

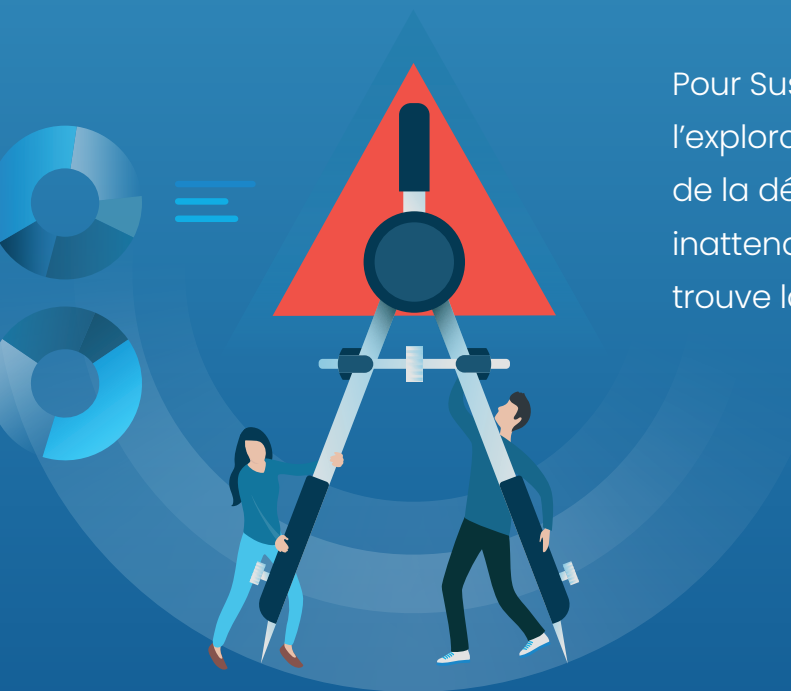
Comment une conseillère a réussi à solidifier ses relations clients de façon drastique

Novembre 2020



Le texte qui suit est basé sur l'histoire d'un client d'Equisoft. Tous les noms et les détails révélateurs ont été modifiés pour préserver son anonymat. Voici comment le travail d'une conseillère a changé lorsque le distributeur avec lequel elle faisait affaire a adopté Equisoft/plan.

Comment Equisoft/plan a permis à une conseillère de renom d'approfondir ses relations clients et d'augmenter sa productivité



Pour Susan Lee, conseillère en assurance vie, l'exploration des besoins des clients était un pilier de la démarche de vente... mais aussi un frein inattendu à la croissance. Jusqu'à ce qu'elle trouve la solution qui viendrait tout changer.



Les enjeux

La concurrence se fait de plus en plus forte sur le marché des conseillers. Mieux averti, conscient de ses besoins et des options offertes, le client d'aujourd'hui cherche un conseiller qui peut lui apporter un véritable plus – quelque chose qu'il n'arriverait pas à trouver malgré toutes les recherches.

Profil des clients

- ▶ Clients se situant à différentes étapes de leur vie;
- ▶ Clients avec un ensemble variés de besoins financiers: placements, planification de la retraite, assurance vie, assurance maladie grave, assurance invalidité, planification successorale;
- ▶ Clients à la recherche de plans complets à tous leurs besoins en matière de protection et d'accumulation de patrimoine.

Pour Susan Lee, à l'instar d'autres conseillers, le défi n'est pas seulement de connaître l'ensemble des objectifs du client rapidement et sans l'importuner : il s'agit de proposer des solutions professionnelles et intéressantes.

En dépit de 10 ans d'expérience et des revenus annuels atteignant maintenant 100 000 \$, elle constatait trois grandes difficultés :

1. LA CONCURRENCE

Face à une concurrence de plus en plus forte, elle devait en faire toujours plus pour conserver ses clients et en trouver de nouveaux.

2. LA CROISSANCE

Alors qu'elle espérait doubler son chiffre d'affaires en 15 ans, elle s'est retrouvée avec une équipe déjà à bout de ressources.

3. LA CONFORMITÉ

Avec la réglementation en vigueur, il faut réaliser une analyse des besoins financiers pour chaque client – une tâche extrêmement fastidieuse, sans compter que la portée de la réglementation devrait être étendue prochainement.

Susan savait ce qu'elle voulait pour son cabinet et avait un plan pour y arriver. Elle a commencé par embaucher deux conseillers débutants qui, en plus de s'occuper des clients « C » et « D », assuraient une belle présence sur les réseaux sociaux et œuvraient à l'automatisation du marketing pour alimenter la banque de clients potentiels.

Les choses auguraient bien, certes, mais Susan voyait déjà que son processus désuet d'analyse des besoins financiers allait lui mettre des bâtons dans les roues.

Réévaluer les processus interminables

Les outils que Susan utilisait lui avaient été fournis au fil de sa carrière par des assureurs et des fournisseurs. Elle savait que son processus d'analyse des besoins financiers comportait trop d'étapes manuelles : il faisait le travail, mais

leur demandait à elle et à son équipe beaucoup de temps et d'efforts. Tout commençait par la collecte et la saisie des renseignements sur le client, auxquelles son adjointe consacrait pas moins de 45 minutes. Puis, Susan analysait tout à la main avant de préparer des recommandations pour le client. Or à cause de la lenteur du processus, elle et son équipe ne pouvaient jamais travailler au maximum de leur capacité. Impossible à moduler, le processus en est venu à faire plafonner le nombre de clients qui pouvaient être servis en une année.

Déjà presque à bout de ressources, jamais Susan n'aurait pu doubler sa clientèle avec son système actuel. Mais ne sachant pas quelle autre solution choisir, elle n'a pas osé changer son approche.

« Je ne sais pas par où commencer... J'ai besoin d'une nouvelle solution, mais pour être honnête, j'ai peur de faire le mauvais choix. Que se passera-t-il si le logiciel que je choisis est difficile à utiliser ou me gruge encore plus de temps? »



La solution

Pour Susan, le risque de ne pas profiter des occasions de croissance était trop important pour qu'elle se contente de la situation.



Je sais que nous ne répondons pas à tous les besoins des clients – et que ça nous fait perdre de l'argent. Quand je demande à des conseillers, parmi les meilleurs que je connaisse, quel pourcentage de leurs gros clients ont acheté tous les produits et services dont ils ont besoin, la réponse se situe généralement sous les 30 %. Avec une meilleure méthode d'analyse et d'autres procédés, cette proportion pourrait augmenter considérablement.



Ce dont Susan avait besoin, c'était une solution d'analyse des besoins financiers (ABF) qui lui donnerait un avantage concurrentiel pour tirer profit des occasions de vente et ainsi doubler sa clientèle. Une solution qui automatiserait les vérifications de conformité, lui faisant gagner du temps et lui évitant le stress des audits, et qui la laisserait réorganiser le flux de travail. Sans oublier la facilité d'utilisation et le soutien disponible.



Le point de bascule, Susan l'a atteint lorsque son distributeur a offert des licences pour Equisoft/plan, qu'il présentait comme l'outil de prédilection pour l'analyse des besoins financiers. À l'issue d'une étude, le fournisseur a conclu qu'il s'agissait du meilleur sur le marché, avec plus de 12 000 conseillers utilisateurs. Equisoft/plan donnerait à Susan les moyens de broser un portrait financier complet pour ses clients grâce aux outils d'aide intégrés. En effet, doté d'une interface intuitive, il facilite la compilation des actifs, des passifs, des revenus et des dépenses, le tout en ligne ou hors ligne, sans compter qu'il génère automatiquement des recommandations professionnelles, intéressantes, personnalisables et non marquées, auxquelles le conseiller peut ajouter son image de marque. Susan était par ailleurs ravie de la possibilité d'y intégrer les outils de soumission des assureurs, des illustrations, des propositions électroniques et des outils CRM.



Des avantages insoupçonnés

Désireuse de tester l'outil pour quelques clients « B » à faible risque dont l'examen annuel approchait, Susan s'est abonnée à Equisoft/plan, qu'elle a pu commencer à utiliser immédiatement. L'équipe de l'expérience client d'Equisoft a pris le temps d'expliquer les fonctions à son équipe et est demeurée à sa disposition pour répondre aux questions par la suite. Susan a été agréablement surprise :

« **Plus nous utilisons Equisoft/plan, plus nous voyions comment les outils d'analyse et les rapports pourraient aider nos clients. Il y a eu un effet domino : l'ABF nous a fait repenser toute notre façon de travailler. C'est mille fois mieux que nos vieux processus manuels, et tout est tellement moins long.** »

Désormais, Susan peut envoyer un lien sécurisé vers l'ABF des clients avant les rencontres pour leur demander d'indiquer leurs renseignements personnels et financiers. En plus d'éliminer un travail de saisie pour l'équipe, ce processus est venu changer le visage des rencontres : comme les clients participent à l'analyse, ils sont mieux informés, ont une meilleure idée de leur situation financière et comprennent mieux leurs besoins. Et comme les discussions lors des rencontres sont nettement plus poussées, Susan peut démontrer toute l'aide qu'elle est en mesure d'apporter.

Equisoft/plan génère automatiquement des recommandations, que Susan peut personnaliser et présenter aux clients. Les rapports suggèrent des solutions adaptées aux besoins de chaque client. Prenons le cas d'un client dont la situation familiale a changé depuis la dernière analyse et qui a maintenant besoin d'une couverture d'assurance vie plus importante. Peut-être aurait-il aussi besoin d'une assurance invalidité pour compenser une éventuelle perte de revenus, ou peut-être gagnerait-il à revoir ses placements pour atteindre ses objectifs de retraite. Grâce à Equisoft/plan, Susan peut découvrir ces besoins sous-jacents. Il est probable qu'elle ne mettra pas en place toutes les solutions nécessaires au cours d'une même rencontre, mais peut faire un plan pour l'année suivante.



Une toute nouvelle réalité

« Je n'ai vraiment plus à m'inquiéter pour la conformité. Maintenant, je peux savoir quels clients ont besoin d'une ABF au cours du mois. Je leur donne accès à leur analyse. Il y a peu de données à saisir, parfois aucune. Il suffit ensuite de prendre rendez-vous pour faire le suivi. Je peux accepter tellement plus de nouveaux clients! »

Ce qui réjouit le plus Susan? Ses clients sont plus heureux. Leur expérience est meilleure et plus professionnelle. Le processus est rapide et complet – mais tout de même facile à comprendre. Les clients rencontrent Susan en personne ou en ligne, avec l'application qu'ils préfèrent. Ils se sentent plus confiants, tant sur le plan des processus que celui des solutions proposées en fonction de leurs objectifs.

« Mes clients disent qu'ils comprennent à quoi leur avenir ressemblera – et qu'ils sont bien préparés. C'est pourquoi j'ai choisi cette carrière au départ. C'est très valorisant. »

La conformité, plus efficace pour moins d'efforts

La nouvelle solution a aussi tout changé pour l'équipe de Susan. Moins prise par les tâches administratives, Susan peut se concentrer sur des activités qui apportent davantage de valeur – et qui rendent l'équipe plus enthousiaste. Les frustrations se sont également dissipées, puisque plusieurs ombres au tableau, comme la saisie de données et les tâches liées à la conformité, ont été éliminées.

La conformité, auparavant source d'anxiété et de contrariété, ne crée plus aucune tension au sein de l'équipe. Avec Equisoft/plan, les plans financiers peuvent être envoyés rapidement et automatiquement aux responsables de la conformité et des ventes aux fins d'approbation. Et parce que les changements sont gardés en mémoire, l'équipe de Susan dispose de processus bien documentés et de pistes de vérification détaillées.

Productivité et croissance

Après la mise en œuvre d'Equisoft/plan, Susan et ses conseillers ont constaté qu'ils pouvaient consacrer davantage de temps aux clients. D'ailleurs, ils en ont beaucoup plus qu'avant – et ils leur vendent plus de produits également. Car plus l'équipe prend de temps pour bâtir de belles relations, plus la vente croisée et la vente incitative deviennent faciles. Le nombre moyen de produits détenus par les gros clients de Susan est passé de 1,2 à près de 2,5, ce qui transparaît dans son chiffre d'affaires. Cette nouvelle réalité favorise aussi la rétention de clients et les recommandations. Parce que Susan peut se concentrer sur ce qu'elle fait de mieux – donner de bons conseils financiers –, ses clients obtiennent davantage de valeur et leur expérience est grandement bonifiée. Pour couronner le tout, la confiance que les clients portent à Susan et à son équipe a grandement augmenté.

Viser toujours plus haut

Equisoft/plan a renouvelé l'optimisme de Susan, qui voit son nouvel outil comme le fondement de sa croissance. Elle souhaite maintenant adopter un système CRM qui s'intégrera à l'outil d'ABF, qu'elle a trouvé en Equisoft/connect.

Susan a bien hâte de voir à quoi ressembleront les systèmes de marketing, de ventes et de service qu'elle pourra créer, le tout grâce à des processus efficaces, prédéfinis et largement automatisés. Cette solution, qui lui permettra de travailler avec des clients toujours plus nombreux et de passer plus de temps avec chacun, lui assurera une croissance et des résultats constants.

« **Lorsqu'on a des systèmes et des processus prévisibles et avantageux qu'on utilise encore et encore, il devient facile de voir où se trouve la valeur dans le portefeuille. Je pense que si j'en viens à vendre mon cabinet un jour, le processus sera beaucoup plus simple qu'il l'aurait été autrement. Mais pour l'instant, j'envisage plutôt d'acheter un nouveau portefeuille de clients.** »

N'hésitez pas à communiquer avec nous pour savoir comment Equisoft peut améliorer la productivité de vos conseillers.

Contactez-nous pour en savoir plus :

Canada

Ray Adamson

Vice-président, Solutions d'assurance, Canada
Ray.Adamson@equisoft.com

Caraïbes

Ruben Veerasamy

Vice-président principal, Caraïbes
Ruben.Veerasamy@equisoft.com

États-Unis

David Nicolai

Vice-président, Solutions d'assurance, USA
David.Nicolai@equisoft.com

Europe, Moyen-Orient et Afrique

Shingie Maramba

Directeur, Solutions d'assurance et de gestion de patrimoine, EMEA
Shingie.Maramba@equisoft.com

Amérique latine

Belisario Fernández

Directeur, Solutions d'assurance et de gestion de patrimoine, Amérique latine
Belisario.Fernandez@equisoft.com

Asie-Pacifique

Rana Biswas

Vice-président, Solutions d'assurance et de gestion de patrimoine, APAC
Rana.Biswas@equisoft.com

Découvrez comment nos solutions pour l'assurance, telles qu'[Equisoft/plan](#) peuvent vous aider.

À propos d'Equisoft

Fondée en 1994, Equisoft est un fournisseur mondial de solutions numériques pour l'assurance vie et la gestion de patrimoine. Reconnue comme un partenaire de choix par plus de 50 des plus grandes institutions financières établies dans 15 pays, Equisoft offre des applications frontales innovatrices, une gamme complète de services d'arrière-guichet et une expertise unique en migration de données. Equisoft est aussi le principal partenaire mondial d'Oracle pour l'intégration de la plateforme Oracle Insurance Policy Administration.



SOLUTIONS D'AFFAIRES INNOVATRICES

equisoft.com/fr