



MACKENZIE
Placements

Développez vos affaires grâce à un comité consultatif de clients

Équipe de gestion de la pratique

Vos meilleurs clients savent-ils que vous cherchez à développer vos affaires? Vous pouvez adopter une stratégie proactive qui vous permettra d'établir le genre de relations qui vous intéressent en mettant sur pied un comité consultatif de clients. Ce faisant, vous démontrerez votre volonté d'améliorer votre niveau de service et de devenir le conseiller qui est « la référence » pour vos meilleurs clients, et les clients potentiels qui ont des besoins semblables.

Un comité consultatif de clients permet entre autre de recueillir des commentaires sur vos services et solutions, pour en tirer des idées ou des suggestions que vous pourrez concrètement mettre en œuvre. Ce comité peut vous aider à rehausser la qualité de vos services, à organiser vos activités de façon à attirer des marchés cibles et à personnaliser l'offre. Un autre objectif est de développer vos affaires indirectement, sans avoir à demander spécifiquement des recommandations. Il peut aussi sensibiliser vos principaux clients à l'existence de solutions dont ils n'avaient pas connaissance précédemment, ce qui pourrait les inciter à vous confier une plus grande partie de leur portefeuille. Les clients, quant à eux, pourraient choisir de discuter de vos services avec d'autres personnes, en raison du rôle important qu'ont joué ces services dans leur situation ou parce qu'ils ont permis de créer des liens plus étroits.

Un comité peut être composé d'un échantillon varié de clients et centres d'influence mais il est aussi possible de mettre sur pied plusieurs comités représentant chacun un créneau précis. Ce ou ces comités ne devraient pas regrouper plus de 10 personnes, afin de faciliter les conversations. Les réunions du comité pourraient avoir lieu tous les trois mois ou une fois par an, en fonction de votre emploi du temps.

Lorsque vous sélectionnerez les membres du comité, songez aux clients dont vous appréciez l'opinion en matière d'affaires ainsi qu'à ceux qui sont susceptibles de proposer un point de vue novateur. Essentiellement, vous cherchez à choisir le type de client que vous recherchez le plus. N'oubliez pas que les clients qui font affaire avec vous depuis un certain temps offriront une meilleure perspective que ceux que vous venez de rencontrer.

Le succès d'une réunion du comité consultatif en 10 étapes

- 1 Dressez la liste d'un groupe restreint de clients appartenant au créneau ciblé.
- 2 Communiquez avec chacun d'entre eux par téléphone et faites-leur savoir qu'ils figurent parmi vos clients favoris. Expliquez-leur que vous cherchez à améliorer le niveau de vos services et solutions et que vous invitez quelques personnes-clé à se joindre à vous lors d'un déjeuner ou dîner afin de recueillir des commentaires et de lancer des idées. Lors de ce premier appel, ou peu après demandez leur de confirmer leur intention de participer.
- 3 Envoyez une lettre de rappel qui renforce votre message et indiquez l'heure, la date et le lieu de votre rencontre.
- 4 Songez à un cadeau qu'ils apprécieront, en guise de remerciement et pour ajouter une touche personnelle. Vous pourriez par exemple offrir à chaque client un livre qui traite d'un sujet qui les intéresse, y ajouter une note rédigée à la main et y joindre un signet à l'image de votre société. Placez le livre à la place qui a été réservée pour chaque membre, afin d'engager les conversations.
- 5 Préparez des propos d'introduction qui résume les raisons de votre rencontre, ce que vous désirez en tirer, et ce que vous souhaitez que vos clients en tirent.
- 6 Établissez un ordre du jour, qui ne devrait pas dépasser trois heures, déjeuner ou dîner compris. Parmi les idées de développement des affaires que vous pourriez chercher à obtenir :
 - Communications à l'intention des clients (bulletins d'information, courrier électronique, séminaires)
 - Appréciation de la clientèle (référencement, événements, cadeaux)
 - Relevés (format électronique plutôt que papier, rapidité)
 - Site Web (contenu, format, actualité)
 - Votre équipe (connaissances, attitude, savoir-faire, service)
 - Résultats de la planification Placements et fiscalité



MACKENZIE

Placements

- 7 Préparez une liste de questions, pour mieux comprendre le genre de services que vos clients recherchent ou pour obtenir des renseignements précis.
 - 8 Clôturez la réunion avec une liste de mesures à prendre.
 - 9 Envoyez une note de remerciement rédigée à la main dans les 24 heures qui suivent votre rencontre afin de démontrer à nouveau votre engagement.
 - 10 Envoyez une lettre de suivi dans les trois mois qui suivent afin d'informer vos clients des initiatives prises pour leur offrir les services souhaités.
Vous pourriez mentionner :
 - Les améliorations apportées et les nouveaux produits/services offerts
 - Une mise à jour détaillée de projet en cours
 - Tout service ou solution dont vos clients n'avaient pas connaissance précédemment, en fournissant des détails
 - Proposer aux propriétaires d'entreprise de participer à leur comité consultatif de clients, en contrepartie de leur participation à votre comité
- Lorsque vous avez eu à choisir votre conseiller, quelle est la raison qui vous a convaincu avoir fait le bon choix en nous sélectionnant?
 - À votre avis, y-a-t-il un domaine dans lequel nous excellons? En ce qui concerne vos attentes, y-a-t-il un ou plusieurs domaines dans lesquels nous n'avons pour l'instant été à la hauteur?
 - Communiquons-nous efficacement? (en personne, appels téléphoniques proactifs, bulletins, courrier électronique, ateliers, appréciation de la clientèle).
 - Sommes-nous disponibles, en temps opportun, pour répondre à vos questions et prendre rendez-vous?
 - Comment pourrais-je tisser des liens encore plus étroits avec (marché créneau) et démontrer ma reconnaissance envers eux?
 - Nous envisageons d'offrir les services présentés dans la documentation que nous vous avons remise. Qu'en pensez-vous? Ces services auraient-ils une valeur? Quels autres services devrions-nous à votre avis offrir?
 - Lisez-vous notre bulletin d'information? Son contenu est-il pertinent?
 - Trouvez-vous notre matériel publicitaire attrayant? (insérer le créneau)
 - Quels devraient être les résultats obtenus en l'espace de 3 à 5 ans pour que vous soyez satisfait de notre relation?
 - Compte-tenu de tout ce que nous avons affirmé vouloir faire, avons-nous répondu aux attentes?
 - Nous avons présenté une liste de tous les services que nous offrons. Avons-nous bien réussi à communiquer la gamme complète de services mis à votre disposition?

La mise sur pied d'un comité consultatif de clients vous permet de démontrer à vos meilleurs clients l'importance que vous leur réservez, de les impliquer dans les processus opérationnels de votre firme, de recueillir des renseignements précieux, de faire valoir votre engagement et de développer vos affaires de façon précise et ciblée.

Le présent document pourrait renfermer des renseignements prospectifs qui décrivent nos attentes actuelles ou nos prédictions pour l'avenir ou celles de tiers. Les renseignements prospectifs sont de par leur nature assujettis entre autres à des risques, incertitudes et hypothèses pouvant donner lieu à des écarts significatifs entre les résultats réels et ceux exprimés dans les présentes. Ne vous fiez pas indûment aux renseignements prospectifs. Tout renseignement prospectif contenu dans les présentes n'est valable qu'en date du 31 mars 2023. Il ne faut pas s'attendre à ce que ces renseignements soient mis à jour, complétés ou révisés.

Questions à l'intention des membres du comité consultatif de clients

Les quelques questions qui suivent pourront vous servir d'exemples pour préparer la réunion de votre comité consultatif :

Suivi :

La question qui précède permet de sensibiliser votre marché créneau à toutes les solutions que vous lui offrez. Fournissez à vos clients une liste des solutions que vous offrez pour chacun des importants événements financiers que connaît votre client idéal au cours de sa vie. Demandez aux membres du comité d'identifier les services dont ils ont connaissance et ceux dont ils ignoraient l'existence. Vous pourriez être surpris d'apprendre que vos meilleurs clients ne sont pas au courant de tout ce que vous avez à leur offrir.

RÉSERVÉ AUX CONSEILLERS. Aucune partie de la présente communication ne peut être reproduite ou distribuée au public. Les placements dans les fonds communs peuvent donner lieu à des commissions de vente et de suivi, ainsi qu'à des frais de gestion et autres. Veuillez lire le prospectus avant d'investir. Les fonds communs ne sont pas des placements garantis, leur valeur varie fréquemment et leur rendement antérieur peut ne pas se reproduire.