offre produits/services, afin de les déployer dans le cadre des actions de prospection (emailing, publication sur les médias sociaux, scripts d'entretien téléphonique...).</p>	<p>2/ <i>En relation avec les compétences C.1.3.1, C.1.3.2 & C.1.3.3</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualité des outils et supports de prospection réalisés : - les supports de communication réalisés ont un format adapté aux différents canaux de diffusion envisagés, - l'argumentaire développé dans les supports réalisés propose une image valorisante de l'offre de produits banque/assurance et rend compte de ses avantages, - l'argumentaire développé tient compte et est adapté aux caractéristiques des prospects ciblés, - les informations à recueillir sur le prospect sont identifiées avec exhaustivité et traduites dans un plan de questionnement, - les différents thèmes à traiter durant l'entretien sont identifiés avec exhaustivité,
	<p>C.1.3.2 Recueillir des informations complémentaires concernant les cibles du plan de prospection, en exploitant les ressources numériques, afin de mieux identifier le prospect particulier ou professionnel, ses besoins et ses motivations.</p>	
	<p>C.1.3.3 Conduire des entretiens de prospection en face-à-face ou à distance, en présentant son offre de produits/services et en mobilisant des techniques de questionnement permettant d'obtenir un maximum d'informations sur le prospect et son besoin, afin de vérifier</p>	

<p>A.1.4 Evaluation des résultats et de l'efficacité du plan de prospection omnicanale mis en œuvre auprès de clients potentiels de produits banque/assurance</p>	<p>l'adéquation entre son offre et le besoin du prospect en vue de générer une vente potentielle.</p> <p>C.1.4.1 Evaluer les résultats des actions de prospection omnicanale mises en œuvre, en analysant les données recueillies tout au long de la campagne et intégrées dans le système d'information de son agence, afin d'identifier les informations pertinentes à faire remonter à la direction en vue d'alimenter la réflexion stratégique de l'entreprise et d'en tirer des enseignements pour les prochaines campagnes.</p>	<p>3/</p> <p>En relation avec la compétence C.1.4.1 Une analyse des résultats d'une action de prospection</p> <p><i>Modalités d'évaluation des candidats issues de la formation</i></p> <p>Etude de cas ou situation d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<ul style="list-style-type: none"> - la somme des informations à collecter permet de clarifier l'opportunité et la possibilité d'une vente auprès du prospect, au regard de ses besoins éventuels et leur adéquation avec l'offre de produits banque/assurance de l'agence. <p>3/</p> <p><i>En relation avec la compétence C.2.4.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertinence de l'évaluation de l'action de prospection : - les informations recueillies auprès des prospects sont vérifiées et capitalisables dans le système d'information de l'entreprise, - l'efficacité de l'action entreprise est évaluée selon des critères objectifs et quantitatifs (génération de leads...), - les insuffisances constatées font l'objet d'une analyse aboutissant à la proposition de mesures correctives et d'amélioration.
<p>Bloc de compétences n° 2 : Commercialisation de produits banque/assurance auprès d'une clientèle de particuliers et/ou de professionnels</p>			
<p>A.2.1 Diagnostic du besoin du client/prospect en matière de produits banque/assurance particulier ou professionnel et évaluation de son profil de risque</p>	<p>En s'appuyant sur le diagnostic du besoin et du profil de risque de clients ou prospects, commercialiser des produits banque/assurance, en construisant et en assurant la sécurisation de solutions adaptées aux problématiques des clients/prospects dans le respect des obligations réglementaires et de la politique RSE de son entreprise.</p> <p>C.2.1.1 Evaluer le besoin d'un client/prospect particulier ou professionnel de produits banque/assurance, en mobilisant un questionnement permettant d'éclairer la nature de ses projets et les objectifs qu'il poursuit, ainsi que ses attentes spécifiques liées à une éventuelle situation de handicap, afin de définir sa problématique (épargne, prévoyance, assurance, investissement...) et d'identifier le type de solutions à lui proposer.</p>	<p>1/</p> <p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p>	<p>1/</p> <p><i>En relation avec les compétences C.2.1.1.1, C.2.1.2, C.2.1.3 & C.2.2.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - le comportement mis en œuvre durant l'entretien est conforme aux standards liés à la fonction (conseiller de clientèle) et au positionnement de l'établissement banque/assurance, ainsi qu'à l'application des procédures d'accueil et de communication garantissant l'accessibilité et la compréhension des personnes en situation de handicap, - le type et la nature des informations à collecter pour éclairer la situation du client, sa problématique, ses objectifs et les besoins spécifiques résultant d'une éventuelle situation de handicap sont identifiés avec exhaustivité,

<p>A.2.2 Conseil du client particulier ou professionnel concernant ses besoins en matière de produits banque/assurance, dans le respect des obligations d'information, de transparence et de confidentialité imposées par la réglementation</p>	<p>C.2.1.2 Opérer une prise d'informations complémentaires concernant le profil et la situation du client/prospect particulier ou professionnel de produits banque/assurance, en appliquant une grille d'analyse et des méthodes de simulation permettant l'évaluation de son sérieux et de sa solvabilité, voire de l'origine de ses fonds (en lien avec la LCB-FT), afin d'identifier et de qualifier les risques attachés à son profil et de décider de la suite à réserver dans le respect de la réglementation.</p> <p>C.2.1.3 Analyser le régime professionnel, social, patrimonial et fiscal du client/prospect, en adoptant une posture commerciale et en veillant au respect du RGPD concernant le traitement des informations collectées à cette occasion, afin d'établir un diagnostic de sa situation et d'évaluer les risques liés à son besoin et ses projets.</p>	<p>1/</p> <p>En relation avec les compétences C.2.1.1, C.2.1.2, C.2.1.3 & C.2.2.1</p> <p>Conduite d'un entretien d'analyse du besoin d'un client/prospect particulier ou professionnel et évaluation de sa situation.</p> <p>L'entretien est conclu par une mission de conseil en vue de la proposition de produits ou services banque/assurance</p> <p><i>Modalités d'évaluation des candidats issus de la formation</i></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée Travail individuel Production orale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - la mobilisation des techniques de questionnement permet la mise en confiance du client/prospect et l'obtention des informations recherchées, dans le respect de la réglementation, - l'analyse des informations collectées donne lieu à une reformulation fidèle de la problématique du client, de ses objectifs et attentes, - l'analyse des informations concernant la situation du client donne lieu à une évaluation exacte de sa situation (sur le plan fiscal, patrimonial et matrimonial) à l'appui de méthodes et outils de simulation éprouvés, - la situation du client et le profil de risque du client sont diagnostiqués, et le type de produit vers lequel l'orienter est identifié avec justesse, - sur la base du diagnostic posé, des conseils sont prodigués au client sur les différentes solutions possibles au regard de sa problématique et de besoins spécifiques liés à son éventuelle situation de handicap, - les conseils prodigués sont exprimés avec clarté et pédagogie et permettent la compréhension du client, même sur les aspects les plus techniques ou complexes, - la mission de conseil est opérée dans le respect strict des obligations de transparence et d'information imposées par la réglementation.
<p>A.2.3 Elaboration de solutions banque-assurance adaptées aux besoins du client</p>	<p>C.2.2.1 Formuler des recommandations de solutions banque/assurance (prévoyance, investissement, financement, couverture), correspondant potentiellement au besoin et projets du client, en faisant preuve de clarté, de pédagogie et d'adaptation à une éventuelle situation de handicap dans ses explications et en appliquant rigoureusement le devoir de transparence et d'information lié à la déontologie et la réglementation du secteur (DDA) ainsi qu'à la politique RSE de son entreprise, afin de l'orienter dans ses choix au mieux de ses intérêts et aspirations et de lui permettre d'opérer un choix éclairé.</p> <p>C.2.3.1 Construire une solution de produit banque/assurance durable, adaptée au besoin et aux projets du client et tenant compte de ses aspirations et valeurs, en s'appuyant sur les offres existantes proposées par son agence et en analysant les avantages et risques de chacun des produits sur la base de l'évaluation de leur rentabilité financière et/ou de la couverture de risque, afin d'établir une proposition cohérente avec la situation et les projets du client.</p>	<p>2/</p> <p><i>En relation avec les compétences C.2.3.1, C.2.3.2 1 C.2.3.3</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - la solution de produit banque/assurance proposée est adaptée au besoin et au profil du client, - la solution de produit banque/assurance proposée combine de façon efficiente et complémentaire les différentes offres composant le portefeuille de son agence, - la solution de produit banque/assurance proposée est fondée sur l'évaluation de différentes 	

<p>A.2.4 Négociation, vente et contractualisation des produits banque-assurance auprès d'une clientèle de particuliers et/ou professionnels</p>	<p>C.2.3.2 Elaborer un argumentaire de présentation de la solution de produit banque/assurance élaborée, en identifiant ses points différenciants et en hiérarchisant les arguments démontrant ses avantages et bénéfices, afin de convaincre le client/prospect de son bienfondé, de devancer ses objections éventuelles et de le convaincre de s'engager dans le processus d'achat.</p> <p>C.2.3.3 Présenter la solution de banque/assurance élaborée au client, en développant un argumentaire adapté et exposant de façon transparente ses droits et obligations, afin de lui permettre de se déterminer dans sa décision de façon éclairée.</p> <p>C.2.4.1 Négocier les conditions de délivrance de la solution de produit banque/assurance élaborée, en adoptant une attitude et un mode de communication adapté à son interlocuteur, notamment en situation de handicap, et en développant un argumentaire convaincant et permettant la validation de points d'accord concernant ses différentes clauses, afin de parvenir à un consensus permettant la contractualisation.</p> <p>C.2.4.2 Contractualiser la vente des produits banque/assurance avec une clientèle de particuliers ou professionnels, en veillant à la formalisation d'un accord respectant le cadre juridique et les contraintes imposées concernant le traitement des données personnelles, afin de sécuriser l'engagement mutuel et de prémunir son entreprise de tout risque.</p>	<p>2/</p> <p>En relation avec les compétences C.2.3.1, C.2.3.2 & C.2.3.3</p> <p>Construction de solutions de produits bancaires et/ou assurantiels adaptés à la typologie et au besoin du client/prospect particulier ou professionnel</p> <p><i>Modalités d'évaluation des candidats issus de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p> <p>3/</p> <p>En relation avec les compétences C.2.4.1 & C.2.4.2</p> <p>Négociation et contractualisation d'une offre de produit/service banque/assurance personnalisé avec un client particulier ou professionnel</p> <p><i>Modalités d'évaluation des candidats issus de la formation</i></p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée Travail individuel Production orale</p>	<p>hypothèses et le choix de la solution la plus avantageuse au regard des objectifs du client,</p> <ul style="list-style-type: none"> - la solution proposée présente des avantages sur le plan extra-financier et tient compte des aspirations et valeurs du client notamment en matière d'investissements éthiques et durables, - l'argumentaire conçu est cohérent, adapté au profil du client et à ses besoins, - les droits et obligations du client sont exposés clairement et en toute transparence et cet exposé lui permet de prendre une décision éclairée. <p>3/</p> <p><i>En relation avec les compétences C.2.4.1 & C.2.4.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - le comportement mis en œuvre durant la négociation est adapté à la situation, au profil de son interlocuteur et à son éventuelle situation de handicap, - l'argumentaire est développé de façon claire et convaincante, - les objections du client sont traitées et font l'objet d'une réponse adaptée, - un effort de clarté et de pédagogie est fait pour clarifier, en toute transparence, les tenants et aboutissants des différentes clauses contractualisées, - la négociation débouche sur un accord acceptable pour les deux parties, dans le respect de la réglementation, - le contrat est conforme aux points d'accord convenus ainsi qu'aux dispositions légales.
---	--	--	--

Bloc de compétences n° 3 : Entretien et développement d'un portefeuille de clients particuliers et/ou professionnels de produits banque/assurance	
<p>En s'appuyant sur une veille juridique permettant l'identification de toute évolution réglementaire et de sa prise en compte garantissant la conformité des modalités de relation mises en œuvre, entretenir et développer un portefeuille de clients particuliers ou professionnels de produits banque/assurance, en opérant leur suivi et leur information au vu de l'évolution de leur situation et de leurs projets et en mettant en œuvre les actions de nature à favoriser leur satisfaction et leur fidélisation.</p> <p>C.3.1.1 Exercer une veille sur évolutions juridiques et réglementaires du secteur banque/assurance, en identifiant toute modification et nouvelle disposition – notamment en matière de déontologie – et en évaluant leur impact sur les modalités de gestion et d'entretien de la relation clients, afin de garantir la conformité du traitement de ses clients en application de la législation.</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p>1/</p> <p>En relation avec la compétence C.3.1.1</p> <p>L'analyse des dispositions réglementant l'activité de conseil et de délivrance de prestation dans le secteur de la banque et de l'assurance</p> <p>Modalités d'évaluation des candidats issus de la formation</p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p> <p>2/</p> <p>En relation avec les compétences C.3.2.1 & C.3.2.2</p> <p>La réalisation d'une action de suivi de la situation d'un client de services bancaires/assurantiels, intégrant la prise en compte de l'évolution de sa situation et la proposition d'une nouvelle offre produits/services nouvelle adaptée</p> <p>Modalités d'évaluation des candidats issus de la formation</p> <p>Mise en situation professionnelle reconstituée Travail individuel Production orale</p>
<p>A.3.1 Conduite d'une veille sur la réglementation dans le secteur de la banque et de l'assurance et identification des évolutions des devoirs et obligations déontologiques vis-à-vis des clients</p>	<p>1/</p> <p><i>En relation avec la compétence C.3.1.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - les obligations incombant à l'établissement banque/assurance sur les conditions de délivrance de son offre produits/services et concernant le traitement de la relation clients sont correctement identifiées, - la traduction de ces obligations dans l'activité exercée par un conseiller clientèle dans le secteur banque/assurance est déduite avec justesse, - les évolutions de la réglementation dans le secteur banque/assurance sont connues et leur impact est correctement interprété. <p>2/</p> <p><i>En relation avec la compétence C.3.2.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - les données relatives à la situation du client sont correctement analysées et interprétées, - les changements significatifs de la situation du client sont repérés et qualifiés, - les risques ou opportunités générés par l'évolution de la situation du client sont correctement identifiés. <p><i>En relation avec la compétence C.3.2.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - le choix de l'offre proposée et de l'information portée à la connaissance du client est justifié par l'évolution de sa situation et le renouvellement des produits/services de l'établissement, - les outils complémentaires et favorisant la vente additionnelle (présentation de produit au format digital, notamment) sont mobilisés à bon escient et proposés au client, - les outils et solutions numériques conçus pour communiquer avec les personnes en situation de handicap sont identifiés et mobilisés, - le comportement mis en œuvre durant l'entretien est adapté aux spécificités et besoins du client,
<p>A.3.2 Suivi et entretien de la relation avec les clients particuliers et/ou professionnels de produits banque/assurance</p>	<p>C.3.2.1 Réaliser le suivi des membres de son portefeuille clients, en consultant régulièrement les données, indicateurs et états générés automatiquement par le système d'information concernant leur situation, afin de repérer et/ou d'anticiper toute évolution financière présentant des risques et de déterminer les actions d'entretien de la relation clients à mettre en œuvre.</p> <p>C.3.2.2 Informer la clientèle de son portefeuille des nouveautés et évolutions de l'offre de produits banque/assurance élargie proposée par son entreprise (produits bancaires et assurantiels, téléphonie, temps forts en agence...), en utilisant les canaux et outils de communication physiques et dématérialisés, dont ceux spécifiquement conçus pour les personnes en situation de handicap, et en leur présentant leurs avantages et bénéfices respectifs de façon personnalisée, afin de réaliser des ventes additionnelles contribuant au développement commercial de sa structure.</p>

<p>A.3.3 Analyse du niveau de satisfaction des clients particuliers ou professionnels de son portefeuille et identification des conditions d'amélioration de la relation clients</p>	<p>C.3.3.1 Identifier les améliorations potentielles des modalités d'entretien de la relation clients et de l'offre produits banque/assurance de son entreprise, en analysant les résultats issus des enquêtes de satisfaction mises en oeuvre et en repérant les points et motifs d'irritation forts ou faibles exprimés par sa clientèle, afin de contribuer à l'évolution des services de son entreprise dans un objectif de fidélisation.</p>	<p>3/ En relation avec les compétences C.3.3.1 & C.3.4.1 L'évaluation de la performance qualitative et quantitative de l'activité d'un conseiller clientèle en banque/assurance, sur la base de l'analyse d'indicateurs de satisfaction clients et de vente</p> <p><i>Modalités d'évaluation des candidats issus de la formation</i></p> <p>Etude de cas d'entreprise Travail individuel Production écrite</p>	<p>notamment en situation de handicap, et de nature à consolider la confiance du client et sa satisfaction, en vue de sa fidélisation.</p>
<p>A.3.4 Evaluation et formalisation des résultats commerciaux sur son périmètre d'activité</p>	<p>C.3.4.1 Evaluer les résultats des actions commerciales menées en direction de la clientèle de produits banque/assurance de son portefeuille, en croisant les différents indicateurs rendant compte de son volume d'activité et des taux de satisfaction et de fidélisation de ses clients, afin d'en établir un bilan formalisé en vue de l'ajustement continu de la stratégie commerciale.</p>	<p>3/ En relations avec les compétences C.3.3.1 & C.3.4.1</p> <ul style="list-style-type: none"> - les résultats de l'enquête de satisfaction sont correctement analysés et la voix client est interprétée avec justesse dans l'identification des points d'irritation et des motifs de satisfaction, - les indicateurs de performance commerciale sont correctement analysés et interprétés, - les écarts avec les objectifs initialement fixés sont repérés et évalués, - des hypothèses de causes génératrices d'insatisfaction et d'érosion des ventes sont formulées et appuyées par un argumentaire, - des possibilités d'amélioration de service, aussi bien concernant l'offre que les modalités de gestion de la relation clients, sont proposées en cohérence avec l'analyse posée, - la synthèse est claire et directement exploitable pour un professionnel destinataire et en position de responsabilité hiérarchique. 	

II. GRANDS PRINCIPES DE LA CERTIFICATION

Règlement d'examen Chargé de Clientèle et Professionnel en Banque et Assurance

Niveau initial requis

Pour un parcours vers la certification en formation initiale (Primo-apprenant) ou continue (Executive : salarié/demandeur d'emploi) soit :

- Un niveau 5 validé.
- Justifier de 3 années d'expérience professionnelle

Et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement.

Par la VAE :

- Répondre aux prérequis fixés par la loi.

Conditions d'obtention de la certification quelle que soit la voie d'accès

Le référentiel de la certification Chargé de Clientèle et Professionnel en Banque et Assurance est composé de 3 **blocs de compétences et de la prise en compte d'une pratique professionnelle.**

La certification peut être obtenue en formation continue et initiale :

- Par blocs séparés,
- Dans son intégralité.

Le référentiel intègre dans les deux cas, à l'exception des candidats salariés, une dimension professionnelle évaluée systématiquement selon deux modalités (voir grille d'évaluation ci-après) :

- Une « **Évaluation entreprise** », réalisée par le tuteur qui suit le candidat en entreprise à l'aide de la Grille d'évaluation de pratique professionnelle
- Un « **dossier professionnel** » et d'une « **soutenance du dossier professionnel** » évalués par un jury.

La validation de chaque bloc de compétences est déterminée par une ou plusieurs évaluations.

Les salariés et demandeurs d'emploi qui bénéficient d'un positionnement effectué grâce aux outils de positionnement fournis par le réseau NEGOVENTIS, peuvent être, selon les titres, exemptés d'épreuve professionnelle.

La **certification totale** est délivrée si le candidat obtient **10 de moyenne générale avec une note d'évaluation professionnelle d'au moins 10/20** sous réserve de ne pas avoir obtenu une note inférieure à 8/20 sur l'un des 4 blocs (note éliminatoire).

⇒ Validation totale de la certification correspondant à l'obtention du titre

Dans l'hypothèse où le candidat obtient une moyenne générale égale ou supérieure à 10 mais une note inférieure à 8/20 (note éliminatoire) dans un ou plusieurs blocs, il conserve le bénéfice des blocs pour lesquels il a obtenu la moyenne, soit 10/20 (blocs validés).

⇒ Il obtient une certification partielle, uniquement sur les blocs validés

Dans l'hypothèse où le candidat n'obtient pas 10 de moyenne générale, il n'obtient donc pas la certification totale, mais il conserve le bénéfice des blocs pour lesquels il a obtenu la moyenne, soit 10/20 (blocs validés).

⇒ Il obtient une certification partielle, uniquement sur les blocs validés

Période minimale obligatoire en entreprise

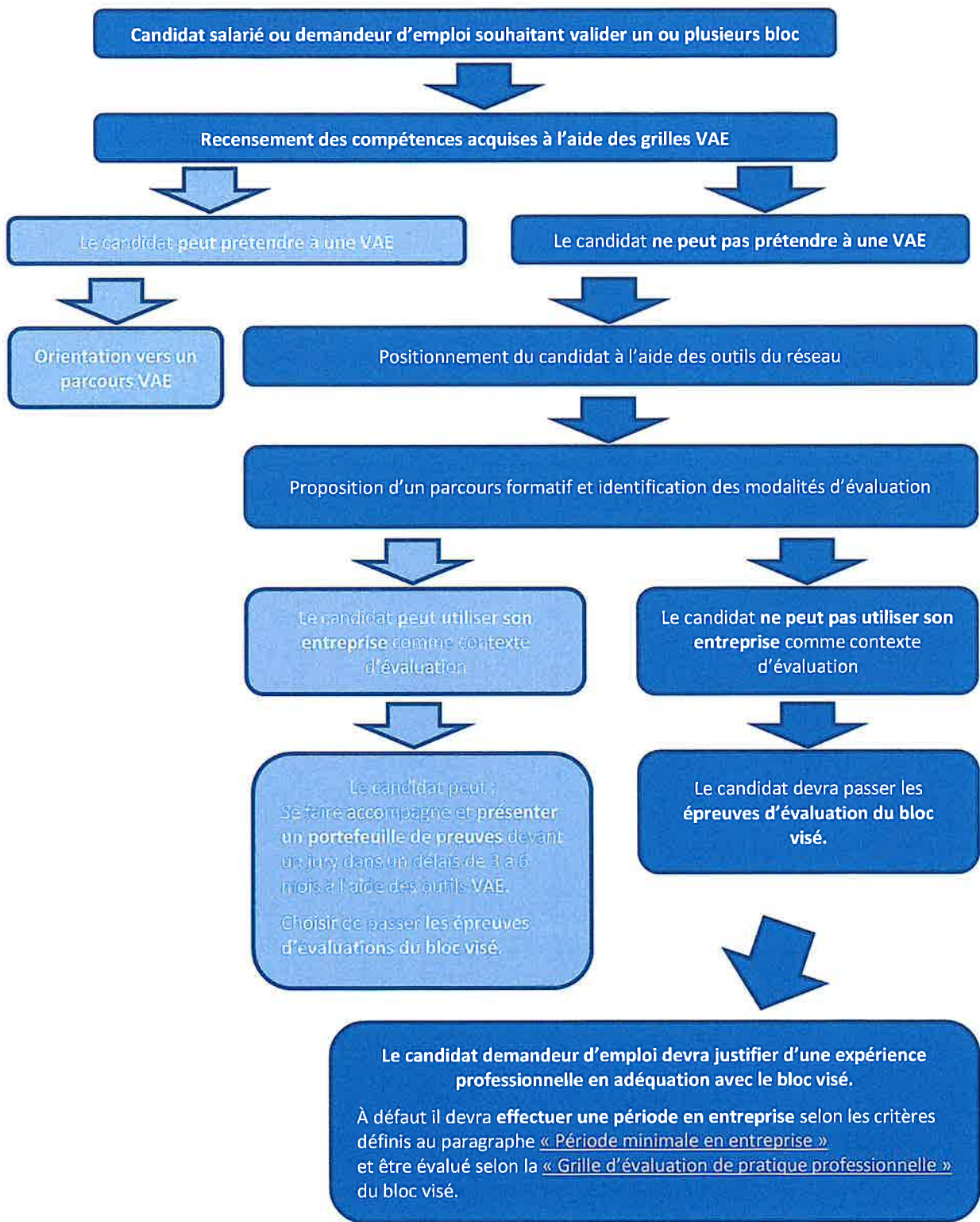
Pour l'obtention du titre Responsable de développement Commercial inscrit au RNCP à niveau 6, la **période minimale obligatoire en entreprise** (alternance, stage...) est dans le cas d'un :

- **Parcours complet de 280h.**
- **Parcours de validation partielle de 105h par bloc de compétences** dans la limite de 280 h dans le cas de plusieurs blocs suivi dans un parcours de formation.
- **Parcours « Executive » et après positionnement** cette durée de stage obligatoire **peut-être réduite jusqu'à 105h.**

Les candidats Executive

Les candidats Executive peuvent, dans le cadre de la validation d'un bloc de compétences, substituer les épreuves de blocs par un portefeuille de preuves à présenter à un jury, 3 à 6 mois après le parcours formatif, dans la mesure où le contexte de l'entreprise du candidat est favorable à ce type de démarche. Pour cela il doit s'appuyer sur les outils VAE proposés en fin de ce référentiel.

Process de validation d'un bloc pour un candidat Executive



En cas d'échec

- Le candidat a la possibilité de repasser les blocs non validés, une seule fois par bloc, dans la limite de la « date de dernière délivrance possible de la certification » indiquée sur la fiche RNCP (lien en 1^{ère} page de couverture).
- Concernant l'épreuve professionnelle, le candidat a la possibilité de présenter un dossier lié à une problématique professionnelle après 3 mois minimum d'expérience professionnelle en relation avec le métier, dans la limite de la « date de dernière délivrance possible de la certification » indiquée sur la fiche RNCP (lien en 1^{ère} page de couverture).

Dans le cadre d'un redoublement : le candidat suit les modules du ou des blocs non-validés et repasse toutes les évaluations de modules suivis et les évaluations de blocs de l'année concernée.

Dans le cadre d'une présentation aux épreuves de rattrapage : le candidat repasse uniquement les évaluations de blocs et conserve le bénéfice de sa note de tuteur pour l'évaluation professionnelle. Dans ce cas, le candidat ne peut se présenter que dans un seul centre, auprès duquel il a obligation de s'inscrire à la prochaine session d'examen, par courrier recommandé ou remis en mains propres 4 mois avant l'épreuve de validation du ou des blocs concernés.

En cas de non-présentation

- Aux blocs : la non-présentation à au moins une évaluation de bloc induit la non-validation du bloc.
- La non remise de rapport dans les délais fixés ou la non-présentation à la soutenance, induisent la non-obtention de la certification, le candidat conserve le bénéfice des blocs pour lesquels il a obtenu la moyenne, soit 10/20 (blocs validés).

Motifs recevables de non-présentation aux évaluations de bloc et professionnelle

- Certificat médical
- Arrêt de travail
- Cas de force majeure justifié (certificat de décès d'un proche...)
 - Dans ces seuls cas une épreuve de rattrapage sera proposée au candidat dans un délai de 6 mois après demande écrite du candidat.

En cas d'absentéisme non-justifié

- Les absences en entreprise dans le cas d'un contrat de travail (contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation) relèvent des dispositions du code du travail et/ou des textes applicables à l'entreprise. dans les limites définies au paragraphe « Période minimale obligatoire en entreprise »
- Concernant les autres voies d'accès à la certification, se conformer au temps à passer en entreprise à minima tel que défini au paragraphe « Période minimale obligatoire en entreprise »
- Les absences en centre de formation ne doivent pas dépasser 10% du temps de face à face.
 - Toute absence injustifiée à une évaluation de contrôle continu est sanctionnée par l'attribution d'un zéro à l'épreuve.
 - Tout manque d'assiduité non justifié, après accord préalable de l'équipe pédagogique sera sanctionné par une diminution de la notation de la grille d'évaluation entreprise comme suit :
 - De 0% à 2,5% du temps de formation : pénalité de 5% de la note globale
 - De 2,5% à 5% du temps de formation : pénalité de 10% de la note globale
 - De 5% à 10% du temps de formation : pénalité de 15% de la note globale
 - Au-delà de 10% du temps de formation : Les sanctions relèvent du règlement intérieur de chaque établissement de formation.

Déroulement des épreuves

Cf. Règlement intérieur de chaque établissement de formation.

Un **procès-verbal d'épreuve de bloc doit être systématiquement établi** afin d'assurer la traçabilité du processus d'évaluation.

Aménagement des épreuves de validation de bloc pour les candidats en situation de handicap

Mesures classiques :

- Garantie d'accessibilité des locaux
- Mise en place d'un 1/3 temps (préparation et déroulé de l'épreuve)
- Mise en place de temps de pause pendant les épreuves avec temps compensatoire
- Assistance d'un secrétaire (lecture, ou écriture sous dictée)
- Présence d'une interface de communication (interprète)
- Aménagement du poste de travail avec mise à disposition :
 - D'un ordinateur portable
 - D'un clavier adapté et/ou d'une souris-loupe
 - D'un dictaphone pour traiter l'étude de cas
 - De règle-loupe avec fil de lecture
 - D'un logiciel de reconnaissance vocale

Mesures spécifiques :

Aménagement des épreuves (écrit + oral) inadaptées au handicap :

Le dossier et les annexes sont remis en début d'épreuve, la rédaction d'un plan et/ou analyse des documents sont sur un temps imparti, les réponses lors d'un oral organisé avec un formateur dans la matière sont enregistrées sur dictaphone.

La partie écrite est remise au formateur qui décompose sa note en 2 parties : un écrit et un oral.

Possibilité de rendre des écrits dactylographiés.

Substitution d'une épreuve écrite par un oral :

Le sujet est préparé pendant la moitié du temps imparti, puis exposé devant un formateur. La note repose sur la restitution orale et l'analyse de la situation soumise au candidat.

Toutes les évaluations de Bloc doivent être respectées même si elles font l'objet d'aménagement (durée, déroulé.).

Les études de cas du réseau sont utilisées systématiquement lorsqu'elles sont diffusées au niveau national.

Fraude aux examens de validation de blocs

En cas de fraude ou de tentative de fraude, le surveillant prendra toutes les mesures nécessaires pour faire cesser la fraude ou la tentative de fraude, sans interrompre la participation à l'épreuve du candidat.

Le surveillant **mentionnera l'incident sur le procès-verbal d'épreuve de bloc contresigné par l'auteur des faits.**

En cas de refus de contresigner, une mention sera portée sur ce document.

Tout candidat dont la fraude est avérée voit sa session d'évaluation invalidée, il ne valide aucun bloc.

Pour obtenir la validation totale ou partielle du titre il devra, après un délai de carence de 6 mois, repasser l'ensemble des évaluations de blocs à la prochaine session. Il devra en avoir fait la demande par recommandé avec accusé de réception au centre d'examen, 4 mois avant l'épreuve de validation du ou des blocs concernés s'il repasse en candidat libre ou 1 mois avant le début de la formation en cas de redoublement (contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation).

Procédure d'évaluation des blocs de compétences

Désignation d'un responsable de la session d'évaluation

L'établissement de formation désigne un responsable de la session d'évaluation, quelle que soit la modalité d'évaluation choisie par le candidat.

Il a la charge d'organiser les examens et évaluations des blocs de compétences conformément au référentiel de la certification.

Processus d'élaboration et de validation des épreuves nationales

Chaque bloc de compétences est évalué par une étude de cas et/ou oral.

Formes des épreuves

Toutes les épreuves sont présentées sous la forme d'une étude de cas d'entreprise qui se décompose en dossiers thématiques ou d'une épreuve orale.

Les concepteurs des épreuves, uniques et originales, devront apporter un soin tout particulier à la clarté rédactionnelle, à la lisibilité des documents annexés, à la présentation, ainsi qu'à l'orthographe.

Orientation pédagogique

Les épreuves doivent respecter les contenus du référentiel, ainsi que le poids de chacun des modules.

Chaque titre comporte au sein de son référentiel un cahier des charges des examens qui rappelle le barème de notation fixé préalablement à la conception des sujets.

La forme des épreuves laissera une part prépondérante à l'approche analytique (analyse de documents, de la problématique, cas pratiques, simulations...) comparativement aux contrôles de connaissances (évaluation de savoirs) et valorisera les compétences transverses au bloc.

Confidentialité

Les concepteurs des épreuves ainsi que tous les acteurs administratifs ou pédagogiques du réseau Negoventis sont tenus à la plus stricte confidentialité sur les contenus des sujets d'examen. Les sujets ainsi que les brouillons doivent être impérativement collectés à l'issue de chaque épreuve.

Les notations et résultats des épreuves de bloc ne doivent en aucun cas être diffusés avant la tenue du jury de certification.

Organisation logistique et déroulement des examens

Les candidats reçoivent une convocation aux épreuves par voie postale, électronique ou remise en main propre à minima un mois avant la date des épreuves.

Étude de cas :

Dès l'arrivée du candidat, son identité est vérifiée sur présentation de sa pièce d'identité en cours de validité.

Le sujet, issu d'une banque nationale d'études de cas créée et diffusée par CCI France, est distribué avec des feuilles de brouillon.

Chaque étude de cas mentionnera explicitement les supports et matériels autorisés. Le candidat signe la feuille d'émargement et les absences éventuelles sont notifiées sur la feuille d'émargement.

L'ensemble des sujets, brouillons... doit être repris par le centre de formation à l'issue des épreuves afin d'éviter la divulgation du sujet.

Portefeuille de preuves :

Le portefeuille de preuves, s'appuyant sur les outils présentés dans le chapitre «LIVRET 2 VAE », complété et signé par le candidat est transmis au jury.

Celui-ci n'ayant pas participé à la formation ou à l'accompagnement (VAE) de l'apprenant.

Épreuve réalisée en format distanciel :

Tout aménagement d'épreuve à distance devra faire l'objet d'un accord préalable de la part de CCI France et respecter les modalités dérogatoires de passage des examens établies par CCI France.

Correction, évaluation et notation

Constitution des jurys

Les jurys d'évaluation doivent respecter les conditions imposées par France Compétences :

Il doit être à minima constitué de 2 professionnels sans lien de subordination avec l'établissement de formation et en capacité d'évaluer les compétences professionnelles visées. De plus ils ne doivent pas avoir :

- Participé à la formation du candidat,
- Un lien avec celui-ci.

Il est possible d'intégrer une 3^{ème} personne au jury en qualité de représentant de l'établissement de formation afin d'éclairer celui-ci sur les attendus de l'évaluation, sous condition :

- Qu'il n'ait formé le candidat,
- Qu'il ne participe pas à la notation.

Oraux

Pour les épreuves orales, les grilles d'évaluation nationales doivent être utilisées.

Pour l'épreuve orale de « pratiques professionnelles », une grille nationale et une note de procédure régissent l'évaluation et la notation.

Écrits

Toute conception de sujet pour les épreuves écrites comprend l'élaboration d'une grille de correction ou d'une rédaction de corrigé qui s'efforce de décliner un barème de notation le plus précis et le plus fin possible permettant ainsi d'assurer une correction objective.

La correction des copies des candidats est assurée par l'établissement de formation organisateur de l'examen. Chaque établissement de formation doit ensuite archiver ces copies d'examen durant 1 an minimum, délai légal en cas de réclamation d'un candidat.

Procédure d'évaluation des modules de formation

Les épreuves d'évaluation des modules de formation sont conçues et gérées par les centres de formation sous forme de contrôles continus. Chaque module ainsi évalué conduit à une notation sur 10, 20 ou 30, conforme à la grille d'évaluation de la certification : note sèche ou moyenne de plusieurs notes.

Procédure de certification

Tout cycle nouvellement créé devra être parrainé par un autre établissement du réseau Negoventis pendant une période probatoire de 2 promotions, avant d'être habilité à préparer seul le titre porté par CCI France. Le représentant du parrain participera au jury de certification en tant qu'observateur.

Désignation d'un responsable du processus de certification

L'établissement de formation désigne un responsable du processus de certification, quelle que soit la modalité d'évaluation choisie par le candidat.

Il a la charge de veiller à la mise en place du jury de certification conformément à la procédure.

Le jury de certification

À l'issue de l'ensemble des épreuves, le responsable du processus de certification réunit le jury de certification.

Il est composé de 4 personnes quelle que soit la voie d'accès :

- 1 Président de jury : personnalité qualifiée du monde économique
- 2 professionnels qualifiés du secteur d'activité, représentatifs du métier cible
- 1 représentant de la CCI / établissement concerné n'ayant pas formé les apprenants

Le jury de certification établit la liste des certifiés et rédige le procès-verbal d'obtention du certificat total ou partiel.

Pour les candidats n'ayant pas obtenu la certification, l'établissement délivre les certificats de bloc pour ceux validés et une attestation de suivi de formation.

Le jury est souverain dans ses décisions. Le parchemin sera signé par le Président de CCI France et le Président de la CCI dont dépend l'établissement de formation.

La procédure d'habilitation du jury

- La constitution du jury doit être conforme aux modalités du dossier d'enregistrement au RNCP.
- Le Président de jury est nommé par délégation du Président de la Chambre de commerce et d'industrie.
- L'établissement de formation sélectionne les membres du jury au regard de la fonction exercée et de son adéquation avec le niveau de formation.
- Les membres du jury doivent avoir exercés ou encadrés les métiers cibles pendant une durée minimale d'un an et ne pas être en inactivité depuis plus de 3 ans. Le jury doit faire l'objet d'une information préalable sur le fonctionnement du jury et ses objectifs.

Divulgarion des résultats

Les résultats d'examen sont validés par le jury de certification qui rédige le Procès-Verbal d'examen et le transmet à CCI France par l'intermédiaire de l'application « DIPLOMATION » pour émissions des parchemins du titre ou du/des bloc(s) validé(s).

Ces parchemins du titre ou du/des bloc(s) validé(s) seront émis sous un format totalement digitalisé.

La divulgation des résultats doit avoir lieu 6 semaines au plus tard après la date du dernier examen par la voie choisie par chaque établissement de formation : affichage, site internet, courrier....

Falsification

En cas de falsification des résultats le candidat se verra signifier une interdiction d'accès aux certifications du réseau pour une durée de 10 ans.

Suivi du placement des anciens certifiés à l'issue de la certification

Chaque candidat à la certification doit valider ses données sur l'application « DIPLOMATION » afin de permettre à l'établissement de formation de réaliser les enquêtes sur au moins 2 années postérieures à la certification et les transmettre à CCI France par l'intermédiaire de l'application « DIPLOMATION ».

Ce dispositif est obligatoire pour tout établissement de formation organisant les jurys de certifications sur les Titres portés par CCI France.

Rôle de l'organisme certificateur

CCI France, organisme certificateur qui porte et délivre la certification :

- Comptabilise les effectifs des différents centres de formation
- Garantit la mise en œuvre du référentiel de certification
- Centralise les sujets d'évaluation des blocs de compétences de tous les centres de formation du réseau
- Assure le suivi des placements
- Garantit la mise en œuvre de la VAE

Grille de synthèse d'évaluation

Obtention de la certification à 500 points sur 1000 points,

Sous-réserve d'obtenir des valeurs minimales :

Bloc 1 - Prospection omnicanale de clients particulier et/ou professionnels de produits banque/assurance	80 pts (moyenne de 8/20)	Bloc 2 - Commercialisation de produits banque/assurance auprès d'une clientèle de particuliers et/ou de professionnels	120 pts (moyenne de 8/20)
Bloc 3 - Entretien et développement d'un portefeuille de clients particuliers et/ou professionnels de produits banque/assurance	100 pts (moyenne de 8/20)	Evaluation professionnelle	125 pts (moyenne 10/20)

Modules de formation	Volumes horaires	Epreuves de validation de bloc
Bloc 1 - Prospection omnicanale de clients particulier et/ou professionnels de produits banque/assurance	168h	200 pts
M1.0 - Appréhender le secteur banque-assurance	7h	1/ Etude de cas réseau de 3,5h comprenant 3 dossiers Dossier 1 (75 pts) : Un plan stratégique de prospection omnicanale, comprenant : <ul style="list-style-type: none"> ▪ la définition des cibles à approcher, ▪ le choix des actions de prospection à mettre en œuvre sur différents canaux (numérique, téléphonique, physique...), ▪ les conditions de réalisation du plan de prospection. Dossier 2 (50 pts) : Plusieurs outils de prospection adaptés aux canaux mobilisés : <ul style="list-style-type: none"> ▪ des supports de communication physiques et digitaux ▪ une grille ou un script d'entretien de prospection Dossier 3 (75 pts) : Une analyse des résultats d'une action de prospection
M1.1 - Définir et analyser les cibles à prospecter	35h	
M1.2 - Sélectionner les actions de prospection omnicanale	42h	
M1.3 - Bâtir des actions de prospection omnicanale	28h	
M1.4 - Mener des entretiens de prospection	42h	
M1.5 - Evaluer ses résultats de prospection	14h	
Bloc 2 - Commercialisation de produits banque/assurance auprès d'une clientèle de particuliers et/ou de professionnels	189h	300 pts
M2.1 - Diagnostiquer le besoin du client	35h	1/ Epreuve orale de 20 minutes (90 pts) portant sur la conduite d'un entretien d'analyse du besoin d'un client/prospect particulier ou professionnel et évaluation de sa situation. 2/ Dossier à constituer (60 pts) - Construction de solutions de produits bancaires et/ou assurantiels adaptés à la typologie et au besoin du client/prospect particulier ou professionnel 3/ Epreuve orale de 30 minutes (150 pts) - Négociation et contractualisation d'une offre de produit/service banque/assurance personnalisé avec un client particulier ou professionnel
M2.2 – Evaluer son profil de risque	45h30	
M2.3 – Conseiller son client avec déontologie	21h	
M2.4 - Elaborer et présenter des solutions adaptées aux clients	52h30	
M2.5 - Négocier et contractualiser la vente	35h	
Bloc 3 - Entretien et développement d'un portefeuille de clients particuliers et/ou professionnels de produits banque/assurance	112h	250 pts
M3.1 - Exercer une veille réglementaire en banque/assurance	35h	1/ Etude de cas réseau de 2 h (120 pts) « L'analyse des dispositions réglementant l'activité de conseil et de délivrance de prestation dans le secteur de la banque et de l'assurance » 2/ Epreuve orale de 20 minutes+ 20 minutes (50 pts) La réalisation d'une action de suivi de la situation d'un client de services bancaires/assurantiels, intégrant la prise en compte de l'évolution de sa situation et la proposition d'une nouvelle offre produits/services nouvelle adaptée 3/ Etude de cas réseau de 2 h (80 pts) « L'évaluation de la performance qualitative et quantitative de l'activité d'un conseiller clientèle en banque/assurance, sur la base de l'analyse d'indicateurs de satisfaction clients et de vente »
M3.2 - Suivre et entretenir la relation avec ses clients	28h	
M3.3 - Recueillir et exploiter les avis clients	14h	
M3.4 - Evaluer sa performance commerciale	35h	

Pratique professionnelle et évaluation - Mission en entreprise		250 pts
Écrit	75 pts	
Oral	125 pts	
Évaluation tuteur	50 pts	

Volumes horaires	Alternance	TOTAL CERTIFICATION 1000 pts
Hors évaluation	469h	
Modules complémentaires + Evaluations de blocs	91h	
Volume horaire total	560h	

Consultation sur le site de France compétences, de la fiche correspondante RNCP36591 :

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36591/>

CHARGÉ(E) DE CLIENTÈLE PARTICULIERS ET PROFESSIONNELS EN BANQUE ET ASSURANCE

Chargé(e) de(s) clientèles 2ème PROMOTION

CALENDRIER DE FORMATION 2024-2025

Edité le 29/11/2023

sept-24	oct-24	nov-24	déc-24	janv-25	févr-25	mars-25	avr-25	mai-25	juin-25	juil-25	août-25
D 01	M 01	V 01	D 01	M 01	S 01	S 01	M 01	J 01	D 01	M 01	V 01
L 02 (S 36)	M 02	S 02	L 02 (S 49)	J 02	D 02	D 02	M 02	V 02	L 02 (S 23)	M 02	S 02
M 03	J 03	D 03	M 03	V 03	L 03 (S 06)	L 03 (S 10)	J 03	S 03	M 03	J 03	D 03
M 04	V 04	L 04 (S 45)	M 04	S 04	M 04	M 04	V 04	D 04	M 04	V 04	L 04 (S 32)
J 05	S 05	M 05	J 05	D 05	M 05	M 05	S 05	L 05 (S 19)	J 05	S 05	M 05
V 06	D 06	M 06	V 06	L 06 (S 02)	J 06	J 06	D 06	M 06	V 06	D 06	M 06
S 07	L 07 (S 41)	J 07	S 07	M 07	V 07	V 07	L 07 (S 15)	M 07	S 07	L 07 (S 28)	J 07
D 08	M 08	V 08	D 08	M 08	S 08	S 08	M 08	J 08	D 08	M 08	V 08
L 09 (S 37)	M 09	S 09	L 09 (S 50)	J 09	D 09	D 09	M 09	V 09	L 09 (S 24)	M 09	S 09
M 10	J 10	D 10	M 10	V 10	L 10 (S 07)	L 10 (S 11)	J 10	S 10	M 10	J 10	D 10
M 11	V 11	L 11 (S 46)	M 11	S 11	M 11	M 11	V 11	D 11	M 11	V 11	L 11 (S 33)
J 12	S 12	M 12	J 12	D 12	M 12	M 12	S 12	L 12 (S 20)	J 12	S 12	M 12
V 13	D 13	M 13	V 13	L 13 (S 03)	J 13	J 13	D 13	M 13	V 13	D 13	M 13
S 14	L 14 (S 42)	J 14	S 14	M 14	V 14	V 14	L 14 (S 16)	M 14	S 14	L 14 (S 29)	J 14
D 15	M 15	V 15	D 15	M 15	S 15	S 15	M 15	J 15	D 15	M 15	V 15
L 16 (S 38)	M 16	S 16	L 16 (S 51)	J 16	D 16	D 16	M 16	V 16	L 16 (S 25)	M 16	S 16
M 17	J 17	D 17	M 17	V 17	L 17 (S 08)	L 17 (S 12)	J 17	S 17	M 17	J 17	D 17
M 18	V 18	L 18 (S 47)	M 18	S 18	M 18	M 18	V 18	D 18	M 18	V 18	L 18 (S 34)
J 19	S 19	M 19	J 19	D 19	M 19	M 19	S 19	L 19 (S 21)	J 19	S 19	M 19
V 20	D 20	M 20	V 20	L 20 (S 04)	J 20	J 20	D 20	M 20	V 20	D 20	M 20
S 21	L 21 (S 43)	J 21	S 21	M 21	V 21	V 21	L 21 (S 17)	M 21	S 21	L 21 (S 30)	J 21
D 22	M 22	V 22	D 22	M 22	S 22	S 22	M 22	J 22	D 22	M 22	V 22
L 23 (S 39)	M 23	S 23	L 23 (S 52)	J 23	D 23	D 23	M 23	V 23	L 23 (S 26)	M 23	S 23
M 24	J 24	D 24	M 24	V 24	L 24 (S 09)	L 24 (S 13)	J 24	S 24	M 24	J 24	D 24
M 25	V 25	L 25 (S 48)	M 25	S 25	M 25	M 25	V 25	D 25	M 25	V 25	L 25 (S 35)
J 26	S 26	M 26	J 26	D 26	M 26	M 26	S 26	L 26 (S 22)	J 26	S 26	M 26
V 27	D 27	M 27	V 27	L 27 (S 05)	J 27	J 27	D 27	M 27	V 27	D 27	M 27
S 28	L 28 (S 44)	J 28	S 28	M 28	V 28	V 28	L 28 (S 18)	M 28	S 28	L 28 (S 31)	J 28
D 29	M 29	V 29	D 29	M 29			S 29	M 29	D 29	M 29	V 29
L 30 (S 40)	M 30	S 30	L 30 (S 01)	J 30			D 30	M 30	V 30	L 30 (S 27)	S 30
	J 31		M 31	V 31			L 31 (S 14)	S 31		J 31	D 31
5 jours	10 jours	5 jours	10 jours	5 jours	5 jours	5 jours	10 jours	6 jours	10 jours	9 jours	

Formation

Entreprise

Jours fériés

Dimanche

80 jours de formation soit 560H