

Les opérations

Où et comment trouver une opération

La quête du marchand de biens

Quand on débute, trouver une opération d'achat-revente peut sembler fastidieux.

Avec l'obtention du financement, ce sont les deux parties qui rebutent le plus et qui sont à l'origine de la majorité des abandons ou des échecs.

Si vous vous y prenez mal, ces deux étapes peuvent devenir des tortures où vous allez vous retrouver en échec permanent.

Cela va affecter votre détermination, car vous aurez l'impression de « pédaler dans le vide » et de ne pas avancer. Puis vous finirez par remettre en question la possibilité actuelle de faire de l'achat-revente.

« La période est trop compliquée » « C'était possible avant »

Pourtant, l'opportunité en achat-revente ne dépend pas de la période. C'est ce que l'on voit dans les vidéos sur les effets leviers pour réaliser un bénéfice entre l'achat et la revente.

Elle dépend principalement de votre capacité à créer une valorisation sur le bien que vous achetez.

La quête du marchand de biens

Par contre, effectivement, le début de la prospection est le moment le plus « laborieux » du projet.

C'est pour cela que je vais vous expliquer comment tout de suite mettre en place une méthode qui permet d'avoir les meilleurs retours sur investissement.

Vous allez découvrir les techniques qui permettent de passer d'un travail quantitatif à un travail qualitatif.

Dans ce travail, vous allez donc probablement rencontrer deux phases:

1. La découverte de votre marché et la création de votre réseau
2. Le développement et l'entretien de votre réseau

Tous ces biens que vous allez voir, nous les appelons des « pistes ouvertes ».

Les sources de prospection

Il existe plusieurs sources pour obtenir vos opérations:

- ⇒ Les annonces
- ⇒ Les agents immobiliers
- ⇒ Les partenaires (notaires, archi, géomètre, artisans, etc.)
- ⇒ Le reste du monde!

Petit à petit, pour vous faciliter le travail, ce sont vos relations qui viendront vous parler d'une piste ouverte plutôt que vous qui allez chercher dans le volume des annonces.

Mais pour cela, vous devez créer votre réseau.

Cela n'est pas forcément nécessaire suivant votre secteur, mais ce sera une aide précieuse à votre développement futur.

Voici l'intérêt de ce travail:

- La première année de prospection, mon associé a visité plus de 220 pistes ouvertes. Nous avons réalisé deux opérations.
- Puis il a visité autour de 180 pistes ouvertes la deuxième année.
- Et finalement seulement 50 la troisième année!!

Dans le même temps, le chiffre d'affaires de la société a été environ multiplié par quatre...

Vous comprenez maintenant tout l'intérêt de la méthode de prospection que je vais vous présenter.

Le principe pour commencer

Pour commencer, le principe est simple.

Vous devez visiter un maximum de biens. Il n'y a pas de secret magique, il s'agit de travail.

Vous utilisez tous les sites de référencements d'annonces en ligne. Puis vous visitez tout ce qui vous semble intéressant.

Dans un premier temps, cela vous servira à vous faire une meilleure idée de votre marché.

Puis au fur et à mesure de l'amélioration de vos connaissances, vous sélectionnez les produits qui correspondent à votre cible.

L'idée est donc de travailler en volume (vous n'avez pas la qualité, vous faites avec la quantité) en attendant des jours meilleurs.

Ce travail sera de toute façon toujours valable et à faire dans le temps. Mais avec la création de votre réseau, il sera moins crucial.

Vous continuerez de le faire pour continuer d'étendre votre réseau, mais aussi pour toutes les ventes de particulier à particulier!

C'est également le meilleur moyen de rester un expert de votre marché.

Il n'y a rien de plus gratifiant auprès d'un partenaire que de connaître un bien avant que l'on vous le présente. Sa vision de vous sera celle d'un acteur réactif du marché et cela le poussera à vous appeler le plus tôt possible pour être sûr que vous ne l'avez pas déjà vue.

Réaliser un tableau de piste ouverte

À partir de ces visites, vous allez réaliser un tableau de suivi de piste ouverte.
C'est ce simple outil qui sera à l'**origine de votre réussite rapide**. Ne le négligez pas.

Noter toutes les pistes que vous visitez et rajouter tous les éléments intéressants:

- ⇒ Qui vous l'a présentée et quand
- ⇒ A votre initiative ou celle de l'agent
- ⇒ Le prix de vente initial puis les évolutions de prix
- ⇒ Le type de projet envisageable
- ⇒ Le prix auquel le projet est valable (selon votre calcul)
- ⇒ La raison de l'abandon :
Cela peut être parce que la négociation a échoué, parce qu'un autre marchand l'a acheté, parce qu'un particulier a acheté, parce qu'il ne vend plus, etc...

Ensuite, régulièrement, vous allez faire le suivi de ces pistes.

Cela va vous permettre de faire des statistiques et d'analyser votre marché pour réorienter vos recherches.
C'est l'occasion de prendre du recul sur votre travail. Les données chiffrées ne mentent pas.

Cela vous permet surtout de revenir à la charge quelques semaines voir quelques mois plus tard.
S'intéresser à ce qui n'intéresse plus personne est un bon filon.

Après quelques mois sans activité, les vendeurs sont plus ouverts à la négociation, alors que les autres marchands de biens sont toujours en quête de nouveaux biens. La réussite dépendra bien sûr de la motivation des vendeurs.

Prendre contact avec les agents immobiliers

L'agent immobilier est le cœur de votre réseau.

À terme, c'est lui qui vous apportera en direct le plus grand nombre de vos opérations.

Il y a deux façons classiques de rentrer en contact avec un agent immobilier.

- Soit vous venez pour visiter un bien
- Soit vous venez en « candidature spontanée » pour savoir s'il a un bien pour votre projet de marchand de biens.

Visiter en volume est donc la meilleure méthode pour rentrer en contact avec les agents immobiliers.

Comme vous venez pour une visite, vous venez en « client ». Vous faites partie de l'agenda de l'agent immobilier et il est donc étonnamment plus disposé à vous écouter et à vous aider.

Après chaque visite, vous lui expliquez votre recherche ou votre projet et vous essayez de partir sur une autre visite avec lui. Puis, vous conservez ses coordonnées pour le relancer.

Quand vous avez épongé toutes les annonces de votre secteur, vous vous lancez dans le tour des agences; la fameuse candidature spontanée.

En général, l'accueil est plus froid, l'agent « a déjà des marchands de biens ». Mais c'est pourtant comme cela que vous arriverez à créer votre réseau. Souvent sur une anecdote.

Le porte à porte a toujours été désagréable pour le commercial comme pour le prospect, pourtant il fonctionne!

Notez les coordonnées de l'agent et relancer

Comme pour les pistes ouvertes, vous allez tenir **un tableur avec tous les apporteurs d'affaires** que vous rencontrez. Vous notez leurs coordonnées, la date de dernier contact.

Puis vous définissez une date de relance pour le rappeler et vous faites cela tous les jours.

C'est en ayant un système exigeant que vous aurez des résultats efficaces.

Cette période du développement me rappelle quand je cherchais un travail en intérim. Il fallait avoir le même fonctionnement.

Votre objectif est d'impacter l'agent immobilier pour qu'il pense à vous en automatique.

À chaque visite avec l'agent immobilier, vous mettez à jour votre tableau. Et vous prévoyez de le recontacter. Si vous ne visitez plus rien avec lui, votre date de relance le fera remonter automatiquement pour le rappeler ou lui rendre visite.

Le contact avec les agents immobiliers

Comme tous les intervenants de votre réseau, l'agent immobilier doit devenir un partenaire. Vous devez donc faire tomber la distance qu'il existe entre lui et ses clients classiques.

Cela passe par le fait de devenir une référence pour lui.

Pour cela, vous devez vous mettre dans SA subjectivité pour comprendre ses intérêts, ses craintes et ses doutes.

- ⇒ Il doit savoir qu'à chaque fois qu'il vous donne une adresse, vous passerez par lui (adieu les bons de visite). Vous n'allez pas le voler.
- ⇒ Il doit penser que vous êtes très réactif, il aura donc très vite une réponse et peut-être une « vente facile ».
- ⇒ Il est convaincu que vous n'allez pas négocier ses honoraires car vous respectez son travail. S'il y a besoin, il le fera tout seul pour ne pas rater la vente.
- ⇒ Il dira à tout le monde que vous respectez vos engagements (délai, prix, financement, revente), y compris aux vendeurs.
- ⇒ Il pense que vous pouvez acheter à chaque fois et donc il revient vers vous.

Vous voulez devenir à ses yeux ce qui représente la facilité pour lui.

Travailler avec vous sera plus agréable et plus efficace qu'avec un client lambda car il n'aura pas besoin de faire son laïus commercial.

Et en plus, il pourra sûrement récupérer les lots à la revente!

Petit à petit, il sera un partenaire de taille qui jouera dans votre camp. Il vous donnera ainsi régulièrement les infos sur les marges de négociation ou la situation du vendeur dès le début.

Empathie (à plus long terme)

Ce que l'on cherche à obtenir dans le temps, c'est l'implication de l'agent immobilier.

L'enjeu est de faire plus d'une opération avec lui.

Ce qui va faire la différence dans la relation, c'est l'opération ou les opérations que vous n'auriez pas eues si vous ne le connaissiez pas.

Pour cela au fur et à mesure de la relation, vous allez chercher à inverser les rôles. L'agent immobilier qui vous appellera devra chercher à vous convaincre que la piste ouverte est intéressante. Et vous irez visiter presque pour lui rendre service.

Vous devez l'engager dans le projet. Au final, vous allez prendre le temps de visiter « parce que vous lui faites confiance ». Et surtout, vous lui demandez toujours d'estimer les prix de revente...

Enfin, n'oubliez pas qu'il travaille avec vous pour des raisons bien plus « humaines » : parce qu'il aime bien faire un restaurant de temps en temps avec vous, parce que vous êtes à l'écoute (confident), parce que c'est facile (parler-vrai) ...

... Parce qu'il vous aime bien.

L'objectif est de faire tomber la barrière entre vous pour passer de « client » à « partenaire ».

La grande différence entre les deux est qu'il n'aura plus besoin d'appliquer sur vous ses techniques de vente. Et surtout, vous serez dans la confiance avec lui pour toutes les données du bien vendu.

Je vous en parlerai régulièrement dans la formation. Baser son travail sur des valeurs humaines et morales sincères, aura le double avantage de vous faire aimer ce que vous faites et de vous rendre plus efficace sur le long terme. On cherche le mariage entre la compétence et les valeurs morales.

Conclusion

Le principe est simple... La seule différence se fera sur votre capacité :

- ⇒ À faire du volume dans un premier temps
- ⇒ **À être exigeant dans votre suivi (notes et relances).**
- ⇒ Puis à convertir les rencontres en partenariat
- ⇒ Enfin à devenir lentement mais sûrement une **référence pour votre réseau.**

Exercice:

- ⇒ Dès maintenant, réalisez votre **tableau de suivi de pistes ouvertes** et votre **tableau de suivi d'apporteurs.**