
Promoteurs immobiliers, gagnez du temps tout en vous démarquant !



 **happywait**

LIVRE BLANC

La promotion immobilière a toujours été un métier complexe

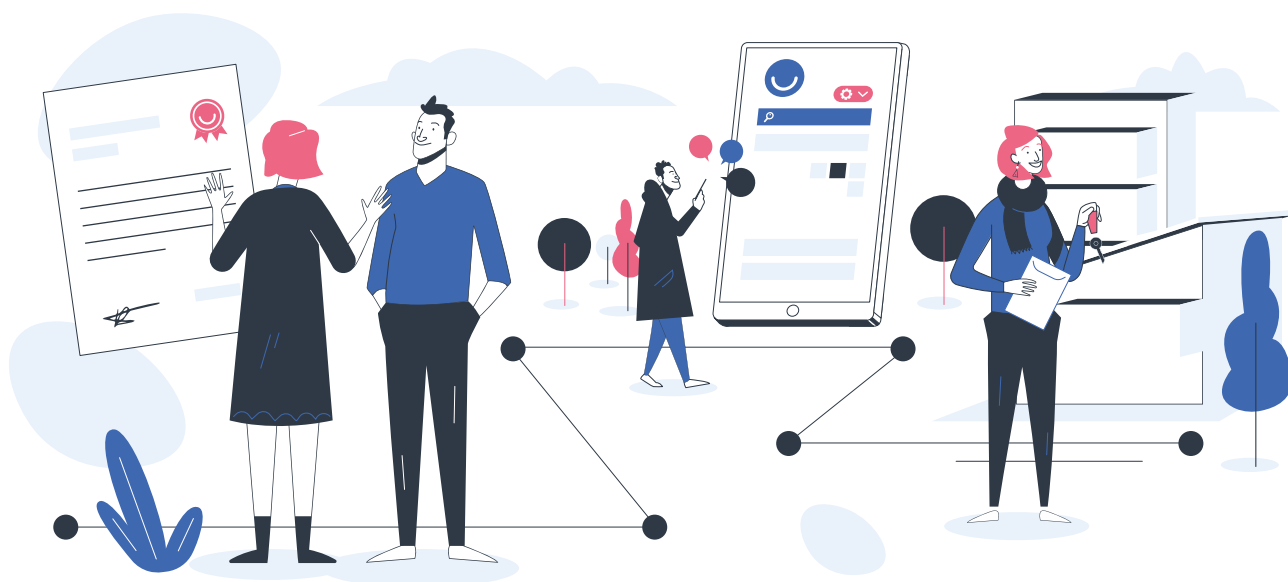
Parce que vous pilotez des opérations de A à Z, vous balayez de nombreux champs de compétences. Recherche de foncier, étude du marché, montage des projets immobiliers, aspects juridiques et financiers, commercialisation puis construction...l'activité est dense et les agendas bien remplis !

Pour autant, faut-il s'en réjouir ? L'emploi du temps chargé de chacun est-il un indicateur de performance ? Malheureusement non ! Aujourd'hui, votre profession se trouve confrontée à une **problématique grandissante de gestion du temps**.

Au quotidien, vos équipes consacrent du temps à de **nombreuses tâches récurrentes**, qu'il s'agisse de constituer des dossiers de vente, de transmettre les informations aux acquéreurs ou encore de prendre des rendez-vous. Le souci ? Ces actions sont indispensables au bon fonctionnement de l'entreprise mais présentent toutes les mêmes caractéristiques :

- ➡ Elles n'ont pas de valeur ajoutée : faire des photocopies ou gérer les affranchissements ne permet pas à l'organisation de se développer, pas plus qu'elle ne permet au collaborateur qui s'en charge de se développer professionnellement.
- ➡ Elles sont chronophages : cumulées, les heures passées à constituer des dossiers, poster des courriers ou communiquer par messages interposés avec les acquéreurs représentent un temps considérable !
- ➡ Elles viennent finalement plomber votre productivité !

Une aberration à laquelle il est grand temps de s'attaquer, et ce d'autant plus qu'un autre défi se présente à vous : **celui de la satisfaction des acquéreurs**.



Des professions qui peinent à déclencher l'enthousiasme

Aujourd'hui, ce n'est pas un hasard si de nombreux secteurs placent le client au centre des préoccupations. Les consommateurs ne veulent plus d'une simple prestation. Ils veulent vivre une véritable « **expérience client** » et n'hésitent plus à l'évaluer et à partager leur avis. Le bouche à oreille ne suffit donc plus pour être recommandé : il faut désormais compter sur **une bonne e-réputation**, et se donner les moyens d'obtenir des avis positifs !

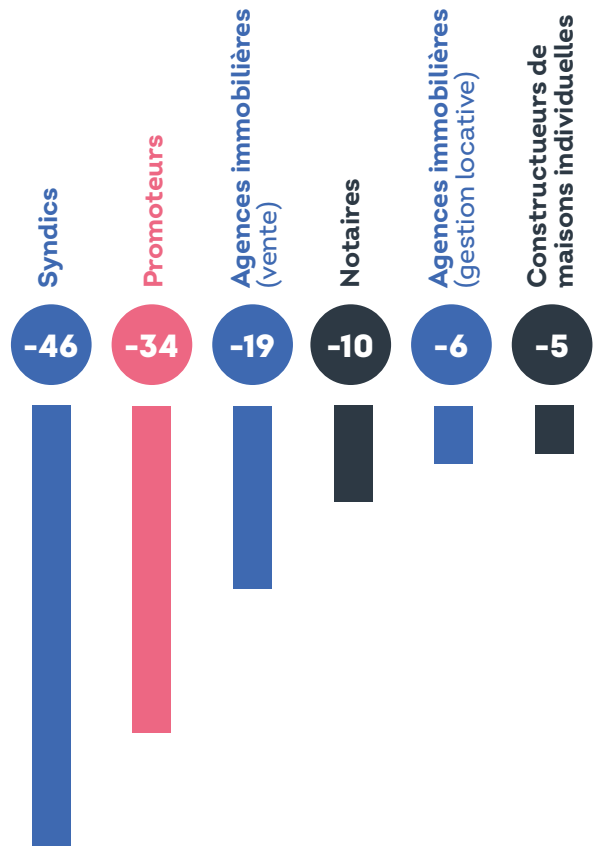
Vous le voyez, le vrai challenge de votre profession consiste à revoir l'organisation du quotidien et à redéfinir les priorités.

Autrement dit, à se débarrasser de tout ce qui parasite vos journées et à tirer parti d'un nouveau levier de développement : la satisfaction de vos acquéreurs. Alors que les promoteurs immobiliers sont encore mal perçus (avec un score NPS négatif, à - 34), ce défi est une véritable opportunité d'améliorer votre image de marque et de faire la différence.

Vous ne voyez pas comment faire en pratique ? Et si nous vous disions qu'il existe une solution « 2 en 1 » pour vous libérer des tâches chronophages et sublimer votre relation acquéreurs ?

Cette solution, nous en sommes convaincus, consiste à **digitaliser votre relation acquéreurs**.

Sécurité juridique, optimisation du temps, plaisir de pouvoir se concentrer sur l'essentiel...votre organisation a tout y gagner !



Résultat du Net Promoteur score :
% des enthousiastes (notes 9 et 10)
- % des détracteurs (notes 0 à 6)

Source : Simon Kucher & Partners avec Datawrapper

Voici 5 raisons qui, nous l'espérons, vous aideront à sauter le pas et à transformer votre quotidien.

🕒 Qui sommes-nous ?

Happywait accompagne les promoteurs immobiliers dans la dématérialisation de leur process de vente et dans la gestion de la relation acquéreurs tout au long du parcours achat et de ce fait, l'amélioration de la relation clients. Nous proposons pour cela une solution digitale, innovante et personnalisable en poursuivant un double objectif : celui de vous aider à améliorer votre image de marque, tout en vous faisant gagner en productivité. Cette voie vous intéresse ? Vous trouverez dans ce livre blanc quelques pistes pour vous y engager dès maintenant.

Bonne lecture !

1 | La signature électronique : une opportunité à exploiter !

Avez-vous déjà évalué le temps passé à la constitution d'un dossier de vente « papier » et à sa signature ? Le chronomètre peut vite s'affoler si on prend en compte les différentes actions à réaliser :

- ➔ **Impression et/ou scan du contrat de réservation en plusieurs exemplaires**
- ➔ **Envoi en recommandé, ce qui inclut le temps passé à remplir le bordereau et le déplacement en bureau de poste**
- ➔ **Réimpression et/ou scan du contrat de réservation au moindre changement, en autant d'exemplaires que nécessaire**

Et comme si la perte de temps ne suffisait pas, cette méthode présente des inconvénients supplémentaires, tels le coût lié aux frais postaux et la consommation en grande quantité de papier.

La signature électronique vient mettre fin à tous ces désagréments tout en offrant les mêmes garanties que la signature traditionnelle.

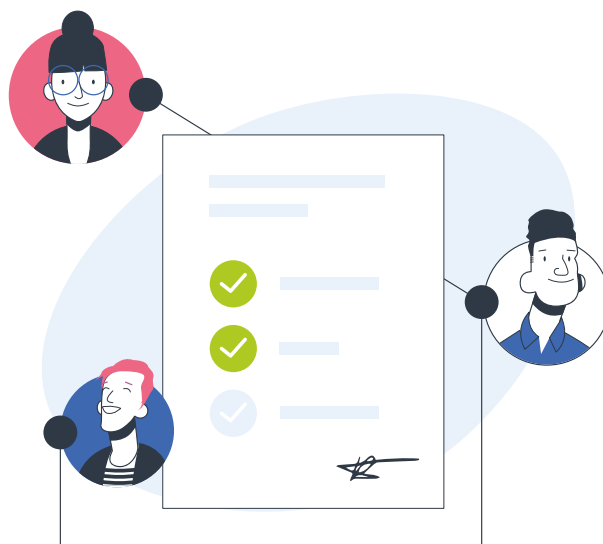
Le principe

La signature électronique permet de signer à distance tous types de documents dont les contrats de réservation. Il suffit d'une adresse e-mail et d'un numéro de mobile, et chaque partie peut signer à partir d'un ordinateur, d'une tablette, d'un smartphone.

En pratique, plus besoin de trouver une date pour signer ! Les contrats sont signés dès que possible, sans avoir à attendre que chaque partie puisse se rendre disponible. L'opération en elle-même est rapide, puisqu'elle supprime de fait le temps perdu à se déplacer vers un lieu de rendez-vous.

« Je gère entre 5 et 15 dossiers par mois, de la préparation du contrat à la signature. En dématérialisant ma relation acquéreurs, je me suis débarrassé de toute la partie administrative. Cela représente un gain de temps considérable, de l'ordre de 1h30/2h par dossier, soit entre 7h30 et 30 h par mois. Cela change mon quotidien et bénéficie aussi à mes acquéreurs, qui n'ont plus à se déplacer pour signer. Nos échanges sont plus fluides, je leur offre davantage de réactivité...je suis ravi et eux aussi ! »

 **Alban Delourme**
Directeur commercial
REI Habitat



La même sécurité juridique

Le contrat de réservation dématérialisé reprend le même formalisme qu'un contrat « papier ». La signature électronique a la même valeur qu'une signature manuscrite. Elle est prévue dans le code civil, et nécessite seulement de recourir à un procédé fiable d'identification, qui garantisse le lien avec l'acte auquel elle s'attache.

Article 1367 du code civil

La signature nécessaire à la perfection d'un acte juridique identifie son auteur. Elle manifeste son consentement aux obligations qui découlent de cet acte. Quand elle est apposée par un officier public, elle confère l'authenticité à l'acte. Lorsqu'elle est électronique, elle consiste en l'usage d'un procédé fiable d'identification garantissant son lien avec l'acte auquel elle s'attache. La fiabilité de ce procédé est présumée, jusqu'à preuve contraire, lorsque la signature électronique est créée, l'identité du signataire assurée et l'intégrité de l'acte garantie, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat.



La signature électronique pour améliorer votre image

Recourir à la signature électronique, c'est à la fois renvoyer une image :

Moderne

La signature électronique existe depuis 2000. Les consommateurs connaissent déjà le principe, lequel est utilisé dans le secteur bancaire, ou par les notaires. Aujourd'hui, les échanges par courrier sont globalement en perte de vitesse et sont perçus comme relevant d'un autre temps...

Efficace et pragmatique

Comme vous, vos acquéreurs n'aiment pas perdre du temps. Ils apprécient donc que la signature se fasse vite, sans devoir mettre en place une organisation particulière. Plus précisément, vos acquéreurs apprécieront de pouvoir signer à distance, mais aussi de valider l'ensemble des pages du dossier en un seul clic. Terminé le temps où il fallait imprimer plusieurs exemplaires, parapher toutes les pages et signer à plusieurs endroits !

Responsable

Utiliser la signature électronique, c'est aussi restreindre les déplacements et la consommation de papier. Un aspect qui contribue à renvoyer une image positive, la société étant dans son ensemble de plus en plus sensible aux efforts faits par les entreprises pour limiter leur impact écologique.

« Depuis que nous avons mis en place un espace dédié à nos acquéreurs et opté pour la dématérialisation, nous ne sommes plus obligés de prévoir des rendez-vous en face-à-face. Nous avons lancé un programme de 30 logements dans le quartier de Braza à Bordeaux, et avons pu signer tous les lots en distanciel. Le temps de signature est divisé par deux, c'est un gain de temps phénoménal ! »

 **Olivia Carreras**

Assistante programme
EDEN Promotion - Bordeaux

2 | Finissez-en avec les tâches chronophages liées au suivi des dossiers

Une fois signé, chaque dossier nécessite de nombreuses interactions avec l'acquéreur. On pense bien sûr aux échanges autour des rendez-vous qui rythment le parcours-client, de la réservation à la livraison (visite de cloisonnement, visite pré-livraison, visite livraison notamment).

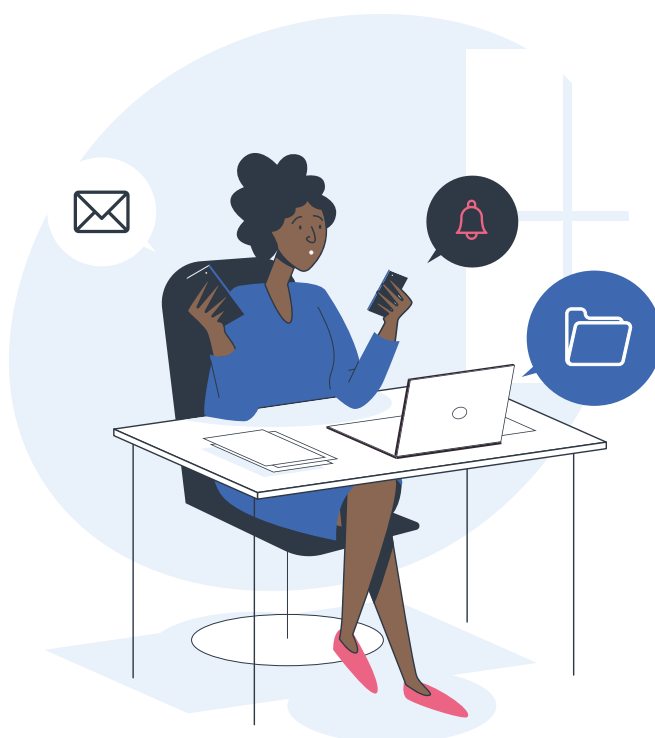
Mais on pense aussi à ces petites choses du quotidien :

- ➡ Laisser un message à un acquéreur suite à un message qu'il a laissé sur le suivi de son chantier ou tout autre sujet
- ➡ Retrouver le dossier d'un acquéreur pour répondre à ses questions
- ➡ Renvoyer à l'acquéreur un document qu'il aurait égaré
- ➡ Inviter un acquéreur à faire le choix de ses matériaux
- ➡ Relancer l'acquéreur pour un appel de fonds
- ➡ Faire signer un devis TMA etc.

La liste pourrait encore s'allonger, mais permet de relever que très souvent, la perte de temps est liée :

D'une part, à un manque d'autonomie des acquéreurs : ils n'ont pas d'autre solution que de vous appeler pour obtenir réponse à leurs questions.

D'autre part, à un manque de fluidité dans la communication. C'est ce qui se passe par exemple quand vous communiquez avec vos acquéreurs par réponds interposés, sans réussir à vous joindre.



Aujourd'hui, l'ensemble de ces aspects de la relation avec l'acquéreur peut être dématérialisé, en lui proposant d'accéder à **un espace client dédié**. Ce type d'outil intègre des fonctionnalités qui permettent de gagner du temps : prise de rendez-vous en ligne, système de messagerie, stockage du dossier de l'acquéreur.

Concrètement, vous gagnez du temps pour deux raisons

Votre acquéreur peut effectuer seul un certain nombre d'actions, en pouvant à tout moment consulter ses documents, les télécharger, les signer. Il peut aussi vous interroger, solliciter un rendez-vous, et cela sans vous appeler.

Vous répondez aux sollicitations au moment le plus opportun. Plutôt que répondre au téléphone toute la journée, vous pouvez ainsi fixer un créneau horaire sur lequel traiter les demandes de tout votre portefeuille acquéreurs.

22

mois la durée de vie moyenne d'un programme sur la plateforme



44

connexions par acquéreur en moyenne centralisées sur la plateforme pendant toute la durée de vie du projet



84%

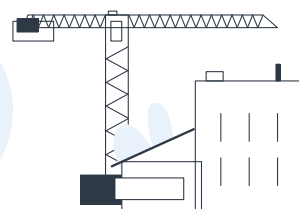
Taux de satisfaction acquéreur suite aux échanges entre collaborateurs et acquéreur

25



publications promoteur en moyenne par programme

82%



Taux de connexion acquéreur sur toute la durée

3 | Marquez des points auprès de vos acquéreurs !

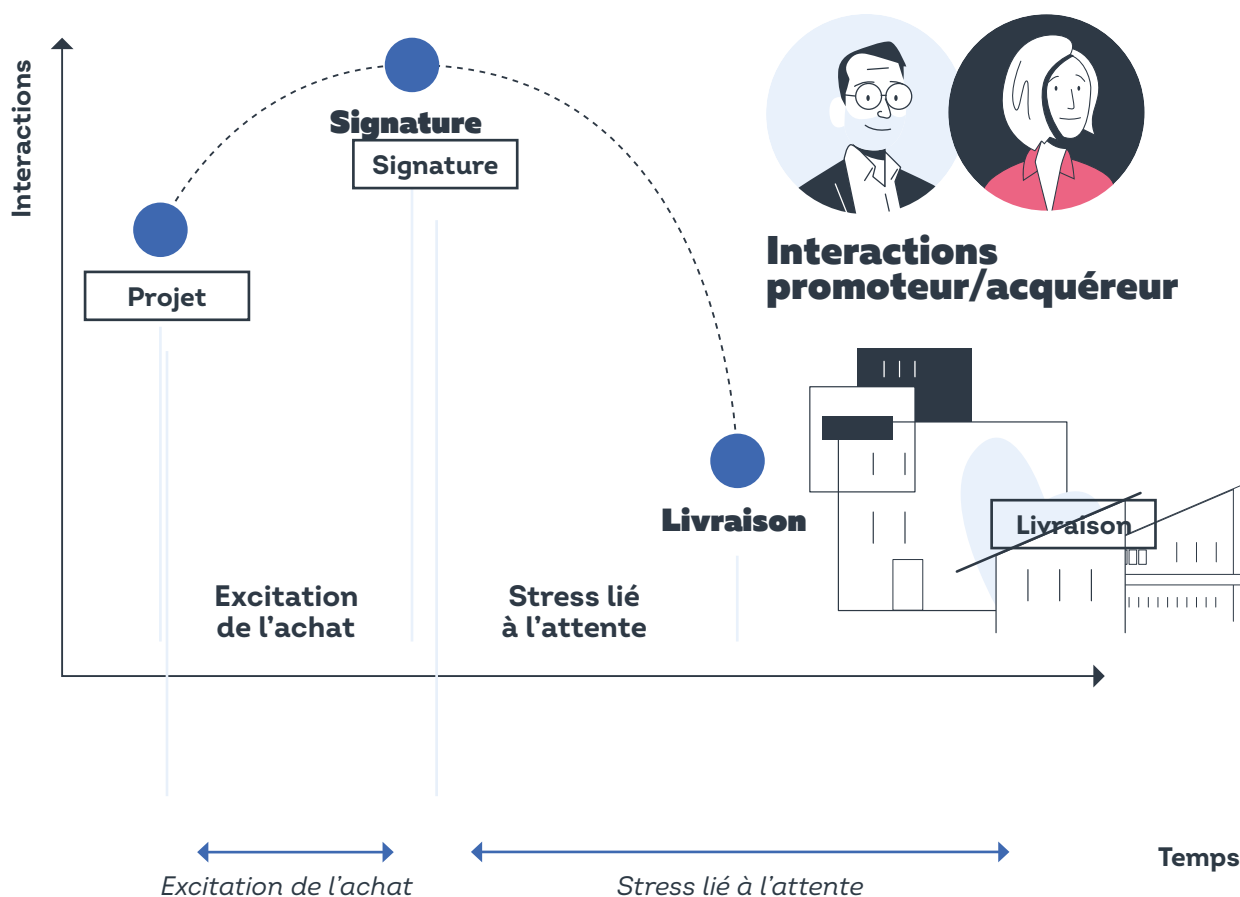
Un achat en VEFA n'est pas anodin. Qu'il s'agisse d'un premier achat, d'un projet familial ou même d'un investissement immobilier, il s'agit toujours pour l'acquéreur d'un projet de vie.

Cela génère forcément des émotions durant le temps qui sépare la signature du contrat de la livraison du logement, parmi lesquelles des sentiments négatifs : impatience, frustration, ou encore inquiétude.

« J'ai vécu en 2011 l'expérience d'achat d'un appartement sur plan, dit VEFA, j'ai été surpris du contraste saisissant entre l'importance de l'achat, souvent le fruit d'un projet familial et l'expérience apportée par le promoteur, alors qu'avec un simple achat de quelques euros sur Amazon : l'expérience débute dès la recherche du produit... »

 **Julien Mouazan**
CEO
Happywait

Évolution des interactions promoteur /acquéreur



Comment faire en sorte que vos acquéreurs vivent positivement l'attente de la livraison ?

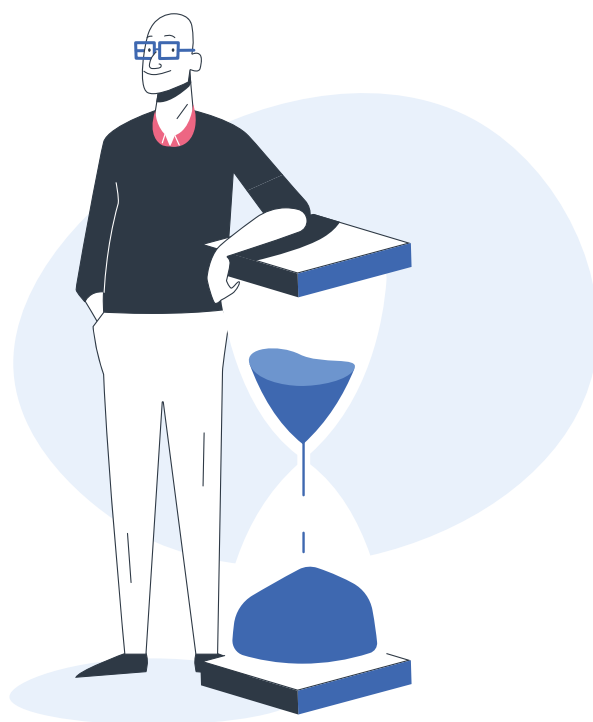
La réponse se trouve dans un changement de posture, et dans la proposition d'une expérience inédite. Aujourd'hui, les consommateurs dans leur ensemble ont bien du mal à supporter l'absence d'informations.

Ils veulent être tenus au courant, donner leur avis, et surtout être impliqués dans tout ce qui les concerne. Ils attendent aussi qu'on leur facilite la vie, tout en leur apportant du service, mais aussi de l'«humain».

En digitalisant votre relation acquéreur, vous allez pouvoir travailler sur l'ensemble de ces aspects. Finies les frustrations ! L'acquéreur devient acteur de son projet, et se sent épaulé puisque vous communiquez avec lui de façon plus interactive et fluide.

Le digital permet ainsi d'offrir une palette de services totalement adaptés aux attentes des acquéreurs d'aujourd'hui :

- 
- ➡ **Suivi de l'avancement de leur projet : démarrage des travaux, achèvement des fondations, des planchers...**
 - ➡ **Service de messagerie pour échanger avec l'équipe qui leur est dédiée, avec possibilité d'évaluer la qualité des échanges**
 - ➡ **Accompagnement tout au long du projet, avec l'aide au choix des matériaux par exemple**
 - ➡ **Gestion des demandes de personnalisation (TMA), avec la possibilité de visualiser les matériaux, les dimensions, les couleurs (pour des éléments de cuisine ou de salle de bain par exemple)**



« On n'entend plus dire qu'on ne les informe pas sur leur chantier ! Chaque semaine, je dépose des photos et des publications dans l'espace dédié à chacun de nos acquéreurs. Tous les documents sont centralisés, et cela facilite vraiment la communication. Je constate qu'il y a beaucoup moins d'appels de la part des acquéreurs depuis la dématérialisation. »

 **Laura Bilheux**

Assistante commerciale
ADV Provicis Ouest Immobilier

4 | Un premier pas pour transformer votre organisation en profondeur !

Vous l'avez compris, digitaliser la relation acquéreur apporte rapidement des résultats : gain de temps, optimisation des process, économie de papier, le tout en sécurisant les données.

Mais c'est aussi un investissement sur le long terme, pour amorcer la transformation digitale au sein de l'entreprise.

Créer un espace acquéreur, c'est en effet :

Un premier pas pour repenser la relation client. Cela va permettre à vos équipes de se familiariser avec les stratégies « customer centric », qui consistent à faire de la satisfaction client un levier de croissance. Le digital vous offre ainsi la possibilité de séduire vos acquéreurs et d'obtenir des recommandations de leur part.

Une opportunité de communiquer autrement, en renvoyant l'image d'une entreprise à l'écoute et innovante. A la clé, cela signifie plus d'attractivité ! Vous allez attirer de nouveaux clients, peut-être nouer de nouveaux partenariats, et même recruter plus facilement de jeunes talents attirés par cette nouvelle approche de la promotion immobilière.

Un excellent moyen d'embarquer toute votre équipe dans le passage au digital. En effet, quel salarié ne rêve pas d'être déchargé des tâches ingrates ? De trouver tous les aspects de son travail intéressants ? La digitalisation de la relation acquéreurs bénéficie aussi aux salariés ! En leur faisant gagner du temps, elle leur permet de se concentrer sur des missions valorisantes, et ainsi de retrouver du sens et de la motivation au travail. La démarche remporte l'adhésion de tous, toutes générations confondues.

Une occasion unique de sublimer votre marque employeur. En soulageant vos collaborateurs de tâches sans intérêt, vous leur apportez un confort au quotidien et contribuez à améliorer le bien-être au travail. Vous évitez ou limitez le turn over, vous fidélisez vos collaborateurs.

Enfin, digitaliser sa relation client, c'est mettre en place un cercle vertueux, en générant :

➡ Plus d'agilité

➡ Plus d'efficacité

➡ Plus d'engagement



« Le papier, ça me paraît tellement loin maintenant ! J'ai d'excellents retours acquéreurs avec la dématérialisation. La messagerie partagée permet une meilleure traçabilité des échanges qu'ils ont avec nos collaborateurs. »

● **Julia Nivan**
Commerciale
Le Logis Breton

5 | Digitaliser sa relation client, c'est simple !

Passer à la signature électronique, centraliser les informations pour l'acquéreur, transformer l'expérience client... autant de pistes à exploiter pour travailler plus efficacement tout en favorisant la satisfaction client.

Cela vous semble intéressant mais compliqué ?

Pourtant, ça ne l'est pas si vous optez pour une solution « **tout en un** ».

Pour vous faciliter la vie, Happywait a conçu pour vous une application qui combine tous les avantages.

Nous pouvons en effet créer un espace dédié à vos acquéreurs intégrant de nombreuses fonctionnalités :

- ➡ Signature électronique du contrat de réservation
- ➡ Planification des événements et des rendez-vous
- ➡ Digitalisation des choix des matériaux, des options, des demandes de TMA (travaux modificatifs à la demande de l'acquéreur)
- ➡ Immersion de l'acquéreur dans son projet, avec possibilité de suivre le chantier (galerie photos, infos pratiques...)
- ➡ Gestion de tous ses documents liés à son projet d'achat

Le tout avec une grande facilité de prise en main, et sans chambouler vos habitudes de travail, puisque votre espace est créé à vos couleurs et intègre vos modèles. Vos équipes vont gagner du temps sans perdre leurs repères, et **vos clients vont adorer cette nouvelle expérience !**

Contactez-nous pour une démo !

demo@happywait.com

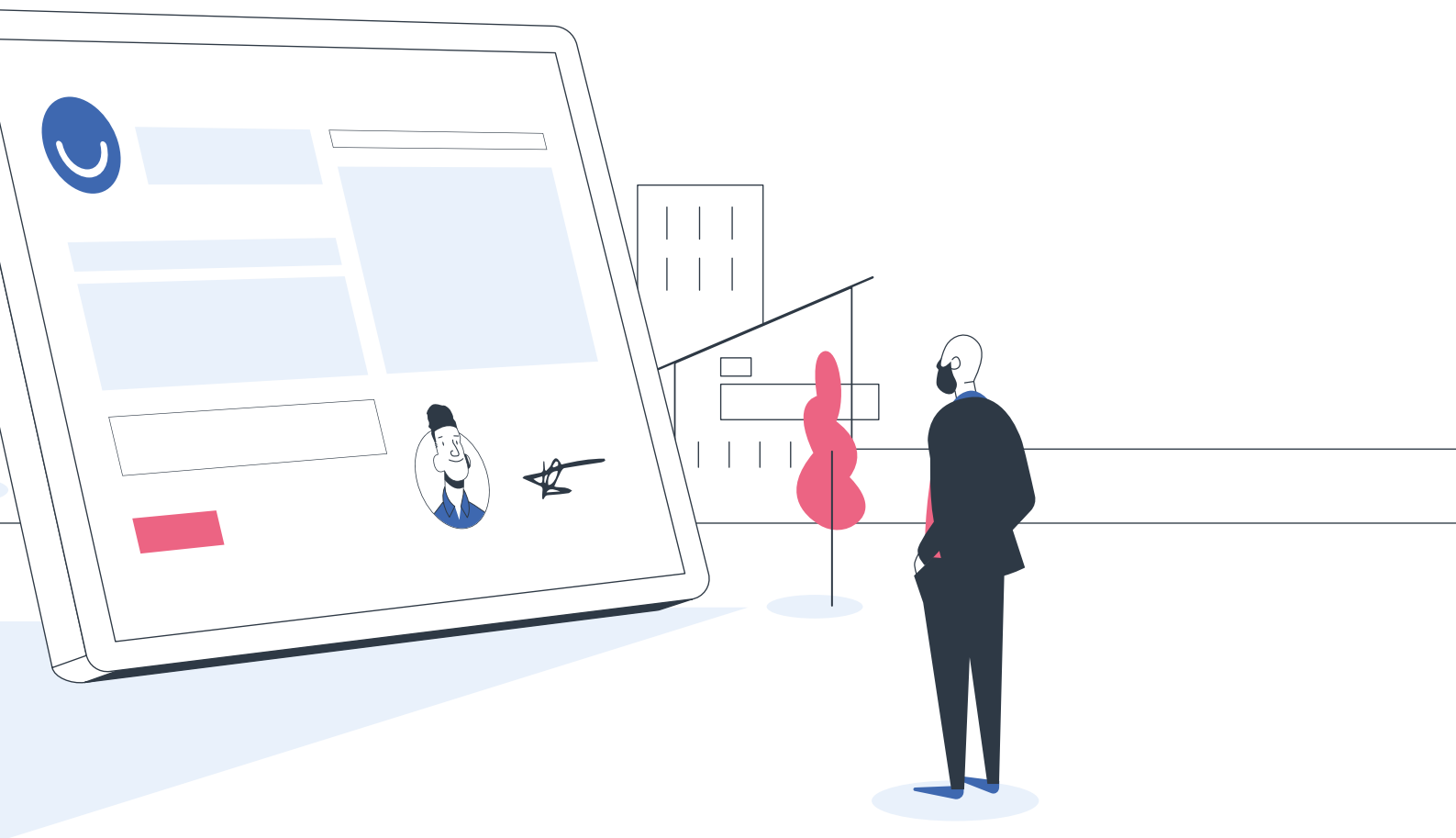




**Contactez-nous
pour une démo !**



demo@happywait.com



happywait.com