

La Banque Nationale du Canada augmente ses ventes à l'aide de l'outil Sales Navigator de LinkedIn



Aperçu du secteur financier canadien et des médias sociaux

Le marché de la gestion de patrimoine au Canada est en phase de consolidation et les méthodes traditionnelles de ventes et de marketing ne sont plus aussi efficaces qu'elles l'étaient autrefois. La société et les consommateurs ont pris le virage numérique; toutefois les modèles d'affaires des compagnies qui œuvrent dans le secteur financier canadien ne semblent pas adhérer à cette nouvelle réalité de manière aussi rapide.

Il s'agit d'un secteur hautement réglementé et très compétitif dans l'acquisition de clients et de nouveaux talents. Les inquiétudes liées à la sécurité, à la confidentialité et à la conformité ralentissent généralement le processus d'adoption de nouvelles technologies.

Un besoin existait pour les conseillers financiers de se faire guider dans leur utilisation des médias sociaux, tel que LinkedIn, par des experts et chefs de file maîtrisant le domaine du numérique afin de générer davantage de croissance en prospectant et en approchant des clients de manière responsable.

L'opportunité pour la Banque Nationale

La Banque Nationale a identifié une opportunité d'utiliser les médias sociaux pour atteindre les objectifs suivants :

1. Se positionner dans le but d'attirer et de servir de nouveaux conseillers en placement pour ses directeurs des ventes.
2. Différencier ses directeurs des ventes au sein d'une industrie hautement concurrentielle.
3. Démontrer son expertise en offrant de la valeur ajoutée à ses clients d'une manière novatrice.

Le défi

- La capacité de se distinguer de la compétition est un défi constant pour les directeurs des ventes, principalement lorsque des relations ont déjà été établies avec des conseillers en placement. Les barrières à l'entrée sont importantes si l'on considère que généralement les conseillers en placement ne font affaires qu'avec seulement 2 ou 3 directeurs des ventes dans toute l'industrie.

La solution

- Combiné à un programme de formation développé par Servo Annex (cabinet de formation de hauts dirigeants), la Banque Nationale a su tirer profit de l'outil Sales Navigator afin de positionner ses directeurs des ventes comme chefs de file et de démarcher de nouveaux conseillers en placement en les formant en vue d'accroître leurs résultats grâce à LinkedIn.

Pourquoi LinkedIn?

- LinkedIn possède le plus important réseau social de contacts professionnels avec plus de 200 millions de membres représentant des entreprises dans plus de 200 pays. À chaque jour, ces professionnels peuvent alimenter leur profil, partager des idées et développer leur réseau de contacts grâce à LinkedIn.

“L'outil Sales Navigator a un impact direct sur les ventes de produits financiers. Le retour sur investissement, si l'on considère le nombre de rencontres obtenues en utilisant LinkedIn combiné au programme de formation, est de l'ordre de 400%”



Martin Gagnon

Premier vice-président Solutions d'affaires aux intermédiaires
Banque Nationale du Canada

Les résultats

Augmentation marquée des résultats pour les directeurs des ventes de la Banque Nationale et optimisation des profils dans les médias sociaux des conseillers en placement qui ont bénéficié de la formation LinkedIn.

Grâce au programme de formation, les résultats de cette initiative numérique ont dépassé les attentes, générant plus de 400 % de retour sur investissement au cours des 10 premiers mois.

En 3 mois, les directeurs des ventes de la Banque Nationale ont tenu plus de 250 sessions de formation sur l'utilisation de LinkedIn (rencontres totalisant plus de 500 conseillers en placement).

En misant stratégiquement sur la technologie et les médias sociaux au travers de plateformes telles que LinkedIn, la Banque Nationale a démontré son rôle de chef de file dans l'industrie financière et a positionné ses directeurs des ventes comme des experts en demande.

Le programme de formation pour LinkedIn

Afin de positionner les directeurs des ventes de la Banque Nationale comme des experts et de les amener vers des cibles de prospection, ceux-ci ont reçu une formation structurée et développée répondant aux normes de conformité, créée par la compagnie Servo Annex. Ce programme visait à enseigner, aux cadres en gestion de patrimoine et aux conseillers en placement à travers le Canada, les méthodes pour tirer parti de LinkedIn afin d'augmenter les résultats de leur entreprise.

Les détails du programme :

- Démystifier les idées préconçues au sujet des médias sociaux, trop souvent associés à une perte de temps ou à risque pour la sécurité et la vie privée.
- Démontrer aux cadres en gestion de patrimoine et aux conseillers en placement qu'utiliser l'outil Sales Navigator de LinkedIn peut générer des résultats quantifiables tant pour eux-mêmes que pour leur entreprise.
- Démontrer qu'en utilisant l'outil Sales Navigator de LinkedIn, les cadres en gestion de patrimoine et les conseillers en placement peuvent être avant-gardistes dans une industrie hautement réglementée.
- Permettre aux directeurs des ventes de la Banque Nationale de trouver et d'approcher plus facilement de nouveaux clients potentiels.
- En s'appuyant sur ce programme LinkedIn, les directeurs des ventes de la Banque Nationale ont eu l'occasion de développer des relations étroites avec de nombreux conseillers en placement et de leur offrir des produits qui conviennent davantage à leurs besoins.

Résultats probants à la Banque Nationale suite à l'utilisation des médias sociaux et de l'outil Sales Navigator de LinkedIn

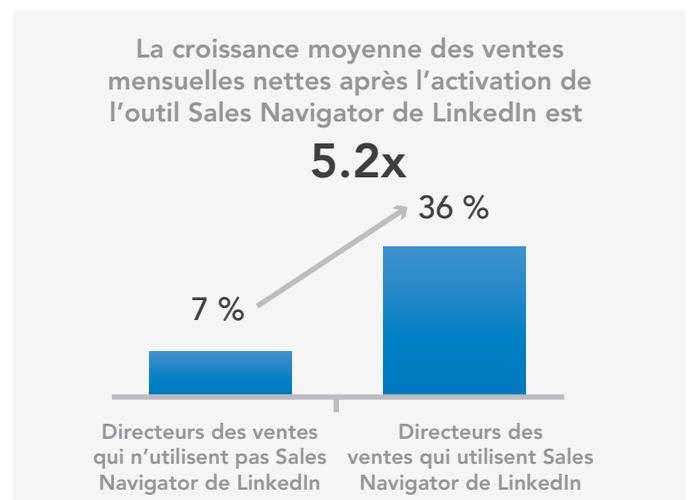
LinkedIn offre des opportunités incomparables en termes de prospection et permet, entre autre, aux professionnels de la vente d'identifier rapidement et facilement les décideurs et gens d'influence. Entrer en contact avec ces acheteurs devient plus facile car l'outil Sales Navigator de LinkedIn permet de fournir des informations et d'établir des liens qui facilitent les présentations entre individus.

La vente à travers les Réseaux Sociaux fonctionne pour les services financiers *



L'outil Sales Navigator de LinkedIn fonctionne

Les directeurs des ventes qui utilisent l'outil Sales Navigator de LinkedIn obtiennent 5,2 fois plus de succès que leurs pairs ***



Les plus performants à la Banque Nationale utilisant Sales Navigator :

- font 4,3 fois plus de recherches pour trouver des prospects que leurs pairs
- consultent 2,1 fois plus de pages que leurs pairs
- sont connectés à 2 fois plus de personnes que leurs pairs

Sommaire des résultats

La Banque Nationale est passée par une transformation numérique des affaires en travaillant avec Servo Annex pour générer des résultats par l'entremise de LinkedIn.

Cette transformation a nécessité la collaboration des départements des affaires juridiques et de la conformité de la Banque Nationale ainsi que celle de la Financière Banque Nationale afin d'assurer l'harmonisation avec l'environnement réglementaire canadien.

Les directeurs des ventes de la Banque Nationale ont maintenant un programme de formation, l'engagement de la haute direction ainsi que le support des équipes juridiques et de la conformité. La combinaison de ces trois éléments représente un facteur de différenciation stratégique.

La Banque Nationale a su miser sur la bonne plateforme de médias sociaux et former ses conseillers de manière proactive. Cela s'est avéré être une réussite puisque la Banque Nationale fait aujourd'hui figure de leader dans le domaine des médias sociaux.

Par ailleurs, les directeurs des ventes de la Banque Nationale sont devenus des experts incontestables en la matière. En effet, les données montrent que les conseillers qui ont reçu une formation ont vu une augmentation moyenne de 20 % de leur indice social de vente (« Social Selling Index ») et de 33% de leur nombre de contacts. Les résultats démontrent ainsi bien l'impact et la demande croissante des formations offertes par les directeurs des ventes via les médias sociaux et LinkedIn.

* Sondage en ligne réalisé par Cognet Research en mars 2012 avec 608 personnes interrogées aux États-Unis et au Canada possédant au moins 100 000 \$ d'investissement.

** FTI Consulting et étude LinkedIn 2012

*** Les données sont en date d'avril 2013. Ces données regroupent 14 des 17 directeurs des ventes identifiés. La croissance des ventes mensuelles nettes est calculée par rapport à la moyenne des ventes de juillet 2012 à novembre 2012 comparativement au chiffre d'affaires moyen de décembre 2012 à avril 2013.