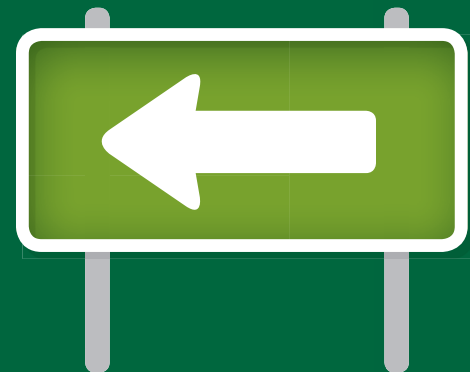


Des stratégies et des idées sur  
la manière dont vous pouvez  
gagner, renforcer et conserver  
la confiance des clients.



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](http://voyezgrandaveclespme.ca)

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



# La route vers une relation de confiance

*Rapport sur les petites entreprises de Manuvie de 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.



**Constituez votre réseau de recommandations.**

Les recommandations d'une connaissance (28 %) ou d'un membre de la famille (16 %) ou une recommandation personnelle (16 %) sont importantes pour plus de la moitié des propriétaires.

**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.

**Informez les clients de votre spécialité.**

Le fait d'être un spécialiste d'un produit ou d'un service revêt de l'importance pour 78 % des propriétaires d'entreprises de moins de 50 employés. Il est important pour 76 % des propriétaires de ce type d'entreprise d'avoir accès à des produits offerts par des fournisseurs de renom.



**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.

**Découvrez ce qui fait que les affaires de votre client tournent au ralenti.**

Quatre-vingt-treize pour cent des répondants sont plus satisfaits lorsque leur conseiller comprend leur entreprise et leurs besoins.



**Conserver la confiance**

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.



**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.



**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 %).

