



LES AFFAIRES AVEC UN GRAND « H »

*...l'humain au cœur
de nos affaires...*

QUI SUIS-JE?



Sara Gilbert

Stratège d'affaires et coach en mindset

- Fondatrice de la firme Développement des affaires Stratégiste
- Titulaire d'un baccalauréat en commerce de la John Molson School of Business de l'Université Concordia, avec spécialisation en marketing
- Détentrice d'une double certification en coaching personnel et professionnel en programmation neurolinguistique
- Titulaire des titres de Conseiller en gestion financière (FMA), Fellow de CSI (FCSI), et Certified International Wealth Manager (CIWM)
- Membre du Forbes Coaches Council, une communauté réservée aux coaches d'affaires éminents

Forbes

THE GLOBE AND MAIL
CANADA'S NATIONAL NEWSPAPER • FOUNDED 1859

IE INVESTMENT EXECUTIVE

FI FINANCE ET INVESTISSEMENT

HEARPRENEUR

métro

Vibrant HAPPY women
with Dr. Ann Roddy

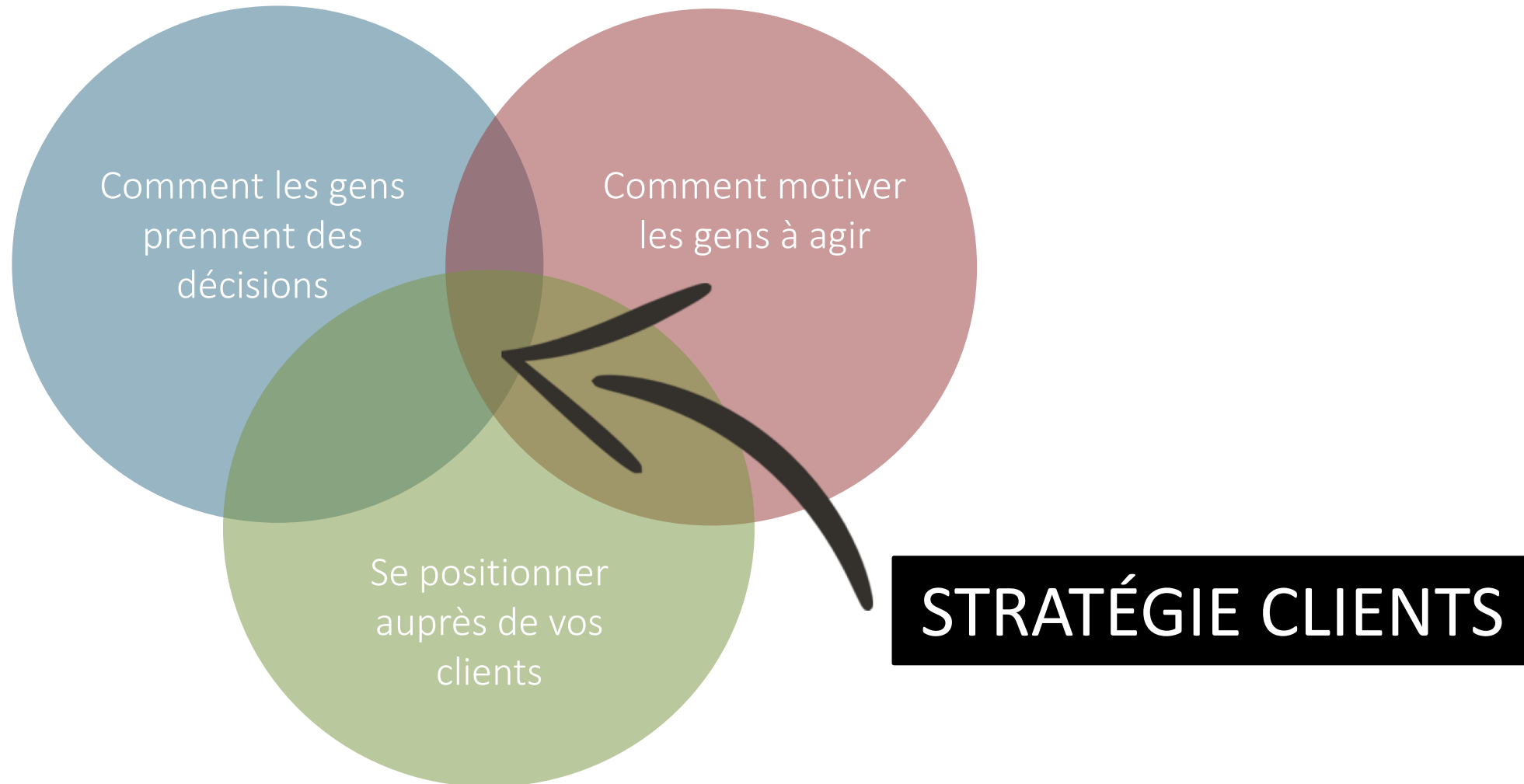
boutique growth

A close-up, high-resolution photograph of a human eye. The eye is the central focus, with a striking blue-green reflection on the iris. The surrounding skin is wrinkled and textured, suggesting an older individual. The lighting is dramatic, highlighting the fine details of the eye and the surrounding facial skin.

IL N'Y A PLUS DE B2B OU B2C

C'EST H2H
HUMAIN À HUMAIN

L'HUMAIN AU CŒUR DE NOS AFFAIRES



COMMENT LES GENS PRENNENT DES DÉCISIONS

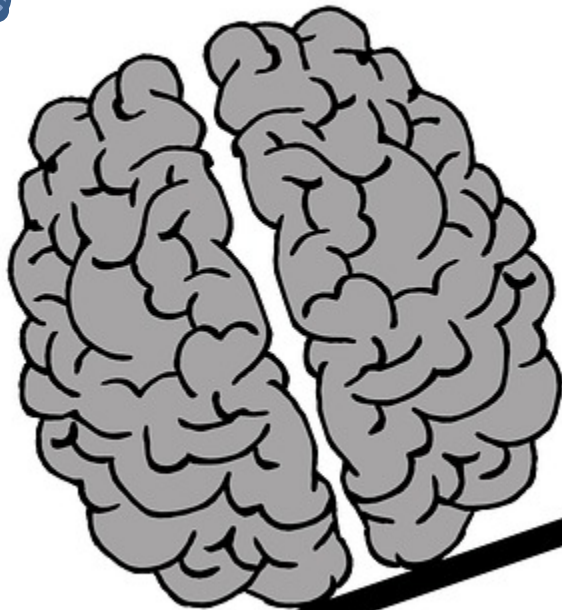
95%

DE NOS DÉCISIONS
SONT BASÉES SUR
DES ÉMOTIONS



HARVARD
BUSINESS SCHOOL

Qu'est-ce que
j'en pense?



Comment
je me sens?



LES ÉLÉMENTS DE LA VALEUR

SOCIAL IMPACT ELEMENTS

What value to society?

Self transcendence
TOMS
Seventh Generation

LIFE CHANGING ELEMENTS

How does it change my life?

Provides hope
GNC
Solid Gold

Self actualization
Harley-Davidson
Leica

Motivation
Weight Watchers
Fitbit

Heirloom
Patek Philippe
Bentley

Affiliation & belonging
Sierra Club
Boston Red Sox

EMOTIONAL ELEMENTS

How does it feel?

Reduces anxiety
PayPal
AAA

Rewards me
American Airlines
Starwood

Nostalgia
Disney
Lego

Design / Aesthetics
Nike
Lululemon

Badge value
BMW
Prada

Wellness
WebMD
CVS Health

Therapeutic value
L'Occitane
Dr. Scholl's

Fun/ Entertainment
Busch Gardens
Celebrity Cruises

Attractiveness
Hugo Boss
Victoria's Secret

Provides access
Ancestry.com
iTunes

FUNCTIONAL ELEMENTS

What does it do?

Saves time
E-Z Pass
Zappos

Simplifies
Google
Samsung

Makes money
Vanguard
American Funds

Reduces risk
Symantec
MetLife

Organizes
The Container Store
TurboTax

Integrates
Microsoft Outlook
Apple

Connects
Facebook
Verizon

Reduces effort
Cuisinart
Amazon

Avoids hassles
Amex
USAA

Reduces cost
Walmart
Prius

Quality
Tumi
Patagonia

Variety
Etsy
CarMax

Sensory appeal
Starbucks
Sephora

Informs
Wikipedia
Consumer Reports



The Elements of Value
BAIN & COMPANY



LES ÉLÉMENTS DE LA VALEUR

SOCIAL IMPACT ELEMENTS

What value to society?

Self transcendence
TOMS
Seventh Generation

LIFE CHANGING ELEMENTS

How does it change my life?

Provides hope
GNC
Solid Gold

Self actualization
Harley-Davidson
Leica

Motivation
Weight Watchers
Fitbit

Heirloom
Patek Philippe
Bentley

Affiliation & belonging
Sierra Club
Boston Red Sox

EMOTIONAL ELEMENTS

How does it feel?

Reduces anxiety
PayPal
AAA

Rewards me
American Airlines
Starwood

Nostalgia
Disney
Lego

Design / Aesthetics
Nike
Lululemon

Badge value
BMW
Prada

Wellness
WebMD
CVS Health

Therapeutic value
L'Occitane
Dr. Scholl's

Fun/ Entertainment
Busch Gardens
Celebrity Cruises

Attractiveness
Hugo Boss
Victoria's Secret

Provides access
Ancestry.com
iTunes

FUNCTIONAL ELEMENTS

What does it do?

Saves time
E-Z Pass
Zappos

Simplifies
Google
Samsung

Makes money
Vanguard
American Funds

Reduces risk
Symantec
MetLife

Organizes
The Container Store
TurboTax

Integrates
Microsoft Outlook
Apple

Connects
Facebook
Verizon

Reduces effort
Cuisinart
Amazon

Avoids hassles
Amex
USAA

Reduces cost
Walmart
Prius

Quality
Tumi
Patagonia

Variety
Etsy
CarMax

Sensory appeal
Starbucks
Sephora

Informs
Wikipedia
Consumer Reports



The Elements of Value
BAIN & COMPANY

COMMENT MOTIVER LES GENS À AGIR



motivateur ultime

MOTIVATEUR ULTIME

- Le « pourquoi » derrière tout

Questions clés :

- Je suis curieuse...
- En quoi est-ce important pour vous?
- Qu'est-ce que cela vous apportera? Qu'est-ce que cela vous apportera que vous n'avez pas déjà?

MOTIVATEUR ULTIME


- L'art de poser des questions



SE POSITIONNER AUPRÈS DE VOS CLIENTS



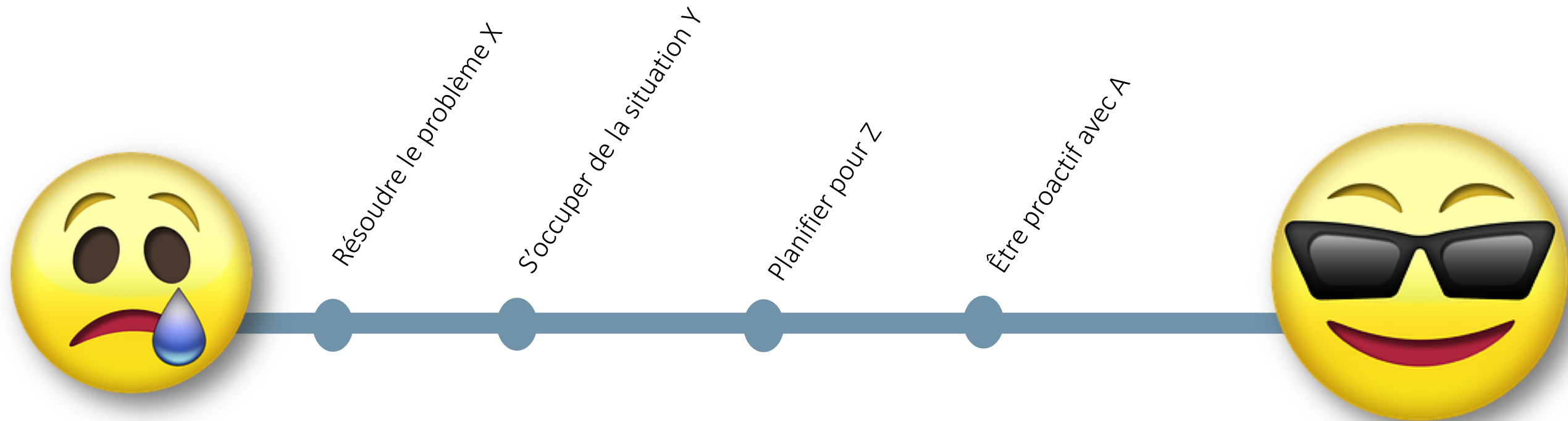
DEVENEZ LE GUIDE DE VOS CLIENTS



Aujourd'hui

Futur

DEVENEZ LE GUIDE DE VOS CLIENTS



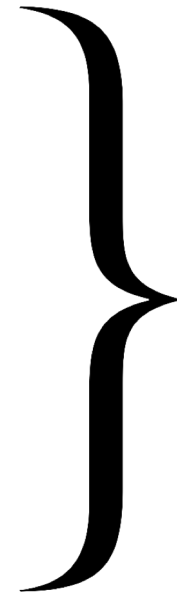
NE SOYEZ PAS UNE COMMODITÉ



DÉCOUVREZ VOS VRAIS AVANTAGES

AVANTAGES ÉVIDENTS

- Compréhension des produits financiers
- Plan financier clair
- Indépendance financière
- Conseils financiers
- Minimisation des impôts



VRAIS AVANTAGES

- Tranquillité d'esprit
- Se sentir plus intelligent quand il s'agit de leur argent
- Envoyer leurs enfants à l'université de leur choix
- Voyager autour du monde
- Déléguer les finances pour se concentrer sur la croissance de leur entreprise

CENTREZ VOTRE APPROCHE

Stratégie de planification fiscale

Planification de l'éducation des enfants

Planification de la retraite

Dons de charité

Gestion de patrimoine familial

Planification successorale

MOTIVATEUR ULTIME

Planification de la relève

Assurance vie

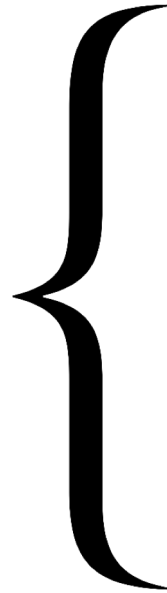
Service de gestion fiduciaire

Assurance à long terme

Planification de besoins des parents âgés

OUTIL: LA FICHE CLIENT

- ✓ Motivateur ultime
- ✓ Touches personnalisées
- ✓ Cheminement client



Renseignements personnels					
Nom de ménage Tremblay	Nom du client Tremblay, Jean		Préférence (monsieur..., docteur...) monsieur		
Source / Référé par LinkedIn	Breuvage préféré café expresso		Prénom des enfants Isabelle (1982), Frédéric (1886)		
Client depuis 1999	Dates importantes dans leur vie retraite 2018		Sujet financier préféré IPP, planif. Retraite		
Nom conjoint (e) Isabelle Gingras	Anniversaire conjointe 2 février		Anniversaire de mariage 1 janvier 2000		
Membre (golf, club, comité, CA) Club de golf ABC	Activités philanthropiques Fondation Make a wish		Bénévolat voyage humanitaire 2018		
Activités Vélo,	Restaurant préféré Laurie Raphaël		Activités qui seraient appréciées Dégustation de vins		
Préférence rencontre - endroit nos bureaux	Objectifs financiers		Motivateur ultime Vendre son entreprise et faire le tour du monde		
<i>Notes</i>					
Réseau professionnel	Nom	Cabinet		Tél. #	
Avocat	m. avocat	cab. Avocat		(514) 111-1111	
Notaire	m. notiare	cab. Notaire		(514) 222-2222	
Comptable	m comptable	cab comptable		(514) 333-3333	
Assurance	m assurance	cab assurance		(514) 444-4444	
Fiscaliste	m fiscaliste	cab fiscaliste		(514) 555-5555	
Banquier	m banquier	cab banque		(514) 666-6666	
Actuaire	m actuaire	cab actuaire		(514) 777-7777	
Offre de service, la dernière fois que nous avons discuté de...					
Assurance-vie	1-Jan-99	Héritier-succession	1-May-99	Céli	1-Sep-99
Assurance invalidité	1-Feb-99	Don de charité	1-Jun-99	Fractionnement de revenu	1-Oct-99
Soin de longue durée	1-Mar-99	Régime de retraite	1-Jul-99	REER au conjoint	1-Nov-99
Planification fiscale	1-Apr-99	REEE pour enfants	1-Aug-99	PAC	1-Dec-99
<i>Notes notes bizi</i>					
Documents importants					
KYC date	Jan-00		1-Mar-00	Relevé électronique (C/N)	oui
Expiration ID	Feb-00	Rapport Français/Anglais	français	Relevé trimestriel (Élect/papier)	elect
<i>Notes notes docu</i>					

RÉCAPITULATIF

- Comment les gens prennent des décisions
 - 95 % des décisions sont basées sur l'émotion
 - Les éléments de la valeur
- Comment motiver les gens à agir
 - Le motivateur ultime
 - L'art de poser d'excellentes questions
- Se positionner auprès de nos clients
 - Devenez le guide de vos clients
 - Centrez votre approche sur le motivateur ultime de vos clients

PILERS DE VOTRE STRATÉGIE D'AFFAIRES

CULTURE

LEADERSHIP
FOLLOWERSHIP

MARQUE

TANGIBLE
INTANGIBLE

EXCELLENCE

PRODUIT
SERVICE

« MOONSHOT GOAL »

Merci

[EN LIGNE]

L'ACCÉLÉRATEUR
D'AFFAIRES

[INTENSIF]

JOURNÉE DE
STRATÉGIE
D'AFFAIRES

[12 MOIS]

LA CONQUÊTE DE
L'EXCELLENCE



www.saragilbert.tv



facebook.com/Strategist.cc



twitter.com/SG_Strategist



linkedin.com/in/saragilbert