

TRANSFORMEZ VOS CLIENTS EN AMBASSADEURS

La genèse de cette stratégie



LES ÉTAPES DE LA RELATION CLIENT



1. Rencontrer et consacrer du temps à ses clients. Comment pouvez-vous les aider ?

→ **créer une alchimie**

2. Lors des visites, allez chercher vos clients chez eux en offrant le café et les croissants par exemple

→ **mériter la fidélité de sa clientèle**



DEUX GRANDS PLANS D'ACTION

Pendant la transaction

Après la transaction

Changez de paradigme et d'état d'esprit



CHANGER D'ÉTAT D'ESPRIT

| | | | |
|---|-----------|--|-----------------------|
| <p>ONE SHOT :</p> <ul style="list-style-type: none"> → Porte à porte → Projet ? → Fin | VS | <p>↑ Aller chercher son réseau</p> | D U R É E |
| <p>Projet ? Oui / Non</p> | <p>→</p> | <p>↑ Considérer la personne</p> | |

Changez de paradigme et d'état d'esprit

L'ingrédient de base : le téléphone



- Cercle familial
+
- Amis

= MATIÈRE
PREMIÈRE

Partir de cette base avant de rajouter
des contacts à votre système

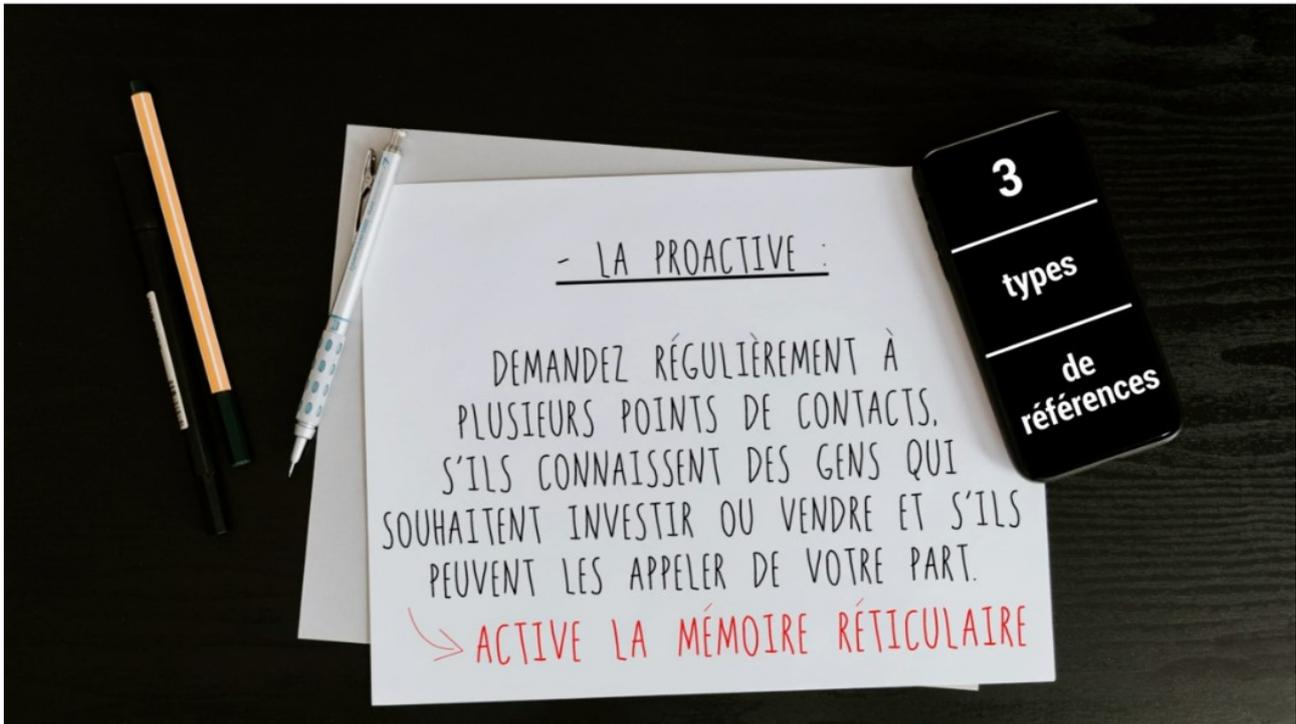
Changez de paradigme et d'état d'esprit

**Même si vos prospects n'ont pas
un projet de vente immédiat,**



**entretenir une relation dans la durée permet
de transformer votre client en ambassadeur
afin qu'il fasse le travail pour vous**

Changez de paradigme et d'état d'esprit



Changez de paradigme et d'état d'esprit



THIS WAY

Parmi vos proches, choisir 10 à 20 personnes. L'objectif étant de n'avoir aucun rejet.

Salut, c'est ... Comment ça va ?
Je t'appelle pour relever un défi lancé par mon entreprise, je dois trouver 10 nouveaux clients dans les 30 prochains jours et j'ai besoin de ton aide. Est-ce qu'au sein de ton entourage, tu connais des personnes qui ont un projet immobilier et que je pourrais appeler de ta part ?

OUI
↓
Est-ce que je peux l'appeler de ta part ?

NON
↓
Contacte moi si tu as des infos

Retour d'expérience

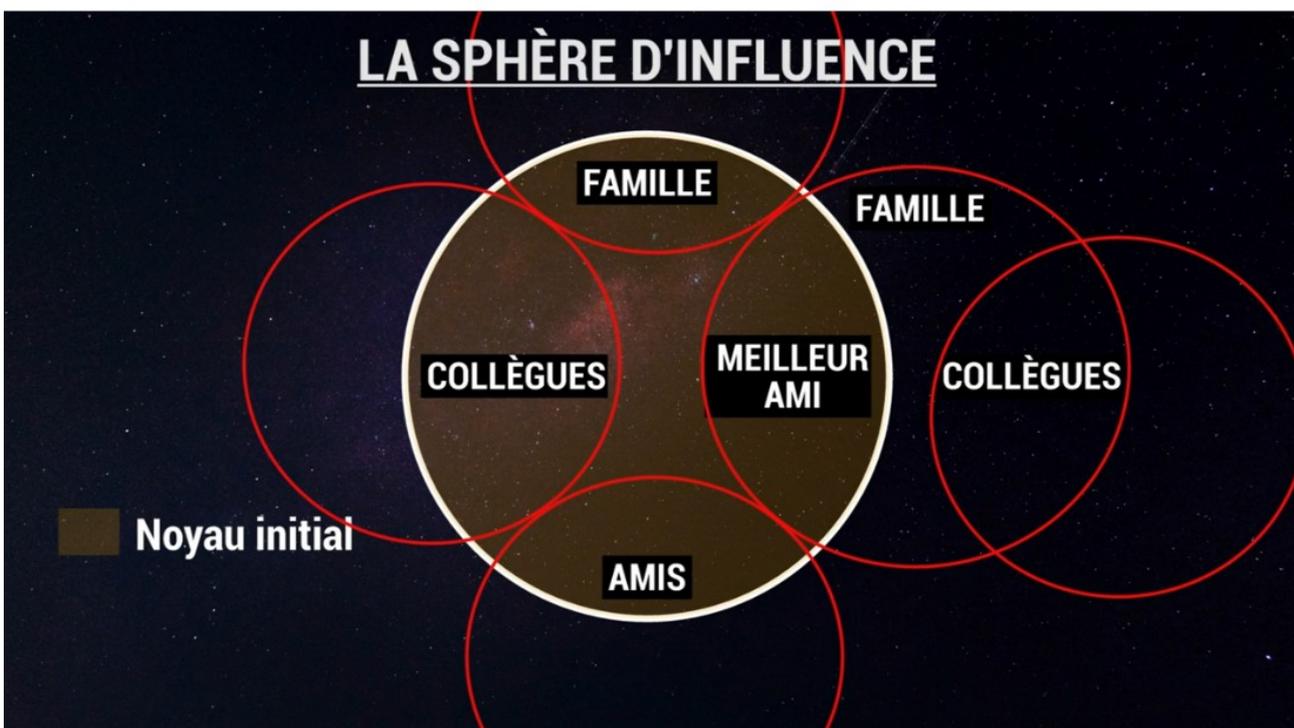


QUELQUES CHIFFRES

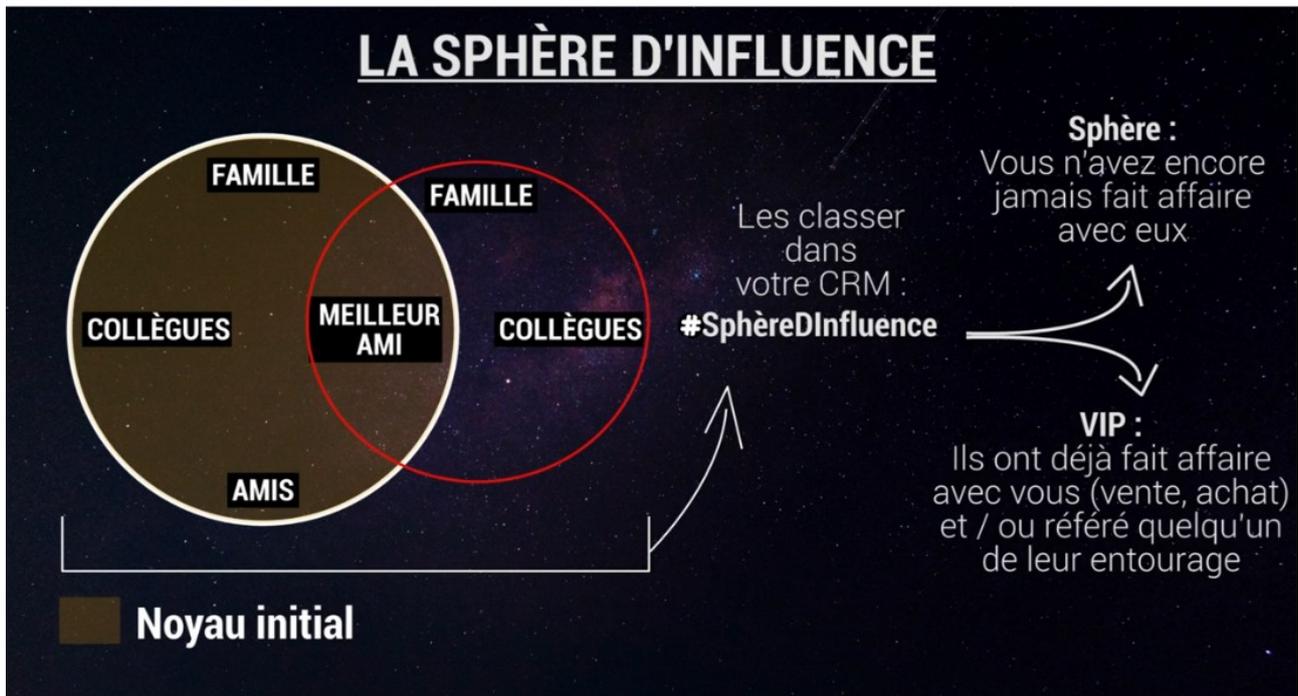
- Avec ce système → **+ 110% de CA en 3 ans**
- **2017 : 30% des transactions** venaient de références ou de clients fidèles
↓
- **2020 : 90% des transactions** viennent du bouche à oreille
- **Coût d'acquisition** pour une transaction **divisé par 3,6**
- Avec ce système : **0 compétition**

| | | |
|----------------------|------------------------|-----------------------|
| 5 clients | TAUX DE TRANSFORMATION | 5 clients |
| 1 transaction | | 4 transactions |
| (2016) | | (2020) |

Monter son réseau de VIP



Monter son réseau de VIP



Remplir sa base de données

Adresse postale :
À l'approche de Noël, profitez de l'envoi de cartes de voeux pour obtenir l'adresse de vos clients

Date de naissance :
Servez-vous des réseaux sociaux pour avoir plus d'informations

L'adresse mail :
Proposez à votre client de lui partager par mail, une information qui a de la valeur à ses yeux

Les informations à connaître :

- Prénom
- Nom
- Mail
- Téléphone
- Adresse
- Date de naissance :

Le marketing relationnel

L'ensemble des actions de marketing qu'une entreprise peut faire vis à vis d'un groupe de personnes pour **créer une relation privilégiée**.
Le marketing relationnel va établir une **relation directe, continue et personnalisée** avec ces personnes là.

Le marketing relationnel



Le marketing relationnel

1. LA RESSOURCE

- Aider les gens
- Mettre à disposition un répertoire utile (notaires, banques, peintres, ...)
- Informations ayant de la valeur pour vos clients (taux d'intérêts)
- Livre blanc à télécharger (conseils pour acheter et / ou vendre)

Le marketing relationnel

2. LES SERVICES

- Quel est le bénéfice pour un acheteur / vendeur de travailler avec vous ?

Vendeurs :

- Déterminer prix
- Système marketing pour attirer les acheteurs
- Évaluer, négocier, coordonner

Acheteurs :

- Trouver le meilleur prix
- Emménager sereinement

Le marketing relationnel

3. LA PRÉSENCE

Ne pas être là uniquement au moment du projet immobilier mais sur **la durée**. Exemple :

Rencontrer quelqu'un une fois pendant 15 minutes. On va se revoir ? Oui ? Non ?

VS

Rencontrer quelqu'un 50 fois pendant 15 minutes sur une période de 2 ans



Lorsqu'on a besoin d'un service, on appelle la personne avec qui on se sent en **confiance**

Le marketing relationnel

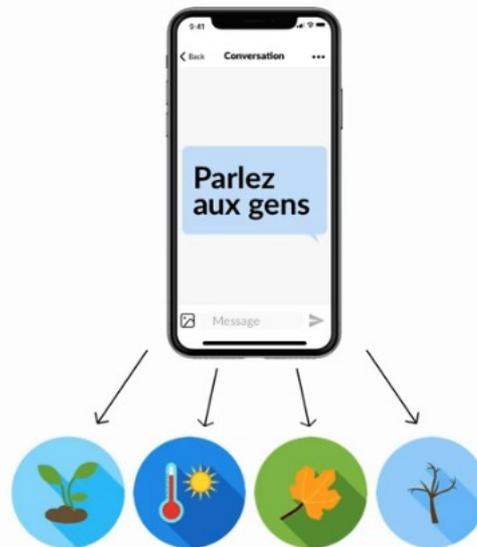
4. LA RELATION

Il est préférable de travailler avec moins de personnes et ainsi privilégier une **relation plus intimiste** afin de devenir un agent immobilier **incontournable**.

Peu importe la taille de votre base de données ou votre nombre d'amis sur Facebook, une relation entretenue dans la **durée** avec votre réseau restera toujours le plus important.

Les plans d'action

4 saisons 4 points de contact



Les plans d'action

12 POINTS DE CONTACT EN 12 NEWSLETTERS

Ce sont déjà vos clients donc pas besoin de leur vendre quelque chose. Proposez des newsletters qualitatives.

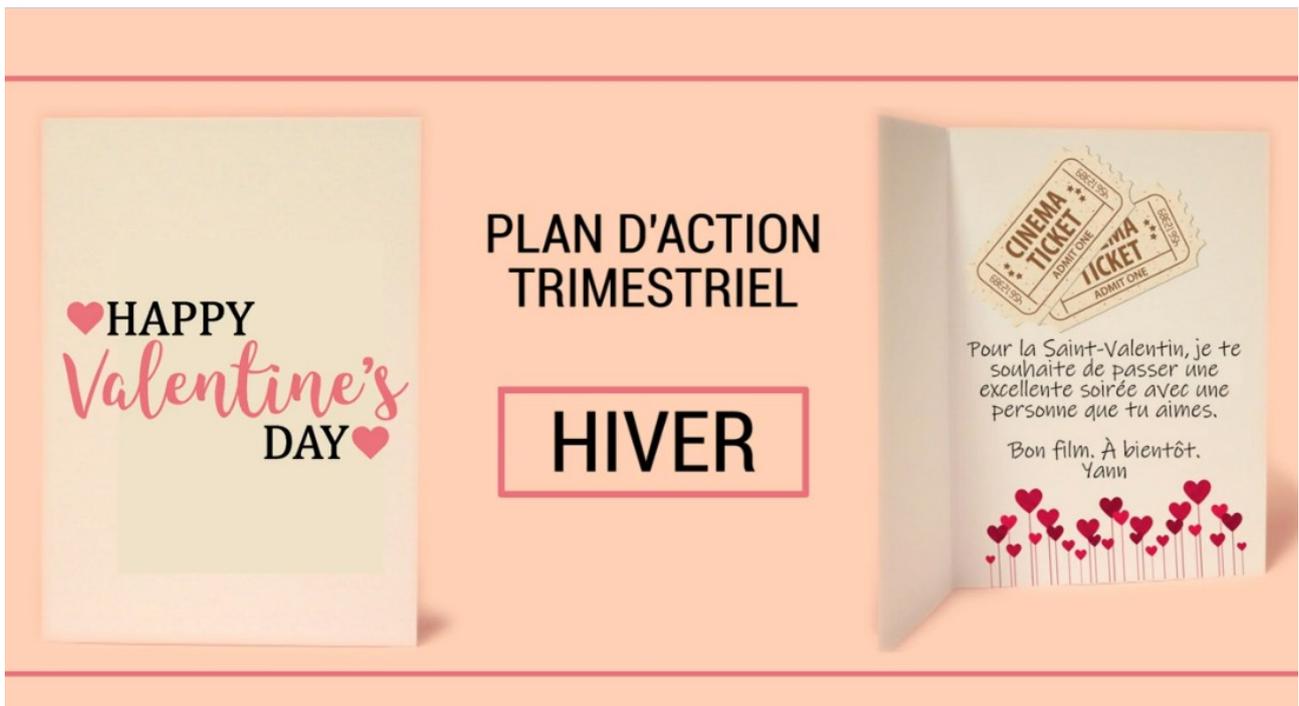


Misez sur des sujets qui vont les intéresser :

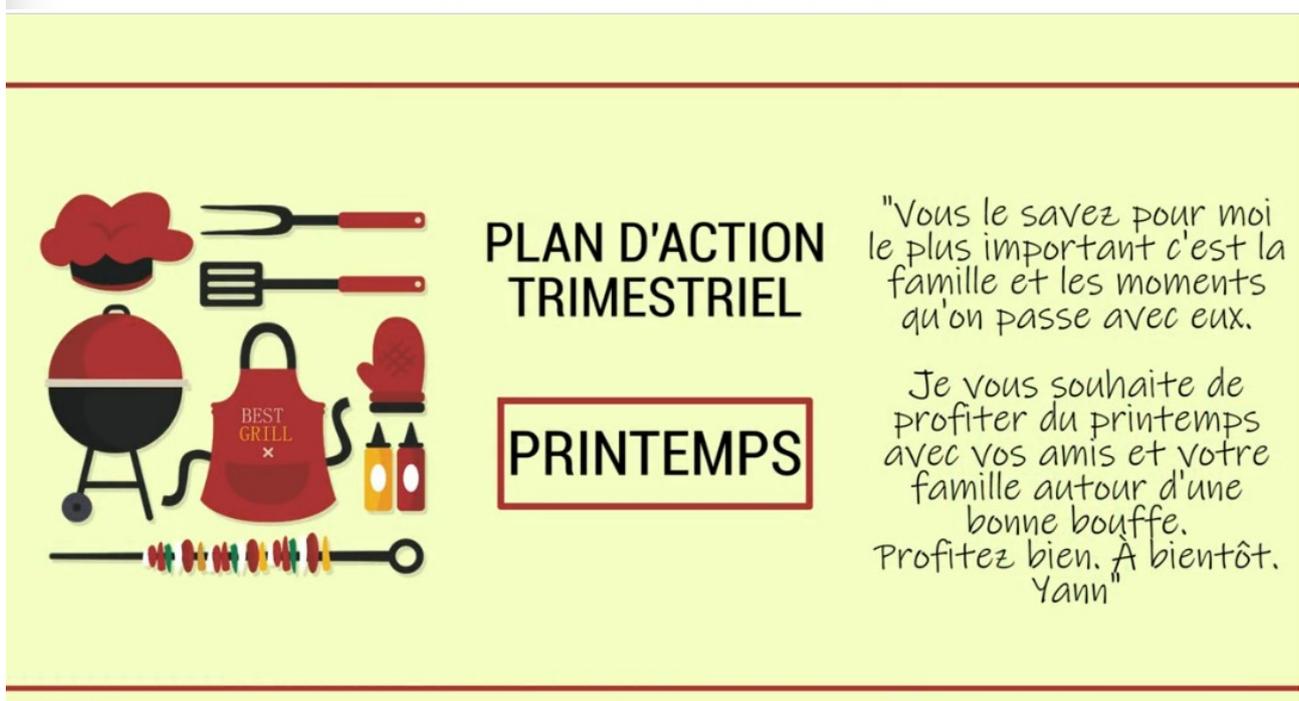
- Que faire dans sa maison avant d'attaquer l'hiver ?
- Mettre en avant son équipe
- Se fixer des objectifs et réussir

Restez vous-mêmes pour attirer des personnes qui vous ressemblent

Exemples concrets d'actions mises en place



Exemples concrets d'actions mises en place



Exemples concrets d'actions mises en place



PLAN D'ACTION
TRIMESTRIEL

HIVER



Exemples concrets d'actions mises en place



PLAN D'ACTION
TRIMESTRIEL

HIVER

Boîte de chocolat accompagnée d'une carte personnalisée.

Le tout, livré en mains propres.

Résultat : Certains clients ont partagé leur joie sur les réseaux sociaux et par conséquent, ils nous donnent de la visibilité.

Exemples concrets d'actions mises en place

RESTEZ AUTHENTIQUE

En étant vous-même, vous allez attirer les bonnes personnes, des gens qui vous ressemblent.

Plus il y a de monde et plus vous aurez la chance de choisir avec qui vous souhaitez travailler.

Mettez en place votre système de fidélisation

MISE EN PLACE DU PROCESSUS

S'il est nécessaire de procéder étape par étape, n'attendez cependant pas d'avoir créé l'ensemble du système en coulisse pour vous lancer.

Commencez par quelque chose de simple (cf : le premier exercice de la formation) puis :

Taguer les gens dans votre CRM

Envoyer les premières infolettres

Points de contact

Idées de cadeaux

Apportez votre touche personnelle à l'expérience que vous voulez faire vivre à vos clients. Avant d'automatiser certaines de ces tâches, faites le vous-même pour commencer.

Conseils pour le développement de votre réseau (partie 1)

LES ÉTAPES NÉCESSAIRES DANS LE DÉVELOPPEMENT DE SON RÉSEAU VIP



**LES DATES CLÉS
(ACHAT, MARIAGE,
ENFANT, DIPLÔME)**

Conseils pour le développement de votre réseau (partie 2)

AIDER LES GENS À ATTEINDRE LEURS OBJECTIFS



- Trouvez des axes de développement dans les projets de vos clients
- Partagez avec eux vos stratégies commerciales

- Encouragez vos clients qui ont un business (banquier, notaire, entreprise de nettoyage, jardinier,...) en leur référant vos autres clients.

→ Principe du "donnant / donnant"
Cela permet de gagner des parts de marché

EXERCICE

APPEL À UN(E) AMI(E)

EXPLICATIONS

Choisissez 10 ou 15 personnes (amis, familles) que vous allez appeler. Le but est de n'avoir aucun rejet donc choisissez vraiment des personnes que vous connaissez bien et qui sont proches de vous. Vous allez leur dérouler le script ci-dessous.

Vous : Salut! C'est (votre prénom), Comment ça va?

Laissez à votre interlocuteur le temps de répondre. Intéressez-vous vraiment à ce qu'il/elle vous dit. Vous appelez aussi pour prendre des nouvelles.

Vous : Je t'appelle pour relever un défi lancé par mon entreprise. Je dois trouver 10 nouveaux clients dans les 30 prochains jours et j'ai besoin de ton aide.

Est-ce qu'au sein de ton entourage (amis, famille, collègues, connaissances, etc.), tu connais des personnes qui ont un projet immobilier déjà lancé ou juste en prévision d'achat, de vente ou d'investissement?

Réponse de l'interlocuteur : OUI

Vous : Super ! Est-ce que tu peux me donner ses coordonnées et est-ce que je peux l'appeler de ta part? Peux-tu m'en dire plus cette personne ?

Essayez d'avoir quelques informations de base concernant la personne. Nom, prénom, tranche d'âge, situation familiale, secteur d'habitation.

Réponse de l'interlocuteur : NON

Vous : Ce n'est pas grave, c'est gentil d'avoir pris le temps d'y réfléchir. Sinon, dis-moi, est-ce que tu aurais eu des infos sur quelqu'un que tu connais qui aurait essayé par le passé d'acheter ou de vendre et pour qui ça n'aurait pas marché?

Si l'interlocuteur vous dit oui, vous pouvez continuer avec « **Réponse de l'interlocuteur : OUI** » vu sur la page précédente.

Vous : Ok, si toutefois tu connais une personne qui vend un bien et que tu pense que je peux l'aider, même pour donner des conseils, n'hésite pas à m'en parler et je l'appellerai directement de ta part. Merci pour ton aide d'avance, en tout cas, j'apprécie vraiment que tu aies pris le temps de me répondre.

ACTIONS À METTRE EN PLACE POUR LE SUIVI

- Envoyer un SMS de confirmation le lendemain :
"Bonjour X, J'espère que tu vas bien depuis hier. C'était vraiment sympa de pouvoir discuter avec toi. N'hésite pas de ton côté, à me faire signe si tu as besoin de quoi que ce soit ou si je peux aider quelqu'un de ton entourage. À très vite et merci encore. "
- Rappeler 2 semaines plus tard
- Proposer un RDV autour d'un café 30 jours plus tard

L'objectif de ce plan d'action est de devenir l'acteur incontournable auquel on pense immédiatement lorsqu'il y a un projet immobilier. Pour y arriver, vous devez multiplier les points de contact pour rester dans la tête de chacun des membres de votre carnet d'adresses.