

# PERSPECTIVES

OFFICIAL MAGAZINE OF CANADA'S MORTGAGE INDUSTRY



REVUE OFFICIELLE DE L'INDUSTRIE HYPOTHÉCAIRE CANADIENNE



## Hard Work and Standing Tall: Manjit Minhas On Being An Entrepreneur

Travail acharné et fierté :  
Manjit Minhas  
discute de  
l'entrepreneuriat

8 Canada Needs to Build  
More New Housing  
Le Canada doit construire  
plus d'habitations

14 Possible Consequences  
of the Federal Election  
Conséquences possibles  
des élections fédérales

72 The Digital Future of  
the Mortgage Industry  
L'avenir numérique du  
secteur hypothécaire



# HARD WORK AND STANDING TALL: MANJIT MINHAS ON BEING AN ENTREPRENEUR

---

# TRAVAIL ACHARNÉ ET FIERTÉ : MANJIT MINHAS DISCUTE DE L'ENTREPRENEURIAT

By / Par : Adnan Mohamedbhai

There are a handful of Canadians who can both talk the talk and walk the walk when it comes to building businesses, and Manjit Minhas is definitely one of them. With the 10th largest brewery in the world in her portfolio, worth a whopping \$187 million, Minhas has achieved unprecedented success in the world of marketing and brand development.

---

Il y a une poignée de Canadiens et de Canadiennes qui savent joindre le geste à la parole lorsqu'il s'agit de bâtir des entreprises, et Manjit Minhas est certainement du nombre. Propriétaire de la dixième plus grande brasserie au monde, d'une valeur de 187 millions de dollars, Minhas a atteint un succès sans précédent dans le monde du marketing.

She sits down for a heart-to-heart conversation with us about the many aspects of her life and business that fuel her entrepreneurial spirit, her continued business success, and provides tangible advice to mortgage professionals along the way.

**Q: You started in engineering, but then pivoted 180 degrees and went toward marketing businesses. How and why did that pivot happen?**

**A:** It didn't happen overnight, despite what it might look like. It happened as there were successes along the way, while I did things at the same time. As I was doing engineering, we started the spirits company. As we saw successes and built on it, we got into beer. When our first beer in Alberta, Mountain Crest Classic Lager, really took off, then I did leave engineering behind and focused on that. From there, we grew from just being a marketing, branding and sales company to a manufacturing company. In order to continually grow and have better economics and more control, we brought in-house the creation of all the labels and marketing, trucking, bottle decoration, advertising, etc. They were all brought in at different times over the last 20 years, but they all had a business case and some risk involved. With that said, all of them we, thankfully, were able to manage and pay attention to, and all did what they were intended to do and continue to do so.

**Q: Consumers are savvy and informed compared to two decades ago, with information available with a simple click. Why is it important to be mindful of what consumers want and not just what you want to sell?**

**A:** The companies that have excelled and stood the test of time really believed that the consumer is their king or queen because without them you are nothing. If you don't build, sell or create what they are willing to put their hard-earned money in, and if you don't recognize that it's their hard-earned money that they are giving you, you will not be around for long or be profitable. I strongly believe in not only transparency of product and company, but to continuously be listening to your customers. What are they looking for? What do they want to try? Who do they want to support? At the end of the day, how they do that is with their money. Lots of people can hit it big once and have a gimmicky product or service, but in order to get customers coming back and developing a relationship, it is definitely important to open your ears up as a company and listen to what they are telling you, either verbally or with their money.

**Q: Mortgage professionals, especially brokers, are positioned as another choice to consumers. As a business person and a consumer, why is having "choice" important, and how can service-oriented individuals make the choice black and white for consumers?**

**A:** Today, every company is compared to GAFA: Google, Amazon, Facebook and Apple. When you are compared to the experience that GAFA can give you, not only the speed but the full start-to-finish experience, everybody will have to up their game in a variety of ways: transparency, ease, cost. I think that everybody, at their core, no matter what they do, has to be a salesperson and has to be able to not only sell themselves and what talents and skills they embody, but also cohesively and elegantly sell what product or service they are selling. In this case, it's mortgages.

Whenever I listen to a pitch, what they have to answer at a basic level for anybody to buy is the "Ws"—the who, what,

Elle nous a accordé une entrevue à cœur ouvert sur son esprit d'entreprise et son succès commercial sans manquer de donner des conseils tangibles aux professionnels hypothécaires.

**Q: Vous avez commencé dans l'ingénierie, mais vous avez ensuite choisi le marketing. Comment et pourquoi ce revirement s'est-il produit ?**

**R:** Cela ne s'est pas fait du jour au lendemain. C'est arrivé parce que j'ai eu des succès inespérés en cours de route. Pendant que je travaillais comme ingénieure, nous avons fondé une société de spiritueux. Encouragés par nos succès, nous nous sommes lancés dans le secteur de la bière. Lorsque notre première bière albertaine, la Mountain Crest Classic Lager, a vraiment décollé, j'ai abandonné l'ingénierie. De là, nous sommes passés d'une simple entreprise de marketing à une entreprise manufacturière. Nous avons apporté en interne la création de toutes les étiquettes et le marketing, le camionnage, la décoration des bouteilles, la publicité, etc. Chaque fonction a été intégrée à des moments différents au cours des 20 dernières années.

**Q: Les consommateurs sont plus avisés qu'il y a deux décennies. Pourquoi est-il important de tenir compte de leurs désirs ?**

**R:** Les entreprises qui résistent à l'épreuve du temps croient que le consommateur est roi. Si vous ne créez pas ce dans quoi sont prêts à investir leur argent durement gagné, et si vous ne reconnaissez pas que c'est de l'argent durement gagné qu'ils vous donnent, vous ne serez pas là pour longtemps. Je crois non seulement en la transparence du produit et de l'entreprise, mais aussi à l'écoute permanente de ses clients. Qu'est-ce qu'ils cherchent ? Que veulent-ils essayer ? Qui veulent-ils soutenir ? En fin de compte, c'est leur argent. Beaucoup de gens peuvent réussir une fois avec un produit ou un service gadget, mais pour que les clients reviennent et développent une relation, il est certainement important d'ouvrir ses oreilles.

**Q: Les professionnels du crédit hypothécaire se positionnent comme une alternative pour les consommateurs. En tant que femme d'affaires et consommatrice, pourquoi est-il important d'avoir le « choix » et comment les personnes serviables peuvent-elles rendre le choix évident pour les consommateurs ?**

**R:** Aujourd'hui, chaque entreprise se compare à GAFA : Google, Amazon, Facebook et Apple. Lorsque l'on est comparé à l'expérience client que ces entreprises peuvent procurer, tout le monde doit améliorer son jeu de plusieurs façons : transparence, facilité, coût. Je pense que chacun doit être un vendeur et être capable non seulement de vendre ses talents, mais aussi de vendre de manière cohérente et élégante son produit ou son service. Dans ce cas-ci, ce sont des prêts hypothécaires.

Chaque présentation de vente doit répondre aux questions de base, à savoir qui, quoi, où, quand et pourquoi. Si vous répondez de façon satisfaisante à quatre de ces questions, votre vente sera conclue à coup sûr.

Nous cherchons tous à cocher une case, à fermer un cercle, à terminer une tâche et à le faire de la façon la plus efficace possible, de façon à pouvoir mettre notre tête sur notre oreiller ce soir-là et dire : « J'ai réussi ! Bonne décision !

# MANJIT MINHAS



**M**anjit Minhas has been able to do what few ever thought possible—break into the notoriously competitive and male-dominated beer and spirits industry.

Minhas Breweries, Distilleries and Winery, which Minhas co-founded with her brother Ravinder, is now the 10th largest brewery in the world, producing over 90 brands of beer, spirits, liquor and wine. She is now the sole owner, President, and CEO of the company, which has served over 1 billion pints of beer to date. Originally trained as an engineer, Minhas strives to minimize the environmental impact of her company, producing beer using the least amount of cleaning and water-treatment chemicals, gas, electricity and water. She is now a specialist in brand development, marketing, sales, retail negotiations and is currently a judge on CBC's *Dragons' Den*.

Minhas has received many awards, including Canada's Women Executive Network's Top 100 Women Entrepreneurs, *Profit's* Top Growth Entrepreneur and *Chatelaine's* Top Entrepreneur Woman of The Year. She's been profiled in *Maclean's*, *The Globe and Mail* and CBC TV's *The National*, and was recently named one of Canada's Top 40 Under 40, a distinction honouring outstanding Canadian leaders.

**M**anjit Minhas a été capable de faire ce que peu de gens pensaient possible : se lancer dans l'industrie de la bière et des spiritueux, notoirement compétitive et dominée par les hommes.

Minhas Breweries, Distilleries and Winery, que Minhas a fondée avec son frère Ravinder, est aujourd'hui la 10<sup>e</sup> brasserie en importance dans le monde, produisant plus de 90 marques de bière, spiritueux et vins. Elle est maintenant l'unique propriétaire, présidente et chef de la direction de l'entreprise, qui a servi à ce jour plus d'un milliard de pintes de bière. Ingénieure de formation, M<sup>me</sup> Minhas s'efforce de minimiser l'impact environnemental de son entreprise en produisant de la bière avec le moins possible de produits chimiques de nettoyage et de traitement de l'eau, de gaz, d'électricité et d'eau. Elle est maintenant spécialiste du développement de marques, du marketing, des ventes, des négociations de vente au détail et est actuellement juge à l'émission *Dragons' Den* de la CBC.

M<sup>me</sup> Minhas a reçu de nombreux prix, dont un classement parmi les 100 meilleures femmes entrepreneures du Réseau des femmes exécutives du Canada, le prix *Profit* Top Growth Entrepreneur et le prix de l'entrepreneure de l'année du magazine *Châtelaine*. Elle a fait l'objet de reportages dans *Maclean's*, *The Globe and Mail* et *The National* de CBC TV, et a récemment été nommée parmi les 40 Canadiens les plus performants de moins de 40 ans, une distinction honorant des leaders canadiens exceptionnels.



where, when and why. If you are able to satisfy four out of five of those to my liking, I can guarantee you can close the sale.

All of us, at the end of the day, are looking to check a box, to close a circle, to finish a task and to do it in the most efficient way possible, where we can put our head on our pillow that night and say: "I did that, good job. Great decision. I can move on to the next." The way that you do that is not by double guessing yourself, and double guessing the person who is selling that to you. I really do believe that as a salesperson you do have to get in a person's core and answer their basic needs. Those questions need to be answered as part of the sales pitch, and they have to be honed, they have to be practised, they have to be concise. Nobody wants to listen to somebody and be a detective to figure it out after somebody speaks for an hour.

**Q. What does hard work mean to you?**

- A. I think at all stages in your career and in a business, the definition of hard work changes. The hard work to begin with is really getting a product or service that has a value proposition and a market, and that somebody is willing to pay for. After, it changes to making sure it's consistent, making sure it is quality and making sure that the numbers work. After that, you discover that you can't manage all the moving parts on your own. Find and develop team members who see the vision and believe in the mission of what the company, not just the product and service, does to benefit people in their lives and what we all are working toward. Then it changes again into being more of a leader than the person who is executing the vision and being able to inspire, find communication and lead that group: continuously cultivating a culture that team members want to be a part of.

**Q. What aspects of entrepreneurship would you ask aspiring mortgage entrepreneurs to keep in mind as they look down that path?**

- A. A couple of things. Don't expect success right away, whatever your definition of success is. It's not only money in the bank, the size of business or the freedom to do what you want, when you want to do it. It will take years to get to, despite what it might look like from the outside. You only hear about it once people are successful. You don't hear about their building stage, and all the failures and challenges they have had to go through to get where they are.

It is important for people to also understand that there is a lot of risk and sacrifice involved. Not only financially, but time, relationships, mindset and stress. It's not something that you just work at nine to five and you leave at the office. It is something that you eat, sleep and breathe, and that is the way that it becomes successful because you are essentially obsessed with it.

Also, understand that you move the yardstick constantly as an entrepreneur. We are always wanting more, and that is what keeps us going and that what gives us drive. I can definitely tell you that it is what keeps me going, and gives me that drive, persistence and makes me wake up every morning ready for the new challenge of the day and the week.

Furthermore, I believe that an entrepreneur has to be an optimist. It is a hard life and career path to choose because of so many challenges along the way. If you don't believe

Je peux passer au suivant. » Je crois vraiment qu'en tant que vendeur, il faut toucher le cœur d'une personne et répondre à ses besoins fondamentaux. Il faut répondre à ces questions dans le cadre de l'argumentaire de vente, et il faut les affiner, les mettre en pratique et les rendre concises. Personne ne veut être obligé de jouer au détective pour tenter de trouver les réponses après que quelqu'un ait parlé pendant une heure.

**Q: Que signifie pour vous de travailler dur ?**

- R: Je pense qu'à toutes les étapes de votre carrière et dans une entreprise, la définition du travail acharné change. Au départ, le travail difficile consiste à obtenir un produit ou un service qui a une proposition de valeur et un marché, et pour lequel quelqu'un est prêt à payer. Par la suite, il faut s'assurer de l'uniformité, de la qualité et de l'efficacité. Après cela, vous découvrez que vous ne pouvez pas gérer toute seule toutes les pièces mobiles. Trouvez et formez des employés qui comprennent la vision et croient en la mission de ce que l'entreprise, et pas seulement les produits et services, fait pour le bien des gens. Ensuite, il faut être un leader plutôt qu'une exécutante de la vision, capable d'inspirer, de trouver la communication et de diriger ce groupe : entretenir une culture à laquelle les employés veulent participer.

**Q: Quels aspects de l'entrepreneuriat demanderiez-vous aux futurs entrepreneurs hypothécaires de garder à l'esprit lorsqu'ils envisagent cette voie ?**

- R: Une ou deux choses. Ne vous attendez pas à un succès immédiat, quelle que soit votre définition du succès. Ce n'est pas seulement l'argent à la banque, la taille de l'entreprise ou la liberté de faire ce que vous voulez, quand vous le voulez. Il faudra des années pour y arriver, malgré ce à quoi cela pourrait ressembler de l'extérieur. On n'en entend parler qu'une fois que les gens ont réussi. On n'entend pas parler de l'étape de leur construction et de tous les défis qu'ils ont dû relever pour en arriver là où ils sont.

Il est important que les gens comprennent aussi qu'il y a beaucoup de risques et de sacrifices à consentir. Non seulement financièrement, mais aussi en termes de temps, de relations, de mentalité et de stress. Ce n'est pas quelque chose que l'on fait de neuf à cinq et qu'on laisse au bureau. C'est quelque chose que l'on mange et que l'on respire, et c'est ainsi qu'on réussit parce qu'on est essentiellement obsédé.

Comprenez aussi que vous changez constamment de point de repère en tant qu'entrepreneur. Nous en voulons toujours plus, et c'est ce qui nous permet de continuer et qui nous motive. Je peux certainement vous dire que c'est ce qui me permet de tenir le coup, et me donne ce dynamisme, cette persévérance et me fait me réveiller chaque matin prête pour le nouveau défi du jour et de la semaine.

De plus, je crois qu'un entrepreneur doit être optimiste. C'est un choix de vie et de carrière difficile à faire en raison des nombreux défis à relever. Si vous ne croyez pas que tout va bien se passer, que les choses vont aller comme vous l'entendez et que vous allez obtenir cette vente ou conclure cette entente, c'est vraiment difficile de continuer et de continuer année après année, surtout quand ce n'est pas rentable. Être entrepreneur n'est certainement pas facile pour le cœur, l'esprit ou le portefeuille.

that it is going to be OK, things are going to go your way, and that you are going to get that sale or close that deal, it's really tough to continue and keep going year after year, especially when it is not profitable. Being an entrepreneur is definitely not easy on the heart, on the mind or the wallet.

**Q : In the mortgage industry, we see women who are breaking barriers and challenging the status quo, much like yourself in your industry. What feedback or direction would you give women?**

**A :** As a woman, you have to believe you are going to be unique and you are going to stand out. I very quickly decided that if I'm going to stick to this, and I don't want to be heart broken and cry after every meeting I leave, I am not only going to have to develop a thick skin but I'm going to stand out in the room and I'm going to use it to my advantage. I'm going to make people remember me, and that's exactly what I did and still do. I am always the best researched, the best prepared. I'm on time. I believe in putting my best foot forward. Not only did it build confidence in myself, but it made people around me respect me very early on. I'm going to have the best product to my ability, and I'm going to do everything in my corner to make sure that no one can punch holes in my business plans, in my product or in me. Make it harder for people to criticize you and make up things as they want to. I think in this day and age you can always change anything, but arguably you can't change who you are, so use that as your advantage. It is a mindset and I think that, just like anything, if you believe it to be true then others around you will be forced to believe it, too.

**Q : Even with your busy schedule, you have found a way to give back through charities, your time, even being socially responsible within your business. Why is that important to you?**

**A :** I think that it's important to be a responsible citizen no matter what you choose as your day job. I want to, like most people at one point or another, put my head on my pillow and say, at the end of the day I did the best I could with the tools that are given to me, and that I made a difference not only in my own life but somebody else's life.

I have, through a combination of hard work and some luck, been able to be successful, and supported by Canadians and other citizens around this world, and I think that it is important for me to support back. Without that gratitude and that strong belief in karma, we are no better than where we started.

I try to be one percent better every single day, as far as learning something new, giving more time, giving more money, teaching those around us what I've learned, learning from those around me, having mentors and giving mentorship. I do believe that it creates a whole person, too. I don't think that anybody can just work and, at the end of a lifetime, call that a satisfactory existence.

I definitely have been blessed. And while I have energy and money (Who knows? They can disappear tomorrow, for all I know.), I want to be able to give back and build in the communities that I live in and that I chose to raise a family in, and help others through tough times because everybody can have them. It also helps an individual build compassion and empathy, which I think are really important factors in being a good leader. Also, for me, giving back is important in building my character but also gives me lots of happiness.

**Q : Dans le secteur hypothécaire, nous voyons des femmes qui brisent les barrières et remettent en question le statu quo. Quel conseil donnez-vous à ces femmes ?**

**R :** En tant que femme, vous devez croire que vous allez être unique et que vous allez vous démarquer. J'ai très vite décidé que si je ne voulais pas avoir le cœur brisé et pleurer après chaque réunion, non seulement j'ai eu à me constituer une cuirasse, mais aussi me distinguer. Je vais faire en sorte que les gens se souviennent de moi, et c'est exactement ce que j'ai fait et continue de faire. Je suis toujours la mieux documentée et la mieux préparée. J'arrive à l'heure. Je crois qu'il faut faire de son mieux. Non seulement cela m'a donné confiance en moi, mais les gens autour de moi m'ont respecté très tôt. Je vais avoir le meilleur produit possible et je vais faire tout ce qui est en mon pouvoir pour m'assurer que personne ne puisse trouver des failles dans mes plans d'affaires, dans mon produit ou en moi. Je pense qu'à notre époque, on peut toujours tout changer, mais on ne peut sans doute pas changer qui on est, alors utilisez cela comme avantage. C'est un état d'esprit et si vous croyez que c'est vrai, les autres autour de vous seront forcés de le croire aussi.

**Q : Même si vous avez un emploi du temps chargé, vous avez trouvé un moyen de donner en retour par l'entremise d'organismes de bienfaisance, en consacrant votre temps et même en étant socialement responsable dans votre entreprise. Pourquoi est-ce important pour vous ?**

**R :** Je pense qu'il est important d'être un citoyen responsable, peu importe ce que vous choisissez comme travail de jour. Comme la plupart des gens, je veux, à un moment ou à un autre, mettre ma tête sur mon oreiller et dire qu'à la fin de la journée, j'ai fait de mon mieux avec les outils qu'on me donne et que j'ai fait une différence non seulement dans ma propre vie, mais dans celle d'autrui.

Grâce à une combinaison de travail acharné et de chance, j'ai réussi et j'ai obtenu l'appui des Canadiens et d'autres citoyens du monde entier, et je pense qu'il est important pour moi d'appuyer cette initiative. Sans cette gratitude et cette foi inébranlable dans le karma, nous ne sommes pas meilleurs que là où nous avons commencé.

J'essaie de m'améliorer d'un pour cent chaque jour, pour ce qui est d'apprendre quelque chose de nouveau, de donner plus de temps, d'argent, d'enseigner ce que j'ai appris, d'apprendre de mon entourage, d'avoir des mentors et d'en être une pour les autres. Je crois que cela crée aussi une personne entière. Je ne pense pas que quiconque puisse simplement travailler et, à la fin de sa vie, appeler cela une existence satisfaisante.

J'ai définitivement été favorisée. Et bien que j'aie de l'énergie et de l'argent (qui sait, ils peuvent disparaître du jour au lendemain), je veux pouvoir redonner et bâtir dans les communautés où je vis et où j'ai choisi d'élever une famille et d'aider les autres dans les moments difficiles, car tout le monde peut les avoir. Cela aide aussi les gens à développer de la compassion et de l'empathie, ce qui, à mon avis, est un facteur très important pour être une bonne leader. Aussi, pour moi, redonner est important dans la construction de mon caractère, mais me donne aussi beaucoup de bonheur.





*This interview was part of a longer conversation and was edited for this publication. Manjit Minhas will speak at the Mortgage Professionals Canada National Mortgage Conference, November 17-18 in Toronto.*

*Cet entretien s'inscrivait dans une conversation plus longue qui a été écourtée pour cette publication. Manjit Minhas prendra la parole au Congrès hypothécaire national qui se tiendra les 17 et 18 novembre à Toronto.*