

## **Shawna Ireland :**

D'accord. Les gens continuent de se joindre à nous. Il est déjà 13 heures et je veux respecter le temps de chacun. Bonjour à tous et merci d'être des nôtres pour cette deuxième séance sur la trousse d'outils numériques portant sur Hootsuite et DOX. Je m'appelle Shawna. Je fais partie de l'équipe de perfectionnement des conseillers de la Canada Vie. Je suis en compagnie de Rachael Luby, directrice adjointe principale, Exploitation, Marketing, Services extérieurs. On est heureuses de discuter de la façon de dynamiser vos efforts de marketing numérique à l'aide des outils Hootsuite et DOX, qui font partie de la trousse d'outils numériques de la Canada Vie. Encore une fois, je suis Shawna Ireland, directrice, Formation au sein de l'équipe Perfectionnement des conseillers. J'ai commencé en tant qu'AM en 2014 et je suis conseillère en sécurité financière depuis 2016. Je me suis jointe à l'équipe Perfectionnement des conseillers en juin et j'aide les conseillers à communiquer leur message de marque et à optimiser leurs affaires. J'invite maintenant Rachael à se présenter.

## **Rachael Luby :**

Merci Shawna et merci à tous nos participants aujourd'hui. Je suis encore relativement nouvelle au sein de l'équipe Marketing, Services extérieurs, dont l'objectif est de vous aider à générer des pistes et à communiquer avec vos clients existants et éventuels. Que l'on crée de nouvelles plateformes ou du nouveau matériel de marketing, on veut vous aider à entamer ces discussions et à les faire passer au niveau supérieur.

## **Shawna Ireland :**

Merci Rachael. Avant de poursuivre, je vous rappelle de bien vouloir désactiver votre microphone. Une période de questions et de réponses est prévue à la fin de la séance.

Aujourd'hui, on fait le survol de quelques outils et de la façon de les intégrer à votre pratique pour dynamiser vos affaires, améliorer votre visibilité en ligne et générer des pistes. Rachael vous montrera le fonctionnement des outils et comment utiliser certaines fonctions de base. On discutera ensuite de ressources à consulter comme des enregistrements, des directives générales et des astuces pour commencer. Il y aura aussi une FAQ à la fin de la séance, donc n'hésitez pas à nous faire part de vos questions dans le clavardage. Des membres de l'équipe Marketing, Services extérieurs s'occuperont de cet aspect en prévision d'une discussion en direct à la fin de la séance.

Sur ce, poursuivons. De nos jours, il est pratiquement impossible de réussir sans avoir de présence en ligne. Les cabinets et les conseillers ont longtemps établi des affaires grâce à une poignée de main et une rencontre en personne. Au cours des deux prochaines décennies, les baby-boomers transféreront des billions de dollars à des membres de leur famille pour qui une poignée de main et une carte professionnelle ne suffisent plus et qui ont accès à de l'information et à des conseils illimités en un seul clic. La génération qui héritera de la planète est éduquée et férue de technologie et veut de l'information et des conseils de professionnels qu'elle peut vérifier elle-même. Pour bâtir votre entreprise pour les 20 ou 30 prochaines années, vous devrez établir un lien de confiance tôt et l'entretenir régulièrement.

On vous connaît. Vous avez aidé une veuve à conserver sa maison et à maintenir l'inscription de ses enfants à l'école et au hockey grâce à l'assurance souscrite. Une entreprise familiale a été cédée harmonieusement et le premier rassemblement familial à l'Action de grâce suivant le décès des parents se déroule sans chicane. Vous aidez les gens qui disent à la blague de ne jamais pouvoir prendre leur retraite à le faire plus tôt que prévu, tout en vivant à leur rythme. Les gens peuvent conserver leur maison et prendre le temps de guérir après un diagnostic de maladie grave. Pendant que tout le monde offre des cartes et des fleurs, vous présentez un chèque.

Merci pour tout ce que vous faites. Votre travail remarquable change la vie des gens. C'est grâce à vous si on est ici. Tout repose sur l'impact que vous avez sur les gens au quotidien. On le sait. Dites-le-leur et on sera là pour vous appuyer. Il y a quelques semaines, on a discuté de Digital Agent, l'option la plus simple et la plus rapide pour obtenir un site professionnel pour présenter votre entreprise au marché. Cette séance mettra l'accent sur deux outils qui permettent d'harmoniser le tout : Hootsuite et DOX.

Hootsuite est l'outil qui vous permettra de montrer qui vous êtes à votre auditoire. Si vous ne parlez pas à vos clients éventuels, quelqu'un d'autre le fait. Hootsuite est un incontournable pour obtenir des pistes, des indications de clients et des rendez-vous. De nombreux conseillers me disent qu'ils ne s'en font pas de leur nombre d'abonnés dans les médias sociaux. J'étais dans le même bateau. J'ai commencé à utiliser ces outils à mes débuts il y a quelques années. Mes affaires n'étaient pas fantastiques. J'obtenais peu de pistes. J'avais beaucoup de choses à dire et j'étais passionnée, mais les gens n'étaient pas à l'écoute. Mes comptes Instagram et Facebook avaient quelques abonnés, et dans les semaines suivantes, des gens m'envoyaient des messages pour fixer des rendez-vous.

Je me concentrais sur trois aspects : obtenir des clients, gagner en influence et établir une communauté. C'est tout ce dont je parlais et de façon très simple. Et ça a fonctionné. J'obtenais de nouvelles pistes chaque semaine grâce à la publication de contenu éducatif, de questions et d'éléments portant à réflexion. Mes intentions, mon profil de client idéal et mon processus étaient clairement définis. Les pistes me connaissaient avant le premier appel de prospection, ce qui a grandement amélioré le processus. La prospection est devenue plus facile et efficace parce que les gens avaient déjà interagi avec du contenu de mes médias sociaux. Ça fonctionne très bien. Si vous les utilisez correctement, les médias sociaux sont une source de soutien pour vous qui ne prend jamais de repos.

Comment Hootsuite s'intègre-t-il à tout cela? C'est la façon la plus simple de publier des messages. C'est le meilleur planificateur de contenu. Il simplifie le processus de création de publications et d'interaction avec votre auditoire. Vous pouvez prendre de 15 à 20 minutes pour planifier vos publications de la semaine et ainsi être actif chaque jour. Prenons un pas de recul pour parler de la façon de l'intégrer à son entreprise. Quand vous ouvrez une session dans Hootsuite, des suggestions de publications s'affiche à la section Amplify, du côté gauche. Il s'agit de contenu de tiers ou de la Canada Vie que vous pouvez le partager immédiatement.

Vous pouvez créer des publications en quelques secondes à l'aide d'une banque de photos, de GIF, de liens et de vidéos et vous n'avez pas à les publier sur une plateforme à la fois. Hootsuite vous permet de publier simultanément sur différentes plateformes. Le formatage sera ajusté automatiquement pour chacune. Comme c'est le cas avec Digital Agent, des données de base ou plus poussées vous indiquent quelles publications fonctionnent le mieux. Hootsuite offre aussi l'occasion de présenter des publicités aux fins de sensibilisation à votre contenu.

Comme pour Digital Agent, vous pouvez prendre une approche plus passive et tirer du contenu de la bibliothèque et le partager selon vos besoins. Si vous êtes dans une phase de développement des affaires et que vous cherchez le plus grand nombre d'appels exploratoires possible, vous pouvez établir des tableaux de bord précis pour obtenir une vue d'ensemble, interagir avec votre contenu et gérer les commentaires. Vous pouvez établir des autorisations d'équipe pour permettre à quelqu'un d'autre de rédiger vos publications que vous passerez en revue avant de la placer au calendrier. C'est aussi simple que cela.

Au bout du compte, qu'est-ce que cela signifie?

- On parle de croissance. Même les entreprises établies doivent composer avec l'attrition et se préparer au transfert du patrimoine. Une présence en ligne sera essentielle.

- Deuxièmement, il y a la pertinence. Tandis que les membres de la prochaine génération de conseillers et de planificateurs cherchent à se joindre à des cabinets, ils graviteront vers ceux qui ont une présence en ligne qui les aideront à faire croître leurs affaires.

Je laisse Rachael faire une démonstration dans Hootsuite présentant les éléments dont on vient de discuter.

**Rachael Luby :**

Parfait. Merci beaucoup, Shawna. Laissez-moi partager mon écran. Prévenez-moi quand vous le voyez.

**Shawna Ireland :**

Ça marche.

**Rachael Luby :**

Parfait. J'aborde rapidement l'inscription avant de vous montrer Hootsuite. J'anticipe déjà la question dans le clavardage. Comme Shawna l'a indiqué, la trousse d'outils numériques sera votre meilleur choix. Les conseillers faisant affaire sous leur propre marque et les propriétaires uniques s'inscriront à la trousse d'outils numériques pour accéder à Hootsuite. Les conseillers du programme Fondements de la Canada Vie ont déjà accès à ces outils dans le cadre du programme Accélérateur. Si vous ne retrouvez pas vos identifiants, envoyez un courriel à l'équipe Marketing, Services extérieurs pour les récupérer. Beaucoup de courriels circulent ces jours-ci. Avisez-nous. On s'assurera que vous avez accès à votre compte.

Votre session dans Hootsuite sera différente. On a ouvert une session pour le Marketing, Services extérieurs. Il n'y a pas de canaux de Marketing, Services extérieurs à l'heure actuelle. On ne sait jamais ce que l'avenir nous réserve. Une fois que vous reliez vos profils LinkedIn, Facebook et Twitter, par exemple, vous aurez accès aux données de tous ces canaux en un seul endroit. Vous pouvez aussi surveiller les messages entrants et y répondre directement dans Hootsuite. Vous passerez une grande portion de votre temps à utiliser la fonction Amplify. Il existe quelques façons de consulter le contenu. De nombreux conseillers consultent le contenu qui est disponible. Du contenu est ajouté régulièrement. Vous aurez ainsi accès à du contenu de tiers, notamment en matière d'éducation et de leadership éclairé que vous pouvez partager.

Il y aura aussi du contenu de la Canada Vie, portant sur les produits. Une panoplie de contenu est offerte, en français et en anglais. Déterminez ce que vous souhaitez communiquer aux clients et reportez-vous à ces catégories. Si vous voulez parler d'épargne et d'investissement, rendez-vous sous cette catégorie pour déterminer comment partager la publication. Comme Shawna l'a mentionné, le partage peut se faire sur l'ensemble des canaux ou dans quelques canaux ciblés. Le contenu sur le style de vie fonctionne peut-être mieux sur Facebook, tandis que les gens sur LinkedIn peuvent être plus réceptifs au contenu sur la planification de la retraite. Prévoyez vos publications en conséquence.

Les conseillers connaissent plus de succès s'ils planifient sur quelques semaines et songent aux publications à partager. Cela permet de gagner du temps. Plutôt que de se demander quoi partager d'un jour à l'autre, on met l'accent sur une stratégie à plus long terme. Il y a aussi des catégories en français. Le contenu est séparé en fonction de la langue. Si je retourne au contenu offert, il est possible de filtrer selon la langue.

Shawna a aussi mentionné les données d'analyse. Votre tableau de bord peut différer, mais une fois que vous commencerez à utiliser Hootsuite, vous aurez une meilleure idée du rendement de l'outil et de l'incidence des publications. Vous pouvez créer vos rapports personnalisés. En voici quelques-uns des nôtres. On voit l'incidence des publications sur vous et vos clients éventuels. L'outil vous permettra d'obtenir d'excellentes données. De retour à toi, Shawna.

**Shawna Ireland :**

Merci Rachael. Après Hootsuite, l'aspect à prendre en considération dans l'établissement de relations avec les clients est de communiquer le bon contenu à la bonne personne au bon moment. C'est ce que l'autre plateforme, DOX, vous permet de faire. Elle vise le matériel à distribuer que vous pouvez personnaliser. DOX vous donne accès à du nouveau matériel chaque mois et offre des articles de papeterie et des publicités pour aider les gens faisant affaire sous leur propre marque et ceux qui passeront à leur propre marque. Cela facilite l'aspect administratif et permet d'obtenir le matériel de base rapidement. Sachez aussi que tout le matériel est préapprouvé et entièrement conforme. Il est également compatible avec les appareils mobiles.

Qu'est-ce que cela signifie pour vos affaires? Vous gagnerez du temps en explorant le catalogue et en créant du matériel personnalisé en quelques minutes seulement. Le processus était ardu pour une personne avec beaucoup d'expérience. Il fallait prévoir des jours pour tout produire manuellement avant de passer à l'envoi. Vous gagnez beaucoup de temps et vous pouvez économiser gros grâce au matériel numérique. Un exemple serait le marketing par courriel. Dans le cas de campagnes de marketing par courriel pour les préretraités et les retraités, ce matériel peut servir comme point de contact.

Vous pouvez y ajouter des graphiques pour vos rendez-vous de suivi et les utiliser pour vos campagnes saisonnières comme pour les REER ou les REEE au mois de septembre dans le cadre de la rentrée scolaire. Ces éléments numériques dans DOX se marient bien aux documents papier qu'on aime laisser aux clients, tout en profitant de l'espace en ligne et numérique. Il est important d'intégrer ces deux façons de faire, ce que DOX permet. Je cède la parole à Rachael, qui nous présentera à quoi cela ressemble.

**Rachael Luby :**

Super! Merci. Bon. Je partage mon écran de nouveau. Pour l'inscription, DOX ressemble beaucoup à Hootsuite. Si vous êtes inscrit au programme Fondements, vous y avez déjà accès. C'est légèrement différent pour les conseillers faisant affaire sous leur propre marque. DOX est un outil gratuit et ne fait pas partie de la trousse d'outils numériques. On a élaboré notre propre processus d'inscription à DOX. Cela ne prend que quelques minutes, et on vous envoie vos identifiants. C'est aussi le cas pour les conseillers du programme Fondements. Vous vous inscrivez et vous recevez le matériel approprié.

Il y a deux sites pour DOX : un pour le matériel portant la marque de la Canada Vie et un autre pour le matériel portant une marque personnelle. Je vous les présente. Une fois les identifiants reçus du Marketing, Services extérieurs, voici ce que voient les conseillers du programme Fondements. Il sera possible d'interagir avec les éléments en vedette. Le nouveau matériel sera publié ici. Vous aurez une idée de ce que d'autres conseillers demandent dans l'outil. Shawna présentera des ressources utiles vers lesquelles on a des liens.

La meilleure façon de décrire DOX est de le comparer à Vistaprint. C'est comme feuilleter un catalogue de matériel à votre disposition. Vous consultez la section du matériel de marketing et déterminez ce que vous souhaitez personnaliser en fonction de vos besoins et des plateformes où vous interagissez avec les clients. Vous pouvez obtenir un aperçu d'un fichier pour prendre connaissance de son contenu avant de le personnaliser. En quelques clics, vous pouvez personnaliser un document que vous aimeriez utiliser avec vos clients.

DOX offre différents degrés de personnalisation. Le tout est automatisé. Vous n'avez rien à cliquer pour obtenir un document portant la marque, votre photo, vos coordonnées et d'autres renseignements intéressants. Dans d'autres cas, vous pouvez personnaliser votre biographie, choisir une image, etc. Vous pouvez choisir différentes options en fonction de ce que vous cherchez à accomplir. Passons maintenant au profil. Cet élément offre davantage de personnalisation, vous permettant de choisir notamment votre biographie et différents numéros de téléphone pour vous joindre. Cliquez sur Next pour consulter l'aperçu.

C'est semblable à Vistaprint. Tout le matériel est gratuit. Vous l'ajoutez à votre panier et vous passez simplement à la caisse. Vous pouvez regarder le modèle et vous dire que vous souhaitez remplir l'espace et ajouter des renseignements à votre sujet. Vous pouvez revenir en arrière pour le modifier. Vous vous trouverez ainsi avec du matériel arborant la marque à utiliser avec vos clients. Je vous encourage fortement à jeter un coup d'œil à tout le matériel offert. Il y a aussi la section *View all materials* qui permet de tout consulter en un seul endroit. Il y a beaucoup de choses à explorer et du contenu est ajouté régulièrement.

Les conseillers francophones seront automatiquement redirigés vers la page d'ouverture de session en français, qui pointe vers tout le matériel en français. Vous pouvez basculer d'une langue à l'autre en tout temps dans DOX et consulter le matériel. Si vous êtes bilingue, vous pouvez personnaliser du matériel en anglais et en français. Vous l'ajoutez à votre panier et suivez quelques étapes. Le matériel vous est envoyé par courriel, prêt à être utilisé, comme Shawna l'a mentionné. Vous pouvez l'utiliser en format numérique ou l'imprimer. Vous faites comme bon vous semble.

Je passe rapidement au site pour le matériel sans la marque. Le matériel est très similaire, à la différence qu'il portera le logo et la marque du conseiller. Shawna a aussi mentionné du papier à en-tête et des cartes professionnelles. On a ajouté cette section de marque clé en mai pour les conseillers passant à leur propre marque ou à un cabinet. C'est une bonne façon de communiquer le matériel aux clients et de leur présenter votre marque. Examinons une publicité de plus près. Supposons qu'on souhaite personnaliser une publicité standard. On ajoute des options de couleur, donc si votre logo et votre marque mise sur le vert, on peut l'ajouter à tout votre matériel. C'est une nouvelle fonction dont on est fiers.

Vous pouvez rédiger tout votre contenu, si vous le souhaitez. Il est toujours possible d'obtenir un aperçu pour vous assurer que tout est à votre goût. Tous les renseignements seront saisis automatiquement, ainsi que votre couleur de marque et les mises en garde. Le tout est déjà conforme et prêt en quelques clics seulement. Essayons de trouver du matériel comprenant des images. Il y a des options intéressantes. On veut offrir du matériel diversifié représentatif qui vous permettra de communiquer directement avec votre auditoire cible. La feuille de travail sur l'établissement d'objectifs devrait comprendre des images.

Avisiez-nous de tout matériel que vous aimeriez pouvoir personnaliser, mais qui ne se trouve pas dans l'outil. On veut les ajouter pour vous aider à profiter des meilleurs moyens de communiquer avec vos clients. Ce document offre des options de personnalisation pour au chapitre des couleurs et des images. À mesure qu'ils entreprennent la transition de marque, les conseillers du programme Fondements pourront profiter de toutes ces options. Encore une fois, un beau document à utiliser avec vos clients comme bon vous semble. C'est tout pour l'instant. À toi Shawna.

#### **Shawna Ireland :**

Merci beaucoup! C'est génial pour les couleurs de marque. Je n'étais pas au courant.

#### **Rachael Luby :**

De nouvelles caractéristiques, oui. Fascinant!

#### **Shawna Ireland :**

De nouvelles caractéristiques s'ajoutent constamment. J'aime ça. On sait tous que j'aime beaucoup les couleurs de marque. C'est ici que se termine la démonstration sur Hootsuite et DOX. Avant de passer aux ressources et à la FAQ, j'aimerais parler d'une série à venir en novembre et en décembre. Restez à l'affût de communications sur la série sur la vente sociale dans les bulletins de nouvelles. Il s'agit de deux séances en direct où on examinera en profondeur les médias sociaux à l'aide d'études de cas visant un nouveau conseiller et un conseiller plus aguerri faisant la transition vers sa propre marque.

On y intégrera les apprentissages tirés de trois séances de la Hootsuite Academy, auxquelles vous aurez également accès. Si vous voulez examiner l'aspect des médias sociaux en profondeur et solidifier votre présence en ligne, notamment pour ce qui est de la prospection, ces séances et apprentissages s'adressent à vous! Restez à l'affût de communications à venir sous peu. Je tenais simplement à le souligner, car il s'agit d'un approfondissement de ce qu'on a vu aujourd'hui.

Je passe maintenant aux ressources. Vous pouvez communiquer avec l'équipe Marketing, Services extérieurs. Sinon, la trousse d'outils numériques peut vous rediriger vers les inscriptions. Vous y trouverez des démonstrations et des guides de procédure. Lancez une recherche et vous trouverez une marche à suivre pour Digital Agent, Dox, Hootsuite et d'autres outils. Il y a aussi des lignes directrices sur le marketing, des trousseaux d'outils de communication, des pratiques exemplaires et la trousse d'outils du conseiller sur la marque. Si vous avez besoin d'aide ou si vous avez des questions, adressez-vous à l'équipe Marketing, Services extérieurs ou encore à votre CDA ou CCR. On est là pour vous aider à solidifier votre présence en ligne et à dynamiser vos affaires.