



Maximize your approach to staying connected.

Building Relationships

Les fondements de bonnes relations

Optimisez votre approche du réseautage.

by / par Mark Wardell

IN SPITE OF the fast pace and increasingly digital mode of communications that has taken the accounting world by storm, one thing has stayed the same: relationships are tops in business. Yet it's often challenging to carve out enough time for face-to-face meetings, networking, and prospecting. That's why a systemized approach is so important. Here are some quick and helpful tips for keeping in touch with your clients, prospects, and networks.

Start by developing a system for sharing useful information with your contacts. It's one of the best ways to keep yourself "top of mind" with those in your network. Your plan doesn't need to be complicated. Simply schedule some time each month to send an email with some industry news, or share a link to an important article. But be sure to mix it up so it's not mechanical. Make a phone call, send a letter, invite your contacts to an event. And of course, you'll still need to make the time for face-to-face meetings every once in a while.

I suggest using CRM (Customer Relationship Management) software to track your relationships. If you don't do this, it's just too easy to lose track. For instance, it's easy to make the mistake of assuming your contacts will remain close even when you haven't been in touch. Time goes by so much

faster than we think. In the past, I've been guilty of calling a contact for a favour, then realizing after the fact that I hadn't been in touch with that person for well over a year. Not cool. Being organized with your approach will help you avoid this type of blunder and keep all of your important relationships alive.

When you're trying to build a new relationship, personalized follow up is the way to go. For example, a quick e-mail after a meeting letting the other party know how much you enjoyed meeting them can go a long way. It's all about timing here. The sooner, the better. And definitely do not wait longer than one week to follow up.

When pursuing someone you haven't yet met, friendly persistence is everything. So don't be discouraged if you don't get an immediate response to your first e-mail. When you do finally get that "yes," make your first meeting count by offering them something of value. For example, if you're a financial advisor, you might offer them a list of your top mutual fund picks for the year. Or perhaps you have another contact that you could introduce them to. Giving before you get is a universal principle. It eventually comes back to you.

Seminars are another great way to stay in touch with existing contacts, and they can be a great prospecting tool as well. However,

it's important to be strategic. A well-planned seminar can be an effective way of getting your message out to a targeted group, but seminars are notoriously challenging as a method of building personal relationships.

The solution is to find a positive excuse for getting together with your attendees soon after the event. At Wardell, for example, we have a methodology to turn seminar attendees into genuine leads, which we use successfully all the time. It involves asking questions that we turn into useful reports. This gives us a reason to meet face-to-face with each attendee (other than simply to review our services with them).

In a world where relationships really do count for everything, you don't want to risk taking a disorganized approach. Try putting a system in place, and I guarantee you'll find your contacts - new and old - more willing than ever to do business with you. ■

RAPIDITÉ, numérisation croissante : la déferlante des nouveaux modes de communication a frappé le monde de la comptabilité. Dans le fracas de la vague, un principe résiste, inébranlable : les bonnes relations font les bonnes affaires. Il est souvent difficile, toutefois, de trouver le temps qu'il faut pour tenir des réunions, réseauter et faire de la prospection en personne. C'est

pourquoi il est si important d'adopter une approche systématique. Voici donc quelques brefs conseils utiles pour demeurer en communication avec ses clients, ses clients potentiels et ses autres contacts.

D'abord, il faut établir un système qui permet de transmettre à ses contacts de l'information utile. C'est une des meilleures façons de rester présent à l'esprit des membres de son réseau. Il n'est pas nécessaire d'élaborer un plan bien compliqué. Il suffit d'allouer du temps chaque mois pour envoyer un courriel contenant des nouvelles de l'industrie ou un hyperlien menant vers un article d'intérêt. Il importe de présenter cette information de façon naturelle et non mécanique. Un coup de fil, une lettre, une invitation à une activité sont également des moyens efficaces. Évidemment, il faut aussi prévoir du temps pour des rencontres en personne à l'occasion.

Je suggère d'utiliser le logiciel CRM (Customer Relationship Management), qui est excellent pour assurer le suivi des relations d'affaires. Sans un tel outil, il est trop facile de perdre le fil. Un piège séduisant à éviter, c'est de présumer que ses contacts resteront fidèles au poste même si on ne donne pas de nouvelles. Le temps passe beaucoup plus vite qu'on ne le croit. J'en ai fait moi-même la coupable expérience dans le passé. Après avoir appelé un contact pour

lui demander un service, j'ai pris conscience que je ne lui avais pas parlé depuis plus d'un an. Malaise... Une approche organisée permet d'éviter ce genre de bévue et de maintenir un caractère actuel à ses relations clés.

Pour raffermir les bases d'une nouvelle relation, le suivi personnalisé est de mise. Un bref courriel après une réunion pour dire à l'autre à quel point la rencontre a été agréable peut mener loin. Tout est dans le choix du moment, et le plus tôt sera le mieux. Le délai ne devrait surtout pas dépasser une semaine.

Pour obtenir une première rencontre, la persistance amicale est essentielle. Il ne faut pas se décourager si la réponse à un courriel initial tarde un peu à venir. Lorsque la personne finit par accepter l'invitation, il faut profiter de l'occasion pour offrir d'entrée de jeu quelque chose qui vaut la peine. Un conseiller financier, par exemple, pourrait fournir son palmarès personnel des meilleurs fonds communs de placement pour l'année. Présenter la personne à un autre contact serait une autre possibilité. Donner pour recevoir est un principe universel. Cela nous revient un jour.

L'organisation de séminaires est aussi un excellent moyen d'entretenir ses contacts et de faire de la prospection. Il est toutefois important d'avoir une stratégie. Si un séminaire bien préparé peut être un moyen efficace de

communiquer un message à un groupe cible, tout le monde sait qu'il est difficile d'adopter une approche individualisée avec ce genre d'activité.

La solution, c'est de trouver un bon motif pour revoir les participants peu après le séminaire. Chez Wardell, par exemple, une méthode éprouvée consiste à faire des participants aux séminaires de véritables pistes de vente. Nous leur posons des questions qui nous servent à l'élaboration de rapports utiles. Cela nous donne une excellente occasion de les rencontrer personnellement (pour une autre raison que simplement passer en revue nos services avec eux).

Dans un monde où il est vital de maintenir de bonnes relations, une approche désorganisée est on ne peut plus risquée. À ceux et celles qui mettront en place un système, je garantis que leurs contacts, tant nouveaux qu'anciens, seront plus que jamais disposés à faire des affaires avec eux. ■■

MARK WARDELL is president of Wardell Professional Development Inc. (www.wardell.biz), an advisory group specializing in growth management for owner-managed companies.

► MARK WARDELL est président de Wardell Professional Development Inc. (www.wardell.biz), des conseillers spécialisés en gestion de la croissance pour les entreprises à propriétaire unique.



TD Insurance
Meloche Monnex

"I got huge savings through my professional group rates."

— Bob Raposo
Satisfied client since 2002

Member benefit program
available in Alberta and Ontario

YOU COULD
WIN 1 OF 2 MINI COOPER CARS
OR \$30,000 IN CASH!*

See how good your quote can be.

At TD Insurance Meloche Monnex, we know how important it is to save wherever you can. As a **Certified General Accountant**, you can enjoy preferred group rates on your home and auto insurance and other exclusive privileges, thanks to our partnership with your Association. At TD Insurance, we believe in making insurance easy to understand so you can choose your coverage with confidence.

Get an online quote at
www.melochemonnex.com/cga
or call 1-866-269-1371
Monday to Friday, 8 a.m. to 8 p.m.
Saturday, 9 a.m. to 4 p.m.



The TD Insurance Meloche Monnex home and auto insurance program is underwritten by SECURITY NATIONAL INSURANCE COMPANY. The program is distributed by Meloche Monnex Insurance and Financial Services Inc. in Quebec and by Meloche Monnex Financial Services Inc. in the rest of Canada.

Due to provincial legislation, our auto insurance program is not offered in British Columbia, Manitoba or Saskatchewan.

*No purchase required. Contest ends on January 13, 2012. Each winner may choose the prize, a 2011 MINI Cooper Classic (including applicable taxes, preparation and transportation fees) for a total value of \$28,500, or a cash amount of \$30,000 Canadian. Odds of winning depend on the number of eligible entries received. Skill-testing question required. Contest organized jointly with Primm Insurance Company and open to members, employees and other eligible persons belonging to all employer groups, professional groups and alumni groups which have an agreement with and are entitled to group rates from the organizers. Complete contest rules and eligibility criteria available at www.melochemonnex.com. Actual prize may differ from picture shown. MINI Cooper is a trade-mark, used under license, of BMW AG, which is not a participant in or a sponsor of this promotion.

©The TD logo and other trade-marks are the property of The Toronto-Dominion Bank or a wholly-owned subsidiary, in Canada and/or other countries.