

Par Norm Trainor

Comment mieux réussir en travaillant moins

En concentrant ses efforts, Catherine a pu accroître son revenu

L'histoire suivante est basée sur l'expérience d'une des clientes de Norm Trainor, Catherine. Tous les noms et tous les détails révélateurs ont été changés pour conserver l'anonymat du client.

Catherine Gagné est une conseillère financière œuvrant dans le cadre d'un marché bien défini. Cela fait douze ans qu'elle exerce cette profession, et elle a développé son expertise en aidant les femmes à planifier leur avenir financier. Elle a une clientèle bien établie qui comprend principalement des femmes propriétaires d'entreprises, entrepreneurs ou occupant des professions libérales. Sa carrière avait débuté dans le monde de l'assurance, mais, avec le temps, elle a élargi sa gamme de services pour inclure toutes les formes de planification financière. Elle offre maintenant des services de grande qualité qui répondent aux besoins d'accumulation d'actif, de retraite et de protection de toutes les clientes. Elle s'est donné le mandat particulier d'aider les femmes qui ont vécu une expérience traumatisante, comme celles qui doivent gérer leur propre situation financière après le décès de leur conjoint, ou après un divorce.

Lorsqu'elle est venue me voir la première fois, Catherine était prête à laisser de côté ses efforts de prospection et à maximiser le revenu qu'elle pourrait obtenir à partir de sa clientèle actuelle et du réseau qu'elle avait constitué. Elle ne voulait pas renouveler l'expérience titanesque de l'année passée, lorsqu'elle avait essayé de maintenir le contact avec ses 300 clients. Ses efforts remarquables de service à la clientèle s'étaient traduits

par une année remarquable, avec un revenu brut de plus de 400 000 \$. Mais lorsque Noël arriva, elle était épuisée et son enthousiasme initial s'était quelque peu estompé.

Il était évident qu'elle n'avait pas de problème à faire en sorte que ses prospects deviennent des clients. Son problème était plus subtil, mais je pensais avoir la solution. Je lui demandai alors de mener une petite expérience qui pourrait contribuer à lui redonner de l'énergie, tout en augmentant considérablement son revenu.

Lorsqu'elle entendit ce que j'avais à lui proposer, elle ne voulait pas me croire. Elle avait l'impression que je lui demandais d'ignorer 90 % de sa clientèle et 90 % de son revenu. Cependant, comme je le lui expliquai, je voulais simplement qu'elle prépare une liste regroupant ses 20 meilleurs contacts. Elle s'occuperait toujours de ses autres clients, mais elle avait besoin de donner la priorité à ses 20 contacts les plus importants. Mon expérience m'a permis de conclure que jusque 80 % du revenu d'un conseiller financier provient de seulement 20 relations clés. Pas 20 % de vos relations, seulement 20 personnes. Et ces 20 personnes n'ont pas besoin d'être des clients; elles peuvent aussi être des individus qui ont de l'influence. Je ne lui demandai pas d'ignorer ses autres clients; je voulais juste qu'elle consacre davantage de son temps à ces 20 meilleurs contacts, et qu'elle mette en place de nouvelles démarches pour les aborder.

Cela me prit quelque temps pour la convaincre, mais Catherine finit par accepter mon plan. Elle s'inquiétait un peu, mais elle était aussi excitée à l'idée du potentiel dont je venais de lui faire part. L'heure suivante fut consacrée à l'établissement de la liste des 20 personnes qu'elle allait cibler. Elle

partit ensuite pour planifier de nouvelles stratégies afin de maximiser le revenu qu'elle pouvait obtenir à partir de ces 20 personnes.

Dans six mois, nous saurions si cette stratégie allait être gagnante.

Si Catherine allait y parvenir, elle avait besoin de déterminer comment gagner plus de 400 000 \$ en travaillant seulement avec 20 personnes. Le meilleur contact avec lequel commencer était la femme qui occupait la première place sur sa liste : Rachel Picard, la propriétaire d'une agence de publicité en pleine croissance, âgée de 42 ans. Dans l'année qui venait tout juste de se finir, le produit d'exploitation de son agence venait de passer de 20 à 30 millions de dollars. Rachel travaillait de longues journées, et le temps qui lui restait était entièrement consacré à sa fille de huit ans qu'elle avait à sa charge depuis son divorce cinq ans plus tôt.

Catherine savait que Rachel était le moteur de son entreprise et elle évaluait sa valeur nette à trois millions de dollars. Catherine gérait seulement une partie de l'actif de Rachel. Elle savait que pour que l'expérience soit concluante, elle devait convaincre Rachel de lui confier plus d'argent. En plus de gérer les placements de Rachel, Catherine savait que sa cliente avait besoin d'une meilleure police d'assurance vie. Catherine voulait assurer la fille de Rachel, les personnes clés de son entreprise et mettre en place une police d'assurance collective pour ses employés. En plus de trouver des façons de vendre davantage de produits et services à Rachel, Catherine savait également qu'elle devait utiliser le fait que Rachel était une personne ayant de l'influence. En

tant que propriétaire d'une société dynamique, Rachel était très respectée et très connue. Catherine savait qu'en gagnant la confiance de Rachel, cette dernière pourrait la présenter à de nombreux autres propriétaires d'entreprises.

Pour ce faire, Catherine s'engagea à offrir un excellent service à la clientèle et à trouver des façons de renforcer ses relations en allant au-delà du simple conseil financier. Pour Rachel, la première étape consistait à libérer une journée et à inviter Rachel à dîner. Ce dîner était quelque peu spécial. Catherine allait méticuleusement préparer cette rencontre. Elle voulait se positionner pour être en mesure de prendre la responsabilité de tous les placements de Rachel et de tous ses besoins en assurance, et elle voulait trouver un moyen d'aider Rachel dans un autre cadre que celui de leur relation cliente-conseillère. Catherine était excitée à l'idée de cette rencontre cruciale, mais elle ne savait pas à quel point elle allait changer sa vie.

Lorsque je revis Catherine, ce n'était plus la même femme. Elle avait plus confiance en elle et son niveau de fatigue avait considérablement chuté. Je lui demandai comment marchait notre expérience. Elle sourit et déclara : « Je n'arrive pas à croire à quel point tu avais raison. »

Catherine poursuivit en me disant qu'après un seul dîner avec Rachel, elle avait déjà gagné plus d'argent que l'année précédente à la même période. Je souris en pensant qu'elle exagérait un peu. J'avais moi-même un peu de difficulté à croire qu'une seule rencontre pouvait être aussi rentable. Mais Catherine me montra à quel point j'avais tort.

Lors du repas, la première chose que fit Catherine fut de rappeler à Rachel à quel point elle l'avait aidée dans le passé. Puis elle poursuivit en examinant la situation actuelle de Rachel, et la direction qu'elle voulait lui donner d'ici quelques années. La différence ainsi identifiée montra à Catherine ce dont avait besoin Rachel et, comme elle s'y attendait, il y avait beaucoup d'aspects de cette planification qui n'avaient pas déjà été étudiés. Cependant, durant le dîner,

Rachel s'excusa à deux reprises pour revenir à l'air inquiet. Lorsqu'elle rejoignit la table pour la troisième fois, elle était presque en larmes. Elle expliqua alors à Catherine que sa fille avait un sérieux problème pulmonaire qui s'était manifesté au cours du mois précédent. Elle suivait un traitement à l'hôpital, mais elle sa santé se détériorait.

En qualité de mère, Catherine pouvait comprendre ce que ressentait Rachel. En fait, il y avait de cela quelques années, une de ses clientes avait suivi son propre fils pour un cas sérieux de bronchite. Soudain, Catherine réalisa qu'elle pouvait aider Rachel. Elle lui expliqua qu'une de ses clientes était une des meilleures spécialistes des poumons. Normalement, il fallait passer quelque temps sur une liste d'attente avant de pouvoir la voir, mais Catherine était sûre qu'elle pourrait présenter Rachel à sa cliente, et que sa fille pourrait être suivie presque immédiatement.

Effectivement, un rendez-vous fut pris, le traitement débuta et la fille de Rachel finit par se remettre sur pied. Rachel était très reconnaissante. En fait, elle était tellement reconnaissante qu'elle offrit elle-même de rencontrer Catherine pour parler des placements qu'elle avait suggérés lors de leur dîner.

Grâce à ce dîner avec Rachel, Catherine est parvenue à gérer un actif plus important, à mettre en place deux contrats d'assurances collaborateurs et à s'approprier l'assurance groupe sur la vie de la société. Rachel lui a aussi présenté deux autres personnes disposant d'une valeur nette importante qui sont devenues les clients de Catherine. Et ces nouveaux clients ont aussi décidé de la présenter à d'autres personnes. À notre dernière rencontre, son revenu avait augmenté de 25 % et elle en était seulement au sixième de son année. Selon elle, notre expérience était déjà un vrai succès.

Leçons à retenir

L'expérience de Catherine met en valeur le potentiel que peuvent représenter vos 20 meilleurs contacts. Afin de rationaliser ses efforts et d'accroître son revenu, Catherine a dû préparer la liste de ses 20 meilleurs

contacts, et consacrer plus de temps à ces relations qui sont d'une grande valeur. Elle cessa de perdre du temps à mettre en place des services qui ne produisaient que de modestes revenus, et elle trouva de nouvelles façons de mieux servir ses meilleurs clients. Elle voulait identifier de nouvelles façons de vendre plus de produits et de services à Rachel, ainsi qu'obtenir des recommandations auprès de prospects similaires. Pour y parvenir, il fallait qu'elle aille au-delà des attentes de Rachel, dans un domaine autre que le conseil financier. Catherine a pu ainsi constituer un capital client en ayant recours à son réseau de clients et de conseillers. Le fait de présenter Rachel à la spécialiste pulmonaire prouvait que Catherine avait à cœur bien plus que ses finances. Rachel comprit alors que Catherine était une conseillère qui avait bien plus à offrir qu'un bon rendement en dollars.

Rachel finit par présenter Catherine à six autres propriétaires d'entreprises – et deux d'entre eux devinrent des clients. Pour accroître le revenu que vous obtenez à partir de votre réseau actuel, rédigez la liste de vos 20 meilleurs contacts et concentrez-y vos efforts.

Norm Trainor est l'auteur de « The 8 Best Practices of High-Performing Salespeople » (Les 8 meilleures pratiques des vendeurs très performants). Il est directeur général de The Covenant Group, une société se spécialisant dans le développement des affaires des conseillers, et il donne des conférences. Pour plus de détails, veuillez visiter son site Web à : www.covenantgroup.com

