

BTS Assurance

Objectifs pédagogiques du stage en entreprise

Objectifs généraux

Les stages en entreprise visent à :

- Acquérir des qualités relationnelles,
- Acquérir des attitudes, des comportements, des postures professionnelles
- Développer le sens des responsabilités par l'adaptation aux réalités et aux exigences de l'emploi.

Ils doivent placer les étudiant(e)s en situation d'exercer les activités décrites dans le référentiel de certification du domaine professionnel. Le choix de l'entreprise d'accueil doit satisfaire à cette exigence.

Objectifs des stages en entreprise du BTS Assurance

- Utiliser les outils numériques et systèmes d'information de l'entreprise
- Évaluer si la situation relève de son périmètre de responsabilité, et le cas échéant transférer vers le service compétent
- Identifier les informations à intégrer, à partager et à exploiter dans le système d'information
- Lire et comprendre un contrat
- Communiquer efficacement dans un contexte commercial
- Découvrir les attentes et/ou le besoin de produits ou de services
- Informer et orienter
- Assurer le suivi de l'entretien d'accueil
- Exploiter les informations pour analyser l'évolution du risque
- Exploiter les informations pour analyser la valeur client
- Arbitrer entre les solutions de souscription, de gestion des contrats, les mettre en œuvre en appliquant les procédures
- Rechercher et exploiter les informations nécessaires aux actes de gestion à réaliser
- Présenter, comparer, expliquer les garanties et leurs limites, les prestations, les franchises, les plafonds
- Argumenter, justifier les solutions de souscription, de gestion des contrats proposées
- Gérer les encaissements et les non-paiements des cotisations
- Extraire les données utiles d'un portefeuille
- Exploiter les opportunités réglementaires, économiques ou commerciales pour développer le portefeuille
- Établir et mettre en œuvre un plan de prospection, un plan d'action commerciale
- Sélectionner et/ou réaliser des outils de communication adaptés
- Conduire un entretien commercial et en assurer le suivi
- Sélectionner et conseiller une solution pertinente à partir de l'évaluation du risque et/ou du besoin
- Établir et présenter un devis, comparer, expliquer les garanties et leurs limites
- Appliquer la réglementation propre à la souscription
- Rechercher et exploiter les informations économiques, juridiques, fiscales ou commerciales nécessaires à l'exercice du conseil
- Accueillir le déclarant à l'occasion d'un sinistre ou d'une demande de prestation
- Comprendre les circonstances de l'évènement à l'origine de la demande
- Identifier les informations utiles au traitement d'un sinistre ou d'une demande de prestation
- Vérifier la recevabilité de la déclaration ou de la demande
- Énoncer et expliquer les éléments de la procédure
- Préconiser les mesures conservatoires et les prendre le cas échéant

- Expliquer les conditions de garantie, le règlement de sinistre ou le refus de garantie
- Argumenter sur les différents types de prises en charge, de prestations
- Réaliser les opérations liées aux prestations d'assurance santé
- Réaliser les opérations liées aux contrats d'assurance vie
- Identifier les règles et procédures de gestion de sinistre applicables et les mettre en œuvre
- Expliciter et justifier le règlement de sinistre ou le refus de garantie
- Traiter les réclamations et objections en argumentant ses réponses sur la base des conditions du contrat
- Transiger si nécessaire
- Déterminer et exercer les recours
- Assurer le suivi du sinistre et mesurer la satisfaction du client
- Repérer toute situation inhabituelle du sinistre ou du dossier client
- Utiliser les outils collaboratifs numériques de l'entreprise pour contacter et coordonner les interlocuteurs
- Appliquer la réglementation relative à la protection des données personnelles et à la vente à distance
- Appliquer les procédures numériques de l'entreprise
- Mobiliser le canal ou le média de communication adapté
- Utiliser de façon responsable des outils numériques
- Communiquer par écrit sur média numérique : messagerie électronique, messagerie instantanée, pages de sites internet, réseaux sociaux, autres médias numériques
- Orienter un interlocuteur vers l'outil numérique le plus adapté
- Utiliser les ressources numériques de l'entreprise et les ressources numériques externes à l'entreprise