

Pratiques exemplaires sur la fidélisation des clients

.....
pour les conseillers(-ères) en
transition vers une autre firme



**Plus d'indépendance.
Plus en accord avec les valeurs.
Meilleure rémunération.**

Les conseillers(-ères) en placement peuvent envisager de changer de firme pour de nombreuses raisons.

Cependant, une question fondamentale est susceptible de les en dissuader :

Mes clients me suivront-ils vers ma nouvelle firme?

- Ce guide décrit les meilleures pratiques relatives à la fidélisation des clients que des conseillers(-ères) en placement ont partagées après avoir réussi leur transition vers une autre firme.
- Le but de ce guide est de vous inspirer à l'idée de prendre votre avenir en main et de passer à une firme qui représente le meilleur choix pour vous et vos clients.

Table des Matières

Introduction	2
01 Comment protéger votre pratique et votre réputation	3
02 Étudiez vos options	4
03 Soyez prêt(e)	5
04 Préparer le terrain.....	6
05 Travailler en équipe	7
06 Donner de bonnes raisons	8
07 Faciliter la tâche aux clients	9
08 Préparez-vous à la réaction de votre firme actuelle.....	10
09 Ne ciblez pas un taux de fidélisation de 100%	11
Éléments à retenir.....	12

Pas de clients? Pas de pratique.

Bâtir de solides relations avec les clients et un volume d'affaires de qualité nécessitent un investissement considérable en temps et en énergie. Il est donc naturel de s'inquiéter si un changement de firme, avec toute l'incertitude que cela implique, mettra en péril ces relations et ce volume d'affaires.

Il se peut que vous vous exposiez à certains risques professionnels et financiers si des clients décident de ne pas vous suivre. Ne pas atteindre votre cible de fidélisation de clients pourrait avoir des conséquences sur votre prime de transition.

- Ces risques devraient-ils vous faire hésiter à entreprendre votre transition vers une autre firme où vos clients et vous pourriez vous épanouir? **Certainement pas.**
- Devriez-vous être proactif(-ve) dans la mise en place de ces meilleures pratiques pour maximiser la fidélisation des clients au moment de votre transition? **Absolument.**



Si vous voulez que vos clients vous suivent vers une autre firme, il faut qu'il y ait des avantages pour eux. »

Mark Hougen

Gestionnaire de portefeuille et conseiller en placement
Hougen Wealth Management | Raymond James Ltée

Avant de faire le grand saut, sachez dans quoi vous vous embarquez

Pour fidéliser au mieux des clients, il faut commencer par une **diligence raisonnable rigoureuse** qui devrait être faite avant de changer de firme.

Dans la mesure du possible, discutez-en avec ceux qui ont eu une expérience qui vous semble la plus pertinente par rapport à votre situation :

- **Parlez aux conseillers** qui étaient à la même firme que vous avant de réaliser leur propre transition.
- **Parlez à l'équipe de la conformité des firmes** que vous visez pour discerner les problèmes éventuels qui pourraient se poser lors de la transition de votre pratique à une autre firme.

Le risque de mauvaises surprises pour vous et vos clients est moindre si vous vous informez à l'avance.



Les directeurs des ventes de fonds communs de placement peuvent être une bonne source d'informations sur les différentes firmes pendant le processus de votre diligence raisonnable.



La fidélisation de la clientèle n'était pas un souci pour moi. Nous n'avons jamais eu à les convaincre. Il y avait bien un ou deux clients qui étaient perplexes sur le processus, mais ils l'étaient sur des questions administratives et non pas à propos de leur loyauté. »

Christine Laliberte

Conseillère principale en placement
Insightful Wealth Group | Raymond James Ltée

La préparation, c'est la moitié du chemin à faire.

Dès que vous avez pris la décision de changer de firme, il vous faut créer un plan d'action détaillé en collaborant avec l'équipe de transition de votre nouvelle firme. Ce plan devrait inclure :

- Étapes importantes de la transition et les échéanciers
- Listes de clients (ceux qui vous suivront et ceux que vous laisserez derrière vous) par ordre de priorité
- Listes des tâches de chacun des membres de votre équipe
- Modèles d'informations destinées aux clients

Planifiez des appels avec les clients prioritaires pour communiquer avec eux dès le premier jour ou le lendemain de votre transition.

Plus vous serez préparé à la transition vers une autre firme, moins vous risquez de rencontrer d'obstacles éventuels au moment de transférer vos clients vers votre nouvelle firme.



Ayez les coordonnées à jour des avocats, comptables et adjoints, etc. de vos clients. Cette précaution pourra aider votre équipe à réunir rapidement les documents nécessaires pendant la transition.



On ne peut jamais contrôler le résultat, seulement ses actions. Il faut donc préparer, préparer, préparer. Planifier pour le pire, en espérant le meilleur. »

Frank Ortencio

Gestionnaire de portefeuille
Ortencio & Associates Wealth Management Group |
Raymond James Ltée



Ne vous précipitez pas : donnez-vous au moins de trois à six mois pour planifier votre transition et l'exécuter.

Prenez un bon départ sur la base de relations solides avec les clients

Mettez les bouchées doubles pour renforcer les relations avec vos clients en préparation à votre transition vers une autre firme.

- Veillez à ce que les portefeuilles et les plans des clients soient bien organisés et à jour.
- Communiquez avec les clients, en personne, si possible, pour que le dernier échange soit récent.
- Donnez des détails clairs sur votre soutien et le rendement de leur portefeuille.
- Comme d'habitude, parlez de leurs objectifs, de leurs attentes et de tout changement dans leur vie.

Menez à bien ces conversations entre six à trois mois avant votre transition vers une autre firme pour vous permettre d'avoir des appels brefs et efficaces avec vos clients pendant le processus de transition, c'est-à-dire au moment où vous éprouverez le plus de pression. Vous pouvez évoquer à l'avance l'idée d'un changement de firme à vos clients, de sorte que ce ne sera pas une si grande surprise quand vous leur annoncerez.

- Rappelez-leur que c'est votre équipe qui est à leur service et qui leur offre des services de soutien; votre firme actuelle procure seulement du soutien administratif.
- Soyez ouvert(e) au sujet de toute contrainte rencontrée au sein de votre firme actuelle et de la façon dont cela influe sur votre prestation de services à leur égard.
- « Je ne m'apprête pas à changer de firme pour le moment, mais si je le fais, ce serait pour cette raison. »



Veillez à bien connaître vos clients et les membres de leur famille. Ayez un solide processus de planification financière en place. De cette façon, les clients auront un plan avec vous, lequel exigera souvent un soutien continu. »

Ian Tasker

Conseiller en gestion de patrimoine
Tasker Wealth | Raymond James Ltée



Utilisez un sondage sur la satisfaction des clients pour juger du sentiment de vos clients à propos de vos services. Si votre firme actuelle ne collecte pas de données sur la satisfaction des clients, vous pourriez vous-même retenir les services d'une firme pour obtenir cette information.

Des objectifs communs mènent à une réussite commune

Il est important de faire en sorte que la transition vers une autre firme soit rapide et harmonieuse et pour y arriver, il faut un effort de toute l'équipe.

Votre équipe

Motivez votre équipe et suscitez son enthousiasme au sujet du changement.

- Impliquez votre équipe tôt dans le processus de planification
- Veillez à ce que tout le monde comprenne bien le rôle qu'il aura à jouer et l'ensemble du plan prévu
- Pour être plus efficace, divisez le travail et répartissez les tâches entre tous

L'équipe de transition de votre nouvelle firme

Votre nouvelle firme devrait vous offrir les services d'une équipe de transition chevronnée pour vous guider tout au long du processus.

- Prévoyez des réunions régulières pour organiser votre changement et repérer d'éventuels problèmes.
- Reposez-vous sur l'expertise de l'équipe de transition pour comprendre les politiques et les exigences internes.
- Préparez vos questions : c'est vous qui connaissez votre pratique et vos clients.



Le processus d'accueil et d'intégration était harmonieux et l'équipe qui nous a aidés à transférer les clients était dévouée et elle n'a pas ménagé ses efforts. Sans oublier que le prestige de la marque Raymond James nous permet de rivaliser avec d'autres institutions financières importantes au Canada. »

Kaif Lalani

Conseiller en placement
H&L Wealth Management | Raymond James Ltée

Pourquoi maintenant et pourquoi cette firme?

Quand vous demanderez à vos clients de vous suivre auprès d'une nouvelle firme, sachez formuler clairement les raisons pour lesquelles ils devraient vous y rejoindre.

- Pourquoi votre firme actuelle n'est-elle plus le bon endroit?
- En quoi l'autre firme est-elle meilleure?
- Expliquez quels seront les avantages pour votre client et pour vous.
- Prévoyez les questions et préparez des réponses convaincantes.
- Munissez-vous de documents marketing à partager.

Il est crucial de préparer votre message ou de rédiger un script à l'avance. Ces précautions vous éviteront de dire quelque chose que vous n'auriez pas dû dire ou d'avoir l'air de manquer de conviction.



Il ne faut pas dénigrer votre firme actuelle; Cela pourrait donner lieu à des répercussions négatives en vertu du contrat qui vous lie avec elle et vis-à-vis de la loi.



Nous avons assisté à toutes les rencontres en formulant ces commentaires : 'Voici ce que nous faisons et voici pourquoi nous le faisons. Nous voulons que vous veniez avec nous. Commençons par compléter la paperasse.' Je dirais que cela a fonctionné dans 95 % des cas. »

Les Consenheim

Gestionnaire de portefeuille et conseiller en gestion de patrimoine
Consenheim Wealth Management | Raymond James Ltée

Moins de frictions, plus de clients fidélisés.

Plus le passage à une autre firme est harmonieux, moins vos clients auront de raisons d'hésiter à vous suivre ou de douter de votre décision.

Tirez pleinement parti des outils numériques pour réussir la transition, tels que :

- Réunions vidéos
- Logiciel DocuSign
- Intégration numérique

Si la rapidité et l'efficacité sont cruciales, il est tout aussi important de peaufiner les détails.

Des inexactitudes dans les données sur les clients et des anicroches dans la documentation peuvent faire mauvaise impression. Demandez à votre équipe de vérifier deux fois plutôt qu'une; mieux vaut redoubler de vigilance.



Les clients n'acceptent pas très bien les échéances manquées. Prévenez-les et établissez des attentes réalistes quant au transfert de comptes.



Avoir une relation honnête et franche avec vos clients contribue à faciliter le changement de firme. C'est pourquoi j'ai pu transférer 96 % de mon volume d'affaires. »

Eli Diamant

Conseiller en placement principal
Raymond James Ltée

Prévoyez faire face à des tentatives visant à retenir vos clients

La réaction de votre firme actuelle après votre démission dépendra des modalités de votre contrat d'emploi, de la loi et de l'existence ou non d'une clause de non-sollicitation.

Malheureusement, certaines firmes prennent des mesures intenses pour tenter de retenir les clients, telles que :

- Faire circuler de l'information inexacte (p. ex. vous avez été congédié(e) ou vous partez à la retraite)
- Faire des offres généreuses (p. ex. annulation de frais si le client reste)
- Dénigrer votre nouvelle firme (p. ex. critiquer ses capacités ou son offre de services)

Comment contrecarrer ces mesures? En planifiant avec soin, en agissant rapidement et en vous appuyant sur la force de vos relations existantes.



Donnez-vous une longueur d'avance en démissionnant un jeudi ou un vendredi et passez la fin de semaine à communiquer avec les clients avant que votre firme actuelle ne le fasse.



*La rapidité était vitale.
En trois jours, nous avons
communiqué avec tous les
ménages que nous voulions
conserver et le processus
d'intégration pour eux
était amorcé. »*

Michael Andersen

Conseiller en placement
Andersen Midgley Wealth Counsel | Raymond James Ltée

Concentrez-vous sur l'avenir, pas sur les scénarios hypothétiques

Plusieurs conseillers profitent d'un changement de firme pour faire le tri dans leur pratique et laisser derrière eux les clients avec qui ils ont une moins bonne compatibilité. Toutefois, même si vous voulez transférer les comptes de tous vos clients, la réalité est que certains de vos clients refuseront.

La meilleure approche :

- Accepter le fait que vos clients ne vous suivront pas tous
- Se concentrer sur le transfert des clients prioritaires
- Ne pas prendre les choses personnellement si un client décide de rester
- Être réaliste au moment de négocier une prime de transition



Atteindre la cible de fidélisation des clients de 80 % et obtenir votre prime de transition, c'est mieux que d'échouer une cible de 100 %, sans prime.



Si vous veillez toujours aux intérêts de vos clients, ils n'hésiteront pas, pour la plupart, à vous suivre n'importe où. Assurez-vous simplement que vos clients sachent que vous donnez toujours le meilleur de vous-même pour eux. »

Blair Sweeney

Conseiller en placement adjoint
Melanie Gotts & Blair Sweeney Wealth Management |
Raymond James Ltée

Un avenir meilleur pour vous et vos clients

La rétention des clients est une préoccupation naturelle lorsqu'on envisage de changer d'entreprise. Mais cela ne devrait jamais vous freiner si le changement vous convient, à vous et à vos clients.

.....

Vous désirez passer à l'action en toute confiance?

Communiquez avec nous pour obtenir de plus amples renseignements et discuter des occasions d'affaires chez Raymond James.

www.raymondjames.ca/choiceoftopadvisors
topadvisors@raymondjames.ca

**VOUS POUVEZ COMPTER SUR
NOTRE DISCRÉTION ET LA CONFIDENTIALITÉ
DE VOS DÉMARCHES.**

