

## Comment motiver vos clients

Dans le **Cahier d'exercices sur le leadership financier**, nous avons discuté des trois principales étapes à franchir pour motiver vos clients :

1. Reconnaître qu'un obstacle empêche votre client d'aller de l'avant.
2. Identifier cet obstacle et en analyser la cause en interrogeant le client.
3. Vous fonder sur les renseignements ainsi recueillis pour établir une stratégie appropriée.



Nous allons nous concentrer sur la troisième étape indiquée ci-dessus - comment établir une stratégie de motivation appropriée – en vous fournissant **sept tactiques pour motiver vos clients**. Les facteurs ci-dessous vous aideront à mettre en oeuvre avec succès les tactiques suivantes pour motiver vos clients.

Confiance	Le plus vous êtes confiant, le plus il sera facile de motiver vos clients. La confiance provient du fait que vous savez que les recommandations que vous faites sont dans les meilleurs intérêts de vos clients.
Contexte	Mettre vos recommandations dans le contexte de ce qui est le plus important pour le client lui donne une compréhension claire de la manière dont vos recommandations se rapportent à sa situation particulière.
Communication	Si vous communiquez dans un style qui engage le client, il sera plus motivé à suivre vos conseils.

## Sept tactiques pour motiver vos clients

1. **Dévoiler le processus de prise de décision de vos clients.** Il est plus facile de motiver les clients si vous connaissez ce qui est à la base de leur personnage financier. Posez des questions qui dévoilent les raisons des décisions financières prises par votre client dans le passé.

Par exemple :

- Parlez-moi des expériences qui ont déterminé votre attitude envers l'argent.
- Quelles décisions financières importantes avez vous prises dans le passé et pourquoi?

Utilisez l'information que vous découvrez pour mettre la décision actuelle à laquelle votre client fait face dans un contexte qui se rapporte à ses expériences antérieures.

2. **Racontez des histoires sur la façon dont vous avez aidé des clients qui étaient dans une situation semblable.** Les histoires engagent le côté du cerveau qui cherche l'importance, la pertinence et les solutions aux problèmes. Si votre client hésite à prendre une décision, il sera motivé par le fait que vos conseils ont aidé quelqu'un d'autre dans une situation similaire. Consultez la page 17 du **Cahier d'exercices sur le leadership financier** pour obtenir une structure qui vous aidera à élaborer une histoire.
3. **Incorporez des graphiques et des images dans votre explication de concepts techniques.** Il y a des fois où votre client ne suit pas la prochaine étape de votre recommandation car il ne comprend pas pleinement les aspects techniques. Ceci peut comprendre des concepts tels que la diversification, la répartition de l'actif, le partage du revenu ou les raisons qui poussent à investir dans un CELI ou un REER. Soutenir votre explication avec un graphique ou une image aide vos clients à visualiser l'impact qu'auront leurs décisions.
4. **Faites appel à une tierce partie pour soutenir votre recommandation.** Les clients ont davantage tendance à rester motivés lorsqu'ils comprennent les raisons pour lesquelles vous recommandez un certain plan d'action. En faisant référence à des citations ou des statistiques provenant d'une tierce partie estimée, vous ajoutez de la crédibilité à vos recommandations. Par exemple, McKinsey & Company a émis un sondage sur la retraite des consommateurs en 2008 qui indique que plus de 40 % des consommateurs sont forcés de prendre leur retraite plus tôt que prévu.<sup>1</sup> Il s'agit d'une bonne statistique pour démontrer l'importance de planifier tôt pour la retraite.

---

<sup>1</sup> McKinsey & Company, Inc. *Winning the Retirement Race, Consumer Retirement Survey*. Rep. 2007. Imprimé

5. **Utilisez des analogies pour simplifier les concepts.** Les analogies fonctionnent bien car elles offrent une comparaison entre le connu et l'inconnu et, par conséquent, aident les clients à mieux comprendre les concepts complexes. Par exemple, vous pouvez comparer le travail que vous faites en tant que conseiller financier à un GPS. Le GPS vous guide vers votre destination lorsque vous êtes dans un territoire inconnu. Un conseiller fait de même en guidant ses clients afin qu'ils réalisent leurs objectifs financiers.
  
6. **Reliez les étapes importantes à court terme et les objectifs à long terme de votre client.** En montrant à votre client comment les objectifs à court terme qu'il a réalisés jusqu'ici se rapportent à sa planification à long terme, vous l'aidez à rester motivé. Fournissez un aperçu clair des prochaines étapes pour maintenir la motivation de vos clients entre les rencontres.
  
7. **Rassemblez vos clients pour leur faire partager leurs expériences.** Une excellente manière de motiver vos clients est de leur faire connaître les expériences d'autres clients. Par exemple, vous pouvez créer des groupes de préparation à la retraite qui rassemblent les clients qui s'approchent de la retraite et les retraités. Entendre les défis auxquels font face les clients ayant déjà passé à travers la transition vers la retraite aidera à motiver les clients qui s'approchent de la retraite à commencer leur planification.