

FORMATION

"Transformer les crises en opportunités : Gérer les clients, justifier les hausses de primes et booster les ventes en assurance »

Objectifs de la formation :

- Maîtriser les explications claires et rassurantes pour justifier les majorations de primes.
- Gérer efficacement les objections des clients mécontents en transformant leur frustration en opportunités de vente.
- Tirer parti des périodes de crise pour vendre des solutions complémentaires, fidéliser et renforcer la relation client.

Module 1 : Comprendre le contexte des majorations de primes

Présentation des causes de la majoration

- Les Catastrophes Naturelles (Cat Nat) et leur impact sur le secteur de l'assurance.
- Le plan de redressement des compagnies d'assurance : Explication des raisons financières et commerciales qui mènent à la hausse des primes.

Cas réel 1 : Exemple d'un client mécontent suite à une augmentation de prime, et analyse des points de blocage.

Exercice pratique : Simulation d'une conversation où le conseiller explique à un client les raisons d'une hausse de prime et répond à ses premières objections.

Module 2 : Gérer les clients mécontents et transformer la frustration en opportunité

Psychologie du client mécontent : Comment comprendre et désamorcer les frustrations.

Méthode LEAP (Écouter, Empathiser, Apporter des solutions, Positiver) :

- Écoute active et empathie pour rassurer le client.
- Proposer des solutions alternatives (franchises, garanties ajustées) tout en conservant le client.

Cas réel 2 : Un client initialement très mécontent est apaisé grâce à une réponse bien préparée et une proposition ajustée.

Mise en situation : En binôme, simulation d'une discussion avec un client difficile. Les participants doivent justifier la hausse et proposer des solutions tout en maintenant une relation de confiance.

Module 3 : Justifier efficacement les hausses de primes et proposer des solutions

Techniques pour justifier la hausse des primes :

- Utiliser des analogies simples et des faits concrets pour expliquer les hausses.
- Adapter le discours à chaque type de client en fonction de son profil.

Comment répondre aux objections sur le prix : Réponses personnalisées pour apaiser les inquiétudes.

Cas réel 3 : Exemple d'un conseiller ayant réussi à faire accepter une hausse de prime grâce à une explication claire, et proposant une garantie complémentaire.

Mise en situation : Simulation où chaque participant doit justifier une hausse de prime à un client fictif, répondre aux objections et proposer une offre complémentaire.

Module 4 : Saisir les opportunités commerciales en période de crise

Détecter les opportunités derrière les objections : Apprendre à écouter les besoins implicites du client pour proposer des offres supplémentaires.

Vendre en période de crise : Techniques de proposition de produits additionnels (garanties accidents, couverture habitation renforcée) dans un contexte difficile.

Cas réel 4 : Un conseiller réussit à vendre une couverture supplémentaire en détectant les besoins cachés du client malgré une hausse de prime.

Exercice pratique : Simulation de ventes croisées : après avoir géré l'objection de la hausse, les participants doivent identifier et vendre une solution complémentaire.

Module 5 : Fidéliser et gérer la relation client après la crise

Suivi client après crise : Stratégies pour maintenir la confiance et la satisfaction après une hausse de prime.

Comment fidéliser durablement : Proposer un suivi personnalisé, anticiper les besoins futurs et rester proactif dans la relation client.

Cas réel 5 : Exemple d'un conseiller ayant transformé un client mécontent en ambassadeur grâce à un suivi attentif et personnalisé.

Exercice collectif : Brainstorming des meilleures pratiques de suivi et des actions concrètes à mettre en place pour fidéliser après une période de crise.

Module 6 : Conclusion et plan d'action personnel

Synthèse des apprentissages : Récapitulatif des techniques clés vues durant la formation.

Quiz final : Évaluation des compétences acquises via des questions théoriques et des mises en situation pratiques.

Action plan : Chaque participant définit un plan d'action concret pour appliquer les acquis de la formation dans leur quotidien professionnel, avec des objectifs clairs à court terme.

Méthodes pédagogiques :

- Théorie : Apports conceptuels sur le secteur des assurances et les enjeux des hausses de primes.
- Jeux de rôles et mises en situation : Les participants reproduisent des scénarios réalistes pour s'exercer à gérer les objections clients.
- Cas réels : Présentation de situations vécues et analyse des solutions apportées pour en tirer des leçons pratiques.
- Débriefings : Échanges collectifs pour renforcer les apprentissages à travers le retour d'expérience des participants.

.