



Profil de conseillers d'exception : Équipe Brunet Gilbert Paquet (Québec)

1. Depuis combien de temps travaillez-vous à la FBNGP ?

Richard Brunet : 31 ans,
David Gilbert : 12 ans,
Sophie Paquet : 10 ans.

2. Quelle est votre formation ?

Nous avons tous un diplôme universitaire en administration des affaires et sommes inscrits à titre de Gestionnaires de portefeuille CIM.

3. Qu'est-ce qui fait votre force ?

Le Groupe Brunet Gilbert Paquet est composé de 10 personnes. La complémentarité des forces et des compétences des membres de l'équipe permet à chacun de trouver sa niche d'expertise et de s'épanouir dans chacun des rôles et responsabilités d'une gestion de portefeuille complète.

L'un des éléments qui nous distingue est la recherche inhérente à la gestion réalisée par l'équipe elle-même. Il y a une quinzaine d'années, nous nous sommes rendu compte que les frais des clients diminuaient et que les rendements augmentaient lorsque nous effectuions nous-mêmes la recherche. Nous avons alors compris l'efficacité de servir directement nos clients en appui des ressources de la FBNGP.

Enfin, l'utilisation de la modélisation de portefeuille permet d'augmenter grandement l'efficacité de nos pratiques.

4. Parlez-nous de votre clientèle.

Notre clientèle se compose principalement de professionnels de la santé, de gens d'affaires, de cadres dans le secteur privé et de retraités. 75 % de nos familles ont 1 million de dollars et plus investis avec nous.

5. Qu'est-ce qui fait de vous des conseillers d'exception ?

Nos objectifs sont alignés avec ceux de nos clients. Chaque client et famille a un plan personnalisé et donc des portefeuilles sur mesure. Nous avons une approche sensible vis-à-vis la fiscalité, les stratégies de décaissement optimisées, la retraite, le tout en fonction des besoins

des clients. Tout comme nos clients, nous souhaitons minimiser les frais, maximiser les rendements et demeurer sensibles à la fiscalité.

6. Comment faites-vous pour développer vos affaires ?

Les références de nos clients, de nos partenaires Banque Nationale et de nos partenaires externes (ex. : comptables). Notre performance annuelle exceptionnelle est une carte de visite pour nos clients et leur famille. Enfin, nous venons tout juste de remporter le prix de « l'Équipe de l'année », un prix national dans le cadre du programme de Reconnaissance de l'Excellence 2017. Les critères d'évaluation étaient la qualité de la gestion d'investissements, la production, le total des actifs, la croissance des actifs, le rendement du portefeuille, le respect du code d'éthique de la firme et notre niveau d'engagement social.

7. De quelle façon vous impliquez-vous socialement ?

Nous avons plusieurs implications. D'ailleurs, **Sophie Paquet** a reçu le prix de la responsabilité sociale au niveau régional cette année. Les causes qui nous tiennent à cœur sont nombreuses : Centraide, la YWCA, le Leadership au féminin, L'Externat St-Jean-Berchmans, le Collège Jésus-Marie et le MNBAQ.

8. Une bonne pratique qui fait une différence dans le développement de vos affaires.

Travailler en synergie avec la Banque et s'impliquer activement au sein de notre communauté. Nous organisons plusieurs événements pour nos clients tout au long de l'année, car le développement de nos affaires passe d'abord et avant tout par la satisfaction de notre clientèle. Les relations Familles-Firme ont été une autre avenue importante de développement, et ce afin d'assurer la pérennité des relations et de conserver les actifs à la suite d'un décès.

9. Quel conseil donneriez-vous à un jeune conseiller ambitieux qui commence sa carrière à la FBNGP ?

Bien s'entourer d'une équipe complémentaire et surtout avoir un horizon à très long terme. Enfin, intégrer une équipe existante peut être grandement avantageux.

10. Quelles tendances anticipez-vous dans le développement des affaires dans les cinq prochaines années ?

Les médias sociaux sont une vitrine pour se positionner dans un univers rapide, changeant et qui possède une mémoire à très court terme. De là l'importance d'utiliser les différents réseaux sociaux pour faire connaître son image de marque et partager sa vision et sa valeur ajoutée. La technologie prend une place de plus en plus prédominante dans le développement des affaires. Clients et prospects vont tous exiger d'obtenir l'information juste et rapidement. Ceux ou celles qui ne seront pas prêts, ne pourront survivre à cette lourde tendance.

11. Selon vous, quels impacts peuvent avoir les médias sociaux dans le développement des affaires ?

Une très grande portée à faible coût; c'est un médium extraordinaire permettant de se positionner en tant qu'expert dans notre domaine, de partager des articles de contenu.

12. Mise en situation : vous avez appris qu'un de vos meilleurs clients a rencontré un conseiller de la concurrence pour une seconde opinion. Que faites-vous ?

Il faut fixer une rencontre rapidement afin d'adresser les inquiétudes du client. Si une seconde opinion est demandée, c'est un signal d'insatisfaction. Chaque client et chaque situation est unique. Nous devons chercher à cibler et comprendre les besoins afin d'y répondre le mieux possible. Parfois les gens cherchent simplement à être rassurés et c'est à nous de prendre ce flambeau.