



Perspectives de *l'industrie*

Été 2021

**Notre appui.
Votre croissance.**



Dans ce numéro

Deux questions à vous poser pour mieux gérer vos priorités	3
Comment fidéliser la clientèle dans n'importe quel marché.....	4
Les sondages vous révèlent les attentes réelles des Clients	5
Le bon type de dialogue intérieur.....	6
Se rétablir d'un épuisement professionnel.....	7
Faites preuve de leadership en prenant le virage numérique	8
Cinq raisons pour lesquelles les Clients fortunés font affaire avec vous.....	9
La COVID-19 et l'assurance	10
Une planification de base peut-elle suffire à certains Clients?.....	11
L'influence de l'entourage du Client sur ses décisions financières	11
La crise de santé mentale.....	12

Deux questions à vous poser pour mieux gérer vos priorités

Évitez les distractions et concentrez-vous

Dire « non » peut être difficile, surtout lorsque vous êtes en train d'établir une clientèle. Lorsque vous acquiescez à toutes les demandes, votre charge de travail devient vite ingérable. Vous êtes alors forcé de diviser vos efforts, ce qui nuit à la croissance de votre entreprise et à votre efficacité. Vous devez parfois dire « non » et ne pas perdre de vue votre mission et votre vision.

Lorsque vous devez entreprendre une nouvelle tâche, posez-vous les deux questions suivantes :

- À quoi ou à qui cette tâche servira-t-elle?
- Quel en sera le coût?

En répondant à ces deux questions, vous serez mieux en mesure de déterminer quelle tâche ajoute de la valeur, et quelle tâche pourrait détourner votre attention de vos objectifs. Il est ensuite plus facile de dire « oui » ou « non ». En établissant vos priorités de manière stratégique, vous ne perdrez pas de vue vos objectifs et les atteindrez plus rapidement.

Source : [InvestmentNews](#) (en anglais seulement)



POINT À RETENIR

Apprenez à établir vos priorités et à déterminer quelles tâches entreprendre, et quelles autres laisser de côté.

Demandez-vous à quoi ou à qui cette tâche servira, et quel en sera le coût.

Concentrez-vous sur les tâches qui ajoutent de la valeur et évitez celles qui détournent votre attention de vos objectifs.

Comment fidéliser la clientèle dans n'importe quel marché

Informations pertinentes à portée de main

La clientèle est le moteur de votre entreprise; il est donc essentiel de fidéliser vos Clients afin d'assurer votre réussite. Les données statistiques démontrent que les profits augmentent de 25 % à 95 % lorsque le nombre de Clients fidélisés augmente de 5 %¹.

Or, avez-vous une stratégie de fidélisation des Clients? Sinon, vous devriez en mettre une sur pied. Si oui, vous devriez la revoir et la modifier, au besoin. Vous stimulerez la croissance de votre entreprise en vous assurant d'avoir une stratégie de fidélisation des Clients en place et de la revoir sur une base régulière.

Voici trois points sur lesquels vous devez vous concentrer lorsque vous mettez sur pied une stratégie de fidélisation des Clients, ou que vous revoyez celle qui est déjà en place :

1. Faites une introspection : Qu'est-ce qui vous distingue des autres conseillers?
2. Quels sont les besoins et priorités actuels de vos Clients? Ont-ils changé au cours de la pandémie?
3. Avez-vous perdu des Clients? Si oui, pourquoi? Comment avez-vous réagi face à la perte d'un Client? Y avez-vous réfléchi, et en avez-vous tiré des leçons?

Revoyez votre stratégie de fidélisation des Clients avec votre équipe sur une base régulière. Les attentes des Clients changent au fil du temps, et ils s'attendent à ce que vous leur fournissiez des conseils à valeur ajoutée. Si vous ne répondez pas à leurs besoins, ils se mettront à la recherche d'un autre conseiller. Tirez des leçons de votre expérience, gardez une bonne communication avec vos Clients et comprenez ce qui fidélise vos Clients et ce qui les fait fuir.

¹ Kristine McManus, *Holding on to clients in any market* (16 mars 2021), publié sur le site Web d'[InvestmentNews](#) (en anglais seulement)

Source : [InvestmentNews](#) (en anglais seulement)

POINT À RETENIR

Il est important d'avoir une stratégie de fidélisation des Clients pour votre entreprise. Votre stratégie doit tenir compte de ce qui vous distingue des autres conseillers, des besoins et des attentes de vos Clients et des leçons que vous tirez de la perte de Clients. Ces informations vous aideront à assurer la croissance et la réussite de votre entreprise.



Les sondages vous révèlent les attentes réelles des Clients

Il est essentiel que vous connaissiez les préférences de vos Clients pour continuer de faire croître votre entreprise

Vous avez sans doute hâte de rencontrer vos Clients de nouveau en personne, après les avoir rencontrés virtuellement pendant un an. Mais qu'en est-il de vos Clients?

Les habitudes de vos Clients ont changé au cours de la dernière année. Des sondages ont révélé que plusieurs Clients veulent avoir le choix de rencontrer leur conseiller virtuellement ou en personne. D'autres sont prêts à rencontrer leur conseiller en personne à condition que des protocoles sanitaires et de distanciation physique aient été mis en place².

Le moment est opportun pour mener un sondage auprès des Clients. Vous découvrirez leurs préférences et pourrez planifier en conséquence. Votre sondage devrait couvrir les sujets suivants :

- À quelle fréquence, et de quelle manière vos Clients veulent-ils vous rencontrer pour revoir leurs plans avec vous?
- Quand les Clients se sentiront-ils en sécurité de vous rencontrer en personne?
- Quelle a été l'expérience de vos Clients lors des réunions Zoom?
- Dans quel format vos Clients sont-ils prêts à participer aux événements que vous organisez?

Après avoir rencontré vos Clients virtuellement pendant des mois, il est d'autant plus important de vérifier auprès d'eux de quelle manière ils veulent vous rencontrer à l'avenir. Avec le retour à la normale, grâce à ce sondage, vous découvrirez s'ils sont prêts à recommencer à vous rencontrer en personne.

² Kristine McManus, *Discover what your clients want with a survey* (7 avril 2021), publié sur le site Web d'[InvestmentNews](#) (en anglais seulement)

Source : [InvestmentNews](#) (en anglais seulement)



POINT À RETENIR

Pour vous aider à planifier vos prochaines réunions avec vos Clients, faites un sondage visant à recueillir, entre autres, de l'information relative à ce qui suit :

- Revue des plans et portefeuilles des Clients (fréquence et type de réunion)
- Réunions en personne (niveau de confort)
- Expérience relative aux réunions Zoom au cours de la dernière année
- Événements auxquels vous invitez les Clients (quel format préfèrent-ils?)

Le bon type de dialogue intérieur

Comment cesser de trop réfléchir?

Retournez-vous plusieurs fois une question ou un problème dans votre esprit? Ressassez-vous sans cesse le passé en vous demandant si vous auriez pu faire quelque chose autrement, ou pensez-vous longuement à comment vous pourriez résoudre un problème?

Le nouveau livre d'Ethan Kross, *Chatter*, démontre de quelle manière trop réfléchir, ou le bavardage intérieur, peut être épuisant et avoir un impact sur votre vie, notamment de trois principales façons :

1. Nuit à votre concentration ou à votre travail
2. Nuit à vos relations sociales
3. Votre esprit et votre corps sont en réaction de stress constante, ce qui peut nuire à votre santé.

Surtout, ne vous inquiétez pas! Si vous avez tendance à trop réfléchir, M. Kross propose plusieurs solutions pour vous aider à gérer votre dialogue intérieur. En voici trois que vous pouvez commencer à appliquer :

- 1. Dialogue intérieur distancié.** Donnez-vous des conseils de la même manière que vous en donneriez à votre meilleur ami ou à votre conjoint. Nous sommes plus habiles à donner des conseils aux autres qu'à nous-mêmes. Essayez d'avoir ce dialogue intérieur avec vous-même en utilisant votre prénom. Cela pourrait vous aider à vous sortir de la vision étroite que vous avez de la réalité.
- 2. Ayez des rituels.** Créez des habitudes ou une routine; cela vous donnera le sentiment d'avoir le contrôle sur votre vie, et pourrait vous aider à ne pas perdre trop de temps dans vos pensées et à trop réfléchir.
- 3. Prenez des bains de nature.** Promenez-vous dans la nature, ou regardez un film sur la nature. Cela vous donnera la sensation de renouvellement et suscitera en vous le sentiment d'émerveillement. Vous aurez l'impression que vos problèmes sont beaucoup moins gros que vous l'aviez cru.

Source : [Harvard Business Review](#) (en anglais seulement)

POINT À RETENIR

Évitez d'avoir un dialogue intérieur interminable et de trop réfléchir. Pratiquez le dialogue intérieur distancié, développez des rituels, et prenez des bains de nature.

Se rétablir d'un épuisement professionnel

La pandémie tirant à sa fin, nous devrions tous reprendre goût à la vie, mais certains peinent à remonter la pente

Vous pourriez souffrir d'épuisement professionnel au cours de votre vie active. Cet état se manifeste de trois façons :

- **Épuisement** : sensation de fatigue mentale et physique
- **Détachement cynique** : peu de rapports sociaux
- **Manque d'estime de soi** : l'estime de soi est durement touchée

Il est difficile de se rétablir d'un épuisement professionnel. Vous devez refaire le plein d'énergie à votre rythme, et ce dont vous avez le plus besoin est de faire preuve d'indulgence envers vous-même.

En faisant preuve d'indulgence envers vous-même, vous retrouverez peu à peu votre estime de soi et recommencerez à avoir des contacts sociaux. Tel un muscle, vous devez entraîner votre esprit à développer une résilience et retrouver l'équilibre. La méditation et les exercices de respiration sont des moyens efficaces de vous rétablir, tout en respectant votre rythme, et en faisant preuve d'indulgence envers vous-même.

Tout le monde peut apprendre à être bon envers lui-même et les autres, et à faire preuve d'indulgence. C'est en progressant à petits pas que vous pourrez vous rétablir d'un épuisement professionnel.

Source : [Harvard Business Review](#) (en anglais seulement)

POINT À RETENIR

S'exercer à faire preuve d'indulgence envers soi-même et envers les autres peut favoriser un prompt rétablissement. De même, vous pouvez aider les Clients à développer leur estime d'eux-mêmes et à reprendre contrôle de leur vie et de leurs décisions.



Faites preuve de leadership en prenant le virage numérique

Comment les leaders dans le secteur créent-ils de la valeur à l'ère numérique

La pandémie a accéléré l'innovation dans le domaine numérique. Les entreprises se sont empressées de numériser leurs processus afin de répondre aux besoins des Clients. Cela leur a permis de poursuivre leurs activités durant la pandémie, mais est-ce suffisant?

Presque toutes les entreprises ont pris le virage numérique. Or, comment vous distinguez-vous de vos concurrents? Vous devriez concentrer vos efforts sur ce qui vous donnera un avantage concurrentiel à long terme. Commencez par vous poser la question suivante : « Quelle valeur offrais-je à mes Clients? » Puis, revoyez votre énoncé de mission pour tenir compte de cet élément de réponse important.

Voici trois façons dont vous pouvez créer de la valeur pour vos Clients :

- 1.** Faites entrer votre entreprise dans l'ère numérique en implantant les nouvelles technologies dans vos opérations, afin d'atteindre vos objectifs.
- 2.** Adoptez une approche collaborative. Votre volonté de travailler avec vos Clients est justement la valeur qu'ils recherchent en faisant affaire avec vous.
- 3.** Intéressez-vous aux innovations technologiques au-delà de celles que vous avez intégrées dans vos processus.

Dans ce monde postpandémique, vous devez déterminer ce qui vous distingue de vos concurrents. Mettez sur la valeur que vous offrez à vos Clients. Apprenez à collaborer pour trouver des solutions novatrices qui vous aideront à atteindre vos objectifs.

Source : [Harvard Business Review](#) (en anglais seulement)

POINT À RETENIR

Vous aurez besoin de réfléchir à la manière dont vos outils numériques vous donnent un avantage concurrentiel. De plus, vous devriez créer un environnement qui promeut l'innovation et la collaboration. Grâce à votre travail collaboratif avec vos Clients, vous recueillerez de nouvelles idées qui aideront votre entreprise à demeurer concurrentielle et à se démarquer des autres entreprises.

Cinq raisons pour lesquelles les Clients fortunés font affaire avec vous

Et une raison pour laquelle ils ne font pas affaire avec vous

Vous devriez consentir les efforts pour attirer la clientèle à valeur nette élevée. Pour ce faire, il vous faut connaître les raisons pour lesquelles les Clients à valeur nette élevée décident de faire affaire avec vous, et les raisons pour lesquelles ils décident de ne plus, ou de ne pas faire affaire avec vous.

Voici cinq raisons pour lesquelles les Clients à valeur nette élevée pourraient choisir de faire affaire avec vous :

- 1. La réputation de votre cabinet :** Plusieurs personnes choisissent un cabinet en raison de sa réputation.
- 2. Bouche-à-oreille :** Le bouche-à-oreille est une excellente façon d'attirer de nouveaux Clients ayant le même niveau de revenu que vos Clients existants.
- 3. Vous avez aidé un Client à faire fructifier son argent, ou à réaliser des économies :** Ce Client ne manquera pas l'occasion de parler de la manière dont vous l'avez aidé à protéger ses finances et atteindre certains objectifs.
- 4. Vous possédez des connaissances pertinentes :** Vous êtes un professionnel chevronné et êtes en mesure de répondre aux besoins particuliers de chacun de vos Clients.
- 5. Vous êtes un bon gestionnaire :** Vous gagnez la confiance de vos Clients en les aidant à organiser et simplifier la gestion de leurs affaires financières, notamment en rapatriant tous leurs actifs dans un même portefeuille.

Avez-vous tous ces attributs? Ne manquez pas d'en faire la promotion, notamment auprès de vos Clients.

Vous connaissez maintenant les raisons pour lesquelles les Clients à valeur nette élevée pourraient choisir de faire affaire avec vous. Voici maintenant la raison principale pour laquelle ils ne feront pas affaire avec vous :

Vous êtes le conseiller dont les frais sont les plus abordables. Les Clients à valeur nette élevée n'ont pas besoin que vous leur garantissiez le plus bas prix. Ils sont plutôt prêts à payer le prix fort pour obtenir un niveau de service élevé et à établir une relation étroite avec vous.

Source : [IMDRT](#) (en anglais seulement)

POINT À RETENIR

Vous n'attirez pas les Clients à valeur nette élevée en leur proposant vos services au plus bas prix possible. Ces Clients sont prêts à payer le prix fort pour faire affaire avec un conseiller ayant une bonne réputation et offrant des services hors pair et personnalisés.

La COVID-19 et l'assurance

Profitez du moment opportun qu'offre la pandémie pour aviser les Clients de leurs besoins en assurance.

Les Clients tiennent à être assurés, tout comme ils veulent se faire vacciner contre la COVID-19. Cependant, voici les raisons pour lesquelles l'assurance des Clients pourrait être insuffisante :

- 1. Protection.** Tout comme un vaccin contre la COVID-19 aide à vous protéger contre le virus, l'assurance-vie vous offre une protection. La somme forfaitaire qui est versée aux bénéficiaires au décès d'un Client (l'assuré) peut servir à compenser une partie de la perte du revenu familial. La protection financière peut offrir une tranquillité d'esprit.
- 2. De nouveaux produits d'assurance sont mis en marché régulièrement.** Tout comme les vaccins contre la COVID-19 sont constamment mis au point, à mesure que les scientifiques trouvent de nouvelles souches, l'assurance-vie est en constante évolution. Les assureurs reconnaissent que chaque Client est unique; ils créent donc de nouveaux produits d'assurance afin de répondre aux besoins particuliers des Clients.
- 3. Responsabilité.** Tout le monde fait sa part pour freiner la propagation du virus. Dans le même ordre d'idée, chacun veille à épargner suffisamment pour sa retraite. Nous avons le devoir de veiller à ce que notre plan de retraite fasse fructifier notre épargne afin que nous puissions en tirer un revenu à la retraite.
- 4. Il est difficile d'épargner.** Les Clients peuvent ne pas être assez disciplinés pour épargner suffisamment d'argent pour leur retraite. En payant leur prime d'assurance-vie, cela les aidera à atteindre leurs objectifs. La valeur de rachat d'une assurance-vie entière augmente au fil du temps. Ce type d'assurance-vie procure une protection et sert d'instrument d'épargne.
- 5. Une somme forfaitaire ne dédommage pas autant qu'avant.** Les prix ont augmenté et les taux d'intérêt ont baissé. Il faut dépenser beaucoup plus d'argent aujourd'hui pour couvrir les frais de subsistance. Une police d'assurance-vie d'un million de dollars peut ne pas être suffisante pour permettre à la famille d'un assuré de vivre confortablement après sa mort.

Source : [IMDRT](#) (en anglais seulement)

POINT À RETENIR

De plus en plus de gens souscrivent une assurance. Vous devriez faire la promotion de tous les produits d'assurance auprès des Clients existants et éventuels.

Une planification de base peut-elle suffire à certains Clients?

Meilleurs conseils pour informer les Clients sur l'importance d'une planification financière

Une récente étude a démontré que 57 % des Canadiens sont certains qu'ils atteindront leurs objectifs financiers. Un peu plus d'un quart des Canadiens (29 %) font affaire avec un conseiller financier³.

Certains investisseurs ne font pas affaire avec un conseiller financier, car ils ne savent pas qu'ils peuvent bénéficier des conseils d'un professionnel pour atteindre leurs objectifs. D'autres croient qu'ils n'ont pas encore besoin d'une planification financière élaborée. On peut alors leur suggérer une planification de base, laquelle les aidera à atteindre leurs objectifs financiers.

De plus en plus de conseillers financiers offrent des services de planification financière de base. Cela convient aux Clients qui ne sont pas prêts, ou qui ne bénéficieront pas de l'élaboration d'un plan financier complet. Une planification financière de base pourrait prendre quelques semaines. Vous aurez besoin d'avoir quelques entretiens avec votre Client afin d'effectuer une analyse de sa situation financière et de lui présenter les options qui s'offrent à lui.

³ Melissa Shin, "Light planning" could expand access to financial advice (29 avril 2021), publié sur le site Web d'[Investment Executive](#) (en anglais seulement)

Source : [Investment Executive](#)
(en anglais seulement)

POINT À RETENIR

Offrez des services de planification de base aux Clients qui n'ont pas besoin d'élaborer un plan complet, mais qui pourraient bénéficier de votre soutien et de votre expertise.

L'influence de l'entourage du Client sur ses décisions financières

Les Clients devraient-ils se tourner vers leurs réseaux sociaux pour leur demander conseil au sujet de leurs placements?

Les êtres humains sont par nature des animaux sociaux. Les amis, la famille et l'entourage sont des sources vers lesquelles nous nous tournons pour obtenir de l'information que nous estimons fiable. C'est la raison pour laquelle les réseaux sociaux peuvent influencer les décisions financières des Clients.

Mais, des études en finance sociale ont démontré que l'influence de l'entourage n'est pas toujours bénéfique. Bien que les gens dans l'entourage d'un Client puissent fournir de l'information utile, ils peuvent aussi causer les Clients à prendre de mauvaises décisions en ce qui a trait à leurs placements. Nous avons tous tendance à nous comparer aux gens de notre entourage, à nous laisser influencer par leurs opinions, et à craindre de manquer des occasions, et tous ces facteurs influencent nos décisions.

Vous faites donc le contrepois dans la balance, et devrez aider le Client à prendre une décision qui pourrait aller à l'encontre de ce que lui ont conseillé des gens de son entourage. Or, comment pouvez-vous convaincre un Client de suivre vos conseils plutôt que ceux des gens de son entourage? Vous pourriez peut-être lui expliquer que, bien que les gens de son entourage puissent être bien intentionnés, ils pourraient avoir des points de vue partiels qui peuvent ne pas être au mieux de ses intérêts. En revanche, vous fournissez des conseils professionnels qui tiennent compte de la situation unique de chacun de vos Clients.

Source : [Advisor's Edge](#) (en anglais seulement)

POINT À RETENIR

Vous avez besoin de comprendre de quelle manière les gens dans l'entourage de vos Clients peuvent influencer leurs décisions financières.

La crise de santé mentale

Comment pouvez-vous sensibiliser vos Clients aux problèmes de santé mentale?

La pandémie a eu un impact important sur la santé mentale des individus. Des sondages auprès des conseillers ont révélé que ces derniers ont eu affaire à un nombre croissant de Clients aux prises avec des problèmes de santé mentale⁴. De plus en plus de Clients leur montrent des signes de détresse psychologique.

Cependant, les conseillers ne sont pas bien outillés pour aider ces Clients sur le plan psychologique. Au mieux, ils peuvent apprendre à discerner certains problèmes de santé mentale. Ils peuvent aussi proposer des ressources à leurs Clients afin qu'ils puissent obtenir de l'aide et le soutien moral dont ils ont besoin.

Comment pouvez-vous aider les Clients les plus vulnérables à protéger leurs intérêts financiers?

Une façon simple consiste à suggérer à vos Clients de choisir une personne-ressource de confiance qui n'a pas de pouvoir de décision sur leurs finances, mais qui est en mesure de les soutenir et de les guider. Un faible pourcentage, soit environ un tiers des conseillers, proposent actuellement une telle solution à leurs Clients vulnérables. Ils ne sont pas dans l'obligation de le faire, mais cela peut aider leurs Clients vulnérables à protéger leurs intérêts financiers.

⁴ James Burton, *Advisors on the front line of mental health battle*, (28 janvier 2021), publié sur le site Web de [Wealth Professional](#) (en anglais seulement)

Source : [Wealth Professional](#)

POINT À RETENIR

La pandémie nous a fait prendre conscience des problèmes de santé mentale. Le secteur des services financiers doit outiller les conseillers et leur offrir de la formation pour mieux discerner les problèmes de santé mentale chez leurs Clients et leur proposer des ressources pour obtenir l'aide et le soutien dont ils ont besoin.