



L'ASSURANCE MALADIES GRAVES ELLE L'UNE DE VOS CONSIDÉRATIONS?

Votre guide indiquant la marche à suivre pour mousser les ventes d'AMG.

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR À PROPOS DU LANCEMENT D'UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION

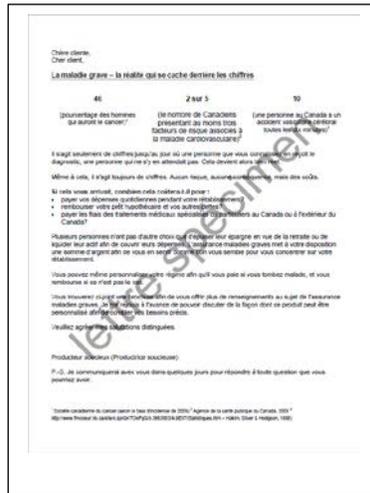
Envoyer les brochures par courriel est une façon simple de communiquer avec vos clients existants et potentiels. Les versions numériques imprimables des brochures ne doivent pas être modifiées. VEUILLEZ NOTER que si vous comptez distribuer des brochures par courriel à vos clients existants ou potentiels, vous êtes tenus de vous conformer à la nouvelle loi canadienne anti-pourriel. À défaut de vous y conformer, vous pourriez être passibles de peines sévères. [Pour en savoir davantage](#)

Étape 1 : Dresser une liste de vos clients que vous aimeriez contacter. (Veuillez consulter votre AGG pour vous informer au sujet de la loi sur la liste de numéros de téléphone exclus.)

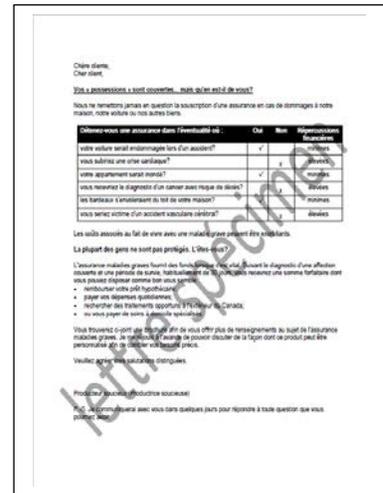
Étape 2 : Faites-leur parvenir une lettre. Voici quelques exemples pour vous aider à commencer.



[Personne n'est à l'abri d'une maladie grave. Que se passerait-il si...?](#)



[La maladie grave – la réalité qui se cache derrière les chiffres](#)



[Vos « possessions » sont couvertes... mais qu'en est-il de vous?](#)

Étape 3 : Faites-leur parvenir la brochure [Protection en cas de maladies graves \(n° 1259FR\)](#)



équivivre



Lancez une campagne de communication et épargnez de l'argent!

Économisez en vous épargnant des coûts d'impression et d'envoi postal en mettant en œuvre une campagne de communication.

[version imprimable en format PDF](#)

RENSEIGNEMENTS IMPORTANTS

Les versions numériques imprimables des brochures ne doivent pas être modifiées.

VEUILLEZ NOTER que si vous comptez distribuer des brochures par courriel à vos clients existants ou potentiels, vous êtes tenus de vous conformer à la nouvelle loi canadienne anti-pourriel. À défaut de vous y conformer, vous pourriez être passibles de peines sévères. [Pour en savoir davantage](#)

Étape 4 : Faites un suivi en prenant un rendez-vous. Voici un [script](#) afin d'entamer le processus.

Étape 5 : En vous assurant que vos clients remplissent la [liste de vérification](#) (bilingue), cela les aidera à réaliser d'eux-mêmes qu'ils détiennent de l'assurance pour leur voiture et leur maison, mais qu'ils n'ont aucune assurance pour ce qui est de plus important.

Étape 6 : Une fois que les clients constatent le besoin, aidez-les à peser le pour et le contre entre l'incidence financière d'une maladie grave et son coût. Avec des exemples de primes mensuelles à l'appui à différents âges et différents montants à portée de la main, cet [outil de vente](#) peut aider à transformer la question : « Puis-je me permettre de souscrire une assurance maladies graves? » en « Puis-je me permettre de m'en priver? »



Étape 7 : Le fait de remplir le formulaire de [l'outil d'analyse des besoins](#) ou [Feuille de travail sur les besoins d'AMG](#) vous aideront, vous et vos clients, à déterminer le montant d'assurance maladies graves dont ils ont besoin. Puisque les résultats découlent de leurs chiffres et de leurs besoins (ex. : rembourser le prêt hypothécaire, couvrir les frais de garderie si une maladie frappait et qu'il était impossible de prendre soin des enfants), si le coût s'avère être une préoccupation, vous pouvez retourner à la liste et revoir leurs besoins en leur demandant lequel de ceux-ci ils aimeraient éliminer de leur liste. À titre d'exemple, peut-être qu'ils se contenteraient d'avoir les fonds disponibles pour effectuer leur paiement hypothécaire au lieu de vouloir rembourser le prêt complètement, etc.). Passez en revue leurs besoins et posez-leur la question suivante « Quelle importance accordez-vous à combler ce besoin particulier? », « Que se passera-t-il si ce besoin n'est pas comblé? »

- Si ce besoin importe peu pour eux, il pourra être éliminé de la liste et cela contribuera à réduire le montant nécessaire d'assurance maladies graves.
- Si par contre ce besoin importe à leurs yeux, ce besoin demeure sur la liste et vous passez au suivant.

En les aidant tout au long de cette démarche, cela permet souvent aux clients de voir le besoin pour le montant d'assurance suggéré et de ce fait, élimine l'objection « Je ne peux pas me permettre tant ».

Étape 8 : Générez une clientèle potentielle en plaçant une [annonce sur l'AMG](#) personnalisée et de conception professionnelle, dans un journal local ou le bulletin d'une association quelconque.