

A man with short dark hair and a friendly smile stands in a kitchen. He is wearing a brown V-neck sweater over a light-colored checkered shirt, and a white apron. His arms are crossed. He is positioned next to a glass door with several frosted oval and rectangular patterns. The background shows a blurred kitchen interior with wooden cabinets and a countertop.

Se rendre utile auprès
des nouveaux propriétaires
de petite entreprise

DEVENEZ UN ALLIÉ INDISPENSABLE, POUR CROÎTRE DE CONCERT AVEC EUX

Se lancer en affaires, c'est toute une aventure. Il faut investir temps et argent, ne pas mesurer ses efforts et porter plusieurs casquettes.

Les conseillers ont l'occasion exceptionnelle de proposer des conseils professionnels aux nouveaux propriétaires d'entreprise, sur des sujets aussi divers que la protection que confère l'assurance, le financement nécessaire à la croissance, la gestion du personnel, etc., sans perdre de vue les objectifs financiers à long terme du propriétaire.

GAGNER LA CONFIANCE

Comment un conseiller peut-il gagner la confiance d'un nouveau propriétaire de petite entreprise? Voici une suggestion de Brett Simpson, président et conseiller financier de Rogers Group Financial, à Vancouver : « Au lieu de vous évertuer à chercher des clients potentiels pour ne

récolter que des ventes répondant à un besoin unique, essayez de faire le contraire. Employez plutôt toute votre énergie à connaître chaque personne. Établissez une relation de confiance en répondant à tous ses besoins. »

Quatre-vingt-treize pour cent des répondants – propriétaires et hauts dirigeants – au sondage de Manuvie mené auprès des petites entreprises en 2014 attachent une grande importance au fait de traiter avec un conseiller en qui ils ont confiance, comme on peut le lire dans le rapport reproduit à l'adresse www.pmerecherche.ca¹.

Près des trois quarts
(74 %) affirment qu'ils
ont choisi leur conseiller
actuel principalement
parce qu'ils ont confiance
en sa capacité d'agir
dans leur intérêt¹.

¹ Le *Rapport sur les petites entreprises de Manuvie de 2014* est fondé sur les résultats d'un sondage en ligne réalisé au printemps 2014 auprès de 1 122 propriétaires et cadres supérieurs de petites entreprises canadiennes de tous les secteurs et de toutes les régions. Le sondage a été réalisé par le groupe Rogers Insights Custom Research des Éditions Rogers limitée, pour le compte de Manuvie.

Près des trois quarts (74 %) affirment qu'ils ont choisi leur conseiller actuel principalement parce qu'ils ont confiance en sa capacité d'agir dans leur intérêt.

Voici des exemples de stratégies utiles pour renforcer la confiance :

- Poser des questions ouvertes et écouter attentivement les réponses
- Faire part de vos expériences personnelles pour créer des liens
- Respecter les compétences du client et en tirer profit
- Consacrer du temps à l'exploration du secteur d'activité du propriétaire
- Faire valoir vos connaissances et vos compétences
- Vous laisser le temps de faire évoluer la relation

« Comment définirais-je la confiance? Je dirais que c'est la capacité d'écouter », dit un participant à un groupe de discussion

dans le cadre du *Rapport sur les petites entreprises de Manuvie de 2014*.
« J'apprécie mon conseiller parce qu'il veut en savoir plus sur moi – il veut savoir qui je suis, en quoi consiste mon entreprise, quels sont mes besoins – plutôt que d'essayer de me vendre quelque chose. Il est un conseiller et non un vendeur. »

DRESSEZ UN PLAN

Proposez des solutions originales aux difficultés que rencontre votre client : combinez des produits et des services complémentaires, dans le cadre d'un plan financier exhaustif pour l'entreprise et pour son propriétaire. C'est un autre bon moyen de démontrer votre valeur. Vous pouvez vous rendre indispensable aux yeux des propriétaires d'entreprise et les convaincre qu'ils pourront compter sur vous longtemps.

« Nous fixons ensemble des objectifs », dit un autre participant au groupe de discussion. « Parfois, [mon conseiller] me

dit : "Ça ne correspond pas à un plan annuel, mais plutôt à un plan triennal, et voici comment nous allons procéder." Nous avons donc pris l'habitude de nous réunir une fois l'an pour faire le point sur nos objectifs et décider des prochaines étapes. J'ai vraiment l'impression de prendre part à ce processus continu. »

Les clients peuvent demander à leur conseiller des stratégies adaptées à des besoins variés :

- Besoins financiers personnels du propriétaire d'entreprise
- Besoins financiers de l'entreprise
- Besoins de ses employés

Le tableau ci-après suggère des sujets à aborder avec vos clients éventuels. Songez à commencer par des produits et services qui aideront le propriétaire à réaliser les objectifs initiaux de son plan d'entreprise et à se donner le meilleur tremplin possible en vue de sa croissance et de sa réussite futures.

Ces produits et services vous aideront à vous rendre utile auprès des nouveaux propriétaires de petite entreprise.

Pour le propriétaire	Pour le propriétaire et ses associés	Pour les employés	Pour l'entreprise
Solutions bancaires souples	Plan d'entreprise	Régimes d'avantages sociaux simples	Stratégies d'économies d'impôt
Plan financier individuel	Assurance des prêts de l'entreprise	Régimes d'épargne-retraite collectifs simples	Plan d'expansion des affaires, pour attirer des investisseurs
	Gestion des dettes		Stratégies de gestion des dépenses et de contrôle des coûts
	Gestion des mouvements de trésorerie		

L'AVANTAGE MANUVIE

Songez à Manuvie quand vous souhaitez soutenir de nouveaux propriétaires d'entreprise. Sur le site www.decisionaffairesavisee.ca, vous en apprendrez davantage sur les mesures à prendre pour faire équipe avec vos clients, les aider à protéger ce qu'ils ont construit à la force du poignet et leur recommander des produits et services financiers qui les aideront à atteindre leurs objectifs professionnels et personnels.

L'onglet « Je démarre une entreprise » met l'accent sur des décisions financières avisées pour les nouveaux propriétaires de PME. L'onglet « PARLONSmétier » regroupe des articles, des vidéos et des liens qui font correspondre les services d'un conseiller et la réussite à long terme d'une entreprise.

De plus, l'onglet « Besoin d'un conseiller? » incite fortement l'utilisateur à « communiquer avec un conseiller financier professionnel dès aujourd'hui ».

Les nouveaux propriétaires de petite entreprise sont très occupés et on comprend qu'ils se préoccupent avant tout du démarrage de leur entreprise. Souvent, ils n'ont pas le temps ni les compétences nécessaires pour s'occuper des besoins financiers de leur entreprise, de leurs employés et de leur famille.

Si vous savez gagner la confiance de votre client, lui proposer un plan financier détaillé pour son entreprise et pour



QUART-ARRIÈRE, GÉNÉRALISTE OU SPÉCIALISTE?

Parmi les propriétaires de petite entreprise en phase de démarrage :

- 52 % recherchent un « quart-arrière », c'est-à-dire un conseiller qui se spécialise dans un domaine, mais qui peut faire appel à un réseau de collaborateurs et de collègues spécialisés dans d'autres domaines; ensemble, ils peuvent répondre à l'ensemble des besoins financiers du propriétaire de petite entreprise;
- 30 % recherchent un généraliste qui pourra les guider dans plusieurs aspects de leurs besoins financiers;
- 19 % recherchent un spécialiste qui pourra les conseiller en profondeur sur des aspects précis de leurs besoins financiers.

Source : *Rapport sur les petites entreprises de Manuvie de 2014.*

lui-même, lui recommander des ressources à valeur ajoutée et lui suggérer des solutions financières pour ses besoins actuels et futurs, vous serez en mesure de l'accompagner dans la croissance de sa petite entreprise. ■