

## Assurances

### CONSEILS AUX JEUNES AGENTS

Avant tout, soyez sincère et de bonne foi. Il est à supposer que vous êtes très zélé, sans quoi ce carnet ne serait pas entre vos mains. Dirigez le feu de votre enthousiasme et de votre conviction sincère contre l'homme que vous sollicitez. Rappelez-vous que tout homme est éloquent au sujet de ce qu'il croit et comprend parfaitement. Vous-même, comprenez bien l'assurance et croyez en elle, et vous convaincrez les autres. Ayez beaucoup de sincérité. Servez-vous d'exemples, citez des cas. Vous connaissez des infortunes dues à des accidents, à la maladie. Le postulant pensera à d'autres. On a laissé tomber l'assurance; les enfants ont faim. Si vous ne pouvez pas captiver complètement l'attention de votre interlocuteur, vous ne comprenez pas à moitié votre police, qui protège la vie avant que celle-ci abandonne le corps. Pendant la dernière conversation, mettez la police de côté. Il faut que le regard de votre client rencontre le vôtre pendant que vous ajoutez de la force personnelle à la logique de la situation.

Surtout, restez dans votre sujet, ne vous en écarter pas. Des objections peuvent vous être faites auxquelles vous devez répondre. Observez de près votre homme et soyez prêt à citer comme argument spécialement fort en faveur de votre proposition, ce qui d'après vous doit élever un doute dans l'esprit de votre client. Faites qu'il s'étonne d'avoir élevé une telle objection. Ainsi vous n'êtes jamais sur la défensive.

Maintenant, au résultat. Le client désire la police. C'est une irrésistible conclusion, si vous avez bien fait votre travail. Citez le prix en dernier lieu. C'est la règle que l'on devrait toujours suivre.

Ayez prêt le blanc de demande. Faites-le signer. Ne craignez pas de forcer le résultat final. Ne parlez pas trop longtemps. Etudiez et observez votre homme. Ayez votre plume prête. C'est maintenant le moment décisif. Ne laissez pas échapper l'occasion.

En même temps, obtenez un paiement. Ayez pour règle de finir l'affaire en même temps que le client signe sa demande d'assurance. C'est plus facile en ce moment. Votre adhésion à ce principe strict d'affaires commandera le respect de votre client.

### LES QUATRE ÉLÉMENTS D'UNE VENTE

Dans toute vente, de quelque sorte qu'elle soit, il y a quatre éléments:

Premièrement, faire attention; deuxièmement, exciter l'intérêt pour la marchandise offerte en vente; troisièmement, créer un désir pour la marchandise; qua-

trièmement, provoquer la décision de faire un achat.

Attention, intérêt, désir, résolution de posséder.

Pensez-y—avez-vous jamais acheté quelque chose sans que votre esprit ne passe par ce procédé mental?

L'action est plus rapide en certains cas qu'en d'autres, mais l'analyse prouve la transition entre chaque phase jusqu'à la conclusion de l'achat, bien que, de nombreux cas une offre de vente soit suivie promptement d'un achat. Cela veut dire que l'attention, l'intérêt et le désir étaient passés avant que la marchandise ait été offerte en vente.

Une fois convaincu de l'existence de ces quatre éléments dans toutes les ventes, commencez à étudier la manière de vous y prendre dans chaque cas.

Vous devez d'abord obtenir l'attention de la personne à qui vous parlez. C'est là qu'il est utile de comprendre la nature humaine.

Rappelez-vous que si votre interlocuteur vous laisse simplement parler, ce n'est pas un signe qu'il vous accorde son attention.

S'il continue à lire un journal ou sa correspondance, s'il va vers son bureau et commence à examiner ses livres, c'est que vous lui prenez une partie de son temps et que vous employez tout le vôtre inutilement. Si vous ne pouvez pas dire quelque chose qui éveille son attention, qui lui fasse quitter son occupation et le force à se tourner vers vous pour savoir ce que vous dites, il vaut mieux, pour vous et votre cause, vous retirer le mieux et aussi courtoisement que possible, en vous laissant une porte de rentrée de façon à pouvoir revenir après avoir conçu un plan d'attaque qui vous permette de forcer l'attention de cet homme.

Si vous n'obtenez pas l'attention tout entière de votre homme, vous ne pouvez jamais exciter son intérêt, ce qui est la phase suivante dans le progrès de la vente: il est plus qu'inutile de gaspiller votre temps, car si l'homme sollicité ne s'intéresse pas à vos arguments, vous créez, si vous prolongez votre visite, un sentiment de mauvaise volonté contre vous et votre proposition. Ce sentiment peut exciter à l'insu de l'homme sollicité, mais se fera jour par ses actes et ses paroles.

Si vous ne pouvez pas trouver le moyen d'exciter de l'intérêt pour vous et votre proposition, retirez-vous jusqu'à ce que vous ayez trouvé ce moyen.

Vous ne pouvez exciter l'intérêt qu'à près avoir captivé l'attention.

Une fois l'intérêt excité, entretenez-le en le faisant croître continuellement jusqu'à ce que cet intérêt se change en désir.

Ayez toujours présents à l'esprit les quatre éléments de toute vente: attention, intérêt, désir et résolution de posséder. Basez toujours vos arguments sur ces quatre éléments.

Téléphone Main 553.

**ESINHART & EVANS**

Agents principaux

**SCOTTISH UNION & NATIONAL  
INSURANCE COMPANY  
OF EDINBURGH**

**GERMAN AMERICAN  
INSURANCE COMPANY,  
NEW YORK**

et Courtiers Généraux d'Assurance.

Argent à prêter sur Biens Fonciers, aux  
taux courants les plus bas. Demande  
directe sollicitée.

**BUREAU:  
EDIFICE LAKE OF THE WOODS,  
39 RUE ST-SACREMENT,  
MONTREAL.**

## London Guarantee & Accident Co. Limited.

Contrats de Garantie et de Fidélité.  
Polices d'assurances contre les Acci-  
dents et la Maladie.

Polices Collectives contre les Acci-  
dents pour les Ouvriers.

**D. W. Alexander,** Gérant pour  
le Canada.

**TORONTO.**

**W. M. McCombe,** Gérant pour la  
Province de Québec,  
Edifice Canada Life, MONTREAL.

## ASSUREZ-VOUS

DANS

## LA SAUVEGARDE

- 10 PARCE  
QUB** Ses taux sont aussi avan-  
tageux que ceux de n'importe  
quelle compagnie.
- 20 PARCE  
QUB** Ses polices sont plus libérales  
que celles de n'importe quel-  
le compagnie.
- 30 PARCE  
QUB** Ses garanties sont supérieu-  
res à la généralité de celles  
des autres compagnies.
- 40 PARCE  
QUB** La sagesse et l'expérience de  
sa direction sont une garantie  
de succès pour les années  
futures.
- 50 PARCE  
QUB** Par dessus tout, elle est une  
compagnie qui donne fran-  
chise et ses capitaux restent  
dans la province de Québec  
pour le bénéfice des nôtres.

**Siège social: 7 PLAGE D'ARMES,  
MONTREAL.**