

SPECIAL IMMOBILIER

LA RELATION CLIENT : POUR CERTAINS UN CONCEPT MARKETING.
POUR NOUS, VOTRE MEILLEUR ATOUT !

Livre Blanc Immodvisor
Edition 2015

immodvisor



SOMMAIRE

L'ÉDITO	3
LE MARCHÉ IMMOBILIER : ÉTAT DES LIEUX	4
Comprendre les comportements d'aujourd'hui.....	4
Le nouveau consommateur immobilier.....	5
Le parallèle avec vos propres problématiques.....	7
Regard d'Outre Atlantique.....	8
DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE : CONSTRUCTION D'UNE RELATION CLIENT	9
Étape 1 : Offrir un support commun à tous.....	9
Étape 2 : Rétablir le dialogue.....	11
Étape 3 : Diffuser une information de qualité.....	13
Étape 4 : Offrir une e-Vitrine à votre société.....	15
PLACE AUX CLIENTS	17
CONCLUSION	21



Internet a transformé et continue de transformer le monde. Et le secteur de l'immobilier n'est pas en reste.

Il est même en pleine mutation digitale. L'arrivée de nouveaux usages, d'outils innovants, de nouveaux supports de communication a complètement transformé les codes du secteur tout entier.

Internet a également modifié les rapports sociaux, vous offrant à vous, professionnels de l'immobilier, de nouvelles perspectives de croissance ! Mais pas seulement. Le web a aussi redistribué les cartes en modifiant en profondeur le comportement du consommateur immobilier.

Alors, qui est le consommateur immobilier 2.0 ? Quel est son comportement ? Et surtout, comment répondre à ses attentes, tout en vous permettant de relancer vos ventes ?

Connaissez vous la Relation Client Nouvelle Génération spécialement conçue pour l'immobilier ?

C'est tout l'objet de ce livre blanc : vous faire oublier les idées préconçues sur la Relation Client, pour vous en faire découvrir une nouvelle, d'un tout autre genre ; capable de réunir tous les acteurs de l'immobilier, professionnels ET particuliers, sur un seul et même support. Capable aussi, de redéfinir le marché immobilier autour de l'idée de partage et de dialogue.

Envie d'en savoir plus ?

Je vous laisse alors assouvir votre curiosité et découvrir en quoi la e-Relation Client de l'immobilier est la clef de votre réussite.

Bonne lecture !
Jean-Philippe Emeriau
CEO et fondateur Immodvisor



LE MARCHÉ IMMOBILIER : ÉTAT DES LIEUX

Comprendre les comportements
d'aujourd'hui

Afin de pouvoir saisir toute la puissance des avis clients, il est absolument capital de comprendre le comportement des consommateurs d'aujourd'hui, et, plus concrètement, de vos prospects.

En effet, à l'heure de l'hyper-connexion, le consommateur a transformé ses habitudes, a adopté de nouveaux réflexes pour se transformer en un **Consommateur Nouvelle Génération averti, qui sait où trouver l'information, comment l'interpréter, et à qui se fier.**

De ce fait, son parcours d'achat a lui aussi été modifié. Désormais, la démarche d'achat du consommateur comporte une phase de recherche personnelle sur internet quasi systématique. Quels que soient le produit, le service, et plus largement l'information recherchée, les internautes

A NOTER

90% des internautes utilisent le web
pour préparer un acte d'achat

passent préalablement par internet pour se renseigner. Ainsi, il s'agit moins d'une nouveauté, que du prolongement, en ligne, d'une pratique qui a toujours existée : **le bouche à oreille**. Par ailleurs, aujourd'hui, les internautes ne sauraient se priver de ces conseils, de ces recommandations dont ils disposent à grande échelle, quel que soit leur besoin.

Si vous n'êtes pas encore convaincu de la réalité de ces nouvelles habitudes de consommation, un rapide tour d'horizon de ces « pratiques quotidiennes » devrait leur donner plus de sens.



Envie d'aller au cinéma mais vous ne savez pas quel film choisir ? A défaut d'avoir un proche pour pouvoir vous conseiller, quel sera le réflexe de 90% des Français ?

=> [Internet](#) > [Allocine](#) > [Avis, critiques et notes attribuées aux films du moment.](#)



Vous souhaitez vous offrir un nouveau téléviseur ?

Mais vous êtes un peu perdu dans toutes les fonctionnalités mises à votre disposition ? (écran incurvé, image 3D, HD...etc)

=> [Internet](#) > [sites marchands avec avis pour bénéficier de l'expérience des autres utilisateurs et pouvoir faire votre choix](#) > [Amazon](#), [Cdiscount](#)...



Vous voulez fêter un événement au restaurant et être sûr de ne pas vous tromper en allant dans un lieu qui vous corresponde ?

=> [Internet](#) > [Tripadvisor](#) / [La Fourchette](#) /etc... > [Restaurants sur « Paris »](#) > [Avis clients, notes attribuées.](#)

Vous l'aurez très vite compris, vous faites vous-même partie de ces 90%...

1.2

LE MARCHÉ IMMOBILIER : ÉTAT DES LIEUX

Le nouveau consommateur immobilier

Comme nous venons de l'évoquer, le parcours d'achat n'est plus le même aujourd'hui. Il a été largement influencé par l'outil Internet, créant un nouveau type de consommateur, et notamment, un nouveau type de consommateur immobilier.

Celui-ci possède alors des caractéristiques qui lui sont propres, et que vous devez prendre en compte.



UN CONSOMMATEUR EN MANQUE D'INFORMATION

En effet, pour réaliser l'investissement d'une vie, ou des travaux conséquents, les Français ont désormais besoin d'un nouveau genre d'information. A la fois plus concrète, et plus précise afin de les aider à prendre leur décision d'achat.

70%

Des Français considèrent que l'information diffusée sur le marché immobilier est opaque.



UN CONSOMMATEUR ACTEUR

Le consommateur immobilier est un consommateur qui se renseigne. Prudent, il va d'abord rechercher toutes les informations dont il a besoin en ligne, avant de faire appel à un professionnel et déclencher son acte d'achat.

82%

Des particuliers débutent leur projet immobilier sur internet.



UN CONSOMMATEUR EN MAL DE CONFIANCE

L'immobilier représente un tel investissement, qu'évidemment, la méfiance est omniprésente. D'autant plus quand on ne dispose pas de proches, ou plus largement d'un réseau, capable de nous conseiller.

79%

Des Français jugent que l'information est cloisonnée entre particuliers et professionnels de l'immobilier.

EN CLAIR, LES NOUVEAUX CONSOMMATEURS IMMOBILIERS RÉCLAMENT :

1. DE LA TRANSPARENCE

2. UNE NOUVELLE INFORMATION

3. UNE CONFIANCE RETROUVÉE

1.3

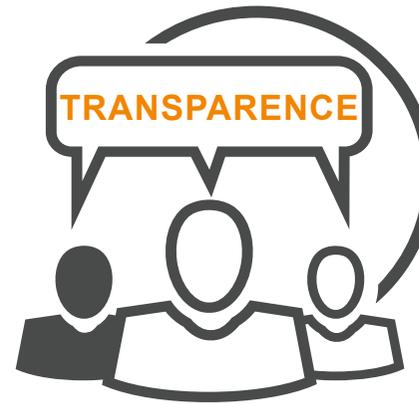
LE MARCHÉ IMMOBILIER : ÉTAT DES LIEUX

Le parallèle avec vos propres
problématiques

Immodvisor s'est donc attardé sur ces trois besoins formulés par les consommateurs Français :

TRANSPARENCE
INFORMATION
CONFIANCE

Et à y regarder de plus près, il s'avère que ce sont non seulement des besoins pour les consommateurs, mais aussi et surtout, des solutions à vos propres problématiques.



La transparence est la condition de l'amélioration de votre image.

En effet, à l'heure de l'hyperconnexion, elle devient inévitable. Alors autant apprendre à l'utiliser pour en faire un atout, et satisfaire vos prospects par la même occasion.



Diffuser une nouvelle information sur votre marque et vos services,

sous la forme du retour d'expérience de vos clients, vous permettra de vous démarquer de la concurrence et de gagner de nouveaux clients.



Regagner la confiance de vos clients et prospects vous permettra

de contrebalancer le climat de méfiance qui s'est installé au fil du temps, au cœur du marché immobilier.



REGARD D'OUTRE ATLANTIQUE AVEC ISABELLE VRILLIARD

Directrice Générale AVendreALouer de 2011 à 2013 et experte du web Français - Cadremploi.fr et ParuVendu.fr; Isabelle nous livre son regard sur l'immobilier aux USA et le rapport qu'il entretient avec les avis clients.

Pourquoi toujours vouloir regarder ce qu'il se passe aux Etats-Unis ?

La taille du pays, la mobilité des gens, les lois de chaque Etat, la forte culture du service, sont autant de réalités qui font que le marché de l'immobilier y sera toujours différent de l'immobilier en France. Alors pourquoi en parler quand même ? Parce que l'on peut avoir envie d'observer un marché où 90% des transactions y sont toujours réalisées par des agents immobiliers, "malgré la puissance d'Internet" a-t-on envie d'ajouter.

Ce qui marque d'abord, c'est l'incroyable quantité d'informations disponibles en ligne sur toutes les maisons. Et il ne s'agit pas seulement de descriptif détaillé, photos, plans et autres données locales sur les écoles ou la criminalité. Non, imaginez que tout le monde a accès à l'adresse exacte et à l'historique des prix de vente de toutes les maisons. Même les maisons qui ne sont pas en vente. A part avec des caméras chez le propriétaire, on ne voit pas bien comment faire plus transparent.

Ce qui marque ensuite, c'est l'essor des avis en ligne sur les agents immobiliers. Tous les sites d'annonces le proposent systématiquement et c'est votre agent lui-même qui vous demandera

de laisser un commentaire. Parce qu'il sait que cela lui apporte du business. La logique du phénomène est assez simple si on y réfléchit : **si toute l'information est disponible en ligne, il ne reste plus que la recommandation sur l'agent immobilier et la peur de se faire avoir, pour dissuader l'acheteur d'aller frapper à la porte du propriétaire.** Et parce que le web fait leur promotion, les agents continuent de prendre 6% de commission en moyenne pour leurs services.

Le service, parlons-en. Lorsque vous devez systématiquement payer un pourboire au restaurant ou qu'on vous demande systématiquement des références dans votre CV ; lorsque que vous-même plus jeune vous avez fait des petits boulots en gagnant votre vie grâce au pourboire des gens, vous savez quelle importance ont les enquêtes de satisfaction et les recommandations des autres. Alors vous trouvez normal de donner votre avis sur un agent immobilier. Culturellement, l'américain est enclin à donner un avis, autant positif que négatif. Il ne râle pas, il dit ce qu'il pense, parce qu'on l'y a invité à le faire toute sa vie, ne serait-ce que sous la forme du pourboire. Cela ne veut pas dire non plus que tous les agents immobiliers réclament des commentaires de leurs clients. Ce sont en réalité les agents

qui ont une activité régulière qui le font. Et non, tous les clients ne rédigent pas toujours des commentaires, que ce soit par oubli ou désintérêt.

Ce que l'on observe, c'est que l'engouement pour les "avis clients" sur les restaurants et les hôtels, tel qu'on le connaît aussi en France, a fini par toucher le monde de l'immobilier. En effet, qui ne se renseigne pas avant de choisir un film ? Un hôtel ? Une banque ? Alors pourquoi ne pas se renseigner sur celui qui va nous guider dans la plus grande transaction de notre vie ?

La recommandation en ligne est devenue un standard de consommation. Savoir en jouer, c'est enclencher un cercle vertueux dans lequel le client est prêt à payer un service qu'il sait par avance de qualité.



2.1

DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE : CONSTRUCTION D'UNE RELATION CLIENT

Étape 1 : Offrir un support de référence

Revenons maintenant en France pour voir comment s'inspirer du modèle américain tout en l'adaptant à notre propre marché.

Certes, le fonctionnement Outre Atlantique est différent du nôtre. Mais il a cet avantage de nous montrer que ce modèle, basé sur la satisfaction client et la transparence totale, ne porte aucun préjudice à la profession. Au contraire, puisque, comme le mentionnait Isabelle Vrillard un peu plus haut, 90% des transactions aux US sont toujours aux mains des professionnels.

De quoi se rassurer quant à une potentielle menace pour votre activité.

A NOTER

Construire une nouvelle Relation Client sur mesure pour les secteurs de l'immobilier, de l'habitat et du bâtiment, demande de passer par certaines étapes. **La première étant de réunir tous les acteurs du marché sur un même support de référence.**

UN SUPPORT DE RÉFÉRENCE POUR LES MÉTIERS DE L'IMMOBILIER, DE L'HABITAT ET DU BÂTIMENT

Immodvisor est la 1ère plateforme de recommandation entre particuliers à rassembler tous les professionnels du monde de l'immobilier.

En effet, vous le savez, toutes ces professions collaborent étroitement. Difficile de vendre sa maison sans faire appel à une **agence immobilière**, mais aussi à un **diagnostiqueur**, et pourquoi pas à un **home stager** et à un **artisan** en cas de travaux à effectuer.

Il fallait donc réunir toutes ces professions. Immodvisor les a classées par catégories :



IMMOBILIER
-
HABITAT



ENTRETIEN
-
DÉPANNAGE



RÉNOVATION
-
GROS ŒUVRE

Ainsi réunir les professionnels de l'immobilier, de l'habitat et du bâtiment sur un seul et même support de référence permet déjà à vos prospects de vous trouver plus facilement.

Nul besoin de naviguer sur différents sites avant de trouver toutes les informations nécessaires à la réalisation d'un projet immobilier.

UN SUPPORT DE REFERENCE POUR LES PROFESSIONNELLS ET LES PARTICULIERS

C'est l'élément essentiel pour construire une Relation Client sur des bases solides : **réunir les professionnels et les particuliers sur le même support.**

La confiance et la transparence ne peuvent pas exister si chacun a son site dédié.

C'est pourquoi Immodvisor est une plateforme de référence :

POUR LES PROFESSIONNELLS



- 1 **Démontrer leur fiabilité** en toute transparence à travers l'information la plus édifiante qui soit : l'expérience client.
- 2 **Prolonger leur Relation Client** sur le web.
- 3 **Montrer aux internautes tout l'intérêt porté aux clients** et améliorer leur image.

POUR LES PARTICULIERS



- 1 **Trouver des avis** sur tous les professionnels de la maison sur un seul et même site.
- 2 **Echanger leurs expériences** pour les guider dans leurs choix respectifs et mener à bien leur projet immobilier.
- 3 **Dialoguer avec des professionnels**, et ainsi retrouver la confiance égarée.

A NOTER

Une telle réunion autour d'avis de consommateurs ne pourrait être possible sans la présence d'un **tiers de confiance tel qu'Immodvisor, capable de modérer les avis en toute impartialité selon les règles de la norme AFNOR du 4 Juillet 2013.**



“Un support pour TOUS les acteurs de l'immobilier est essentiel pour pouvoir rétablir le dialogue et construire une Relation Client Nouvelle Génération”

2.2 DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE : CONSTRUCTION D'UNE RELATION CLIENT

Étape 2 : Rétablir le dialogue

L'activité des professionnels de l'immobilier, de l'habitat et du bâtiment se caractérise par des prestations à caractère ponctuel : en effet, il est certain que l'on n'achète, ni ne rénove, ou vend son logement tous les 3 jours.

La puissance du bouche-à-oreille s'en trouve alors démultipliée.

C'est pourquoi il est capital de construire un nouveau type de Relation Client pour ces secteurs spécifiques, notamment à travers les avis clients.

À NOTER

On compte 3 raisons principales qui poussent les internautes à déposer des avis sur le web :

1. L'entraide entre consommateurs
2. La possibilité d'exprimer son ressenti envers un professionnel
3. La réponse à la sollicitation d'un professionnel ou d'un site web

SOLLICITER DES AVIS : ALLER À LA RENCONTRE DE VOS CLIENTS

Il s'agit de la première étape pour jouer la carte de la transparence. En effet, en sollicitant votre clientèle pour évaluer votre prestation, vous ne demandez pas un simple avis de complaisance, vous allez bien au-delà :



Vous montrez que vous êtes prêt à vous soumettre à une évaluation, quelle qu'elle soit.

TRANSPARENCE



Vous montrez également que vous rentrez dans une démarche d'amélioration en sollicitant et en considérant le feedback de vos clients.

INFORMATION CONSTRUCTIVE



Vous montrez votre intérêt pour votre clientèle et son niveau de satisfaction.

CONFIANCE

En vous inscrivant dans cette démarche, vous activez une Relation Client à la fois communautaire ET connectée. C'est un axe de différenciation majeur pour votre société, surtout dans le secteur de l'immobilier. Il s'agit ici de créer une toute nouvelle dynamique avec votre clientèle, **basée sur l'implication, la reconnaissance, et la réciprocité.**

RÉPONDEZ AUX AVIS : ALLEZ JUSQU'AU BOUT DE VOTRE DÉMARCHE : RÉPONDEZ !

Par définition, la Relation Client n'est pas une relation à sens unique. D'autant qu'à l'heure de l'hyperconnexion, elle se doit d'être rapide, efficace, et appropriée. C'est pourquoi, quand l'un de vos clients fait le geste de déposer un avis, il est CAPITAL de lui répondre. Toutefois attention, pour répondre à un avis client en ligne, il ne s'agit pas d'offrir une réponse standard à tous vos avis.

En effet, **la réponse à un avis doit être le reflet de votre engagement et de votre implication envers votre clientèle. Car il s'agit bien là d'une toute nouvelle forme de Relation Client pour l'immobilier. Il faut donc apprendre à la comprendre, puis à la maîtriser.**

C'est pourquoi Immodvisor met son expertise au service des professionnels. Son premier rôle est de les guider dans cette nouvelle démarche et de répondre à leurs questions :

*Dois-je répondre à tous les avis déposés sur ma société ?
Même les avis positifs ?*

Comment répondre à un avis en ligne d'ailleurs ?

Comment faire face à l'insatisfaction d'un client ?

Autant de questions qui trouvent leur réponse dans une formation adaptée. Immodvisor forme en effet ses clients, aux bonnes pratiques de la e-Relation Client mais aussi aux différents outils qui l'accompagnent. Car qui dit Relation Client connectée, dit création d'outils on-line performants (outil de collecte d'avis, de gestion...).

75 %



Des avis sollicités sont positifs (*avis sollicité = avis collecté par le professionnel auprès de sa clientèle*).

77 %



Des internautes pensent qu'un établissement qui rédige des réponses aux avis laissés par leurs clients, donne l'impression de se préoccuper davantage d'eux.

65 %



Des clients accordent plus de confiance s'ils voient des avis positifs ET négatifs en ligne.

2.3 DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE : CONSTRUCTION D'UNE RELATION CLIENT

Étape 3 : Diffuser une information de qualité

L'AVIS CLIENT RÉINVENTÉ POUR L'IMMOBILIER

Comme vous le savez, Immodvisor représente tous les professionnels de l'immobilier, de l'habitat et du bâtiment. Certes ces professionnels ont souvent l'occasion de travailler ensemble, mais leurs métiers n'en restent pas moins extrêmement différents.

En partant de ce postulat, Immodvisor a donc créé des questionnaires de dépôt d'avis propres à chaque métier, chacun représentant une expertise unique.

A NOTER

Construire une nouvelle Relation Client ne consiste pas qu'à solliciter les commentaires de vos clients et à y répondre. Encore faut-il que le contenu des avis soit de qualité.

L'AVIS CLIENT SIGNÉ IMMODVISOR

Pour faire passer l'avis client du statut de « commentaire subjectif » au statut « d'information constructive », Immodvisor lui a conféré de nouvelles propriétés. Plus précisément, il lui a fourni un cadre structurel.

Explications. Un avis sur Immodvisor reste un avis rédigé par le client, mais pas seulement :

Cet avis doit être rédigé et doit faire un minimum de 100 caractères.

Il précise l'expérience du client.

(Achat/Vente, Mise en location, Location..etc).

Il demande une évaluation de critères propres à chaque métier.

(Acheter sa résidence principale à Paris, n'a rien de semblable au fait d'acheter sa résidence secondaire dans un village du sud de la France).

Enfin, il précise le cadre de l'expérience.

(On n'évalue pas la prestation d'un promoteur de la même façon que celle d'un diagnostiqueur par exemple).

L'avis Client nouvelle génération a donc pour vocation de mettre en avant le savoir-faire du professionnel dans tous les contextes qu'il peut rencontrer. **C'est l'information la plus qualitative que vous puissiez communiquer sur votre société, sans parler du fait qu'elle provient directement de votre clientèle !** Mais avoir des avis de qualité présente d'autres atouts encore...

L'AVIS CLIENT AUGMENTE VOTRE RÉFÉRENCIEMENT

L'avis client est un contenu dynamique qui améliore votre référencement (SEO) sur les moteurs de recherche comme Google, car il a la faculté de renouveler le contenu de vos pages professionnelles.

De ce fait, il améliore :

- le trafic de recherche,
- le taux de clic,
- et le taux de conversion.

En d'autres termes, il améliore de manière significative votre visibilité en ligne.

Si votre référencement s'améliore, cela signifie que vos prospects peuvent vous trouver plus facilement (pour rappel : 80% des projets immobiliers débutent sur internet...).

En définitive, construire une nouvelle Relation Client connectée revient bien à satisfaire les trois besoins formulés par les Français à propos de l'immobilier :

- une information plus concrète et plus accessible,
- une transparence totale,
- et une confiance qui doit être retrouvée.

Quant à vous, professionnels de l'immobilier, vous n'avez qu'à remplir ces trois conditions pour booster votre business. Ainsi, c'est simplement en construisant une e-Relation Client que vous pourrez augmenter significativement vos ventes, car il ne manque que la confiance pour réunir tous les acteurs du marché et lui donner un nouveau souffle.

A NOTER

Partager les avis de vos clients sur les réseaux sociaux permet de renforcer votre Relation Client.

Attention toutefois à ne pas en abuser !

Vous l'aurez compris, Immodvisor met donc un point d'honneur à qualifier ses avis afin d'en faire le reflet d'une expérience précise, mais aussi et surtout de l'expertise d'un professionnel.

LE + IMMODVISOR : *les Rich Snipet*

Immodvisor va plus loin pour vous permettre de démontrer votre fiabilité en affichant (via Google), dès les résultats de recherche, la note globale attribuée par vos clients, et le nombre d'avis déposés.



2.4 DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE : CONSTRUCTION D'UNE RELATION CLIENT

Étape 4 : Offrir une e-Vitrine à votre société

QU'EST CE QU'UNE E-VITRINE ?

Comme son nom l'indique, c'est la vitrine de votre société, mais dématérialisée. Elle apporte diverses fonctionnalités, toutes essentielles à l'image que renvoie votre société en ligne :

LA FONCTION « ANNUAIRE »



Essentielle pour être trouvé par vos prospects. La e-Vitrine comporte une partie réservée aux coordonnées physiques et web de votre société afin que les prospects soient en mesure de vous contacter à tout moment.

LA FONCTION « INFORMATION »

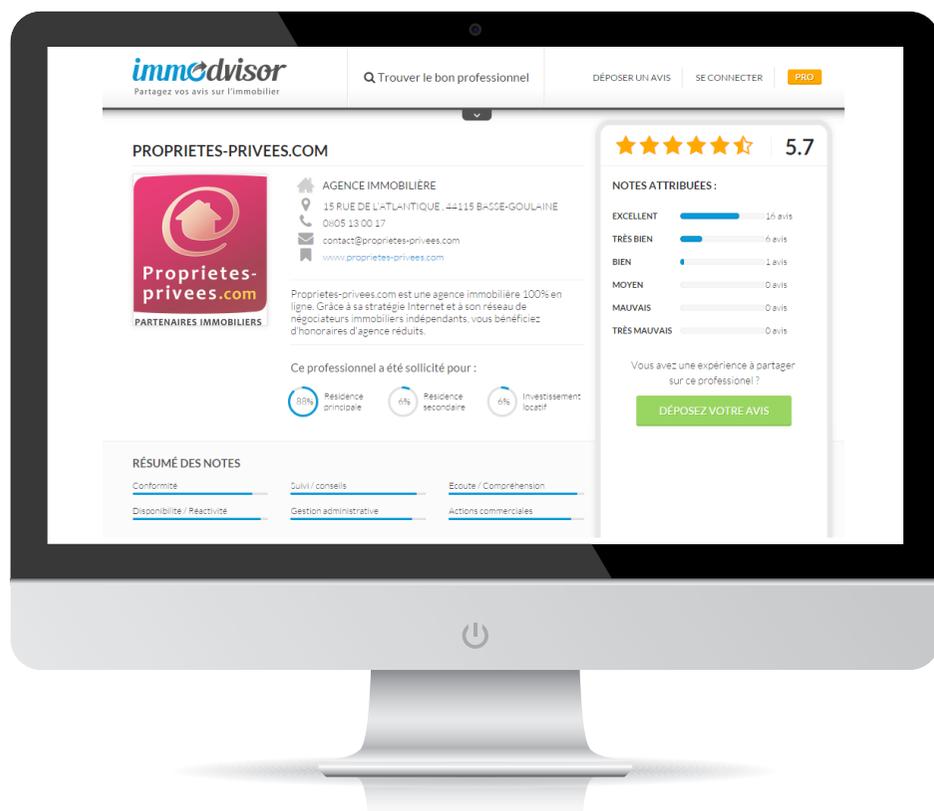


En plus des informations habituelles que vous pouvez diffuser sur votre société, la e-Vitrine répertorie les avis de vos clients, vous attribue des critères métiers ainsi qu'une note globale. **Ce sont des informations très recherchées par les internautes.**

LA FONCTION « COMMUNICATION »



C'est sur cette e-Vitrine que vous allez renouer le dialogue avec vos clients, et rassurer vos prospects dans le même temps. **C'est l'endroit précis où se formera votre e-Relation Client.**





Pour ceux d'entre vous
qui auraient encore des
réserves ...



14 MILLIONS

C'est le nombre d'internautes qui consultent des sites immobiliers chaque mois.



31%

C'est le pourcentage d'internautes captés par l'immobilier, ce qui en fait une des catégories les plus visitées sur internet.



88 MILLIONS

C'est le nombre d'avis déposés par an, en France.

3

PLACE AUX CLIENTS

Il aurait été bien malhabile de notre part de ne pas demander l'avis de notre propre clientèle sur la e-Relation Client. Et comme nous avons la conviction que ceux qui parlent le mieux d'un service, ce sont ceux qui l'utilisent, voici une partie entièrement dédiée et rédigée par nos clients.

Place maintenant, aux impressions de trois d'entre eux, appartenant à des catégories métiers bien différentes, pour encore plus de transparence.



SYLVAIN CASTERS

Président Fondateur de l'agence immobilière 100% online www.proprietes-privées.com
(Réseau national de plus de 430 négociateurs immobiliers)



Depuis l'origine Proprietes-Privées a fait de la qualité et de la satisfaction client son cheval de bataille. La profession d'agent immobilier est tellement décriée qu'il nous appartient, chacun à notre niveau, de faire un pas vers la satisfaction totale.

Le concept Immodvisor est très proche de ce qui existe dans un autre secteur d'activité : le Tourisme. Et lorsque l'on sait aujourd'hui le poids que peut avoir un avis client sur son comportement ; il nous a semblé évident que ce concept allait nous servir et nous faire progresser dans la relation avec nos clients.

Pour nous, l'intérêt est de pouvoir montrer aux internautes que nous comptons des dizaines de clients satisfaits. Que nos négociateurs, en professionnels de l'immobilier et de la Relation Client, ont à cœur de satisfaire et répondre aux attentes de notre clientèle. On donne une réalité à la virtualité que représente Internet grâce à cette solution.

Immodvisor est également un outil de management de la qualité. On ne pouvait rêver mieux pour sensibiliser à la satisfaction et à la Relation Client, nos 450 agents répartis sur toute la France. Mais là, ils touchent directement du doigt ce que pensent leurs interlocuteurs. La Relation Client devient concrète ; elle s'exprime par une note plus ou moins élevée, un

commentaire, des critères propres à notre métier. Nous continuons donc à sensibiliser nos équipes à cette approche «Satisfaction globale». Aussi, pour l'avenir, la solution Immodvisor doit nous faire progresser dans notre Relation Client. Car il nous faudra trouver des solutions pour satisfaire des clients qui ne l'ont pas été totalement et c'est précisément le rôle de la solution en ligne élaborée par Immodvisor.

Toujours est-il, que jusqu'à aujourd'hui, nos clients sont très satisfaits puisqu' ils nous gratifient d'un joli 5,6/6. Ce score est même inattendu ! **Néanmoins, nous répondons à chacun des avis de nos clients, car, quel qu'en soit la teneur, chacun d'entre eux a fait l'effort de nous faire un retour sur son expérience. Il nous semble donc naturel de les remercier pour ce geste.** Finalement, on peut dire qu'Immodvisor est une brique qui vient s'ajouter à notre offre client actuelle.

Enfin, en terme d'usage, nous trouvons que la solution est très pertinente. Le développement réalisé par toute l'équipe d'Immodvisor est considérable. Le site et le back office évoluent régulièrement. C'est une belle mécanique. Nous sommes très satisfaits de ce partenariat. Et nous sommes convaincus que le binôme Immodvisor – Proprietes-Privées a de beaux jours devant lui.



MARC VAISSIÉ

Dirigeant Fondateur de la société de Promotion Immobilière **Endroits de Cité** et du réseau de commercialisation www.logementdirect.fr



L'immobilier, et même le neuf, est souvent perçu comme un maquis dans lequel il est facile de se perdre.

Comme l'achat d'un logement neuf est de surcroît un acte très engageant, aussi bien financièrement qu'affectivement, l'idée d'un point de repère objectif est quelque chose de très utile pour nourrir sa réflexion et asseoir sa décision.

Aussi bien pour le particulier qui recherche un professionnel digne de confiance que pour le professionnel prêt à montrer patte blanche, d'ailleurs.

Le parallèle avec les avis d'internautes, souvent utilisés sur des sites de consommation courante, est une solution a priori évidente. Mais pour être pertinente, elle nécessite une approche avant tout fondée sur la fiabilité et la sincérité de ces avis.

C'est la prise en compte spontanée de l'ensemble de ces dimensions par Immodvisor qui m'a fait penser qu'un galop d'essai était souhaitable !

Sur le fond, je ne fais volontairement pas de différence entre aujourd'hui et demain en ce qui concerne l'avantage que représente Immodvisor pour ma société. Car quand un professionnel accepte d'être jugé sur

la manière dont il traite ses clients, il s'agit en général d'une démarche cohérente et pérenne. Et qui permet, par le jugement de ses clients actuels, de convaincre tous ceux qui pourraient le devenir qu'ils seront bien reçus chez lui et que l'aléa négatif est impossible ou hautement improbable.

Bien entendu, cette notion de lien de confiance ne peut ensuite se construire que sur la durée. Et la puissance de la recommandation implicite des clients internautes prendra d'autant plus de force qu'Immodvisor aura - avec le temps - gagné en visibilité et renommée sur la toile. La société venant tout juste de souffler sa première bougie.

Enfin, en ce qui concerne la manière de procéder et les outils mis à disposition pour gérer les avis (collecte, réponses etc...), mon opinion est positive, ainsi que sur la réactivité de l'équipe face aux suggestions

Quant à l'apport de la solution Immodvisor à moyen terme, il est encore un peu tôt pour le dire, mais faire pétition de confiance ne nuit pas !

Aux âmes bien nées...

BRUNO NATI

Responsable Sud Ouest ALFA L'Aqua solution (Groupe SOVEA France)



Client depuis Octobre 2014, j'ai immédiatement été interpellé par le concept basé sur la transparence et la qualité.

En effet, notre métier implique des interventions ponctuelles sur des incidents domestiques, le bouche-à-oreille joue donc un grand rôle dans l'image que nous renvoyons à nos prospects.

Immodvisor propose un vrai suivi de qualité de nos prestations, réalisé par notre clientèle. En plus de nous permettre d'avoir un retour constructif sur notre travail, cette information est aussi très précieuse pour nos futurs clients, qui savent à qui ils ont affaire avant même de nous appeler.

C'est un concept vraiment novateur. En effet, le fait de déposer des avis n'est pas encore ancré dans toutes les mentalités, tout comme le fait d'en récolter. Mes employés n'ont pas toujours le réflexe d'en faire la demande après chaque intervention. Mais cela participe d'une nouvelle stratégie, d'une nouvelle Relation Client. Et comme tout ce qui est nouveau demande un certain temps d'adaptation, nous faisons en sorte d'intégrer peu à peu ce nouveau réflexe à nos habitudes, en le motivant par des challenges en interne par exemple.

Toujours est-il que nous n'avons eu que de

très bons retours jusqu'à présent. Nos clients sont contents de pouvoir partager leurs commentaires, surtout après avoir subi une inondation par exemple !

De plus, il ne fait aucun doute que l'équipe Immodvisor attache une importance particulière à l'accompagnement de sa propre clientèle. C'est une équipe toujours à l'écoute pour nous proposer des solutions encore plus adaptées à notre métier et ainsi nous permettre de récolter des avis en toute simplicité.

Enfin je finirais en soulignant qu'Immodvisor a la même vision qu'ALFA en terme de qualité de travail et de prestation de service : l'Excellence. Nous ne pouvons alors que nous entendre.



Internet a révolutionné notre monde par sa capacité à connecter les individus et à partager tout type de contenu, du plus futile au plus stratégique.

Soyez là où vos clients sont, sur Internet, et donnez-leur ce qu'ils veulent : de la transparence, de l'information et de la confiance.

Oubliez les craintes sur les avis clients et découvrez les avis clients conçus pour l'immobilier.

Saisissez l'opportunité d'être acteur de cette révolution, avec Immodvisor.com à vos côtés !

immo *advisor*

Découvrez la puissance des avis clients



SIÈGE SOCIAL

Immeuble Hub Creativ
6, rue Rose Dieng-Kuntz
44300 NANTES



CONTACT

contact@immodvisor.com
02.40.49.07.97



SITE

www.immodvisor.com



1. Observatoire de l'immobilier, *édition 2011.*

Disponible sur : <http://www.observatoire-de-limmobilier.fr/2011/06/limmobilier-internet-une-histoire-damour>

2. Étude Xerfi, 2012.

3. Laboratoire SENSE des Orange Labs, étude menée en collaboration avec Médiamétrie auprès d'un échantillon représentatif de près de 2600 internautes âgés de 15 ans et plus, *Novembre 2013.*

Disponible sur : <http://www.orange-business.com/fr/blogs/relation-client/social-crm/comment-les-avis-d-internautes-influencent-les-parcours-d-achat->

4. IFOP, étude commanditée par Cocoonhome.com, *Septembre 2011.*

Disponible sur : http://www.ifop.fr/media/poll/1624-1-annexe_file.pdf

5. PhoCusWright Custom Survey Research, étude commandée par Tripadvisor, *Décembre 2013.*

Disponible sur : <http://www.etourisme.info/etude-tripadvisor-interagir-avec-ses-clients-augmente-linteret-des-prospects/>

6. <http://www.journaldunet.com>

7. www.mediametrie.fr