

Présenter son image de marque en 10 secondes

La plupart des conseillers ratent des occasions parce que leur message n'est pas clair. Avec une image de marque qui se présente en 10 secondes, ils seront plus à même de séduire les clients potentiels.

Quand quelqu'un vous demande ce que vous faites dans la vie, que répondez-vous?

Suivez ces étapes simples pour maîtriser la présentation de votre image de marque et toujours susciter l'intérêt de votre interlocuteur.

1	2	3
Définissez le problème du client	Présentez votre plan pour le résoudre	Donnez une belle fin à son histoire

LISTE DE VÉRIFICATION

Est-ce que mon image de marque fait mouche?

S'explique-t-elle facilement?

S'insère-t-elle bien dans une conversation?

Est-elle pertinente? Se répète-t-elle bien?

Est-ce que toute l'équipe la connaît comme le fond de sa poche?

1^{re} étape : Quel est le problème du client?

Chaque histoire parle de quelqu'un qui essaye de résoudre un problème. Il y a toujours un obstacle entre le héros et l'objet de sa quête.

POSEZ-VOUS CES QUESTIONS :

- Quelles sont les caractéristiques démographiques de notre client idéal?
- Quels sont les problèmes externes du client? (À quels obstacles se bute-t-il?)
- Quelle est la cause principale des problèmes?

CONSEILS :

- Donnez des détails précis.
- Parlez d'un irritant.
- Mettez l'accent sur un désir lié aux besoins de base de l'humain.

EXEMPLES :

- Un propriétaire d'entreprise ne fait pas la distinction entre les finances de son entreprise et ses finances personnelles.
- Un client souhaite laisser à chacun de ses enfants un héritage juste, mais pas nécessairement équivalent.
- Une famille à valeur nette élevée risque de devoir donner une grande partie de sa fortune à l'impôt.

2^e étape : Quel est votre plan?

Présentez votre plan sous un nouvel angle, en faisant le lien avec le problème. Ne donnez pas trop d'information technique : il faut que la solution soit facile à comprendre et présentée en quelques mots.

POSEZ-VOUS CES QUESTIONS :

- Quelles sont les caractéristiques démographiques de notre client idéal?
- Quels sont les problèmes externes du client? (À quels obstacles se bute-t-il?)
- Quelle est la cause principale des problèmes?

CONSEILS :

- Présentez une vision de la vie de votre client après qu'il aura retenu vos services.
- Soyez clair et précis.
- Remplissez : « Nous aidons les gens à passer de _____ à _____ . »

EXEMPLES :

- Offrir une excellente expérience client.
- Offrir des solutions novatrices et complètes.
- Aider le client à prendre les meilleures décisions possibles pour son patrimoine

3^e étape : Comment donner une belle fin à l'histoire?

C'est ici que vous préparez une belle fin à l'histoire. Présentez l'avant et l'après, la destination finale.

POSEZ-VOUS CES QUESTIONS :

- Qu'est-ce que j'apporte de nouveau au client?
- Comment se sent-il?
- En quoi vais-je transformer sa vie?

CONSEILS :

- Présentez une vision de la vie de votre client après qu'il aura retenu vos services.
- Soyez clair et précis.
- Remplissez : « Nous aidons les gens à passer de _____ à _____ . »

EXEMPLES :

- Nous pouvons vous aider à avoir l'esprit tranquille en ce qui concerne vos finances.
- Vous pourrez ainsi vivre la retraite que vous avez envisagée.
- Nous allons vous aider à donner moins d'argent au gouvernement pour en donner plus à vos proches.

Assembler le casse-tête – La création de votre image de marque

Exemple	LE PROBLÈME Sans aide, les Canadiens bien nantis risquent de perdre une grande part de leur patrimoine aux mains du fisc.	Exemple	LE PROBLÈME La plupart des propriétaires d'entreprise qui connaissent du succès réalisent trop tard que leur entreprise paie plus d'impôts qu'il n'en faut.
	LE PLAN Notre firme vous guidera efficacement dans le processus.		LE PLAN Notre équipe multidisciplinaire vous aidera à conserver votre capital.
	LE RÉSULTAT Votre famille conservera une plus grosse part de sa fortune.		LE RÉSULTAT Vous pourrez mieux contrôler ce qui arrive à votre patrimoine.
Image de marque en 10 secondes			