



Profil de compétences

Agent en assurance de personnes

Février 2013

Présentation du profil de compétences

Le profil de compétences qui vous est présenté aujourd'hui est le résultat des consultations effectuées lors des analyses de fonction de travail auprès de plus de 80 personnes réparties dans les provinces de la Colombie-Britannique, de l'Alberta, de l'Ontario, du Québec et du Nouveau-Brunswick. Bien que n'étant pas une reprise textuelle des propos des participants, ce profil englobe l'ensemble des tâches et opérations recensées lors de ces ateliers. Il constitue la première composante d'un curriculum actualisé pour la fonction de travail d'agent en assurance de personnes.

Le profil de compétences est divisé en trois grandes sections : les blocs, les compétences et les éléments de la compétence. Les blocs sont des regroupements significatifs de compétences selon les principaux axes de la fonction de travail.

Les compétences sont des ensembles intégrés d'habiletés, de savoirs, de connaissances, de comportements, de stratégies, de perceptions et d'attitudes.

Les éléments de la compétence peuvent se présenter sous la forme d'un processus, sous la forme de produits ou sous la forme de résultats. Ils peuvent avoir le même libellé dans différentes compétences, mais chaque élément possède une teneur particulière propre au contexte de la compétence dans laquelle il survient. Des indications sont fournies pour chacun des éléments d'une compétence afin de préciser les gestes, les produits ou les attitudes nécessaires pour les accomplir.

Le profil de compétences devrait couvrir l'ensemble des tâches et opérations que peut effectuer, au seuil d'entrée sur le marché du travail, un représentant en assurance de personnes. Toutefois, il se peut que les compétences et les éléments de la compétence ne concernent pas tous les représentants, selon la nature de leur pratique professionnelle.

Par ailleurs, ce n'est pas pour toutes les compétences et pour tous les éléments de la compétence du profil que des critères d'évaluation seront développés. Seulement les compétences et les éléments de la compétence qui seront jugés pertinents pour la protection du consommateur seront retenus pour les examens de qualification. Cependant, l'ensemble du profil demeurera pertinent pour les formateurs qui souhaiteront offrir une formation couvrant l'ensemble des tâches et opérations associées à la fonction de travail.

BLOCA — PROSPECTION DE CLIENTS

A1 — Mettre en œuvre des stratégies marketing

A1.1 – Analyser les tendances qui influencent les comportements d'achat

Inclus la détermination de la clientèle visée, la recension des grandes tendances influençant les comportements d'achat ainsi que la concordance entre les deux.

A1.2 – Définir des stratégies marketing adaptées aux produits offerts

Inclus la recension des diverses stratégies marketing ainsi que l'évaluation de ces dernières en fonction des types de produits offerts.

Cette étape peut mener à l'élaboration d'un plan marketing.

A1.3 – Recourir à différentes techniques pour augmenter les ventes

Inclus la mise en application du plan marketing qui peut comprendre l'utilisation de moyens tels que :

- des publicités;
- des outils promotionnels;
- des systèmes d'organisation de la vente;
- etc.

L'utilisation de ces moyens doit être conforme aux lignes directrices de communication des fournisseurs et doit respecter le code de déontologie.

A1.4 – Évaluer l'efficacité des stratégies marketing utilisées

Inclus l'adéquation entre les choix marketing déployés, les investissements engagés et les exigences du marché visé.

A2 — Établir des relations d'affaires

A2.1 – Faire un plan de prospection

Inclus la détermination des techniques de démarchage les plus pertinentes pour les produits offerts et la clientèle visée.

Inclus aussi la détermination des différentes techniques qui sont complémentaires et qui ensemble, peuvent augmenter les chances de succès de la prospection.

A2.2 – Utiliser différentes techniques de démarchage

Inclus, entre autres, l'utilisation de techniques aussi variées que :

- le publipostage (papier ou électronique);
- la téléprospection (prospection téléphonique);
- la prospection directe (porte-à-porte);
- la publicité (imprimée, audio, télévisuelle ou électronique);
- le référencement;
- la participation à des activités sociales (bénévolat, activités sportives, etc.).

A2.3 – Bâtir une relation de confiance avec le client

Inclus l'application des fondements du marketing relationnel ainsi que l'utilisation de comportements professionnels visant à développer un sentiment de sécurité chez le client.

A2.4 – Obtenir des références du client

Inclus l'utilisation de différents moyens pour cibler des clients potentiels dans le cercle social des clients actuels ainsi que la détermination du moment propice pour les mettre en œuvre.

BLOC B — SERVICE-CONSEIL EN PRODUITS DE SÉCURITÉ FINANCIÈRE

B1 — Offrir un service-conseil en assurance contre la maladie ou les accidents

B1.1 – Reconnaître les caractéristiques et particularités des divers produits d'assurance contre la maladie ou les accidents

Inclus la capacité de distinguer, selon leurs caractéristiques et leurs particularités, les produits d'assurance individuelle ou collective contre la maladie ou les accidents, tels que :

- les produits d'assurance invalidité (courte et longue durée);
- les protections contre les maladies graves;
- les garanties de soins de longue durée.

Inclus également la capacité de distinguer les garanties optionnelles se rattachant à ces produits.

B1.2 – Effectuer une analyse des besoins, des capacités financières, des priorités et des dispositions du client

Inclus la collecte d'informations, sous différentes formes (questionnaire de connaissance de la clientèle, entrevue personnalisée, etc.) afin d'établir l'interprétation que se fait le client au niveau :

- de ses besoins;
- de la prestation souhaitée;
- de sa capacité de paiement;
- de sa tolérance au risque;
- de sa connaissance des produits d'assurance et des produits financiers;
- de toutes autres informations jugées pertinentes.

En plus de l'interprétation du client, cette analyse inclut également l'évaluation de sa disposition et de sa réceptivité.

B1.3 – Dresser le portrait de la situation financière du client

Inclus la recension, auprès du client, de toutes les informations pertinentes au niveau :

- de son cadre fiscal;
- de ses protections actuelles en matière d'assurance et de produits financiers;
- de ses avoirs;
- de ses dettes;
- d'autres bénéfices auxquels il pourrait avoir droit.

B1.4 – Déterminer les risques financiers pouvant affecter le client

Inclus l'utilisation de divers scénarios et hypothèses soulevant les principaux risques financiers pouvant affecter la situation du client au niveau de la maladie ou de l'invalidité.

Inclus également les ajustements qui seront apportés, selon la réaction du client aux divers risques, à l'analyse initiale de ses besoins.

B1.5 – Établir une recommandation d'assurance contre la maladie ou les accidents en lien avec la situation et les besoins du client

Inclus la détermination des produits d'assurance contre la maladie ou les accidents les plus pertinents pour tendre vers un agencement le plus cohérent entre les besoins et la situation du client et la recommandation proposée.

L'établissement de la recommandation inclut également :

- l'établissement des montants de couverture;
- l'établissement du délai de carence;
- la sélection des garanties complémentaires;
- le calcul de la prime;
- etc.

B1.6 – Informer le client des caractéristiques et des limites de la recommandation proposée

Inclus l'explication au client :

- des obligations légales de chaque partie;
- des produits sélectionnés dans la recommandation;
- des exclusions et des limites de la couverture;
- du processus de souscription;
- des éléments influençant le calcul de la prime;
- etc.

B1.7 – Compléter la proposition conformément aux lois et règlements en vigueur

Inclus le respect des lois et des règlements en lien avec la distribution de produits d'assurance et l'établissement de contrats.

Inclus également la collecte de toutes les informations nécessaires pour compléter la proposition ainsi que la concordance entre les produits sélectionnés par le client et ceux inclus dans la proposition.

Compétences	Éléments de la compétence	Indications sur les éléments de la compétence
B1 — Offrir un service-conseil en assurance contre la maladie ou les accidents (suite)	B1.8 – Faire vérifier l'admissibilité du client auprès du souscripteur	Inclus la demande de préautorisation, la transmission des informations pertinentes sur le client en lien avec les produits sélectionnés, la demande auprès du client de rapports médicaux ou autres informations complémentaires et le repérage des différences entre la recommandation initiale et celle du souscripteur.
	B1.9 – Présenter le contrat au client	<p>Inclus l'explication :</p> <ul style="list-style-type: none"> • des surprimes; • des exclusions; • des options offertes au client; • des modifications de produits par rapport à la recommandation initiale; • etc. <p>La présentation inclut également l'explication de la police en détail et l'obtention des signatures, des paiements ou des documents nécessaires pour conclure le contrat.</p>
	B1.10 – Renouveler et modifier un contrat d'assurance contre la maladie ou les accidents	<p>Inclus la capacité d'établir un comparatif entre les nouvelles garanties offertes et celles du contrat actuel en fonction de la situation et des besoins présents du client.</p> <p>Inclus également l'explication au client de ce qui peut être modifié dans son contrat d'assurance.</p>
B2 — Offrir un service-conseil en assurance vie	B2.1 – Reconnaître les caractéristiques et particularités des divers produits d'assurance vie	<p>Inclus la capacité de distinguer, selon leurs caractéristiques et leurs particularités, les produits d'assurance vie individuelle ou collective, tels que :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les produits d'assurance vie temporaire; • les produits d'assurance vie permanente; • les produits d'assurance vie universelle. <p>Inclus également la capacité de distinguer les garanties complémentaires et les avenants se rattachant à ces produits.</p>
	B2.2 – Effectuer une analyse des besoins, des capacités financières, des priorités et des dispositions du client	<p>Inclus la collecte d'informations, sous différentes formes (questionnaire de connaissance de la clientèle, entrevue personnalisée, etc.) afin d'établir l'interprétation que se fait le client au niveau :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de ses besoins; • de la prestation souhaitée; • de sa capacité de paiement; • de sa tolérance au risque; • de sa connaissance des produits d'assurance et des produits financiers; • de toutes autres informations jugées pertinentes. <p>En plus de l'interprétation du client, cette analyse inclut également l'évaluation de sa disposition et de sa réceptivité.</p>
	B2.3 – Dresser le portrait de la situation financière du client	<p>Inclus la recension, auprès du client, de toutes les informations pertinentes au niveau :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de son cadre fiscal; • de ses protections actuelles en matière d'assurance et de produits financiers; • de ses avoirs; • de ses dettes; • d'autres bénéfices auxquels il pourrait avoir droit; • du portrait de son éventuel bilan successoral.
	B2.4 – Déterminer les risques financiers pouvant affecter le client	<p>Inclus l'utilisation de divers scénarios et hypothèses soulevant les principaux risques financiers pouvant affecter la situation du client en raison d'un décès prématuré.</p> <p>Inclus également les ajustements qui seront apportés, selon la réaction du client aux divers risques, à l'analyse initiale de ses besoins.</p>
	B2.5 – Établir une recommandation d'assurance vie en lien avec la situation et les besoins du client	<p>Inclus la détermination des produits d'assurance vie les plus pertinents pour tendre vers un agencement le plus cohérent entre les besoins et la situation du client et la recommandation proposée.</p> <p>L'établissement de la recommandation inclut également :</p> <ul style="list-style-type: none"> • l'établissement du montant de couverture; • l'identification d'un bénéficiaire approprié; • la sélection des avenants; • la sélection des garanties complémentaires; • le calcul de la prime; • etc.

Compétences	Éléments de la compétence	Indications sur les éléments de la compétence
B2 — Offrir un service-conseil en assurance vie (suite)	B2.6 – Informer le client des caractéristiques et des limites de la recommandation proposée	<p>Inclus l'explication au client :</p> <ul style="list-style-type: none"> • des obligations légales de chaque partie; • des produits sélectionnés dans la recommandation; • des exclusions et des limites de la couverture; • du processus de souscription; • des éléments influençant le calcul de la prime; • etc.
	B2.7 – Compléter la proposition conformément aux lois et règlements en vigueur	<p>Inclus le respect des lois et des règlements en lien avec la distribution de produits d'assurance et l'établissement de contrats.</p> <p>Inclus également la collecte de toutes les informations nécessaires pour compléter la proposition ainsi que la concordance entre les produits sélectionnés par le client et ceux inclus dans la proposition.</p> <p>Peut aussi inclure la proposition au client d'une assurance temporaire.</p>
	B2.8 – Faire vérifier l'admissibilité du client auprès du souscripteur	<p>Inclus la demande de préautorisation, la transmission des informations pertinentes sur le client en lien avec les produits sélectionnés, la demande auprès du client de rapports médicaux ou autres informations complémentaires et le repérage des différences entre la recommandation initiale et celle du souscripteur.</p>
	B2.9 – Présenter le contrat au client	<p>Inclus l'explication :</p> <ul style="list-style-type: none"> • des surprimes; • des exclusions; • des options offertes au client; • des modifications de produits par rapport à la recommandation initiale; • etc. <p>La présentation inclut également l'explication de la police en détail et l'obtention des signatures, des paiements ou des documents nécessaires pour conclure le contrat.</p>
	B2.10 – Renouveler et modifier un contrat d'assurance vie	<p>Inclus la capacité d'établir un comparatif entre les nouvelles garanties offertes et celles du contrat actuel en fonction de la situation et des besoins présents du client.</p> <p>Inclus également l'explication au client de ce qui peut être modifié dans son contrat d'assurance.</p>
B3 — Offrir un service-conseil en lien avec des produits financiers	B3.1 – Reconnaître les caractéristiques et particularités des divers produits financiers	<p>Inclus la capacité de distinguer, selon leurs caractéristiques et leurs particularités, les produits financiers individuels ou collectifs, tels que :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les fonds distincts; • les régimes de rentes individuelles; • les régimes de rentes collectives.
	B3.2 – Effectuer une analyse des besoins, des capacités financières, des priorités et des dispositions du client	<p>Inclus la collecte d'informations, sous différentes formes (questionnaire de connaissance de la clientèle, entrevue personnalisée, etc.) afin d'établir l'interprétation que se fait le client au niveau :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de ses besoins; • de la prestation souhaitée; • de sa capacité de paiement; • de sa tolérance au risque; • de sa connaissance des produits d'assurance et financiers; • de toutes autres informations jugées pertinentes. <p>En plus de l'interprétation du client, cette analyse inclut également l'évaluation de sa disposition et de sa réceptivité.</p>
	B3.3 – Interpréter la situation financière du client	<p>Inclus la recension, auprès du client, de toutes les informations pertinentes au niveau :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de son cadre fiscal; • de ses protections actuelles en matière d'assurance et de produits financiers; • de ses avoirs; • de ses dettes; • d'autres bénéfices auxquels il pourrait avoir droit.

Compétences	Éléments de la compétence	Indications sur les éléments de la compétence
B3 — Offrir un service-conseil en lien avec des produits financiers (suite)	B3.4 – Déterminer les risques financiers pouvant affecter le client	<p>Inclus l'utilisation de divers scénarios et hypothèses soulevant les principaux risques financiers pouvant affecter l'atteinte des objectifs financiers du client.</p> <p>Inclus également les ajustements qui seront apportés, selon la réaction du client aux divers risques, à l'analyse initiale de ses besoins.</p>
	B3.5 – Établir une recommandation de produits financiers en lien avec la situation et les besoins du client	<p>Inclus la détermination des produits financiers les plus pertinents pour tendre vers un agencement le plus cohérent entre les besoins et la situation du client et la recommandation proposée.</p> <p>L'établissement de la recommandation inclut également :</p> <ul style="list-style-type: none"> • la sélection des véhicules de placement; • l'établissement du montant de contribution; • le calcul des frais applicables, s'il y a lieu; • etc.
	B3.6 – Informer le client des caractéristiques et des limites de la recommandation proposée	<p>Inclus l'explication au client :</p> <ul style="list-style-type: none"> • des obligations légales de chaque partie; • des produits sélectionnés dans la recommandation; • des limites de la couverture; • du processus de souscription; • des éléments influençant le calcul des frais; • etc.
	B3.7 – Compléter la proposition conformément aux lois et règlements en vigueur	<p>Inclus le respect des lois et des règlements en lien avec la distribution de produits financiers et l'établissement de contrats.</p> <p>Inclus également la collecte de toutes les informations nécessaires pour compléter la proposition ainsi que la concordance entre les produits sélectionnés par le client et ceux inclus dans la proposition.</p>
	B3.8 – Présenter le contrat au client	<p>Inclus l'explication des options offertes au client ou des modifications de produits par rapport à la recommandation initiale.</p> <p>La présentation inclut également l'explication du contrat en détail et l'obtention des signatures, des paiements ou des documents nécessaires pour conclure le contrat.</p>
	B3.9 – Renouveler et modifier un contrat de produits financiers	<p>Inclus la capacité d'établir un comparatif entre les nouveaux produits offerts et ceux du contrat actuel en fonction de la situation et des besoins du client.</p> <p>Inclus également l'explication au client de ce qui peut être modifié dans son contrat.</p>

BLOC C — TRANSACTIONS AVEC LE CLIENT

C1 — Vendre des produits et services	C1.1 – Préparer la vente	<p>Inclus la préparation des documents et du matériel nécessaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • la trousse d'information; • les illustrations de base; • les dépliants de divers produits; • les formulaires; • etc. <p>Inclus la détermination d'une approche de vente en fonction des besoins, des priorités et des caractéristiques du client.</p> <p>La préparation inclut également la capacité d'adopter une attitude favorable à la vente.</p>
--------------------------------------	--------------------------	--

Compétences	Éléments de la compétence	Indications sur les éléments de la compétence
C1 — Vendre des produits et services (suite)	C1.2 – Accueillir le client	Inclus l'utilisation des formules de présentation et de salutation appropriées ainsi que le respect des exigences ou des conditions énoncées par le client.
	C1.3 – Utiliser des techniques de présentation de produits et de services	<p>Inclus la capacité :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de vulgarisation de l'information sur les produits et services; • d'utilisation d'un vocabulaire favorisant la vente; • de reformulation pour mesurer la compréhension du client envers l'information qui lui est présentée. <p>La présentation inclut également la divulgation du coût total et du coût détaillé selon les produits et services.</p>
	C1.4 – Ajuster l'approche de vente selon les comportements du client	<p>Inclus l'aptitude à évaluer les comportements, le discours et le degré d'ouverture du client afin d'adapter son attitude de vente.</p> <p>Inclus également l'adaptation des supports et des outils de présentation selon les comportements du client.</p>
	C1.5 – Négocier avec le client	<p>Inclus, selon les situations :</p> <ul style="list-style-type: none"> • la reconnaissance des aspects qui sont négociables; • l'utilisation de différents arguments de vente; • la capacité de réfuter de manière respectueuse les objections du client; • la modification de la recommandation, d'un commun accord.
	C1.6 – Conclure la vente	<p>Inclus la capacité :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de reconnaître le moment approprié pour clore la vente; • d'utiliser les documents et les formulaires appropriés; • de présenter les étapes subséquentes à la vente. <p>Inclus également les remerciements adressés au client.</p>
	C1.7 – Évaluer la prestation de vente	<p>Inclus la vérification du degré de satisfaction du client, la reconnaissance des aspects à améliorer ainsi que la consignation de ces éléments.</p> <p>Peut inclure également la détermination de correctifs pour pallier les aspects à améliorer dans sa prestation de vente.</p>
	C2 — Offrir un service à la clientèle	C2.1 – Utiliser des techniques pour fidéliser la clientèle
C2.2 – Répondre aux questions et aux plaintes des clients		Inclus l'utilisation de divers outils de communication pour faire un suivi auprès des clients, l'habileté à cerner le besoin de ce dernier et la capacité de fournir une réponse satisfaisante aux besoins soulevés.

Compétences	Éléments de la compétence	Indications sur les éléments de la compétence
C2 — Offrir un service à la clientèle (suite)	C2.3 – Effectuer des suivis personnalisés auprès des clients	<p>Inclus le maintien d'informations pertinentes sur les clients afin de proposer des alternatives, des ajouts ou des modifications au contrat actuel et d'effectuer des suivis relatifs à leurs situations personnelles.</p> <p>Inclus également la capacité de personnaliser son service à la clientèle selon les types de clients.</p>
	C2.4 – Traiter les réclamations	<p>Inclus la capacité :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de connaître le dossier du client; • de discerner les informations requises pour le traitement; • de distinguer les documents requis pour le traitement; • d'utiliser les formulaires appropriés; • de communiquer de manière respectueuse et empathique avec le client; • etc.
	C2.5 – Adopter des moyens permettant l'amélioration du service à la clientèle	<p>Inclus la détermination des faiblesses au niveau de son service à la clientèle et la reconnaissance de moyens réalistes permettant de corriger ces faiblesses.</p>

BLOC D — GESTION DE LA CARRIÈRE

D1 — Maintenir à jour sa pratique professionnelle	D1.1 – Consulter diverses sources d'information en lien avec le domaine et les produits	<p>Inclus le recours à de la documentation, à des prospectus, à un mentor ou des représentants plus expérimentés pour maintenir à jour sa connaissance des produits ainsi que sa pratique.</p>
	D1.2 – Participer à des formations en lien avec la pratique professionnelle	<p>Inclus la participation à des séances d'information ou de formation auprès des fournisseurs de produits et services, des organismes de réglementation ou de formation et des regroupements professionnels.</p>
	D1.3 – Maintenir sa pratique professionnelle conforme aux normes, aux lois et aux règlements	<p>Inclus la compréhension et le respect du cadre législatif entourant le domaine, l'aptitude à poser des gestes professionnels respectant les pratiques acceptées, la conformité et le code de déontologie.</p> <p>Inclus également la capacité d'évaluer ses gestes professionnels et sa pratique sous un angle légal et réglementaire ainsi que la connaissance et le respect des droits des consommateurs.</p>
D2 — Organiser sa pratique professionnelle	D2.1 – Établir un plan d'affaires	<p>Inclus la détermination :</p> <ul style="list-style-type: none"> • d'objectifs professionnels; • de son offre de service; • des marchés potentiels à démarcher; • d'une planification budgétaire de sa pratique (coûts et bénéfices projetés); • du besoin de recourir à des ressources humaines supplémentaires.
	D2.2 – Prioriser des tâches professionnelles	<p>Inclus l'utilisation d'outils de gestion, la détermination des tâches pouvant être déléguées, la capacité de reconnaître la priorité des différents dossiers et des tâches à régler.</p>

Compétences	Éléments de la compétence	Indications sur les éléments de la compétence
D2 — Organiser sa pratique professionnelle (suite)	D2.3 – Utiliser des outils de gestion d'information	<p>Inclus la constitution de dossiers client, le classement des différents dossiers, documents ou formulaires utilisés dans la pratique et la capacité de localiser rapidement l'information nécessaire au traitement d'un dossier.</p> <p>Ces gestes doivent respecter la confidentialité des renseignements personnels.</p>
	D2.4 – Gérer des ressources humaines	<p>Inclus la connaissance des règles et lois entourant la gestion de personnel et les gestes réservés.</p> <p>Inclus aussi l'aptitude à communiquer efficacement dans une relation d'affaires et à effectuer un contrôle de qualité du travail effectué par des employés.</p>
	D2.5 – Évaluer l'efficacité du plan d'affaires	<p>Inclus la mesure du degré d'atteinte des objectifs professionnels, le respect du budget et des autres dimensions du plan d'affaires.</p> <p>L'évaluation inclut également la capacité de formuler des alternatives à son plan d'affaires.</p>