

## Agents, sachez travailler !

Antoine Desmarais

Volume 14, Number 1, 1946

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1103070ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1103070ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

HEC Montréal

ISSN

0004-6027 (print)

2817-3465 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Desmarais, A. (1946). Agents, sachez travailler ! *Assurances*, 14(1), 15–23.  
<https://doi.org/10.7202/1103070ar>

Article abstract

En s'adressant aux membres de la section de Montréal de la Life Underwriters' Association, M. Desmarais a voulu résumer en un style familier les conseils qu'il donne tous les jours à ses agents. On y trouvera des idées simples, à la portée de tous, mais qui peuvent être singulièrement utiles. – A.

# Agents, sachez travailler !

par

ANTOINE DESMARAIS, C.L.U.

15

*En s'adressant aux membres de la section de Montréal de la Life Underwriters' Association, M. Desmarais a voulu résumer en un style familier les conseils qu'il donne tous les jours à ses agents. On y trouvera des idées simples, à la portée de tous, mais qui peuvent être singulièrement utiles.—A.*



Je veux commencer en affirmant deux choses que j'essaierai de démontrer subséquemment.

1°—On ne naît pas vendeur, on se forme.

2°—L'assurance-vie est un service trop essentiel, un service qui joue un rôle trop important dans notre économie moderne pour comporter une grande difficulté de distribution. Nous devons être responsables dans une plus ou moins large mesure de nos difficultés.

Réussir dans la vente de l'assurance-vie ainsi que dans toute autre occupation difficile telles les professions, c'est comme, à mon avis, bien pratiquer un sport, bien jouer un jeu. Il faut apprendre les règles et les suivre. Pour être bon skieur, il ne suffit pas de monter sur des skis et de se laisser descendre les côtes. Nous en voyons un grand nombre pratiquer ainsi ce sport, mais ils n'ont aucune élégance, ne vont pas où ils veulent, mais là où les dirigent leurs skis, plusieurs se cassent des membres chaque semaine. Il en est de même de la

nage, il ne suffit pas de se jeter à l'eau et de se débattre, il faut apprendre les règles et les suivre.

16 Que dire alors de notre travail ? Je sais que les compagnies d'assurance font tout en leur pouvoir pour choisir le plus judicieusement leurs représentants, que l'on réussit assez bien à enseigner les rudiments de l'assurance, mais ceci est bien loin d'être suffisant. Même à ceux qui connaissent parfaitement l'assurance et possèdent d'excellentes aptitudes de vendeur, je dis que c'est encore insuffisant. Il leur manque encore un atout, la qualité dont je veux vous parler aujourd'hui, la qualité fondamentale d'un important vendeur d'assurance, la qualité de bon organisateur.

Qu'est-ce qu'un bon organisateur au point de vue de notre profession ? A mon avis, c'est celui qui 1° — possède un esprit méthodique, d'où une conception nette des difficultés et des avantages de sa situation.

2° — a une économie familiale bien organisée;

3° — a une bonne organisation professionnelle.

Revoyons brièvement chacun de ces points. Une conception claire de son occupation et des capacités que la Providence a données à chacun pour la remplir. Il y a certaines vérités fondamentales sans lesquelles on ne peut espérer réussir. Remarquez que je n'envisage que le point de vue organisation.

Il faut d'abord faire une bonne journée de travail ! Il n'y a pas d'occupation qui vous permettra de gagner honnêtement votre vie si vous n'êtes pas décidé à travailler raisonnablement chaque jour. Si vous croyez que votre occupation devrait vous apporter un revenu de \$100.00 par semaine, vous devez vous traiter comme vous traiteriez une personne à qui vous payeriez cette somme pour vendre de l'assurance pour vous.

Trop d'agents croient encore aujourd'hui qu'ils peuvent réussir en ne voyant qu'une ou deux personnes par jour. Il

faut se lever le matin, être tôt au bureau ou chez son premier client. Ce n'est qu'une habitude à acquérir. Vous connaissez la force des habitudes, les mauvaises surtout, elles l'emportent sur notre volonté; on dit qu'elles sont une seconde nature, les bonnes sont toutes aussi fortes cependant. Ceux qui, par exemple, se rasent chaque matin, savent qu'ils s'exécutent machinalement, presque sans s'en rendre compte. La bonne habitude acquise fait disparaître tout l'ennui de cette tâche désagréable. Il en est de même pour ceux qui se lèvent à une heure régulière, par exemple 8 heures du matin. Quelle que soit l'heure du coucher, le dimanche ou la semaine, même en vacances, après 8 heures, on ne peut dormir et on n'éprouve aucune difficulté à sortir du lit. Si nous mettons ces bonnes habitudes de notre côté, nous diminuerons considérablement l'effort de volonté toujours pénible et ennuyeux.

17

L'agent qui possède un esprit méthodique et alerte reconnaît qu'il lui faut développer sa personnalité, cette fameuse qualité sur laquelle l'on a tant écrit et qui est le résultat d'un surplus de vitalité physique, mentale et émotionnelle. Cette qualité n'exige pas de celui qui la possède qu'il soit un adonis, mais qu'il jouisse d'une excellente santé, qui lui assurera ce surplus de vitalité physique. Il est superflu qu'il soit un beau brummel, mais il doit être proprement habillé, ses chaussures doivent être cirées et son faux-col et sa cravate ne doivent pas indiquer ce qu'il a mangé pour déjeuner. Il ne sera pas un génie, mais il lui faudra reconnaître l'utilité sinon de l'étude, du moins celle de la lecture. Combien de livres traitant d'assurance avez-vous lus depuis 6 mois? Lisez au moins chaque mois le bulletin de notre association. Le temps est passé où l'on peut vendre l'assurance au petit bonheur. Un de mes représentants me racontait qu'il connaissait un agent qui vendait de l'assurance, à la campagne, il y a une vingtaine d'années. Celui-ci connaissait deux plans, la vie

18

20 primes et la vie entière. Il appelait le premier: une grosse, le second, une petite. Comme il ne pouvait remplir ses propositions convenablement, il écrivait à son gérant à la fin de la semaine et lui disait de donner \$2,000. de grosse à M. X et \$3,000. de petite à un autre. Il n'est pas nécessaire non plus d'être un orateur consommé, mais il faut tout de même s'exprimer dans une langue convenable et avoir un timbre de voix qui ne soit pas fatigant pour les autres. Souvent là où échouera une habile argumentation, l'aptitude à susciter des images évocatrices de bien-être et de bonheur pour soi ou les siens gagnera l'acquiescement du client. Pascal, dans ses *Pensées*, a écrit: « Si l'homme commençait par s'étudier lui-même, il verrait combien il est difficile de passer outre. » Il faut parfois bien peu de choses pour faire la différence entre le succès et l'insuccès. Souvenez-vous de Clay Hamlin qui, deux fois, faillit. Il changea ses habitudes et du jour au lendemain, fit un succès formidable de son occupation.

Mon deuxième point concerne l'économie familiale. Les cordonniers sont souvent les plus mal chaussés, dit un dicton. Ceci s'applique à bon nombre de représentants, en ce qui a trait à l'assurance sur leur propre vie. Comment pouvez-vous, en toute sincérité, recommander l'achat de \$15,000. ou \$20,000. d'assurance à un père de famille si vous n'en possédez vous-même que \$3,000. ou \$5,000. Ceux qui paient \$50.00, \$75.00 ou \$100.00 ou plus de primes par mois, savent comme il devient plus facile de parler grosses primes aux clients.

Notre mode de rémunération à commissions présente des dangers. Certaines semaines, nous sommes très en moyens, d'autres, lorsque nous n'avons rien vendu, beaucoup moins. Là encore, se révèle le bon administrateur. Au début de l'année, il a établi un budget et décidé de retirer de la banque cha-

que samedi une somme égale et suffisante pour rencontrer ses dépenses.

Il en est de même de son temps. Certains soirs seront réservés à la récréation et passés en famille. Ce point a son importance et mon expérience, à la direction d'un groupe d'agents, m'a enseigné que le succès d'un agent peut être gravement compromis par la mésentente à la maison.

Venons à mon troisième et dernier point: l'organisation du travail.

19

Combien de clients éventuels avez-vous en réserve? Les meilleurs agents ont dans leur classeur une surabondance de noms de personnes à rencontrer, ce qui leur permet de choisir celles qu'ils croient être le plus susceptibles d'acheter.

Avez-vous une ou plusieurs sources qui alimentent continuellement cette liste de clients éventuels. Appartenez-vous à cette catégorie d'agents qui ajoutent au moins un nouveau nom chaque jour.

Comment sont rangés tous ces noms? Avez-vous un classeur qui vous renseigne sur les dates d'anniversaire de vos clients et sur la date de leur changement d'âge?

Conservez-vous une copie de vos propositions? Lorsque vous en aurez accumulé des centaines, cela deviendra une source quasi intarissable de nouvelles affaires. Une idée est de mettre chacune de ces propositions dans une chemise individuelle qui porte le nom du client et le numéro de la police. Vous constituez ainsi un dossier complet pour chacun de vos clients en ajoutant les copies des propositions subséquentes, la correspondance avec ce client, les changements dans ses polices, etc. À cela, vous pouvez ajouter tous détails et renseignements, découpures de journaux, etc. concernant ce client.

Possédez-vous un classeur dans lequel vous conservez toutes sortes d'articles de journaux, de revues publiées par

votre compagnie ou autres, qui peuvent vous aider particulièrement à répondre aux objections.

20 Supposons, par exemple, que vous vous spécialisez dans la vente des pensions de retraite, cette combinaison d'assurance et de rentes, si populaire de nos jours, ou même dans la vente de dotations à longue échéance, 60, 65 ans. Une objection souvent soulevée, particulièrement par le jeune homme, c'est qu'il ne vivra pas jusqu'à un âge aussi avancé. Si, à ce moment, vous produisez la liste des décès d'un journal quelconque, comme celle-ci par exemple où on lit que 18 personnes sont décédées à des âges variant entre 72 et 88 ans ou bien un article comme celui-ci publié dans le *Financial Post* du 2 mars 1946, où l'on écrit que le Service des Statistiques à Ottawa affirme que les Canadiens vivent plus vieux et que dans 30 ans, il y aura au pays 1,523,000 personnes de plus de 65 ans.

Si vous vous spécialisez dans la vente à un groupe particulier de personnes, finissants d'un même collège ou université, de personnes engagées dans tel commerce ou profession, vous tenez-vous au courant des activités de ce groupe, soit en vous abonnant à ses publications ou en assistant, si c'est possible, à ses réunions ?

Vous savez tous combien les journées sont courtes, la ville bien grande et que, même lorsqu'on dispose d'une automobile, combien peu de gens l'on peut voir dans une journée. Pouvez-vous écrire une bonne lettre qui vous facilitera vos entrevues, ménagera votre temps. Sinon, pourquoi ne pas écrire quand même vos idées et soumettre ce brouillon à votre gérant ou à vos compagnons de travail. Montrez votre lettre à plusieurs personnes, invitez la critique, améliorez-la sans cesse. Une bonne lettre, courte, bien à point, est une aide considérable dans la sollicitation.

Les opinions sont partagées au sujet de l'usage du téléphone, mais je crois sincèrement que ceux qui en ont maîtrisé la technique, s'épargnent bien des courses, surtout lorsque l'appel suit à quelques jours d'intervalles l'envoi d'une lettre. Il faut cependant bien savoir à l'avance ce que l'on va dire et ne pas improviser.

Notre compagnie a, à Toronto, une nouvelle succursale où le gérant fait envoyer un grand nombre de lettres chaque jour, suivies d'un appel téléphonique par une personne spécialisée dans ce travail. Au cours de sa deuxième année, cette succursale a eu plus de \$3,500,000. d'affaires.

21

Les avis se partagent également quant à l'opportunité d'apprendre par coeur les arguments de vente. Je crois moi-même que si nous récitons quelque chose écrit par un autre, en employant ses expressions, nous nous exposons à manquer de naturel et rater notre vente. Si, par contre, nous apprenons par coeur, un travail dans lequel nous nous sommes efforcés de grouper, dans un ordre logique, toutes les raisons pour lesquelles la personne sollicitée devrait signer notre proposition, nous agissons très sagement. En améliorant et en pratiquant sans cesse la présentation, nous finirons par la rendre intéressante et bien plus susceptible de rapporter d'heureux résultats. Je crois qu'il faut s'exercer, répéter sans cesse. Le chirurgien, qui doit pratiquer une opération majeure, revoit quelques heures auparavant dans ses traités d'anatomie, les parties du corps sur lesquelles il opérera. Il en est de même de l'avocat qui doit plaider une cause importante, de l'artiste avant un concert. C'est le seul moyen d'arriver à se perfectionner.

Un jour, une dame disait à un célèbre violoniste: je donnerais la moitié de ma vie pour jouer comme vous. C'est exactement ce que j'ai fait, répondit-il.



22

J'ai, parmi mes amis, un jeune avocat américain, colonel dans l'armée, qui fut président de la Chambre de Commerce des Jeunes des États-Unis, il y a quelques années. C'est un orateur distingué qui a prononcé un nombre considérable de causeries dans son pays, au Canada et en Europe. Il y a deux ou trois ans, je l'invitais à venir parler devant les membres de la Chambre de Commerce des Jeunes de Montréal. Il parla pendant une heure et eut un retentissant succès. A la suite de cette fameuse causerie, je lui demandai combien il avait mis de temps à la préparer. Combien de temps crois-tu, me répondit-il ? Au courant de son talent remarquable, je répondis : quelques heures par jour pendant une semaine ou deux. Il sourit et me dit, pas moins de deux heures par jour depuis 3 mois. Cet exemple n'indique-t-il pas que son grand talent était accompagné d'un effort considérable pour atteindre au succès.

Que faites-vous pour vous créer du prestige auprès des personnes que vous sollicitez. Un excellent moyen, entre plusieurs autres, est d'obtenir des personnes les plus influentes que vous avez assurées, un mot de recommandation sur le verso d'une carte d'affaire ou sur le papier à correspondance de ce client. Quelle entrée en matière plus efficace pouvez-vous jamais obtenir.

Vous savez que le meilleur moyen de se rendre rapidement à un endroit déterminé est de savoir où l'on va. Il est donc obligatoire de se fixer un objectif et de viser à l'atteindre ou le dépasser chaque mois. Avez-vous un programme de travail bien établi. Combien y a-t-il de personnes dans cette salle qui, ce soir, feront la liste des personnes qu'elles désirent visiter demain et qui suivront fidèlement ce programme.

Il y a quelques mois, j'assistais à quatre cliniques industrielles organisées par la Chambre de Commerce de Montréal. Celle-ci avait fait venir des États-Unis quatre ingénieurs

industriels représentants de très grandes sociétés américaines, telles que Radio Corporation, etc... Ces conférenciers avaient pour mission d'enseigner aux industriels et autres personnes venues les entendre. la simplification des méthodes de production. Ils avaient étudié dans leurs moindres détails tous les procédés de fabrication des objets qu'ils vendaient et nous renseignaient sur la façon dont ils s'y étaient pris pour en simplifier la production. Ils étaient parvenus ainsi à l'augmenter considérablement.

Ne serait-ce pas une bonne idée pour nous aussi de scruter nos méthodes et l'usage de notre temps, surtout, si nous ne sommes pas très satisfaits de nos résultats. Si pendant une semaine ou un mois, nous tenions compte du nombre de lettres écrites et de téléphones faits à des clients éventuels, d'heures ou de minutes employées chaque jour à la sollicitation; si nous examinions un peu notre façon de nous exprimer devant les personnes que nous sollicitons, nous trouverions là réponse à bien des questions que nous nous posons. Si notre réussite n'est pas aussi brillante que celle de certains confrères de la même succursale, peut-être cesserions-nous alors d'en attribuer la cause uniquement à leur plus grand talent dans l'art de la vente.

Le succès est une belle chose, mais il est fait d'un nombre considérable de petites choses et la première qualité pour l'atteindre est la volonté. Il faut non seulement le vouloir, mais le vouloir fermement.

