

Évaluation des distinctions et plan d'action

Cette auto-évaluation a pour but de faire ressortir ce qui distingue votre entreprise dans des domaines d'activités particuliers, puis de dresser un plan d'action.

S'il s'agit d'un partenariat, nous recommandons que chaque conseiller remplisse ce questionnaire séparément, pour ensuite discuter des résultats et les comparer.

Lisez les questions suivantes.

Si vous répondez à une question par l'affirmative, accordez-vous la note de « 1 ». Si vous répondez par la négative, inscrivez « 0 ». Additionnez vos résultats dans chaque section et entrez la somme dans la case réservée à cet effet.



| | RÉSULTAT |
|---|----------|
| 1. Avez-vous un plan de service à la clientèle pour chaque type de client? <i>Ce plan est divisé en au moins trois catégories, par revenu ou volume d'actifs sous gestion, et indique les services qui distinguent votre entreprise dans chaque catégorie.</i> | |
| 2. Suivez-vous, ainsi que les membres de votre équipe, le même processus pour toutes les rencontres avec vos clients, comprenant un suivi après la rencontre? | |
| 3. Avez-vous délégué la gestion d'actifs? | |
| 4. Faites-vous appel aux technologies les plus récentes afin d'optimiser vos productivité et efficacité? | |
| 5. Vous servez-vous d'un système de gestion pour procéder à une évaluation hebdomadaire d'occasions d'affaires et pour planifier les principales actions à prendre au cours des prochaines semaines? | |
| 6. Suivez-vous un processus bien précis lorsque vous communiquez la valeur de vos services et les coûts d'investissement? | |
| TOTAL | |




2

| | RÉSULTAT |
|---|----------|
| 1. Avez-vous trois stratégies principales visant à attirer de nouveaux clients de qualité, et mettez-vous en œuvre ces stratégies sur une base hebdomadaire? | |
| 2. Avez-vous un profil de client idéal dont vous faites part à vos meilleurs clients lors de vos entretiens avec eux? | |
| 3. Au cours des trois dernières années, est-ce que tous vos nouveaux clients répondent aux critères énumérés dans votre Profil de client idéal? | |
| 4. Avez-vous des objectifs bien définis et un plan d'action pour attirer de nouveaux clients? | |
| 5. Faites-vous appel aux services de professionnels externes (centres d'influence) pour offrir des services de gestion de patrimoine complets à vos meilleurs clients? | |
| 6. Au cours des douze derniers mois, avez-vous rencontré vos trois principaux centres d'influence au moins trois fois? <i>Ces trois rencontres incluent un événement sportif, une partie de golf, une sortie au restaurant, ou toute autre activité de divertissement.</i> | |
| TOTAL | |

3

| | RÉSULTAT |
|---|----------|
| 1. Avez-vous dressé une liste distincte des 20 %, ou 25 principaux clients, en fonction des revenus qu'ils génèrent, ou du volume d'actifs sous gestion, et avez-vous fait part de cette information aux membres de votre équipe? | |
| 2. Vos meilleurs clients seraient-ils en mesure de décrire ce qui vous démarque d'autres conseillers? | |
| 3. Avez-vous une image de marque qui vous définit de manière précise, c'est-à-dire, qui vous êtes, les services que vous offrez et ce qui vous distingue de vos concurrents? | |
| 4. Savez-vous quels sont les trois meilleurs services que vous offrez, et en faites-vous la promotion à vos clients existants, aux clients potentiels et à vos centres d'influence sur une base régulière? | |
| 5. Vous servez-vous d'outils visuels sur une base régulière, lorsque vous communiquez la valeur de vos services et les coûts d'investissement à vos clients? | |
| 6. Avez-vous acquis les compétences nécessaires pour aider vos clients à s'occuper de questions financières parfois difficiles sur le plan émotionnel? | |
| TOTAL | |

Résultats

| Section | Sous-total |  1 à 2 points |  3 à 4 points |  5 à 6 points |
|------------------------|------------|--|--|---|
| 1 | | Il est temps d'examiner vos outils de gestion. | Vous devriez évaluer vos outils de gestion en fonction de leur efficacité. | Félicitations! Vous vous servez des meilleurs outils de gestion. |
| 2 | | Il est temps de miser sur la croissance. | Vous êtes sur la bonne voie, mais vous aurez besoin de revoir vos objectifs afin de générer encore plus de croissance. | Félicitations! Vous maîtrisez l'art du développement des affaires. |
| 3 | | Il est important que vous déterminiez ce qui vous démarque de la concurrence et que vous le communiquiez à vos clients existants et potentiels et à vos centres d'influence. | Vous êtes sur la bonne voie, mais vous devez trouver d'autres façons de vous démarquer de vos concurrents. | Félicitations! Vous vous démarquez véritablement de la concurrence. ! |
| Résultat global | | | | |

Plan d'action

Trois points sur lesquels je vais me concentrer cette année, afin de faire démarquer mon entreprise de la concurrence :

| | |
|----------|--|
| 1 | |
| 2 | |
| 3 | |