

Été 2022

---

# Perspectives de l'industrie

**3**

Abordez la question des dettes

**4**

Montrez que vous êtes un leader éclairé grâce aux balados

**5**

L'indécision d'un client peut-elle vous empêcher de conclure une affaire?

**6**

8 raisons pour lesquelles vos amis ne sont pas vos clients

**7**

Pourquoi vous fondre dans la masse quand vous pouvez vous démarquer?

**8**

Comprendre les biais liés à la DEI pour établir des relations fondées sur la confiance

**9**

De quelle manière les clients peuvent-ils atteindre leurs objectifs tout en liquéfiant les actifs

**10**

Dépassez les attentes des clients grâce à ces 3 stratégies

**11**

Les cryptomonnaies valent-elles tout le battage médiatique?

**12**

La chasse aux dividendes rapporte-t-elle?



---

# Abordez la question des dettes

## Offrez à vos clients une approche plus globale en parlant de la gestion des dettes.

En aidant vos clients à réduire leurs frais d'intérêts, vous leur permettez de rembourser leurs dettes plus rapidement. Cependant, il peut être difficile d'aborder ce sujet. Voici 4 stratégies pour parler de dettes et de liquidités :

1. Faites la liste des avoirs du client pour qu'il voit sa situation financière par écrit.
2. Posez des questions de base au client. Exemples : « Qui sont vos créanciers? » « Quel est le montant de votre dette? » « Quel est le taux d'intérêt de chacun de vos prêts? »
3. Préparez un budget en fonction du revenu mensuel du client.
4. Préférez le mot « liquidités » au mot « budget » pour montrer au client où va son argent. Précisez qu'il ne s'agit pas d'établir un budget. Vous voulez le guider pour l'aider à atteindre ses objectifs financiers.

Source : [Investment Executive \(en anglais\)](#)



**À retenir :** Abordez ouvertement la question des dettes avec vos clients. Cela leur évitera peut-être d'avoir plus tard de graves problèmes financiers.

# Montrez que vous êtes un leader éclairé grâce aux balados

## Les clients veulent entendre l'avis des conseillers. Pourquoi ne pas le faire dans un balado?



**À retenir :** Les balados sont une excellente façon de joindre les clients où qu'ils se trouvent. Chaque épisode fait la promotion de votre entreprise et de vous-même, tout en étant divertissant et informatif.

Vous avez des connaissances à partager? Devenez la référence dans votre cercle de connaissances (et augmentez ce cercle) en publiant des balados. C'est une stratégie d'appel intéressante.

Vous voulez réaliser des balados pour votre entreprise? Voici 5 points à considérer :

- 1. Sujets** – Vous pourriez commencer par partager des conseils. Ajoutez des anecdotes pour rendre vos balados plus vivants.
- 2. Format** – Un balado avec deux conseillers sera plus dynamique. Les entrevues sont très populaires. Elles offrent un double avantage : elles sont divertissantes et elles aident les conseillers à se faire connaître.
- 3. Équipement** – Vous aurez besoin d'un microphone haut de gamme et d'écouteurs. Exercez-vous à réaliser des balados et demandez l'avis de vos collègues.
- 4. Montage** – La plupart des balados ont une introduction et une conclusion accrocheuses. Prévoyez du temps pour le montage et la transcription.
- 5. Distribution** – Plusieurs plateformes vous permettent de réaliser des balados (Apple, Spotify, Google, etc.). Elles offrent toutes des données statistiques pour en mesurer l'efficacité.

Source : [Oechsli \(en anglais\)](#)

# L'indécision d'un client peut-elle vous empêcher de conclure une affaire?

**Il est plus probable qu'un conseiller perde une affaire en raison de l'indécision du client qu'à cause d'un concurrent.**

Des études montrent que le biais d'omission est ce qui cause l'indécision du client. Ce biais modifie la perception du client. Il entraîne son inaction et possiblement un échec.

Les principaux facteurs de l'indécision d'un client sont les suivants :

- **Problème d'évaluation** – Le client peine à faire un choix
- **Manque d'information** – Recherches insuffisantes
- **Incertitude quant aux résultats** – La crainte de ne pas obtenir le résultat escompté à la suite de l'achat

**À retenir :** Un surplus d'information et d'options peut causer l'indécision du client. En aidant les clients à surmonter leur indécision, vous saisissez la possibilité de faire croître vos affaires.

**Voici une méthode (la JOLT Method) pour aider le client à surmonter son indécision.**

Pour aider un client à surmonter son indécision, adoptez les 4 comportements suivants :

1. **Évaluez** – Déterminez le niveau d'indécision du client. Dès vos premiers échanges, évaluez la capacité du client à prendre une décision en plus de sa capacité à acheter.
2. **Recommandez** – Étayez vos recommandations en prenant des exemples liés aux champs d'expertise du client. Plus les recommandations sont claires, plus le taux de réussite augmente.
3. **Limitez l'exploration** – Plus vous montrez votre expertise et votre crédibilité, moins les clients sont tentés d'aller voir ailleurs.
4. **Réduisez les risques** – Les clients veulent avoir la certitude que la solution choisie est gagnante. Offrez des options de filet de sécurité créatives afin d'aider les clients à se sentir soutenus.

Source : [Harvard Business Review \(en anglais\)](#)

# 8 raisons pour lesquelles vos amis ne sont pas vos clients

## Plus 8 raisons de vaincre leur réticence et de les convaincre de devenir vos clients

Il y a de bonnes raisons pour lesquelles vos amis hésitent à devenir vos clients. Mais il y a des façons simples de vaincre leur réticence et de les convaincre de devenir vos clients.

**1. Ils sont inquiets pour la confidentialité.**

Pouvez-vous garder leurs secrets? Profitez-en pour leur expliquer que vous êtes tenu d'assurer la confidentialité des renseignements sur vos clients. D'ailleurs, rappelez-leur que vous ne leur avez jamais parlé de vos clients.

**2. Ils ne comprennent pas ce que vous faites.**

Surmontez cette objection en consacrant plus de temps à les informer sur la façon dont vous aidez les clients.

**3. Ils ont l'impression que cela pourrait compromettre votre amitié.**

Assurez-leur qu'ils peuvent mettre fin à la relation d'affaires à tout moment sans que cela affecte votre amitié.

**4. Ils ne veulent pas s'imposer.**

Ils peuvent penser que votre entreprise vous attribue des clients. Ils peuvent aussi supposer que vous êtes très occupé. Fournissez des exemples de recommandations, tout en ne mentionnant aucun nom. Expliquez-leur que vous avez toujours du temps à consacrer à vos amis.

**5. Ils ne savent pas si leur clientèle vous intéresse.**

Connaissent-ils votre seuil minimal pour l'ouverture d'un compte? Les seuils sont exclusifs. Les intervalles sont inclusifs. Montrez-leur où se situent les différents segments de votre clientèle.

**6. Ce n'est pas le bon moment.**

Ont-ils de l'argent à investir en ce moment? Ils sont en train de vendre une maison ou en attente d'une succession. Dites-leur que vous aimeriez parler affaires avec eux quand ce sera le bon moment.

**7. Ils ne veulent pas servir de cobayes.**

Si vous débutez comme conseiller, vos amis pourraient penser que vous voulez vous exercer avec eux. Parlez-leur des permis et de la formation que vous devez détenir pour être conseiller. Vous apaiserez ainsi leurs inquiétudes quant à votre avenir dans cette profession.

**8. Ils ont déjà un conseiller.**

Expliquez-leur que des études montrent que les gens prospères font généralement affaire avec plusieurs conseillers.

Source : [ThinkAdvisor \(en anglais\)](#)

**À retenir :** Il y a des raisons évidentes pour lesquelles vos amis ne sont pas encore vos clients. Prenez le temps de les comprendre, d'en parler et de les réfuter pour que vos amis deviennent vos clients.

# Pourquoi vous fondre dans la masse quand vous pouvez vous démarquer?

## Comment vous distinguer

Selon Oechsli, tout élément qui vous permet de vous différencier doit satisfaire à 3 critères :

1. être légitime
2. avoir une grande valeur
3. être quantifiable

Il y a d'innombrables façons de vous démarquer. Voici quelques exemples pour vous inspirer :

- Spécialisation (créneau particulier ou groupe démographique)
- Spécialisation dans une grande société : connaissance approfondie du régime de retraite et des avantages offerts aux cadres
- Traits de caractère particuliers
- Capacité de résoudre des questions financières particulières
- Membres d'une équipe hautement qualifiés
- Empreinte géographique précise
- Groupe de clients très exclusif
- Offre de services unique
- Histoires de réussites exceptionnelles
- Structure de frais de service unique
- Processus de gestion de patrimoine unique
- Membres de l'équipe reconnus comme étant des leaders éclairés

Source : [Oechsli \(en anglais\)](#)



**À retenir :** En tant que conseiller, votre offre doit être unique. Pour ce faire, vous devez avoir des éléments distinctifs. Une fois que vous avez déterminé ce qui vous distingue de vos concurrents, communiquez-le clairement à vos clients et prospects.

---

# Comprendre les biais liés à la DEI pour établir des relations fondées sur la confiance

## Le besoin d'établir une pratique axée sur la diversité, l'équité et l'inclusion (DEI)

Cette année, FP Canada a publié le premier rapport Imagine 2030 Benchmark. Ce rapport analyse le bien-être financier et l'accès aux services. Il montre que le secteur n'a pas gagné la confiance des peuples autochtones, des femmes, de la population LGBTQ+ et des personnes handicapées. Ces personnes hésitent à faire appel à nos services.

Voici les résultats du sondage :

- **49 %** des répondants pensent ne pas avoir les moyens d'obtenir ces services
- **46 %** des répondants savent quelles questions poser
- **27 %** des répondants croient que leur professionnel financier leur ressemble
- **39 %** des répondants ne sont pas à l'aise de faire affaire avec un professionnel financier

Nous devons donc prendre des mesures ciblées pour améliorer la confiance des clients à l'égard de notre secteur d'activité.

Source : [Investment Executive \(en anglais\)](#)



**À retenir :** En étant conscient des biais, vous pouvez tisser des liens plus étroits avec les clients et devenir un conseiller de confiance.



# De quelle manière les clients peuvent-ils atteindre leurs objectifs tout en liquéfiant leurs actifs?

## Changer la façon d'épargner des clients

Certains clients changent de carrière plus tôt pour prendre une retraite anticipée. Ces changements posent des défis, car les clients ont besoin d'actifs liquides. De nouvelles stratégies d'épargne sont à explorer pour qu'à la fois ces gens accèdent à leur argent et en mettent de côté.

Prenons l'exemple d'un couple dans la mi-cinquantaine qui a décidé de prendre une retraite anticipée. Leur portefeuille de fonds communs de placement et leur régime de retraite devaient financer leur retraite. En prenant une retraite anticipée, ils doivent repenser leur stratégie. Après avoir discuté avec les clients, le conseiller présente un plan qui répond à leurs objectifs :

- Le couple travaille à temps partiel;
- Il prend un logement plus petit;
- Il investit dans un portefeuille conforme à leurs objectifs de retraite.

### Lorsque des clients décident d'apporter un changement dans leur vie, la première étape consiste à les rencontrer.

Cet entretien consolidera votre relation avec les clients. Cela vous aidera à adapter votre démarche en fonction de leurs besoins précis.

1. Lorsque vous aidez des clients à changer de plan financier, parlez de tous les scénarios possibles et des stratégies de protection. Vous pouvez discuter :
  - des variations potentielles des taux de rendement;
  - de la hausse de l'inflation;
  - de la volatilité du marché;
  - des options de placement;
  - de la composition de l'actif.
2. Ensuite, présentez-leur différents plans adaptés à leurs besoins. Lors de votre entretien avec les clients, gardez l'esprit ouvert, car cela vous aidera à personnaliser davantage votre approche. En apportant un soutien à vos clients dans ces moments de grands changements, vous deviendrez leur conseiller de confiance.

Source : [Investment Executive \(en anglais\)](#)

**À retenir :** Sortez des sentiers battus pour aider les clients à atteindre leurs objectifs financiers, même lorsque leurs plans changent.

# Dépassez les attentes des clients grâce à ces 3 stratégies

## La valeur de la personnalisation



**À retenir :** Montrez ce qui distingue votre entreprise en offrant une expérience personnalisée à chaque client.

Les clients s'attendent à ce que vous leur offriez une expérience personnalisée. De plus en plus de conseillers adoptent des stratégies pour personnaliser leurs services. Il est donc important de souligner ce qui vous distingue.

À la conférence des conseillers du T3 2022, nous avons présenté 3 stratégies clés :

- 1. Communications et marketing** – Segmentez votre clientèle pour démontrer que vous connaissez bien vos clients. En regroupant stratégiquement les clients, vous pouvez envoyer des communications pertinentes à chaque groupe, en fonction des objectifs et du stade de vie. Les clients apprécient aussi les renseignements personnels sur vous ou vos valeurs. Les vidéos constituent l'une des meilleures façons de personnaliser vos communications avec les clients. Créez une vidéo personnalisée qui explique le message clé que vous souhaitez véhiculer.
- 2. Portail des clients** – Une plateforme conçue pour les clients contribuera à rehausser leur expérience. Afin de leur offrir une expérience exceptionnelle, trouvez une plateforme que vous pourrez personnaliser en fonction de vos besoins et de ceux des clients. Assurez-vous que la plateforme reflète votre marque et est conviviale.
- 3. Portefeuilles** – Bâissez des portefeuilles qui reflètent les valeurs des clients. Pour accroître le niveau de personnalisation, faites référence aux valeurs générales lorsque vous discutez du rendement du portefeuille.

Source : [Wealth Management \(en anglais\)](#)

# Les cryptomonnaies valent-elles tout le battage médiatique?

## Le Bitcoin : couverture des actions moins solide qu'on ne pense

Les cryptomonnaies ont fait l'objet d'un important engouement depuis leur création, il y a 30 ans. C'est avec le lancement du Bitcoin, en 2009, qu'ils ont intégré l'économie. Les enthousiastes ont vanté sa capacité à servir de couverture des actions, en raison de sa prétendument faible corrélation. L'or a traditionnellement été la couverture la plus courante en cas de marchés baissiers, en raison de :

- sa faible corrélation tant avec les actions qu'avec les titres à revenu fixe;
- sa faible volatilité, même en période de repli.

Mais, les cryptomonnaies peuvent-elles prétendre avoir ces caractéristiques? Sont-elles de l'or numérique ou l'or des fous?

Une étude menée par le CFA Institute a révélé que les cryptomonnaies pourraient ne pas offrir une couverture solide. Surtout en période de repli, lorsque c'est important. En fait, la corrélation entre l'or et les actions a diminué lors des marchés baissiers des cinq dernières années. C'est exactement ce qu'on veut d'une catégorie d'actif qui sert de couverture. Les cryptomonnaies ont fait l'inverse.

En dehors des forts replis, la corrélation entre l'or et le S&P 500 a été à peu près nulle. (Elle a été légèrement positive, soit de 0,06; mesurée sur une échelle allant de -1 à +1.) Lorsque le S&P 500 a chuté de 7,5 % ou plus, la corrélation entre ces deux actifs a diminué. (Elle a été légèrement négative, soit de -0,134.)

Pour conclure :

- L'or sert de couverture lorsque vous en avez vraiment besoin.
- La corrélation entre le Bitcoin et l'indice S&P 500 a augmenté. Elle est passée de 0,129 (légèrement positive en période de repli) à 0,258, à l'effondrement des marchés boursiers.

Fait intéressant, en période haussière ou baissière, la corrélation entre le Bitcoin et l'or est demeurée près de zéro. Le Bitcoin pourrait donc servir de couverture à la couverture en or. Mais, en ce qui concerne les actions, le Bitcoin ne semble offrir aucune couverture.

Source : [CFA Institute \(en anglais\)](#)

**À retenir :** Prévenez les clients au sujet des risques de détenir des cryptomonnaies dans leur portefeuille. Seuls les clients qui sont prêts à assumer un risque de perte doivent envisager ces placements.

# La chasse aux dividendes rapporte-t-elle?

## Cela dépend du moment et de la manière dont une société rembourse le capital à ses actionnaires.

Que se passe-t-il lorsqu'une société enregistre des liquidités excédentaires? Elle peut choisir parmi les options suivantes, et même combiner certaines d'entre elles :

### 1. Conserver l'argent

- Réinvestir l'argent dans l'entreprise;
- Se servir des fonds pour financer une acquisition.

Cela peut servir l'investisseur. En effet, la société peut obtenir un meilleur rendement grâce à la valeur générée par les projets ou acquisitions. Plusieurs facteurs variables peuvent être défavorables, y compris l'économie ainsi que le contexte réglementaire et concurrentiel. Cependant, il faut agir avec prudence. Une société peut choisir de faire des acquisitions pour rehausser son bilan à court terme.

### 2. Distribuer l'argent

- En déclarant un dividende aux actionnaires;
- En finançant un rachat d'actions.

En distribuant l'argent, la société admet qu'elle ne peut produire un rendement satisfaisant en réinvestissant l'argent dans l'entreprise. Cependant, cela pourrait être un choix sensé si :

- la société est dans un secteur à croissance lente,
- les indicateurs économiques soutiennent un tel choix, ou
- les revenus excédentaires de la société permettent de distribuer l'argent aux actionnaires sur une base régulière.

Concernant ce dernier point, il arrive souvent qu'une société ne se donne pas d'autre choix. En effet, les actionnaires s'attendent à :

- recevoir des dividendes sur une base régulière pour réaliser des gains sur leurs placements dans la société;

- obtenir des rendements stables et réguliers.

Les rachats d'actions ont gagné en popularité au cours de la dernière décennie. Cela s'explique probablement par le fait que plusieurs sociétés, notamment les sociétés technologiques, disposent de liquidités excédentaires. Cela est, en grande partie, attribuable à des facteurs économiques, plutôt qu'aux résultats satisfaisants de la société. Une société peut choisir de racheter des actions si elle croit que leur cours est :

- inférieur à leur valeur économique;
- inférieur à sa valeur future.

La direction est mieux placée pour prendre cette décision, en raison de son accès à de l'information privilégiée. Lorsque les actions se vendent à un escompte, le résultat pourrait augmenter la valeur pour les actionnaires. Le contraire est vrai si les actions se vendent à un prix élevé.

Plusieurs facteurs doivent être pris en compte afin de déterminer la meilleure option pour les actionnaires.

Source : [CFA Institute \(en anglais\)](#)

**À retenir :** Ce qui pousse une société à réinvestir l'argent ou à le distribuer diffère d'une société à l'autre. Cette décision doit être prise au cas par cas. Les dividendes peuvent offrir des rendements constants aux investisseurs en quête d'un revenu stable et d'une plus-value du capital. En revanche, les rachats d'actions offrent beaucoup moins de certitude. Si une société choisit de ne pas distribuer l'argent, cela peut souvent récompenser les investisseurs à long terme.



---

## **Vous recherchez plus de perspectives de l'industrie?**

Les résumés d'articles et les principaux points à retenir peuvent vous aider à faire croître vos affaires et à vous informer.

Visitez la page [Perspectives de l'industrie](#), accessible à partir du site [Meilleures pratiques des conseillers](#), pour consulter les numéros précédents.

**Notre appui. Votre croissance.**

La Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie est membre du groupe Sun Life.  
© Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie, 2022. 820-5183-09-22

