

Cahier d'exercices – Promouvoir les présentations

Votre guide pour des conversations efficaces à propos des recommandations



Les recommandations et les présentations constituent la stratégie de marketing la plus souhaitable pour faire croître une entreprise, et pourtant, un grand nombre de conseillers et conseillères n'ont pas de plan pour les demander de manière proactive et en toute confiance. Consultez et utilisez le présent cahier d'exercices pour promouvoir les présentations et rencontrer des prospects de qualité. Il vous aidera à élaborer une stratégie clairement définie pour aborder vos conversations.

Partie I – Favoriser les recommandations de clients et clientes

- Sachez reconnaître vos sources de recommandation et approfondissez ces relations afin de poser les bases de la croissance de votre entreprise.

Partie II – Améliorer vos présentations

- Appliquez la méthode **RDSS** pour demander des présentations en toute confiance par l'intermédiaire de vos sources de recommandation.

Partie I – Favoriser les recommandations de clients et clientes

La plupart des clients et clientes sont disposé(e)s à recommander leur conseiller ou conseillère, mais ne le font pas, principalement parce qu'on ne leur a pas demandé¹. Pour libérer le potentiel de croissance de votre entreprise, discutez avec des clients et clientes qui n'hésiteraient pas à vous recommander et demandez-leur de vous présenter à des personnes que vous souhaitez rencontrer. En reconnaissant vos sources de recommandation et en solidifiant ces relations, vous serez mieux placé pour demander des présentations en toute confiance à l'avenir.

Utilisez ce cahier d'exercices pour créer une culture de recommandation efficace en :

1. Reconnaisant les sources de recommandation potentielles;
2. Confirmant leur volonté à vous recommander;
3. Approfondissant ces relations.

1. Reconnaître les sources de recommandation potentielles

Les sources de recommandation font la promotion de votre entreprise ou n'hésitent pas à le faire auprès d'autres personnes parce qu'elles sont satisfaites de vos services. Ces personnes sont essentielles à la création d'une solide culture de recommandation.

Les sources de recommandation potentielles sont des clients et clientes qui :

- ont un lien personnel fort avec vous;
- ont fait l'expérience de votre professionnalisme et ont pu atteindre leurs objectifs;
- travaillent avec vous depuis un long moment et font souvent appel à vos services;
- ont un réseau de contacts à qui vous aimeriez qu'on vous présente;
- sont à l'aise de discuter ouvertement de questions financières.

Réfléchissez à votre clientèle et dressez la liste des clients et clientes qui pourraient être des sources de recommandation.

1.

2.

3.

4.

5.

2. Confirmer leur volonté à vous recommander

Maintenant que vous connaissez vos sources de recommandation potentielles, confirmez leur volonté à vous recommander. Les clients et clientes ne se sentiront pas forcément tous et toutes à l'aise de vous recommander, et ce n'est pas grave! En leur demandant de manière proactive de confirmer leur volonté à vous recommander, vous gagnerez en clarté et en confiance, car vous saurez qui sera prêt à vous recommander le moment venu.

A) Préparer votre script de conversation

Il peut être gênant de demander à des clients et clientes de vous présenter à d'autres personnes. Préparez-vous donc en rédigeant un texte court et conversationnel que vous pourrez réciter tout naturellement ou envoyer par courriel. Faites en sorte de pouvoir le personnaliser facilement en fonction de la situation de chaque client ou cliente.

¹ Dan Allison on the Psychology of Referrals, Becoming Referrable, 2022

Conseil important : Mettez l'accent sur la valeur unique que vous apportez, et non sur vos objectifs de croissance pour votre entreprise. Les clients et clientes sont plus susceptibles de réagir positivement lorsqu'ils comprennent comment d'autres personnes peuvent bénéficier de vos services.

Exemple

« Avant de mettre fin à notre rencontre, je souhaite vous remercier d'être un si bon client. Je tiens beaucoup à la relation que nous avons bâtie au fil des ans, et j'aimerais vous demander quelque chose. Mon souhait est d'aider des personnes comme vous à structurer leur entreprise et de soutenir les familles de mes clients. Seriez-vous à l'aise de me présenter à ces personnes pour qu'elles puissent bénéficier de notre valeur unique? »

Rédigez votre script.

B) Créer un plan d'action

Maintenant que vous avez préparé votre script, il est temps de le mettre à exécution. Élaborez un plan pour demander à vos clients et clientes s'ils sont à l'aise de vous recommander, en utilisant le script que vous avez rédigé. Décidez quand et comment vous amorcerez la conversation et suivez de près leurs réponses pour rester organisé et intentionnel. Le fait d'obtenir une confirmation claire vous permet de continuer d'approfondir la relation et d'apporter de la valeur.

Source de recommandation potentielle	Observations clés	Calendrier	Méthode	Réponse
Jane Doe	<ul style="list-style-type: none">• Cliente depuis 5 ans• Connaît des propriétaires d'entreprise locaux	Après l'événement d'appréciation de la clientèle du T1	Appel téléphonique	O
John Buck	<ul style="list-style-type: none">• Président de la Société médicale ABC• Assiste à une conférence semestrielle organisée pour les médecins.	Lors du tournoi de golf de bienfaisance en août	En personne	O

Source de recommandation potentielle	Observations clés	Calendrier	Méthode	Réponse
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

3. Approfondir vos relations avec les clients et clientes

Une fois que vous connaissez vos sources de recommandation et que vous avez confirmé leur volonté à vous recommander, continuez d'entretenir ces relations. Les sources de recommandation sont inestimables pour la croissance de votre entreprise, car leurs recommandations s'accompagnent d'une confiance et d'une crédibilité intrinsèques. En étant constamment à l'écoute de leurs commentaires, en leur apportant de la valeur par vos services et en trouvant des façons attentionnées de leur témoigner votre reconnaissance, vous renforcez la confiance qu'elles ont en vous et faites en sorte qu'elles vous présentent tout naturellement à d'autres personnes à l'avenir.

Réfléchissez aux idées suivantes et continuez de discuter avec votre équipe des façons d'approfondir les relations avec les sources de recommandation.

A) Poser des questions à vos sources de recommandation pour obtenir leurs commentaires

- Que trouvez-vous de plus précieux dans nos interactions et notre relation?
- Comment expliqueriez-vous le travail de notre équipe à vos connaissances?
- Comment pourriez-vous suggérer de rendre nos rencontres d'évaluation plus utiles ou plus productives?

B) Améliorer vos services

- Comment pouvez-vous faire de la formation croisée sur les services que vous offrez?
- Est-il possible d'augmenter le nombre et/ou la qualité des prises de contact et la rapidité du service?
- Quels sont les processus à élaborer ou à perfectionner pour améliorer vos services?

C) Créer des moments « sensationnels »

- Comment pouvez-vous surprendre ou ravir vos sources de recommandation en dehors de vos discussions financières?
- Quand est-ce le moment idéal de mettre en œuvre votre moment « sensationnel »?
- Comment pouvez-vous vous assurer que vos efforts sont constants et respectent votre budget?

Exemples

- Offrir un panier de naissance aux parents ou aux grands-parents pour célébrer la naissance d'un bébé.
- Envoyer une carte-cadeau pour un spa un mois avant de grandes vacances (lune de miel ou destination de rêve).
- Faire un don à un organisme de bienfaisance de son choix pour souligner les années de collaboration (5, 10, 15 et plus).

Les cadeaux doivent être modestes pour éviter tout problème de conformité. Veillez à respecter les lignes directrices sur les cadeaux aux clients et clientes, que vous trouverez sur le Carrefour des conseillers de la Sun Life.

Consignez des façons d'approfondir vos relations.

Félicitations!

Adopter une stratégie proactive afin de reconnaître vos sources de recommandation, de confirmer leur volonté à vous recommander et d'interagir avec elles vous permettra d'avoir du succès lorsque le moment sera venu de demander qu'on vous présente à d'autres personnes.

Partie II – Améliorer vos présentations

Il peut être gênant et peu naturel de demander qu'on vous présente à d'autres personnes. Or, avec la bonne stratégie et une préparation suffisante, vous pouvez tout naturellement demander à vos sources de recommandation de vous présenter à d'autres personnes lors de vos conversations. La méthode **RDSS** est un processus efficace en quatre étapes conçu pour vous aider à demander des présentations à vos sources de recommandation.

Cet exercice vous aidera à peaufiner votre façon de demander des présentations afin d'accroître votre potentiel de croissance.



Réfléchissez

à qui vous souhaitez qu'on vous présente.



Demandez

qu'on vous présente.



Suggérez

des façons de rencontrer les prospects.



Saisissez

l'occasion.

Étape 1 : Réfléchir

Réfléchissez à qui vous souhaitez qu'on vous présente.

A) Passer en revue les prospects

Cernez les personnes dont le profil correspond au profil de votre client idéal et que vos sources de recommandation connaissent déjà. Il peut s'agir de personnes que vous avez rencontrées ou avec qui vous envisagez de communiquer. Notez le lien qui existe entre ces personnes et vos sources de recommandation, et pourquoi leur situation fait d'elles une piste solide.

B) Établir votre valeur

Réfléchissez aux besoins ou aux défis du prospect et voyez comment vous pouvez l'aider. Réfléchissez à la valeur unique que vous apportez ainsi qu'à ce qui ressemblerait à un résultat positif pour lui. Ce faisant, vous serez en mesure de formuler votre demande en toute confiance.

Exemple

Nom du prospect	Relation avec le client ou la cliente	Observations clés
Jane Doe	Belle-sœur de Jim et Jill	<ul style="list-style-type: none">A déménagé de Toronto à Montréal.Vice-présidente d'une grande entreprise technologique
Besoin du prospect	<ul style="list-style-type: none">Besoin de conseils financiers après un divorce	
Ce que vous pouvez faire	<ul style="list-style-type: none">Examen des objectifs financiers et de la répartition de l'actif	
Le résultat positif	<ul style="list-style-type: none">D'avantage convaincue d'avoir la protection nécessaire et d'épargner de manière efficace.	

1. Nom du prospect	Relation avec le client ou la cliente	Observations clés
Besoin du prospect		
Ce que vous pouvez faire		
Le résultat positif		

2. Nom du prospect	Relation avec le client ou la cliente	Observations clés
Besoin du prospect		
Ce que vous pouvez faire		
Le résultat positif		

3. Nom du prospect	Relation avec le client ou la cliente	Observations clés
Besoin du prospect		
Ce que vous pouvez faire		
Le résultat positif		

4. Nom du prospect	Relation avec le client ou la cliente	Observations clés
Besoin du prospect		
Ce que vous pouvez faire		
Le résultat positif		

5. Nom du prospect	Relation avec le client ou la cliente	Observations clés
Besoin du prospect		
Ce que vous pouvez faire		
Le résultat positif		

C) Faire preuve de curiosité durant votre conversation

Pour trouver de nouveaux prospects que vous aimeriez qu'on vous présente, faites preuve de curiosité durant vos conversations avec des clients et clientes et parlez d'autre chose que de questions financières. Posez des questions ouvertes et personnelles qui permettent d'établir une certaine familiarité et une certaine confiance, et qui vous aident à savoir qui les clients et clientes connaissent.

Examinez la liste des questions et cochez celles que vous vous sentez à l'aise de poser. Utilisez les questions que vous avez sélectionnées pour orienter naturellement vos conversations avec les clients et clientes, et découvrir des prospects.

Rappel

- Commencez par des questions générales et posez progressivement des questions plus pointues.
- Notez dans votre système GRC tous les nouveaux prospects que vous aurez trouvés lors de ces conversations.

<input type="checkbox"/> Comment allez-vous ces derniers temps?	<input type="checkbox"/> Comment se portent vos enfants/parents?	<input type="checkbox"/> Qu'y a-t-il de nouveau depuis la dernière fois que nous nous sommes parlé?
<input type="checkbox"/> Qu'avez-vous fait la fin de semaine dernière?	<input type="checkbox"/> Comment vont les affaires?	<input type="checkbox"/> Qu'est-ce qui se passe de nouveau et d'intéressant dans votre secteur d'activité?
<input type="checkbox"/> Prendrez-vous des vacances prochainement?	<input type="checkbox"/> Par le passé, qui sont les amis qui se sont joints à vous pour [voyage/excursion/loisir]?	<input type="checkbox"/> Rappelez-moi votre situation familiale. Êtes-vous proche de votre famille?
<input type="checkbox"/> Vous impliquez-vous dans des causes qui vous tiennent à cœur? Siégez-vous à des comités d'organismes de bienfaisance?	<input type="checkbox"/> Quels sont vos projets maintenant que vous [activité ou changement]?	<input type="checkbox"/> Qui d'autre partage votre passion pour [intérêt mentionné par le client ou la cliente]?
<input type="checkbox"/> À qui vous adressez-vous principalement pour obtenir de l'aide avec vos besoins [domestiques/professionnels]?	<input type="checkbox"/> Qui d'autre dans votre entourage vit un changement de vie semblable?	<input type="checkbox"/> Qui d'autre dans votre vie a récemment vécu un tel changement de situation personnelle?
<input type="checkbox"/> Qui est la personne la plus influente dans votre vie/carrière?	<input type="checkbox"/> À qui vous adressez-vous principalement pour obtenir des conseils sur [sujet]?	<input type="checkbox"/> Qui est votre liquidateur principal et votre exécutif suppléant?

Inscrivez d'autres questions générales ou précises à poser aux clients et clientes.

Étape 2 : Demander

Demandez qu'on vous présente.

Pour de nombreux conseillers, demander à se faire présenter sans paraître maladroit ou exigeant est un défi courant. Pour y remédier, choisissez d'abord un prospect figurant dans la liste de l'étape 1 : réfléchissez et rédigez un script concis pour vous guider dans votre demande de présentation. Cet exercice est l'occasion de perfectionner votre approche et de vous assurer que vous saurez être confiant et naturel lorsque viendra le moment de faire la demande proprement dite. En vous préparant à l'avance, vous serez bien outillé pour entamer ces précieuses conversations à l'avenir.

Intégrez ces trois points clés :

- Confirmez la valeur que vous avez apportée au client ou à la cliente;
- Mentionnez-lui que vous êtes prêt à aider ses connaissances qui se trouvent dans une situation semblable;
- Précisez à qui vous souhaitez qu'on vous présente et pourquoi.

Conseil important : Faites votre demande après un événement important et positif ou après un moment « sensationnel » où vous avez ravi le client ou la cliente.

Exemple

[Événement important] « *Je suis très heureux d'apprendre que le transfert de la succession de vos parents s'est déroulé sans problème. J'espère que nos conseils vous ont été utiles pour vous y préparer.*

[Demande de présentations] *À ce propos, nous sommes toujours à la recherche de moyens de vous apporter, à vous et à vos proches, notre valeur et notre soutien. Vous avez mentionné plus tôt que votre belle-sœur, Jane, a récemment déménagé ici après son divorce. Nous avons beaucoup d'expérience dans le domaine de l'aide aux personnes en matière de finances et d'actifs après une séparation, et je serais heureux de discuter avec elle pour savoir si elle a besoin de conseils. Si vous pensez que cela pourrait l'intéresser, accepteriez-vous de nous présenter? »*

Rédigez votre script et indiquez le moment de votre demande de présentations.

Étape 3 : Suggérer

Suggérez des façons de rencontrer le prospect.

Étant donné que vous avez pour mission de demander des présentations à vos sources de recommandation, il y a de fortes chances qu'elles acceptent de vous présenter à la personne que vous souhaitez connaître. Préparez des suggestions sur la manière et le lieu de rencontre avec le prospect, qui sont confortables, peu contraignantes et invitantes. Insistez sur l'importance d'une rencontre, plutôt que sur une simple mention de votre nom.

Exemples

- Séminaire
- Événement d'appréciation de la clientèle
- Partie de golf
- Événement sportif
- Dîner/souper en couples
- Visite du bureau
- Rassemblement communautaire
- Événement avec un centre d'influence

Conseil important : Posez des questions sur les centres d'intérêt et les préférences du prospect afin de déterminer le cadre le plus propice à une rencontre. Tenez compte des limites de dépenses fixées dans les lignes directrices sur les cadeaux aux clients et clientes.

Exemple

« Je vous remercie d'accepter de me présenter. Puisque Jane est nouvelle dans la région, pourquoi ne pas organiser un dîner au centre-ville ce mois-ci? J'ai d'excellentes recommandations à vous faire. A-t-elle des intolérances ou des préférences alimentaires dont je devrais tenir compte? »

« Merci de confirmer. Je communiquerai avec vous cette semaine pour savoir si Jane souhaite me rencontrer et si elle est disponible avant de faire une réservation. En attendant, voici ma carte de visite. Vous pouvez la lui remettre si elle a des questions. »

Indiquez des idées de circonstances de présentation.

Si des présentations en personne ne sont pas possibles, préparez un modèle de courriel personnalisé que le client ou la cliente pourra utiliser pour vous présenter. Faites en sorte qu'il soit facile de transférer ou de personnaliser le courriel, tout en gardant un ton chaleureux, clair et conforme à votre valeur. Veuillez respecter la *Loi canadienne anti-pourriel*.

Exemple

Bonjour Jane et Sam,

Je suis ravie de vous mettre en contact, car je suis convaincue que votre conversation sera mutuellement enrichissante et informative.

Sam, je te présente ma belle-sœur, Jane. Elle est vice-présidente de l'entreprise Solutions technologiques XYZ et vient juste de déménager dans la région.

Jane, permets-moi de te présenter Sam, qui est associé chez Gestion de patrimoine ABC. Nous avons le plaisir de travailler avec Sam et son équipe depuis une dizaine d'années et de bénéficier de leur approche unique de la planification financière.

Je vous laisse donc prendre le relais, mais n'hésitez pas à communiquer avec moi, au besoin. J'espère que votre conversation vous sera profitable à tous les deux.

Étape 4 : Saisir l'occasion

Saisissez l'occasion.

Saisissez l'occasion en prenant contact avec le prospect et en remerciant votre client ou cliente pour les présentations. La recommandation d'un conseiller est un geste significatif – montrez que vous êtes reconnaissant et fiable en agissant rapidement et en exprimant des remerciements sincères.

A) Prendre contact avec le prospect

Prenez contact avec le prospect dans les deux jours ouvrables pour planifier une rencontre. Préparez-vous en sachant quelles questions clés vous souhaitez poser lors de votre première rencontre. Élaborez un dialogue conciliant et ouvert qui encourage le prospect à parler librement de sa situation financière et de ses objectifs. Concentrez-vous à écouter et à comprendre les besoins du prospect plutôt qu'à présenter vos services.

Exemples

- « J'aimerais en savoir un peu plus sur vous et sur les besoins de votre entreprise/famille. Pourriez-vous me parler de votre situation actuelle et de ce qui est important pour vous? »
- « Comment décririez-vous votre expérience des questions financières jusqu'à présent? Avez-vous déjà fait affaire avec un conseiller ou une conseillère? »
- « À quoi ressemble un avenir financier réussi pour vous? Quelles sont vos aspirations à court et à long terme? »

Notez des questions à poser ou des sujets de conversation à aborder lors de votre première rencontre.

B) Manifester votre reconnaissance au client ou à la cliente

Que les présentations débouchent ou non sur un nouveau contact, soulignez l'effort du client ou de la cliente. Une note personnelle, un petit cadeau ou un appel de remerciement sincère a pour effet de renforcer la bonne volonté et d'encourager les recommandations futures.

Réfléchissez à des gestes modestes qui semblent authentiques et qui respectent les règles de conformité de votre entreprise.

Notez des idées de témoignage de votre reconnaissance.

Faites le suivi de vos réussites

Utilisez votre système GRC pour consigner vos présentations et vos recommandations.

- Occasions de présentations
- Nom de la personne qui a fait la recommandation ou les présentations et date.
- Méthode de recommandation (courriel, événement, rencontre, etc.)
- Ce qui a motivé la recommandation (moment choisi, moment « sensationnel », besoin, etc.).
- Issue des présentations et mesures de suivi éventuelles
- Taux de conversion
- Chiffre d'affaires attribuable aux recommandations

Passez à l'action

Maintenant que vous avez rempli la feuille de travail, indiquez trois stratégies qui vous permettront d'avoir plus de succès auprès de vos sources de recommandation pour vos demandes de présentations. Élaborez un plan d'action pour chacune d'elles, confiez certaines responsabilités aux membres de l'équipe si cela s'avère judicieux (GRC, modèles de courriel, processus d'appréciation de la clientèle) et fixez des échéances claires pour la réalisation de ces tâches.

Mesure à prendre	Responsabilité	Calendrier
1.		
2.		
3.		

Félicitations!

Vous avez pris des mesures importantes pour demander des présentations de manière stratégique et en toute confiance. Vous pouvez maintenant faire ce qui suit :

1. Réfléchir à qui sont vos sources de recommandation et à qui vous voulez vous faire présenter;
2. Rédiger votre script pour demander qu'on vous présente;
3. Suggérer des façons de rencontrer le prospect;
4. Vous préparer à saisir l'occasion de rencontrer un prospect.

Continuez sur votre élan en utilisant périodiquement la méthode **RDSS** avec vos sources de recommandation.

