

La tarification en action

Représenter les Clients et maximiser les résultats

L'innovation numérique accélère le processus de tarification.
Que ferez-vous du temps gagné?

Ce qui se passe

L'innovation numérique en tarification permet de simplifier et d'accélérer la gestion administrative, et vous fait gagner du temps. Dans certains cas, les Clients bénéficient aussi d'une expérience plus rapide et moins invasive.

Une occasion à saisir

C'est un service exceptionnel. Grâce à la tarification numérique, vous avez plus de temps pour connaître vos Clients du point de vue de la tarification, et ce, dès votre première rencontre. Choisir de poser des questions stratégiques peut accélérer les décisions. Vous pouvez aussi déterminer si les Clients vivront une expérience de tarification entièrement automatisée ou humaine.



La tarification en action est une série d'articles de

MICHELLE ROUSSIN,

**DIRECTRICE NATIONALE,
SERVICES STRATÉGIQUES
DE TARIFICATION SUR LE
TERRAIN À LA SUN LIFE**

[Michelle Roussin](#) vous montre comment représenter les Clients dès le début du processus de tarification.

Cette professionnelle des services financiers n'hésite pas à aider les conseillers à relever les défis. Elle possède une expertise en tarification d'assurance-vie, en distribution aux intermédiaires et en élaboration de stratégies d'affaires.

Mon avis

Reconsidérez votre rôle dans le processus de tarification numérique. Vous pouvez ajouter tellement de valeur au processus.

J'ai consacré une grande partie de ma carrière à la tarification. J'ai souvent entendu des conseillers dire que la tarification n'est qu'une simple tâche administrative à déléguer. Pourtant, c'est bien plus que ça. C'est un processus essentiel qui permet de décider si vos Clients sont assurables et si oui, à quel prix. C'est un travail de détective qui demande de rassembler des éléments de preuve afin de prendre la meilleure décision. La tarification est une démarche stratégique visant à trouver la bonne décision pour vos Clients. Et ça, c'est plus important que jamais!

Vous devez donc recueillir de l'information, mais pas n'importe laquelle. Laisser les intervieweurs téléphoniques poser toutes les questions d'ordre médical, c'est une bonne pratique. Mais c'est aussi important de faire participer les Clients au processus de tarification dès votre première rencontre. Recueillez les données qui vous aideront à évaluer les risques potentiels pour la tarification et à bien comprendre leur situation. Les résultats vous surprendront. Très souvent, inclure les Clients dès le début du processus de tarification est avantageux.



Pistes de réflexion

Quel est le rôle de la technologie pour les dossiers complexes nécessitant une expérience de tarification humaine? Comment savoir qu'un dossier sera assez simple pour le faire passer par le traitement entièrement automatisé?

Réfléchissez à ces questions et faites les démarches nécessaires pour y trouver des réponses.

1. Qui a le plus intérêt à ce que la meilleure décision possible soit prise? Cette responsabilité devrait-elle revenir seulement au tarificateur? Aux Clients? À votre conseiller collaborateur? Ou à vous et vos Clients seulement?
2. Avez-vous des définitions claires pour différencier les dossiers de tarification simples et complexes?
3. Et si vous ajoutiez à votre modèle d'affaires une étape non négociable où vous posez 11 questions stratégiques aux Clients avant de remplir leur proposition? Voyez la liste à droite.
 - Est-ce que les réponses des Clients vous aideraient à les préparer à un processus de tarification simple ou plus complexe?
 - Est-ce que ça permettrait d'améliorer l'expérience des Clients, de réduire le temps requis pour arriver à une décision finale et de renforcer votre confiance vis-à-vis de la décision?

Même si l'innovation numérique en tarification vous fait gagner du temps, votre rôle demeure tout aussi essentiel pour les dossiers simples et complexes. Jamais l'amélioration de la rapidité et de l'efficacité ne pourra vous remplacer, vous et votre capacité à préparer vos Clients. Si vous recueillez l'essentiel dès le début, vous pourrez mieux représenter les Clients au moment de la tarification.

Conseils

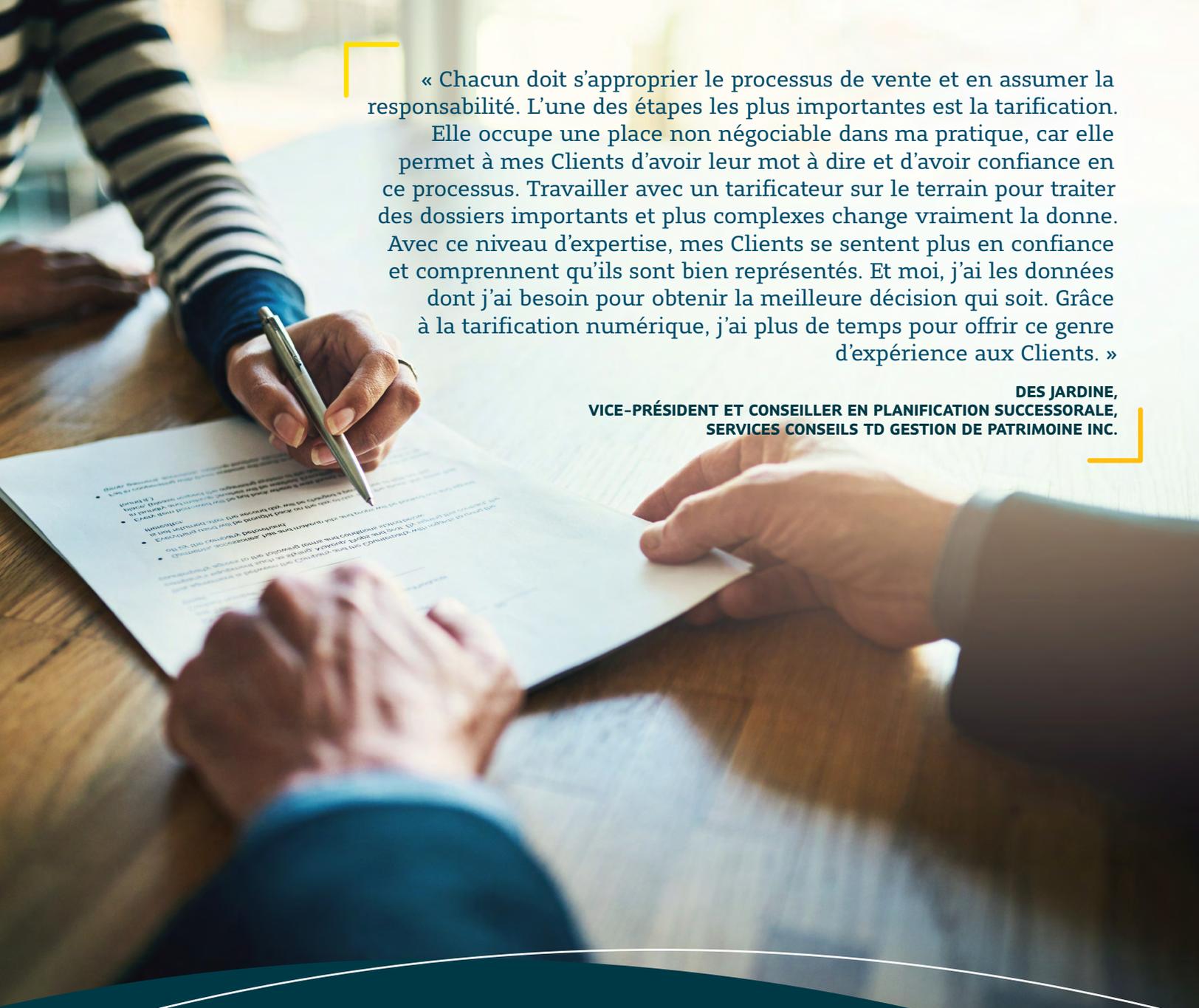
Faites preuve d'empathie quand vous posez ces questions. Les Clients voudront peut-être s'assurer qu'il leur sera profitable à long terme de répondre à ces questions maintenant, avec vous.

Questions stratégiques d'ordre médical :

- Prenez-vous des médicaments ou suivez-vous des traitements actuellement?
- Est-ce que des modifications ont été apportées récemment à votre médication ou à vos traitements?
- Avez-vous des antécédents de cancer, de maladie coronarienne, d'apnée du sommeil, de diabète ou d'accident vasculaire cérébral?
- Y a-t-il d'autres conditions (actuelles ou passées) pour lesquelles vous suivez un traitement ou attendez des résultats de tests?
- Quand avez-vous consulté un médecin pour la dernière fois et pour quelle raison? Quel a été le diagnostic du médecin et quelle stratégie de suivi a été mise en place?
- Avez-vous des rendez-vous prévus avec un médecin généraliste, un médecin spécialiste ou MEDCAN?

Questions stratégiques sur le style de vie :

- Avez-vous des antécédents de consommation de drogues, de cannabis ou d'alcool?
- Avez-vous été condamné pour des infractions criminelles (p. ex. conduite avec facultés affaiblies)?
- Détenez-vous des permis spéciaux (p. ex. un brevet de pilote)?
- Pratiquez-vous des activités sportives à haut risque (p. ex. le héliski ou la plongée sous-marine)?
- Avez-vous prévu un voyage à l'extérieur de l'Amérique du Nord?



« Chacun doit s'approprier le processus de vente et en assumer la responsabilité. L'une des étapes les plus importantes est la tarification. Elle occupe une place non négociable dans ma pratique, car elle permet à mes Clients d'avoir leur mot à dire et d'avoir confiance en ce processus. Travailler avec un tarificateur sur le terrain pour traiter des dossiers importants et plus complexes change vraiment la donne. Avec ce niveau d'expertise, mes Clients se sentent plus en confiance et comprennent qu'ils sont bien représentés. Et moi, j'ai les données dont j'ai besoin pour obtenir la meilleure décision qui soit. Grâce à la tarification numérique, j'ai plus de temps pour offrir ce genre d'expérience aux Clients. »

**DES JARDINE,
VICE-PRÉSIDENT ET CONSEILLER EN PLANIFICATION SUCCESSORALE,
SERVICES CONSEILS TD GESTION DE PATRIMOINE INC.**

Lecture connexe

« L'innovation numérique... Elle simplifie, facilite et accélère ce processus. Utiliser la technologie pour accomplir des tâches administratives nous permet de nous concentrer sur les ventes et le service à la clientèle. »

[Simplifier les choses : innovation rapide en matière de tarification pour l'assurance](#)

par Adele Mossman, vice-présidente, opérations de l'Individuelle, et Norm Leblond, vice-président, tarificateur en chef et responsable de la gestion des risques liés aux règlements, Sun Life.

Réservé aux conseillers

La Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie (Sun Life) ne fournit pas de conseils juridiques, comptables ou fiscaux. Avant que quiconque agisse sur la foi des renseignements présentés dans cet article ou avant de recommander quelque plan d'action que ce soit, assurez-vous de demander l'avis d'un professionnel qui fera un examen approfondi de la situation sur les plans juridique, comptable et fiscal.

La Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie est l'assureur et est membre du groupe Sun Life.
© Sun Life du Canada, compagnie d'assurance-vie, 2021. 820-5069-3-21



Notre appui. Votre croissance.