Bloc de compétences 1 – Accompagnement du parcours du client de services bancaires et financiers

Ressources pour ce bloc :

Activités et tâches	Compétences (être capable de)	Savoirs associés	Notions Éléments de précision
Activité 1 - Accompagnement du parcours client. A1.1 T1 Accueil, accompagnement du prospect et du client en agence et à distance. A1.1 T2 Utilisation des outils adaptés à la relation commerciale omnicanale. A1.1 T3 Fiabilisation de l'information client. A1.1 T4 Gestion des agendas et consultation des fichiers des superviseurs.	Accueillir la clientèle. Les situations d'accueil doivent systématiquement intégrer l'omnicanalité et varier les contextes professionnels (centre de relation client, agence physique, télétravail) et les modes de contact (face à face, téléphone, mail, courrier, *chat*, demande de rappel par l'application mobile, visioconférence) : le protocole d'accueil, la méthode d'identification du client, la gestion de la file d'attente par exemple sont étudiés dans les différentes situations de la relation « phygitale » afin de mettre en évidence les nécessaires adaptations dans le passage d'un canal à l'autre. Gérer les flux de clients et les priorités. Pratiquer l'écoute active. Gérer les incivilités et les conflits. Les techniques de communication sont étudiées à partir de mises en situation et permettent d'aborder la gestion des émotions, le positionnement relationnel, les réponses au traitement des réclamations, de l'agressivité ou des incivilités. Actualiser les informations clients. On utilisera les jeux de rôles pour mettre les étudiants en situation le plus souvent possible : pour le réalisme des exercices l'utilisation d'une base de données client, même sommaire, peut être utile. Les mises en situation visent à faire acquérir des réflexes en matière de conformité et de vérification des informations de la base de données. Planifier un rendez-vous. Gestion des agendas partagés : être en mesure de réaliser une prise de RDV complète (motif précis, durée indicative, horaire et lieu, envoi de confirmation) en respectant les contraintes du conseiller et du client et informer le client des documents à apporter.	**L'accueil du client en présentiel et à distance** Connaissance du client. Identification du client. Clients en situation de handicap. Clientèle fragile et vulnérable. Fichiers des superviseurs. Dossier client. Techniques de communication. Communication écrite et orale adaptée au canal. Communication verbale et non verbale. Techniques de gestion des incivilités et des conflits. Déontologie et secret bancaire. Réglementation relative à la collecte des données. Applications métier et outils numériques.	Les différents modèles de communication Les règles de courtoisie Les techniques et les postures d'accueil Les critères de qualité de l'accueil La gestion des files d'attente et des priorités La gestion de l'espace accueil et des salons d'attente ou de réception Le secret bancaire Les fonctionnalités des automates L'accueil à distance (dont téléphone…) L'identification du client à distance Les spécificités de la communication à distance Les critères de qualité de la relation à distance Les opérations autorisées et non autorisées à distance Les techniques de questionnement et reformulation Validation des informations recueillies Les critères de qualité de service sur les plateformes Les appels entrants et les appels sortants La transmission des appels Les guides d'entretiens téléphoniques Les risques financiers, juridiques et opérationnels de la communication à distance La signature électronique

Activité 2 - Orientation du client vers le bon interlocuteur interne ou externe. A1.2 T1 Accompagnement du client dans la gestion des opérations courantes. A1.2 T2 Orientation du client vers les interlocuteurs internes et externes adaptés. A1.2 T3 Sensibilisation du client aux offres complémentaires de l'établissement.	Proposer une activité dont l'objectif sera de connaître les différents interlocuteurs bancaires ou non bancaires d'un client : les métiers et le système de décision dans un établissement bancaire. Réaliser les opérations courantes et/ou suivre leur réalisation par le client. Gérer les dysfonctionnements. Le traitement des opérations courantes est aujourd'hui principalement effectué par le client lui-même en autonomie sur son application ou sa banque en ligne : il demeure cependant un certain nombre d'opérations qui nécessite encore une réalisation en agence (virements de gros montants, remise de moyens de paiement, opérations sur devises, chèque de banque, dysfonctionnements éventuels…). Les procédures de sécurité et le système de délégations doivent donc être connues et respectés. Orienter le client vers l'interlocuteur approprié. Le conseiller doit être capable de réaliser un diagnostic du besoin du client pour l'orienter vers le bon interlocuteur. Il doit également bien connaitre les partenaires à même d'intervenir : conseiller, expert métiers de la banque, chargé des risques et délégué *tracfin*, notaire, courtier, entreprise gérant les automates… Mettre en avant les offres complémentaires. La réalisation d'accroches commerciales doit être systématique, quel que soit le mode de contact choisi par le client : pour cela une bonne connaissance de l'offre de la banque est nécessaire.	**Les opérations bancaires courantes** Procédures liées à la réalisation des opérations courantes. Missions des interlocuteurs internes et externes. Offres commercialisées par l'établissement.	Les métiers commerciaux et experts dans la banque et hors banque Les catégories de clientèle Le risque opérationnel Les règles de délégation La notion de capacité et d'incapacité civile et bancaire Les mandats et procurations Les opérations courantes et leurs risques (virement, prélèvement, remises chèques, espèces, retraits, cartes bancaires) Le service de base bancaire et l'offre à la clientèle en situation de fragilité financière La mobilité bancaire La détection de besoins Le rebond commercial Les règles et principes de conformité

Activité 3 - Traitement des alertes au quotidien. A1.3 T1 Recueil et vérification de la conformité des documents nécessaires à la relation bancaire et financière. A1.3 T2 Mobilisation des outils de cotation. A1.3 T3 Qualification des alertes et des risques liés à la gestion du compte. A1.3 T4 Application des mesures de lutte contre la fraude, le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme.	Contrôler la conformité et la complétude d'un dossier client. La multiplication des usurpations d'identité et la production de faux documents doit renforcer la vigilance lors des contrôles de conformité que ce soit en face à face ou à distance. Traiter les alertes et les situations en fonction de leurs niveaux de risques. La connaissance des principaux indicateurs d'alerte et l'application des procédures doit permettre de sécuriser les opérations quotidiennes : les situations prennent appui sur des situations de gestion des débiteurs, de forts mouvements créditeurs, opérations sur l'étranger à risque, virements multiples « cavalerie », de tentatives de « décaissement sur chèque », d'usurpation d'identité (notamment à l'ouverture de compte), de présentation de faux documents, de tentatives de blanchiment (remises d'espèces…). La cotation risque, les mentions particulières dans le dossier du client (nouveau client, inscription fichiers banque de France, saisie, contentieux), les opérations vers ou provenance de l'étranger doivent être pris en compte dans la gestion du client au quotidien.	**La détection des alertes** Protocole de traitement des alertes et des risques. Protocole de lutte contre la fraude. Protocole de lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme. Outils de cotation.	Les différents alertes dont les forts mouvements créditeurs, débiteurs et les soldes débiteurs Conformité : pièce d'identité, signature, Inscription FCC (demander restitution MP) avis d'imposition pour le LEP Connaître le système de cotation des clients en fonction du risque Procédure interne en cas de suspicion de blanchiment, de fraude
Activité 4 - Accompagnement des usages numériques. A1.4 T1 Détection des indices de vulnérabilité du client face au numérique et mise en œuvre d'un accompagnement adapté.	Proposer une offre de services adaptée aux situations de vulnérabilité et d'illectronisme. Réaliser un diagnostic pour établir le niveau d'aisance digitale du client et/ou de précarité numérique pour cela utiliser un questionnement autour du niveau d'équipement des clients et de leur savoir-faire numérique, difficultés d'accès ou d'utilisation des outils numériques. Proposer le cas d'un client en situation d'exclusion numérique avérée (illectronisme), et le sensibiliser à la nécessité de se former, Déceler chez le client les difficultés d'accès et d'utilisation des outils informatiques. Rechercher les associations partenaires proposant des formations au digital.	**Les usages numériques** Applications et outils numériques. Risques liés aux usages du numérique. Illectronisme. Cybersécurité. E-réputation. Prévention des risques numériques.	Définitions Illectronisme, Cybersécurité : décrire les nouveaux risques (phishing, opérations frauduleuses, DSP2 etc.)

A1.4 T2 Prévention en matière de cybersécurité liée à l'utilisation des outils de gestion et des canaux de communication numériques. A1.4 T3 Participation à la gestion de la e-réputation de l'établissement. A1.4 T4 Formation des clients aux outils de la banque à distance	Orienter les clients vers les ateliers numériques des associations partenaires (Emmaüs Connect...) ; rapport commun AMF-ACPR Se mettre en situation de « Référent vulnérabilité. ». La prise en compte du grand âge, du handicap visuel, auditif ou physique nécessite une prise de conscience par les étudiants et une démarche spécifique dans l'adaptation des propositions faites aux clients et dans la manière de les accompagner. Opérations bancaires atypiques, inactivité du compte, perte cognitive. Proposer des cas pour accroitre la vigilance du conseiller face à des clients vulnérables. Mettre en œuvre les mesures de sécurité et de précaution lors de l'utilisation des outils numériques. Proposer des situations dans lesquelles les conseillers doivent apporter des réponses aux avis et commentaires (positifs et négatifs) laissés par les clients. En matière de cyber-réputation, les étudiants sont amenés à observer les avis des clients déposés sur les réseaux sociaux et à détecter les commentaires de nature à abimer la réputation de l'établissement. Un travail sur la formulation des réponses aux avis (positifs ou négatifs) peut être effectué notamment concernant l'agence dans laquelle les étudiants effectuent leurs stages. Former et accompagner le client à l'utilisation des services à distance. Le conseiller doit apprendre à ses clients à devenir autonomes : il doit faire preuve de pédagogie, être en mesure de réaliser des démonstrations sur le téléphone du client, l'aider à installer les applications nécessaires… et surtout les amener à adopter les bonnes pratiques pour une utilisation optimale et en sécurité de leurs outils numériques. L'équipement de l'agence-école pourrait intégrer des tablettes, ou des kits casques-micros-caméras, qui permettent des mises en situation pertinentes des étudiants.	Protocoles d'établissement.	

L’étudiant devra compléter des fiches pour constituer le « dossier professionnel » :

- Fiche n°1 : mise en œuvre d’une action commerciale
- Fiche n°2 : conduite de la vente-conseil : banque au quotidien
- Fiche n°3 : conduite de la vente-conseil : crédit
- Fiche n°4 : conduite de la vente-conseil : placement
- Fiche n°5 : conduite de la vente-conseil : assurance.

L’évaluation sera sous la forme d’une épreuve en CCF qui sera composée de deux situations d’évaluation.

Une des nouveautés du référentiel réside dans ses modalités de certification. le bloc de compétences n°1 est ainsi évalué en CCF « au fil de l’eau ».

Ceci implique à la fois de la souplesse et de l’anticipation :

- de la souplesse car il s’agit de suivre la professionnalisation de l’étudiant de manière progressive dans son parcours de formation (chaque étudiant peut avoir une "somme" d'évaluation différente de ses camarades de promotion) ;
- de l’anticipation en posant un cadre d’évaluation (le type de situations professionnelles, ou d’activités, des aptitudes à « sonder », des niveaux d’exigences à qualifier, etc…) qui soit partagé au sein de l’équipe. Il n’est ainsi pas rare que certaines situations soient vécues (et donc évaluées) hors de la supervision directe de l’enseignant du bloc (par exemple lors d’un atelier, ou d’une activité dans un autre bloc). Que l’outil de suivi et le projet pédagogique autour du bloc soient bien partagés au sein de l’équipe garantira une formation pertinente et une évaluation adaptée au parcours de l’étudiant.