

## CINQ FAÇONS DE DYNAMISER VOS COMMUNICATIONS

Quand les Canadiens décident d'abandonner leur conseiller financier, c'est principalement pour des raisons de communication<sup>1</sup>. Heureusement, vous pouvez prendre des mesures pour éviter cela.

Il est vital de garder le contact avec vos clients si vous voulez les fidéliser et développer vos affaires. En étant au courant de ce qui se passe d'important dans leur vie (achat d'une maison, départ à la retraite, etc.), vous serez mieux à l'écoute de leurs besoins. Mais, avec les multiples aléas du quotidien, comment arrive-t-on à trouver le temps de communiquer efficacement?

Voici quelques stratégies qui pourront vous aider à garder le contact facilement et à en tirer profit à long terme, sans y consacrer trop de temps.

### 1. PLANIFIEZ

À l'exemple d'un bon plan financier, un bon plan de communication doit s'appuyer sur des objectifs. Voici quelques suggestions pour établir des communications efficaces :

- Déterminez vos points forts et la valeur ajoutée que vous procurez aux clients; rédigez un ou deux énoncés concis décrivant votre valeur
- Interrogez vos clients à propos de ce qu'ils jugent important et des sujets qui les intéressent

À l'exemple d'un bon plan financier, un bon plan de communication vous permet de communiquer efficacement, afin de démontrer la valeur de vos services et d'établir des relations fructueuses avec vos clients.

<sup>1</sup> Sondage Ipsos Reid, *Canadians and Financial Advice*, 2011.

- Fixez des objectifs pour définir votre stratégie de communication et les moyens utilisés pour évaluer son succès
- Établissez un « calendrier de publication » pour l'année, dans lequel vous programmerez vos communications avec les clients; rédigez vos messages à l'avance quand vous avez un peu de temps

Un bon plan de communication vous aide à mettre en concordance vos objectifs et ceux de vos clients, en vous permettant de démontrer la valeur de vos services et d'établir des relations fructueuses au moyen de vos communications.

## 2. ÉQUIPEZ-VOUS

Écrire un message personnel à chaque client est une idée formidable. Mais cela prend du temps et il est difficile de déterminer si cette stratégie porte ses fruits.

Outre les plateformes de messagerie électronique – comme Microsoft Outlook – dont vous pouvez exploiter les fonctionnalités, il existe plusieurs outils de marketing en ligne peu coûteux, tels que Vertical Response et Constant Contact (offerts en anglais seulement), qui vous permettent de gérer vos listes de clients,

de créer des messages personnalisés et d'automatiser vos communications. Ces outils fournissent aussi des données fiables, grâce auxquelles vous pouvez déterminer qui lit vos messages et évaluer l'efficacité de ceux-ci<sup>2</sup>.

## 3. CIBLEZ VOS MESSAGES

Au lieu d'utiliser une seule liste permettant de communiquer avec tous vos clients, songez à diviser votre registre en plusieurs groupes en fonction de critères tels que la tranche d'âge, la valeur du patrimoine ou les objectifs financiers.

Vous ne savez pas exactement quoi dire? Surfez sur les tendances annuelles et les sujets d'actualité. Pour vous adresser à vos clients, saisissez l'occasion de la période des impôts ou des vacances, de la date limite de cotisation aux REER ou de changements comme l'augmentation des taux d'intérêt.

## 4. OPTEZ POUR LA SIMPLICITÉ

Le temps est précieux, tant pour vos clients que pour vous. Les longs messages complexes risquent de finir rapidement à la corbeille. Il suffit de quelques mots de rappel ou de conseils pour engager la conversation. En insérant des liens vers des ressources en ligne, vous créerez de courts messages donnant accès à de précieuses informations.

Soyez concis au départ. Vous aurez l'occasion d'entrer dans les détails ultérieurement. Vos clients sauront que vous pensez à eux et vous pourrez vous concentrer sur ceux qui se montrent les plus intéressés par les meilleures occasions.

## 5. EXPLOITEZ LES RESSOURCES EXISTANTES

Vous pouvez aussi communiquer à vos clients existants et potentiels des renseignements déjà prêts à être diffusés. Certaines ressources, comme le programme *Solutions*<sup>3</sup> de Manuvie, contiennent un grand nombre d'articles et de vidéos pratiques, que vous pouvez partager pour amorcer une discussion susceptible d'aboutir à une vente.

Inutile de réinventer la roue – gagnez du temps et créez une valeur ajoutée en utilisant des renseignements prêts à être diffusés.

Toute relation solide est ancrée sur de bonnes communications et, moyennant un peu de planification, vos messages pourront susciter des discussions qui produiront de véritables résultats. ■

<sup>2</sup> Lorsque vous envoyez des messages électroniques à des clients existants ou potentiels, assurez-vous de respecter la *Loi canadienne anti-pourriel* (LCAP). Pour de plus amples renseignements, consultez la page 18 du présent numéro ou rendez-vous à l'adresse [fightspam.gc.ca/eic/site/030.nsf/fra/accueil](http://fightspam.gc.ca/eic/site/030.nsf/fra/accueil). <sup>3</sup> Pour en savoir plus à propos du programme *Solutions*, consultez [Inforep](#) et sélectionnez [Soutien aux ventes > Placements > Solutions > Programme Solutions](#).