



Portrait de conseiller d'exception : Michel Laflamme (Montréal, PVM)

1. Depuis combien de temps travaillez-vous à la FBNGP?

Je suis à la FBNGP depuis 1991. Auparavant, j'étais à la BNC, mais j'ai dû démissionner pour rejoindre l'ancêtre de la FBNGP, c'est-à-dire Lévesque Beaubien. J'ai suivi les traces de mon père qui a travaillé plus de 35 ans pour notre firme et qui a pris sa retraite en 2001.

2. Quelle est votre formation?

Je suis titulaire d'un BAA, concentration finances de HEC Montréal et j'ai le titre de CFA depuis 1993.

3. Qu'est-ce qui fait votre force?

Sûrement une combinaison de plusieurs choses. J'ai une bonne compréhension des marchés financiers et de notre industrie, combinée à de bonnes habiletés de vulgarisateur. De plus, je suis entouré d'une équipe très compétente, qui m'accompagne depuis de nombreuses années. Mes collaboratrices, Mylène Tremblay et Isabelle Rail sont à mes côtés depuis 1994 et 2002 respectivement.

4. Parlez-nous de votre clientèle.

À la base, ma clientèle provient des deux années de « cold calls » que j'ai faits à mon arrivée à la FBNGP. J'ai écumé le bottin des diplômés de HEC Montréal. Ma clientèle est donc composée de nombreux professionnels qui, au fil des années, m'ont référé leurs amis, parents, etc.

5. Qu'est-ce qui fait de vous un conseiller d'exception?

Je pense que pour réussir dans ce

travail, il faut être passionné : passionné de bâtir une pratique à long terme et passionné de bien faire pour ses clients.

6. Comment faites-vous pour développer vos affaires?

Présentement, presque tous mes nouveaux clients proviennent de références de clients existants, de même que de mon réseau personnel.

7. De quelle façon vous impliquez-vous socialement?

J'ai longtemps été impliqué dans le soccer mineur à Verdun. J'ai pris ma retraite l'an dernier en même temps que ma fille. Présentement, je siège au conseil d'administration de la Fondation Inter Echo. C'est une fondation privée fondée par le Docteur Gustave Roumy, dont l'objectif est de venir en aide aux jeunes en difficulté sur le plan de la santé et de l'éducation.

8. Une bonne pratique qui fait une différence dans le développement de vos affaires?

Il faut absolument avoir un modèle d'affaires bien systématisé. Accepter tous les clients et aborder leurs portefeuilles sans ligne de conduite est une tâche titanesque. Mon modèle d'affaires fondé sur mes portefeuilles modèles me permet, lorsque je rencontre un client potentiel, d'expliquer facilement comment je peux faire une différence positive pour lui, preuves à l'appui.

9. Quel conseil donneriez-vous à un jeune conseiller ambitieux qui commence sa carrière à la FBNGP?

Soyez différent : trouvez quelque

chose qui vous fait ressortir du lot. Trouvez des clients qui adhèrent à votre modèle d'affaires. N'essayez pas de tout faire ni d'accepter tous les clients potentiels. À un moment donné, vous risquez de ne plus savoir où donner de la tête.

10. Quelles tendances anticipez-vous dans le développement des affaires dans les cinq prochaines années?

La technologie va continuer de bouleverser les façons de communiquer avec les clients, mais la base de notre modèle, qui est de bien conseiller nos clients sur leur planification financière, restera la même.

11. Selon vous, quels impacts peuvent avoir les médias sociaux dans le développement des affaires?

Les médias sociaux, inexistant il y a 15 ans, font maintenant partie de notre quotidien. Ils deviennent un moyen additionnel pour communiquer avec nos clients actuels ou potentiels.

12. Mise en situation : vous avez appris qu'un de vos meilleurs clients a rencontré un conseiller de la concurrence pour une seconde opinion. Que faites-vous?

Lors de mes rencontres annuelles, je demande souvent à mes clients s'il y a quelque chose dans notre offre de service que l'on pourrait améliorer. En posant cette question, on peut souvent identifier les irritants potentiels des clients et travailler à les éliminer avant qu'une telle situation ne se produise.