



## La crise force les courtiers à revoir leurs méthodes de travail

**Les courtiers IARD disent ne pas trop ressentir les contrecoups de la crise économique. Cette dernière les force toutefois à revoir leurs méthodes de travail.**

« Les clients connaissent des baisses de chiffres d'affaires et d'investissement. Ça représente donc plus de travail pour nous et moins de revenus », explique **Daniel Binette**, vice-président exploitation pour la région est du Canada de **BFL Canada**.

**Joseph Lanzo**, président de **Société d'assurance Elco**, affirme que les cabinets de courtage doivent être vigilants pour assurer leur pérennité. « Nous passons d'une période axée sur le développement et d'une guerre des prix à une nouvelle époque où la concentration se fera sur la préservation des clients existants et sur la rentabilisation de notre cabinet pour assurer sa pérennité », observe-t-il.

**Ginette Mailhot**, présidente de **La Turquoise**, juge que la crise force son cabinet à être plus créatif. « Nous devons encore mieux accompagner nos clients dans les difficultés qu'ils peuvent rencontrer dues au contexte actuel, indique-t-elle. Ensuite, il faut se demander comment nous allons atteindre nos objectifs de croissance dans un contexte où les avenants positifs se font plus rares, où les ouvertures de nouveaux commerces sont limitées, où des entreprises ferment carrément leur porte et où d'autres diminuent leur production et les heures de travail de leurs employés. Alors nous développons beaucoup notre créativité. Le remue-ménages et

la force de l'équipe deviennent la base de notre succès à tous. ».

**Bernard Provost**, président du **Groupe DPJL**, demeure positif face à la crise. « Ça nous demande d'être encore plus professionnel et combatif. Ce contexte amène encore d'excellentes occasions d'affaires. Il faut toujours s'organiser pour affronter toutes les situations », explique-t-il.

**Louis-Thomas Labbé**, président de **GPL Assurance**, suggère d'être attentif lors de l'analyse de la solidité financière des assureurs avec lesquels les courtiers font affaire. « Nous devons communiquer cette information à nos clients le plus rapidement possible et leur fournir une alternative le cas échéant. Pour notre clientèle, les baisses de ventes et les risques plus élevés du crédit pour les entreprises ayant une part importante de leurs revenus à l'exportation sont des facteurs négatifs. Leur attitude devient de plus en plus réactive au lieu d'être proactive », observe-t-il.

**Robert Beauchamp**, président de **Inversa**, a identifié quelles pistes de solutions permettront à son cabinet de traverser la crise. « Nous devons être proches de nos clients, avoir différentes stratégies de gestion clients et mettre en place des stratégies de développement d'affaires plus dynamique entre autres », raconte-t-il.

**Stéphan Bernatchez**, président de **Deslauriers et associés** dit



Réjean Méloche

Louis-Thomas Labbé

miser sur une vigilance accrue sur le choix des secteurs d'activité dans lesquels nous travaillons. « Il faudra aussi garder les yeux

ouverts sur les occasions d'affaires et ne pas oublier nos comptes payables », affirme-t-il.

**Pierre-Yves Billette**, président de **Rochefort, Perron, Billette**, recommande aux courtiers de s'attarder aux attentes des clients pour bien traverser la crise économique. « Il faut innover dans nos services, en offrant des heures d'ouverture étendues et en créant une plus grande facilité à nous joindre en tout temps, soit par téléphone ou de façon électronique. Le contexte économique fera que nous devons être vigilants pour solliciter de nouveaux clients en bonne santé financière. Il ne faut pas oublier que les périodes économiques difficiles créent un ratio de pertes plus élevé avec de la fraude, des fréquences de vols plus élevées et des incendies criminels entre autres », note-t-il.

**Hubert Roy**