

# ET SI NOUS DEVENIONS LES NÉO ACTEURS DE L'IMMOBILIER ?

ven 14/01/2022 - 16:00

La profession dans sa version historique, traditionnelle, n'est plus seule... on voit émerger de nouvelles structures qui font souvent beaucoup parler d'elles et qui bousculent un peu tout sur leur passage... L'époque aime bien les néologismes... on va donc parler de néo-acteurs et c'est le sujet qui nous intéresse aujourd'hui...

## Qu'est-ce qu'un néo acteur ?

C'est un professionnel qui par son approche apporte une nouveauté significative soit dans sa façon de réaliser le métier, soit dans le service apporté et l'expérience client.

Leur phénomène a été accéléré ces dernières années par le renforcement de la réglementation et par un effet dû au Covid. Des levées de fond en millions d'euros à faire tourner la tête les mettent sur le devant de la scène médiatique.

## Quelles sont les principaux atouts des néo acteurs ?

- **Un marketing structuré et accompagné d'une démarche commerciale proactive voire agressive**

Des outils de génération de « leads » s'appuyant sur une communication intense sur les réseaux sociaux, des publicités en ligne invitant à cliquer, des offres commerciales claires et intuitives, etc ...

Un suivi attentif des avis clients laissés sur les moteurs de recherche pour maîtriser l'image et la portée de la marque. Au point de l'intégrer dans la rémunération des collaborateurs et de l'affirmer comme un objectif auprès de ses clients.

Ces nouveaux acteurs disposent d'équipes de ventes alors que, dans nos cabinets traditionnels, le seul commercial qui existe est le dirigeant qui ne peut

faire cela à plein temps car il a, aussi, des clients et des équipes à gérer.

Des démarches structurées parfois agressives, faisant parfois foi de la loi Hoguet.

- **Le parcours client, le cœur de leur fonctionnement**

L'expérience client est privilégiée dans leur approche : Un service simple et efficace est la stratégie qu'ils mettent en place avec plus d'informations en temps réel afin de répondre au besoin de transparence.

Ils souhaitent apporter plus de services connexes aux clients que notre simple métier.

- **La réactivité grâce au digital poussé à l'extrême**

Une réponse quasi immédiate est faite aux demandes clients, à l'aide d'outils digitaux performants développés sur mesure. La combinaison de l'Intelligence Artificielle (Algorithmes) avec le BIG DATA permet de nouvelles perspectives.

D'autres technologies telles le blockchain pour la sécurité des échanges ou les objets connectés sont des outils qu'ils utilisent pour satisfaire leurs clients et les apporter de nouveaux services.

Du fait de levées de fonds conséquentes, certains de ces acteurs n'ont pas à prendre en compte la problématique de l'absorption des nouveaux clients. Alors qu'un dirigeant traditionnel se pose toujours la question de l'intégration de nouveaux clients pour des équipes déjà surchargées pour conserver un minimum de qualité de service.

- **Le reporting et la flexibilité de leur modèle**

Une analyse permanente de leurs performances et de la satisfaction les oblige à avoir une structure plus flexible pour s'y adapter en permanence, se remettre en question.

- **Une gestion à distance**

Sans vitrine, sans échange physique, le client peut obtenir tout ou partie du service attendu à distance ou par internet. Les néo acteurs : Des êtres parfois hybrides (phy-digitaux) ou du moins avec une relation humaine plus disponible par téléphone ou par internet.

- **Le prix, nerf de la guerre**

Un besoin de rentabilité, de performance et d'économie d'échelle à maxima pour permettre d'afficher les tarifs les plus bas, les plus attractifs allant jusqu'à prendre le risque de ne pas être toujours rentable à moyen terme.

Le modèle économique peut exister mais parfois ne viser qu'une clientèle ciblée.

- **Un coté Séduisant**, du fait de leur potentiel y compris une dimension de développement à l'international. On parle de « Scale Up », permettant des levées de fonds hallucinantes.

### Comment intégrer ces solutions et faire face à cette nouvelle concurrence ?

Notre 1ère réponse : Adopter l'innovation tant technologique que sociale, tout en gardant l'humain au centre de l'équation !

Il faut accepter de se poser les bonnes questions, suivre les évolutions du métier et contribuer au changement.

### **La conduite du changement au sein des équipes**

Ces nouveaux acteurs intègrent déjà la disruption dans leur ADN, alors que nous devons transformer nos modèles avec des équipes déjà en place. La conduite du changement reste le challenge, autrement plus lourd que la transformation digitale en soi.

Nous devons apporter à nos collaborateurs des outils pour :

- Leur permettre de lever la tête du guidon en les affranchissant de tâches chronophages et à faible valeur ajoutée, tout en créant plus de valeur pour nos clients.
- Le digital, c'est plus de temps consacré aux clients et à leur patrimoine et aussi plus de temps sur le terrain.
- Intégrer une partie de télétravail afin d'améliorer la qualité de vie de nos collaborateurs et avoir plus de flexibilité, sans pour autant détruire le lien social qu'est une entreprise. Travailler à distance nécessite visio conférence, visite virtuelle, signature électronique, LRE, dématérialisation totale...

### Diversifier ses activités

Il y a de nombreuses possibilités de générer des revenus complémentaires par la commercialisation de services et de conseils adaptés grâce aux nouveaux contrats de prestations de services ou avec l'aide de partenaires : Conciergerie digitale, assurances adaptées, performance énergétique...

### La Smart DATA

Une autre mine d'or est l'exploitation de notre DATA grâce à l'intelligence artificielle ! Par exemple : Un algorithme prédictif pour identifier des clients vendeurs au sein de notre portefeuille.

Le capital du futur, c'est la data et son exploitation. Étant au cœur de l'écosystème qui s'appelle « immeuble », ne sommes-nous pas en mesure de

collecter et exploiter des données comportementales ou de consommation utile ?

### Des logiciels métiers performants

Les professionnels de l'immobilier ont besoin de logiciels métiers plus performants et ouverts aux innovations. L'interopérabilité est indispensable à la réussite du déploiement rapide et efficace des nouvelles technologies.

Une Gestion Électronique de Document doit intégrer des moteurs de recherche intelligents et un classement automatique des documents.

La plateforme collaborative avec des applications mobiles dans le cloud pourrait mettre fin à l'e-mail.

### Revoir sa stratégie commerciale

Cela signifie avoir une démarche plus commerciale, par exemple sur la partie copropriété. Il faut apprendre à se vendre en créant une équipe dédiée au démarchage commercial. Utiliser d'avantage les réseaux sociaux pour se développer. Ou encore contrôler la satisfaction client grâce aux avis clients et le faire savoir, tout en fixant un objectif pour ses collaborateurs.

### **Conclusion**

Tout d'abord, Mettre en avant nos atouts avec fierté !

- L'intérêt de l'intermédiation : Le conseil client personnalisé, la connaissance terrain et du marché et notre savoir-faire acquis par expérience sont nos principaux atouts à valoriser.
- Un exemple avec les travaux de rénovation énergétique : Seule notre capacité terrain de la préparation du dossier travaux jusqu'à la réception de ces derniers permettra la réussite de cet enjeu majeur pour les bâtiments.
- Des services que nous rendons grâce à nos ressources humaines de qualité.
- La 1ère source de confiance pour les particuliers, ce sont les professionnels !
- Il faut mettre en avant la garantie apportée à nos clients : Notre métier, c'est votre garantie ! (RCP, Garantie financière, Formations, Expérience métier...)

En résumé voici nos solutions pour que nous devenions un néo acteur de l'immobilier :

1. S'adapter à cette nouvelle concurrence. S'intéresser aux nouvelles problématiques de nos clients. Savoir se remettre parfois en question.
2. Apprendre à défendre ses honoraires en rappelant le service que nous accomplissons.
3. Intégrer l'innovation et le digital au cœur de ses équipes dans sa stratégie d'entreprise.

4. Et, bien entendu, suivre le travail de la commission innovation de l'Unis et les trophées de l'innovation.

Les néo acteurs et start-ups doivent toujours être une source d'inspiration et non un modèle à suivre.

**Devenir un néo-acteur est à notre portée avec de la volonté et les acteurs traditionnels sont les mieux placés pour faire cette transformation.**

