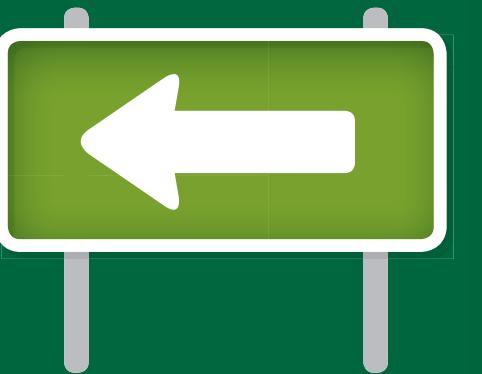


Des stratégies et des idées sur la manière dont vous pouvez gagner, renforcer et conserver la confiance des clients.



Affichez cet aide-mémoire pratique sur votre mur.

Découvrez les différentes méthodes novatrices proposées par Manuvie pour répondre aux besoins des conseillers et de leurs clients propriétaires de petite entreprise.

Centre de solutions pour les PME
voyezgrandaveclespme.ca

Le Rapport sur les petites entreprises de Manuvie de 2014 est publié par Les Éditions Rogers limitée.

 **Manuvie**_{mc}

La route vers une relation de confiance

Rapport sur les petites entreprises de Manuvie de 2014

 **Manuvie**_{mc} 

Le nom Manuvie, le logo qui l'accompagne, les quatre cubes et les mots « solide, fiable, sûre, avant-gardiste » sont des marques de commerce de La Compagnie d'Assurance-Vie Manufacturers qu'elle et ses sociétés affiliées utilisent sous licence.
04/2014

La route vers une relation de confiance

La confiance est essentielle à toute relation fructueuse. Le *Rapport sur les petites entreprises de Manuvie* de 2014 présente d'excellentes façons de gagner, de renforcer et de conserver la confiance des clients propriétaires de petite entreprise.



Indiquez vos compétences et titres professionnels sur toutes les communications destinées aux clients.

Pour 89 % des propriétaires de petite entreprise, cet élément est important.

Gagner la confiance

Quatre-vingt-dix-sept pour cent des propriétaires de petite entreprise affirment que, lorsqu'ils décident de faire affaire avec un conseiller, il est important que le conseiller soit quelqu'un qui agira assurément dans leur intérêt.



Voyez d'abord à répondre aux besoins du propriétaire de l'entreprise.

Quarante-neuf pour cent des propriétaires discutent en premier lieu de leurs propres besoins financiers avec un conseiller. Utilisez ce fait comme entrée en matière.

Renforcer la confiance



Vantez vos mérites.

Les années d'expérience comptent aux yeux de 87 % des propriétaires.

La confiance peut être renforcée de diverses façons. Pour 41 % des répondants, l'établissement d'une relation de confiance repose sur la certitude que le conseiller travaille en pensant à leur intérêt.



Concentrez-vous sur le propriétaire et son entreprise.

Trente-six pour cent des propriétaires souscrivent d'abord un produit pour combler leurs besoins personnels, tandis que 25 % d'entre eux le font pour régler des questions financières générales touchant leur entreprise. Vingt-trois pour cent des propriétaires choisissent d'abord d'offrir un régime de retraite ou un régime d'assurance pour soins médicaux à leurs employés.



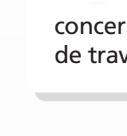
Soyez pertinent.

Quatre-vingt-deux pour cent des propriétaires accordent de l'importance au fait que leur conseiller peut leur fournir des conseils et des solutions à l'égard des problèmes de leur entreprise. Il sera également plus facile d'établir une relation de confiance.



Demeurez à l'affût des besoins.

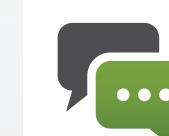
Les propriétaires de petite entreprise se disent insatisfaits lorsqu'ils sentent que leur conseiller ne semble ni très concerné ni très intéressé, qu'il paraît surchargé de travail ou qu'il a trop de clients (24 %).



Tenez périodiquement des séances d'examen.

Quarante pour cent des répondants préfèrent que leur conseiller communique avec eux à une fréquence variant de une fois tous les six mois à une fois par année.

Conserver la confiance



Soyez disponible.

Comment les conseillers peuvent-ils rendre leurs clients plus satisfaits? La communication et le soutien importent avant tout pour 82 % et 76 % des répondants respectivement.

Découvrez ce qui fait que les affaires de votre client tournent au ralenti. Quarante-vingt-treize pour cent des répondants sont plus satisfaits lorsque leur conseiller comprend leur entreprise et leurs besoins.

Une fois que vous avez gagné la confiance de quelqu'un, elle vous appartient. Les propriétaires d'entreprise qui ont pris part au sondage font affaire avec leur conseiller actuel depuis 9,4 ans en moyenne; 95 % d'entre eux se disent satisfaits dans l'ensemble (71 % sont « très satisfaits » et 24 %, « plutôt satisfaits »).



Créez des liens.

Quarante pour cent des propriétaires souhaitent traiter avec un conseiller « quart-arrière », c'est-à-dire un conseiller qui se spécialise dans un domaine, mais qui connaît des spécialistes d'autres domaines.