

Conseils consultatifs de clients : Bien connaître les perspectives du client

Livret d'exercices

Les attentes de notre secteur et de nos clients ne cessent d'évoluer. Même les conseillers les plus prospères ne prédisent pas toujours ce que les clients veulent.

Un conseil consultatif de clients vous permet de comprendre le point de vue des clients et d'améliorer leur expérience.

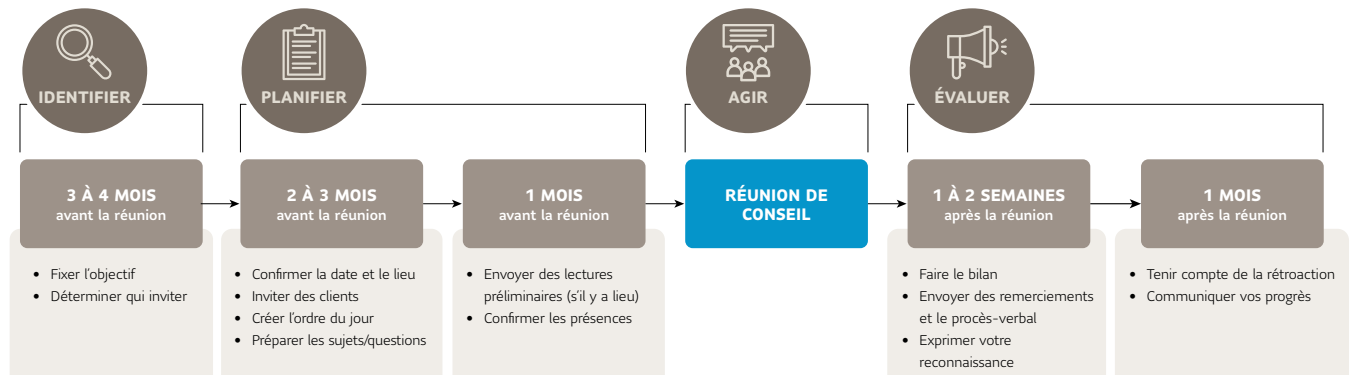
Ce cahier de travail vous aidera à créer un conseil consultatif de clients unique.

Un conseil consultatif de clients offre une approche structurée qui permet aux conseillers de recueillir régulièrement la rétroaction des clients afin de peaufiner leur offre et leur modèle de service. Il permet aussi de mettre en œuvre des changements pour mieux répondre aux besoins des clients.

Exemple de calendrier

Vous trouverez ci-dessous un exemple de calendrier illustrant le processus et les efforts requis. N'oubliez pas que chaque conseil consultatif de clients est unique. Utilisez ces photos pour vous guider. Pour établir un conseil consultatif efficace et, surtout, pour donner suite à la rétroaction des clients, suivez les quatre étapes de ce cycle itératif :

- Identifier
- Planifier
- Agir
- Évaluer



Avant de commencer, procédez à une évaluation de l'état de préparation avec votre équipe.

Un conseil consultatif de clients est un investissement stratégique en temps et en argent. Assurez-vous que vous et votre équipe pouvez lui accorder l'attention qu'il mérite.

Une fois que toutes les cases sont cochées, vous êtes prêt à commencer.

Nous avons les ressources (temps et capacités) pour mettre en place un conseil consultatif de clients.

Nous sommes ouverts à la rétroaction honnête.

Nous sommes prêts à être à l'écoute.

Nous prendrons des mesures en fonction de la rétroaction, et nous avons les ressources pour le faire.

Nous prendrons nos responsabilités.

Fixer un objectif

La première étape pour créer un conseil consultatif de clients consiste à fixer un objectif. Ce dernier sert de guide pour la prise de décisions concernant le conseil : qui inviter, quels sujets aborder, à quelle fréquence se réunir, etc. Le but est de donner au conseiller une cible à atteindre et de faire en sorte que lui et ses clients soient mobilisés pour l'atteindre. Sans objectif, le conseil peut facilement perdre de vue sa mission.



Faites une séance de remue-méninges avec votre équipe :

Question	Answer
Quel est votre but?	
Quels sont les sujets de préoccupation?	
Que voulez-vous apprendre?	
Quels processus sont restés inchangés depuis longtemps?	
Comment allons-nous mesurer la réussite et évaluer si le conseil atteint ses objectifs?	

Exemples d'objectif :

- Améliorer l'expérience client.
- Faire croître votre pratique
- Ajouter de nouveaux services.
- Mettre en œuvre une nouvelle stratégie de marketing.
- Découvrir ce que les clients disent de vous.

Faites une séance de remue-méninges sur l'objectif de votre conseil consultatif de clients :

Qui inviter

Le fait de choisir avec soin les membres de votre conseil a une énorme influence sur la valeur et la réussite de ce dernier. Toutes les personnes présentes doivent avoir un rôle et un but clairement définis pour participer à la réunion.



Il y a quatre rôles clés :

- Client
- Conseiller(s)/conseillère(s)
- Animateur
- Secrétaire(s)

Clients

Rôle

Offrir une rétroaction ouverte et honnête.

Commencez par les clients avec lesquels vous aimez vraiment travailler et avec lesquels vous avez une relation que vous aimeriez pouvoir reproduire. Évitez d'inviter des clients qui risquent de dominer la discussion ou qui n'ont que leurs intérêts à l'esprit.

Tenez compte des caractéristiques suivantes lorsque vous choisissez les personnes à inviter :

- Groupe diversifié de clients idéaux (p. ex : âge, genre, état matrimonial, origine ethnique, expérience professionnelle, ancienneté en tant que client)
- Clients utilisant vos services principaux
- Clients qui offriront activement une rétroaction constructive et impartiale
- Clients qui ont des connaissances sur le sujet ou l'objectif choisi
- Clients collaboratifs et respectueux

Meilleure pratique

Pour encourager des opinions diverses, incluez au moins 8 à 12 clients. Assurez-vous d'inclure également les conjoints. Souvent, l'un des deux participe davantage aux conversations financières que l'autre. C'est l'occasion de comprendre les deux points de vue et d'approfondir vos relations.

Faites un remue-méninges sur les clients potentiels :

Conseiller(s)/conseillère(s)

Rôle

Assurer le mot d'ouverture et le mot de la fin, observer, demander des éclaircissements.

Le rôle du conseiller est simple : observer et écouter. Réprimez l'envie de rationaliser les critiques. Gardez l'esprit ouvert et ne participez qu'en demandant des éclaircissements. Cela encouragera les clients à s'exprimer, à partager leurs opinions et leurs idées.

Conseillers pouvant participer :

Animateur

Rôle

Orienter la conversation et s'assurer que tous les membres ont la possibilité de s'exprimer.

Pour vous assurer que les clients se sentent à l'aise de donner une rétroaction franche, demandez à une tierce personne neutre d'animer la conversation. Par exemple, vous pouvez choisir un coach d'affaires, un représentant de confiance ou une de vos connaissances qui possède de l'expérience dans les présentations et les interactions de groupe. L'animateur n'est pas le conseiller ni le secrétaire.

Un animateur compétent saura orienter la conversation de manière productive. Il sait quand approfondir ou passer au sujet suivant. Il maintient le cadre et s'assure que tous les participants ont la possibilité de partager leurs points de vue.

Un autre rôle important de l'animateur consiste à répondre aux commentaires et à gérer toute situation difficile susceptible de se présenter. Par exemple, pourriez-vous imaginer demander à votre plus gros client de laisser la parole aux autres s'il domine la réunion? Un animateur peut le faire.

Faites un remue-méninges sur les animateurs potentiels :

Secrétaire(s)

Rôle

Retranscrire la discussion – rétroaction, idées, résultats, mesures à prendre.

Demandez à un secrétaire ou à un membre de votre équipe d'assister à la réunion pour prendre des notes sur la discussion. Ces notes permettront de s'assurer que personne ne manque des commentaires essentiels formulés par les clients lors de la réunion, tels qu'une rétroaction, des idées, des résultats, des mesures à prendre. Elles fourniront un contexte utile pour déterminer les prochaines étapes et vous pouvez les résumer avant de les envoyer aux participants à titre de suivi.

Faites un remue-méninges sur les secrétaires potentiels :

Meilleure pratique

Demandez aux autres membres de l'équipe présents à la réunion de prendre des notes et de les transmettre au secrétaire afin de s'assurer que tous les commentaires ont été pris en compte. Il est préférable de ne pas enregistrer ces séances, car cela peut dissuader les clients de formuler des commentaires ouverts et honnêtes.

Obtenir l'adhésion des clients ciblés

Lorsque vous invitez un client à se joindre à votre conseil consultatif, la démarche doit être personnelle. Prenez contact avec lui, soit en personne, soit par téléphone, pour permettre la conversation. Assurez-vous d'utiliser un langage clair qui trouvera un écho auprès de lui. Précisez que vous n'essayez pas de leur vendre vos services – l'objectif est d'offrir une meilleure expérience client.

En fin de compte, c'est la façon dont vous présenterez la demande qui déterminera le taux de réussite ou d'échec.



Suivez ce déroulement :

Expliquez l'objectif aux clients

Expliquez-leur ce qu'est un conseil consultatif de clients

Expliquez-leur pourquoi vous les avez choisis

Expliquez-leur les attentes

Mentionnez des sujets qui pourraient être abordés

Exemple de script :

« Je vous contacte parce que nous sommes en train de former un conseil consultatif de clients et nous aimerions beaucoup que vous y participiez. Cela ressemble à un sondage clients, mais en face à face. Le but est de vous offrir une expérience client bonifiée.

Nous accordons une grande importance à votre point de vue et nous voulons être certains de constamment évoluer pour répondre à vos besoins. Vous êtes l'une de nos meilleures relations, alors personne n'est mieux placé que vous pour nous offrir des commentaires ouverts et honnêtes.

Nous vous invitons à vous joindre à ce groupe restreint de clients pour une période de deux ans. Les réunions se tiendront trois fois par an, pendant deux heures.

Nous espérons apprendre de votre collaboration avec nous. Nous voulons aussi savoir ce que vous aimeriez voir plus ou moins, et comment nous pouvons améliorer l'expérience client de manière globale. »

Rédigez votre script :

Confirmer les détails de la réunion

Le choix du lieu et de la date pour tenir une réunion est une décision essentielle. Le lieu de réunion lui-même peut représenter une expérience et servir de « remerciement » pour la participation des membres.

Les conseillers et les clients préfèrent que les réunions du conseil se déroulent en personne. Cela favorise une discussion plus ouverte et permet de renforcer les relations. Toutefois, dans certains cas, des réunions virtuelles peuvent être appropriées.

Les réunions du conseil se tiennent généralement en semaine, pendant deux heures, et sont accompagnées d'un repas social. Choisissez un lieu agréable, central pour tous les participants et propice à la conversation – une salle privée dans un restaurant ou un endroit local unique



Meilleure pratique

Les conseils consultatifs de clients traditionnels se tiennent pendant deux heures, deux à trois fois par an.

Assurez-vous de prévenir les membres du conseil suffisamment à l'avance en établissant le calendrier annuel des réunions, et en évitant les saisons chargées et les jours fériés.

Faites un remue-méninges sur les lieux potentiels :

Dates potentielles	Dates à éviter

Établir l'ordre du jour

Une planification soignée de l'ordre du jour et une animation réfléchie sont essentielles à l'efficacité des réunions du conseil consultatif des clients. Pour promouvoir un dialogue ouvert et la collaboration, distribuez à l'avance l'ordre du jour et tout document à lire avant la réunion.

Lors de la réunion, utilisez l'ordre du jour comme guide, mais laissez la conversation se dérouler naturellement. Déterminez les intervenants et les sujets clés à couvrir pour chaque point, mais restez souple sur l'horaire au besoin. Si une discussion intéressante se prolonge, laissez-la se poursuivre plutôt que de l'interrompre.

L'objectif est de promouvoir un dialogue ouvert, où tout le monde peut exprimer son point de vue. Un bon animateur sera capable de gérer le déroulement de la conversation.



Exemple d'ordre du jour :

Programme	Intervenant	Notes supplémentaires
Mot d'ouverture	Conseiller	<ul style="list-style-type: none"> - Activité pour briser la glace / présentations - Rappel de l'objectif - Suivi de la dernière réunion - Présentation du programme du jour
Règles de base	Animateur	
Discussion	Animateur	<ul style="list-style-type: none"> - Expériences de clients - Communication client-conseiller - Les traits de personnalité du client idéal
Dernières réflexions	Animateur	<ul style="list-style-type: none"> - Résumé de la séance - Tour de table
Mot de la fin	Conseiller	<ul style="list-style-type: none"> - Date et lieu de la prochaine réunion
Activité sociale	Tous	



Établissement financier

Nous aidons les Canadiens à se constituer un patrimoine

EXEMPLE

Programme de la réunion du conseil consultatif de clients

Rédigez votre ordre du jour :

Point à l'ordre du jour	Intervenant	Notes supplémentaires

Poser les bonnes questions

L'élaboration de questions de qualité pour chaque réunion du conseil consultatif de clients est une étape essentielle de ce processus. Consacrez du temps à l'élaboration de questions ouvertes qui suscitent la discussion et permettent d'obtenir une rétroaction significative.

Commencez par des questions plus générales, axées sur l'expérience client et sur ce que vous pouvez faire pour l'améliorer. Puis, lorsque vous êtes prêt, vous pouvez examiner des sujets particuliers. Formulez clairement vos questions en utilisant un langage simple et en évitant les acronymes. Donnez la priorité aux sujets les plus importants et assurez-vous de leur réserver suffisamment de temps. Une autre façon de lancer la conversation consiste à demander aux clients d'évaluer leurs expériences sur une échelle numérique. Demandez-leur ensuite d'expliquer leur évaluation. Chaque question doit être alignée sur l'objectif général du conseil et de la réunion, et suivre un ordre logique.



Meilleure pratique

Tenez compte des interactions récentes avec les clients et de la période de l'année lorsque vous rédigez vos questions. Par exemple, si vous souhaitez obtenir une rétroaction sur la planification fiscale, abordez ce sujet avec le conseil après la saison des impôts. Ainsi, l'expérience sera encore fraîche dans leur esprit.

Grâce à une préparation réfléchie et à des questions de qualité, le conseil consultatif fournira des renseignements utiles et ne se résumera pas à une simple conversation entre pairs.

Exemples de questions

Accueil

- Quelle a été votre expérience en tant que client?
- Comment décririez-vous votre expérience client?
- Qu'est-ce qui est le plus important pour établir une relation de confiance?

Processus de planification

- Le processus de planification fait-il sens pour vous? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Y a-t-il une partie du processus qui vous semble confuse ou qui nécessite plus d'explications?
- Quelles sont les discussions les plus précieuses que vous ayez eues avec votre conseiller?

Communications

- Que pensez-vous de la fréquence et du contenu des communications de l'entreprise?
- Comment décririez-vous votre expérience globale en tant que client lorsqu'il s'agit de communiquer avec l'équipe?
- Quelles sont vos préférences en matière de communication?

Matériel de marketing

- Que pensez-vous des supports marketing que vous avez vus?
- Y a-t-il quelque chose que vous changeriez ou ajouteriez pour les rendre plus utiles pour vous?

Nouvelles offres potentielles

- L'entreprise envisage d'ajouter [service] à son offre. Pensez-vous que ce sera utile?
- Y a-t-il d'autres services que vous souhaiteriez que l'entreprise offre?
- L'entreprise propose-t-elle des services qui, à votre avis, ne sont pas utiles?

Événements d'appréciation

- Qu'avez-vous pensé du dernier événement d'appréciation de la clientèle?
- Y a-t-il d'autres types d'événements d'appréciation auxquels vous aimeriez participer?

Présentations

- Comprenez-vous pourquoi le conseiller vous considère comme un client idéal?
- Comment décririez-vous à vos amis et à votre famille ce que le conseiller fait pour vous ou la valeur qu'il vous apporte?
- Dites-m'en un peu plus sur ce qui vous motive à recommander le conseiller.
- Comment l'entreprise devrait-elle changer ou évoluer pour que vous ayez envie de la recommander à des amis, collègues, professionnels ou membres de votre famille?
- Y a-t-il quelque chose qu'elle pourrait faire pour faciliter les recommandations?

Meilleure pratique

Au cours des réunions du conseil, l'animateur ou le conseiller peut demander des éclaircissements ou plus de précisions sur une réponse.

Voici une sélection de questions dont vous pourriez vous inspirer :

- Pouvez-vous développer ce point?
- Y a-t-il quelque chose en particulier qui vous a amené à ressentir cela?
- Pouvez-vous donner un exemple pour illustrer votre expérience?
- Pouvez-vous expliquer ce que vous entendez par...?
- Pouvez-vous nous donner plus de précisions sur vos attentes concernant...?

Rappel : *Votre objectif premier est de créer une meilleure expérience pour le client. Si cela est fait comme il faut, les recommandations suivront*

Jour de la réunion

Le jour de la réunion, le conseiller et son équipe doivent exécuter plusieurs tâches logistiques afin de garantir une expérience fluide, productive et positive pour toutes les personnes présentes.



Avant la rencontre :

Arrivez tôt

Préparez la salle de réunion

Disposez les chaises de manière à encourager la conversation

Distribuez des badges, l'ordre du jour et les documents à chaque place

Installez et testez tout matériel audiovisuel.

Assurez-vous que l'animateur et le secrétaire sont prêts pour la discussion.

Accueillez les invités

Pendant la réunion :

Encouragez le réseautage avant ou après la réunion

Permettez à toutes les personnes de se présenter

Établissez des attentes claires quant au but de la réunion

Respectez le temps des participants en vous en tenant à la durée prévue de la réunion

Résumez les commentaires et les principales mesures à prendre

Remerciez les participants pour leur présence et leur participation

Présentez les prochaines étapes

S'il y a lieu, rappelez aux participants la date de la prochaine réunion

Meilleure pratique

Organisez une séance d'information avec votre équipe, y compris l'animateur, la veille ou le matin d'une réunion du conseil consultatif. Le but est de s'assurer que tout le monde est aligné et préparé. Une séance d'information bien dirigée prépare le terrain pour une séance productive.

Notes additionnelles :

Suivi

Le suivi de la réunion est tout aussi important que son organisation. Ne pas prendre de mesures ou ne pas tenir compte des commentaires est pire que de ne rien demander du tout. Faites le bilan avec votre équipe dès que possible après la réunion pour passer en revue les commentaires. Assurez-vous que les mesures à prendre ont été correctement saisies et discutez des prochaines étapes. Faites-le sur place ou le lendemain au bureau, pendant que c'est encore frais à l'esprit de tout le monde.



Plan pour le bilan :

Dans la semaine suivant la réunion, envoyez un message de remerciement personnalisé et le compte rendu de la réunion à chaque participant. De plus, envisagez d'offrir de petits cadeaux d'appréciation peu coûteux qui rejoignent le thème de la réunion (assurez-vous simplement de respecter les règles sur les cadeaux aux clients). Toutefois, les cadeaux sont facultatifs – l'expérience du conseil lui-même et le suivi des mesures à prendre sont plus importants.

Plan d'appréciation :

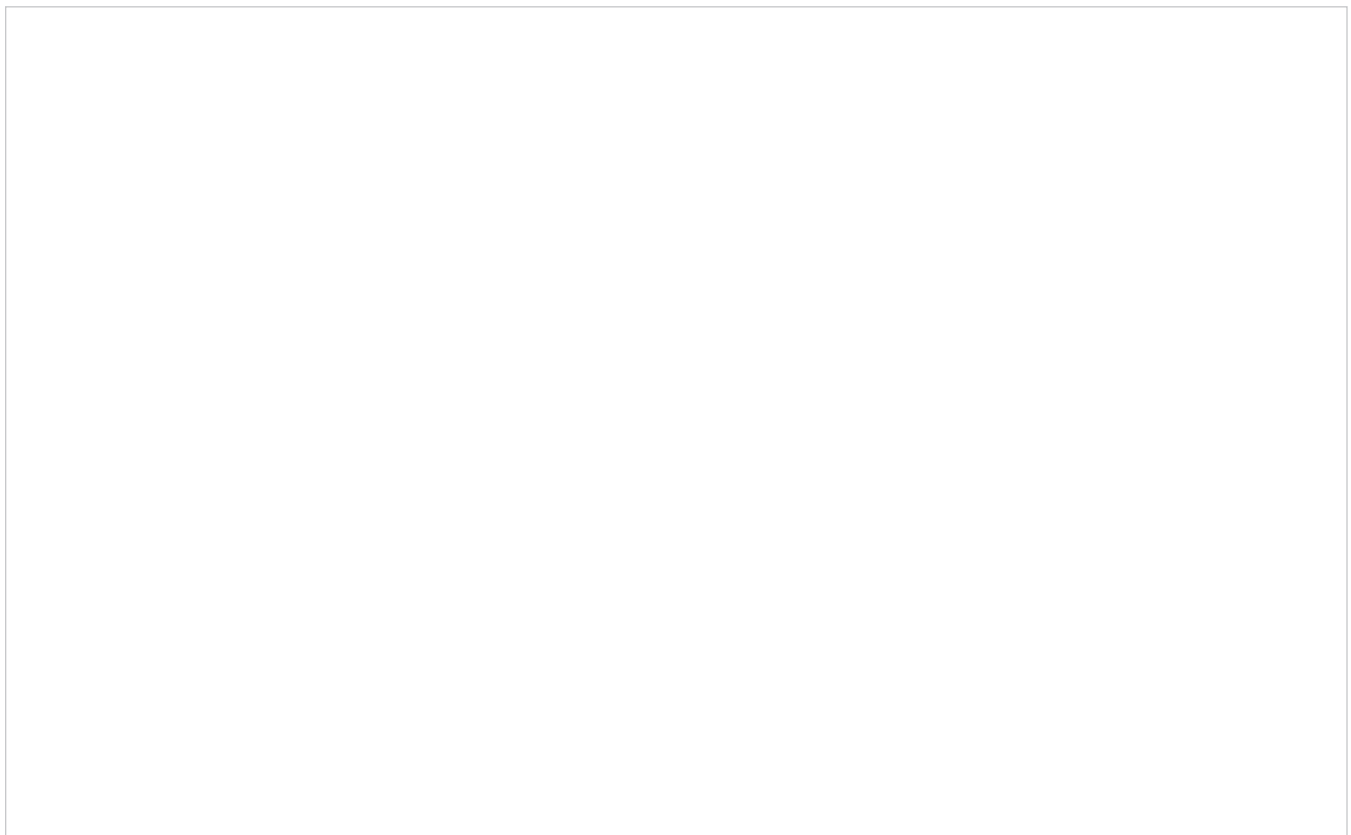
Enfin, mettez en œuvre les commentaires reçus lors de la réunion et communiquez clairement les progrès et le suivi aux participants.

Les clients voudront savoir :

- Que leurs commentaires sont soigneusement pris en compte.
- Le cas échéant, que des mesures sont prises pour y donner suite dans un délai déterminé.
- Les raisons pour lesquelles une rétroaction ne donnera pas lieu à la mise en œuvre de mesures.

Donnez suite aux commentaires reçus lors de la prochaine réunion du conseil, par téléphone, par courriel ou lors d'une réunion avec les clients. Assurez-vous de mentionner les lacunes relevées lors de la réunion. Par exemple, quelqu'un a soulevé la question de la planification de l'héritage lors de la réunion du conseil et les clients n'étaient pas au courant de l'existence de ce service. Parlez de cette offre lors de votre prochaine rencontre avec les clients. Le suivi est la clé d'un conseil réussi.

Plan de suivi de la rétroaction :



Partager les progrès et les réussites

N'oubliez pas de partager les progrès et les réussites du conseil consultatif des clients avec le reste de vos clients et d'autres professionnels avec lesquels vous pouvez travailler. Cela montre le désir de toujours relever la barre et votre engagement à offrir une expérience positive aux clients.

Voici quelques idées :

Rencontres avec les clients

Courriel

Bulletin

Publication pour les médias sociaux

Enseigne à l'intérieur du bureau

Site Web

Réseaux de professionnels



Plan d'action

Félicitations! Vous êtes sur la bonne voie pour créer un conseil consultatif de clients. Prenez le temps d'élaborer un plan d'action sur la façon dont vous allez suivre les étapes suivantes.

	Mesure à prendre	Calendrier	Attribué à
1			
2			
3			

Notes :

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for handwritten or typed notes. It occupies the majority of the page's vertical space.



La Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie et Gestion d'actifs PMSL inc. sont membres du groupe Sun Life.
© Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie. Tous droits réservés.

820-5259-F

Service-conseil | **Sun Life**

