



# Concevoir la solution d'assurance maladies graves

## La voie de la réussite

Conseils d'experts sur la façon d'aborder  
les ventes d'assurance maladies graves

Réservé aux conseillers



Il existe un vaste choix sur le marché en ce qui concerne les montants de couverture de l'assurance maladies graves, les structures de prime et les avenants facultatifs qu'il peut être difficile de s'y retrouver parmi toutes les options. Vous pouvez en simplifier le processus en abordant, dans l'ordre, les décisions essentielles que doivent prendre vos clients et qui vous guideront dans l'élaboration de votre recommandation définitive en matière d'assurance maladies graves.

En abordant chaque décision dans l'ordre précisé ci-dessous, cela vous assure que la cliente ou le client ne se sent pas dépassé par les nombreux choix offerts au chapitre de la conception du produit. Il est important que votre client ait déjà exprimé qu'il voit la valeur du concept voulant qu'une somme d'argent soit versée à la suite du diagnostic d'une maladie grave avant de lui présenter quelque scénario de produit et de coût que ce soit. Dès que vous avez suscité l'intérêt de vos clients pour le concept de l'assurance maladies graves, ce n'est qu'à ce moment que vous abordez les décisions essentielles qu'ils doivent prendre, et ce, dans l'ordre suivant :

**1**

### Première décision : quel montant de couverture faut-il?

La première décision à prendre est le montant de la couverture nécessaire, c'est-à-dire le montant de la garantie. Ce montant est déterminé en fonction de ce que votre cliente ou client ferait avec la prestation d'assurance maladies graves s'il recevait le diagnostic d'une maladie grave couverte. En additionnant les coûts des différents éléments pour lesquels vos clients souhaitent que les fonds soient utilisés, vous obtenez le montant de la garantie avant qu'ils ne voient les structures de prime, les avenants ou les garanties facultatives variées sur lesquels ils devront prendre des décisions. En abordant le niveau de garantie souhaité en premier lieu, cela empêche la cliente ou le client d'avoir une fixation sur un type de produit spécifique ou une garantie facultative particulière qui pourrait l'amener à déterminer un tout autre montant de garantie qu'il souhaite ou dont il a besoin.

**2**

### Deuxième décision : pour combien de temps?

Une fois que vous avez déterminé le montant de la couverture, vous devez aider votre cliente ou client à vous dire pendant combien de temps il souhaite bénéficier de la protection et s'il désire que le montant reste le même ou diminue au fur et à mesure qu'il devient à l'aise sur le plan financier. Plutôt que d'utiliser les termes de l'industrie comme « couverture d'assurance temporaire » ou « couverture d'assurance permanente », vous pouvez demander à votre cliente ou client s'il souhaite une couverture de 10 ans, 20 ans ou à vie.

**3**

### Troisième décision : les options

Ce n'est qu'une fois que les deux premières décisions ont été prises que vous devez passer à la décision finale que votre client doit prendre, à savoir quels sont les avenants ou les garanties facultatives qu'il souhaite ajouter, le cas échéant. C'est à ce point-ci qu'il convient d'aborder le remboursement des primes, si le budget du client le permet.

# À propos de l'Équitable

Chez l'Équitable, nous croyons en la force de travailler ensemble. Cela oriente notre façon de collaborer les uns avec les autres, la façon dont nous aidons nos clients et nos partenaires, et la façon dont nous soutenons les communautés où nous vivons et travaillons.

Ensemble, nous et nos partenaires de partout au Canada offrons des solutions en matière d'assurance individuelle, d'assurance collective et d'épargne-retraite. Ainsi, nous aidons nos clients à se protéger aujourd'hui tout en préparant demain.

Nous croyons que le monde est meilleur lorsque nous travaillons ensemble à bâtir une vie Équitable pour tous.



MC et MD indiquent respectivement une marque de commerce et une marque déposée de L'Équitable, compagnie d'assurance vie du Canada.

1927FR (2020/10/15)