

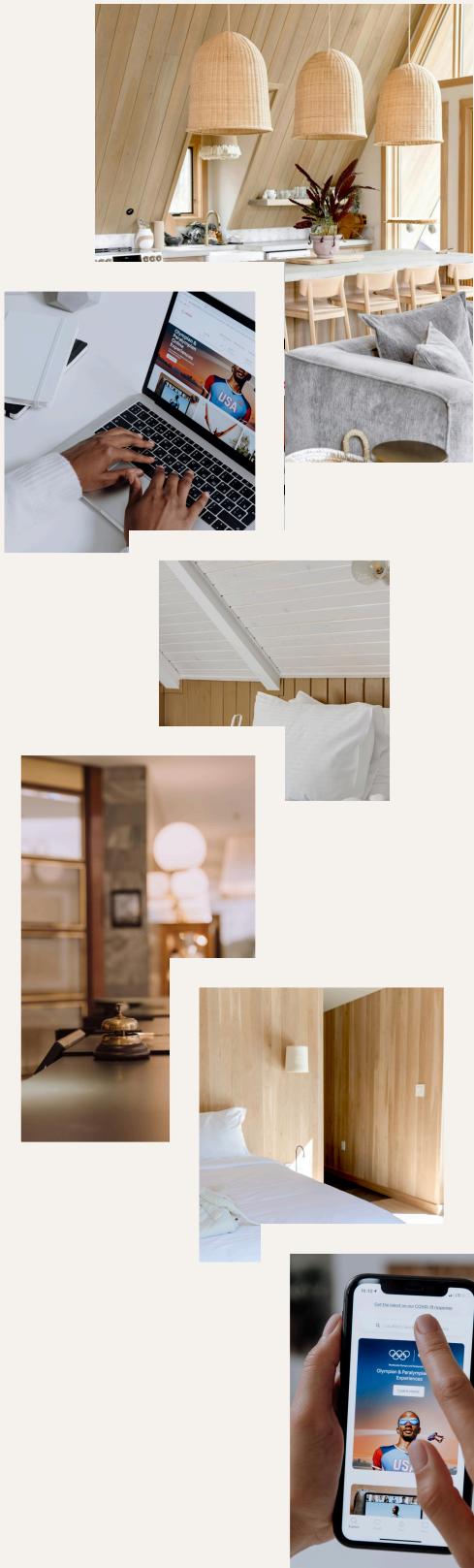


MODULE 3

CONSTRUIRE UNE OFFRE RENTABLE ET PRO

Prestations, tarification, positionnement, outils
essentiels

Sommaire



- Les prestations à proposer
- Trouver ses premiers clients
- Rédiger une annonce efficace sur les plateformes
- Offrir une expérience client irréprochable

Qu'allez-vous proposer à vos clients, et à quel prix ?

Maintenant que vous avez posé les bases juridiques et structurelles de votre activité, il est temps d'entrer dans le concret

Bonne lecture et surtout... belle réussite



Dans ce module, vous allez apprendre à créer une offre claire, attractive et différenciante, qui répond aux besoins réels des propriétaires tout en valorisant votre savoir-faire. Nous verrons comment bâtir une grille de prestations cohérente, comment positionner vos tarifs, et comment justifier votre valeur sans vous brader.

Ce travail est crucial : une offre bien conçue, bien présentée et bien tarifée, c'est ce qui vous permettra d'attirer vos premiers clients, de gagner leur confiance et de rentabiliser votre activité rapidement.

CONSTRUIRE SON OFFRE ET SA QUALITÉ DE SERVICE



Les prestations à proposer

Proposer de bonnes prestations, c'est répondre aux attentes de vos clients... mais aussi structurer votre offre, définir vos prix, et organiser votre quotidien.

Une conciergerie performante repose sur un socle de services incontournables, auquel on peut ajouter des prestations premium, à forte valeur perçue.

Ce chapitre vous guide pour choisir, packager et vendre vos services de manière claire et attractive.

Les prestations essentielles (le socle minimum)

Ce sont les services que toute conciergerie doit être capable de fournir, que l'on vise un studio urbain ou une villa saisonnière. Sans eux, vous ne serez pas perçu comme professionnel.

Check-in / Check-out

- Accueil personnalisé ou autonome des voyageurs
- Remise des clés, explication du logement, consignes
- Vérification de l'état des lieux au départ

Astuce : proposez les deux formules (présentiel + autonomie via boîte à clé) pour plus de flexibilité.

Ménage entre deux séjours

- Nettoyage complet (salle de bains, cuisine, sols)
- Gestion des déchets, aération, désinfection
- Approvisionnement en consommables (papier toilette, savon...)

Objectif : garantir un logement impeccable à chaque arrivée.





Gestion du linge

- Fourniture ou lavage du linge de lit, serviettes, tapis
- Repassage et rangement

Remarque : si vous ne gérez pas le linge vous-même, collaborez avec un pressing local. Vous pouvez aussi faire de la location si c'est possible dans votre ville. Renseignez-vous car de nombreuses blanchisseries ou sociétés comme Locliffe peuvent vous fournir en linge toujours prêt et surtout vous pouvez adapter les quantités en fonction des saisons et du nombre de bien que vous gérez. Beaucoup de conciergerie se servent du linge fourni par les propriétaires. Attention ce sont souvent de vieilles parures, dépareillées et pas toujours du meilleur effet pour les locataires.

Communication voyageurs

- Réponses aux questions avant / pendant / après le séjour
- Envoi d'un livret d'accueil numérique
- Rappel des consignes, aide en cas d'imprévu

Clé de la satisfaction client et des bonnes notes Airbnb.

Prévoyez une fiche mission claire pour les prestataires : ménage, piscine, jardin, maintenance ou utilisez celles fournies.

Les prestations premium (pour se différencier)

C'est ici que vous pouvez créer votre marque, fidéliser vos propriétaires et voyageurs, et augmenter votre chiffre d'affaires.



Création et gestion des annonces

- Rédaction optimisée pour chaque plateforme
- Prises de vue attractives, retouche photo
- Paramétrage des calendriers, prix, conditions

Facturable en forfait (100-250 €) ou inclus dans un pack premium.

Multidiffusion sur plateformes

- Utilisation d'un channel manager
- Gestion des calendriers synchronisés
- Optimisation du remplissage via Booking, Abritel, Airbnb

Nécessite une bonne maîtrise technique, mais gros levier de revenus.

Accueil VIP et prestations sur mesure

- Bouteille de vin, panier de produits locaux
- Check-in avec visite guidée
- Services "à la carte" (petit-déjeuner, ménage quotidien...)

Idéal pour les grandes maisons ou clientèle haut de gamme.

Maintenance et petit entretien

- Réarmement du disjoncteur, réparation rapide (poignée, robinet...)
- Signalement des anomalies techniques

Recommandé : avoir un kit d'intervention de base dans la voiture (tournevis, ampoules, piles...).

Vous pouvez créer des partenariats avec des artisans locaux ok pour intervenir à la demande (plombier, serrurier, chauffagiste, électricien...).

Certaines entreprises de service à la demande regroupent aussi tous ces artisans disponibles sur un appel à la plateforme.

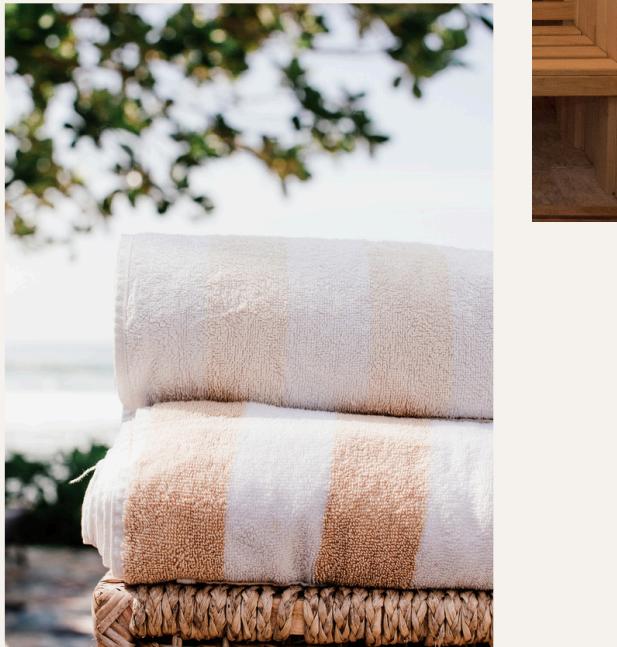


Comparatif synthétique des prestations



Prestation	Incontournable	Premium	Facturable à part
Check-in / Check-out	✓		Oui
Ménage entre séjours	✓		Oui
Linge de maison	✓		Oui
Communication voyageurs	✓		Non (inclus)
Création / gestion d'annonce		✓	Oui
Multidiffusion & Channel Manager		✓	Non (abonnement)
Accueil VIP / panier d'accueil		✓	Oui
Maintenance et petit dépannage		✓	Par devis / heure





Propriétaires de résidences secondaires

- Caractéristiques : Souvent absents, ils recherchent une gestion complète de leur bien.
- Besoins : Confiance, délégation totale, entretien régulier.

Approche : Mettez en avant votre fiabilité et votre capacité à gérer leur bien en leur absence.

Trouver ses premiers clients

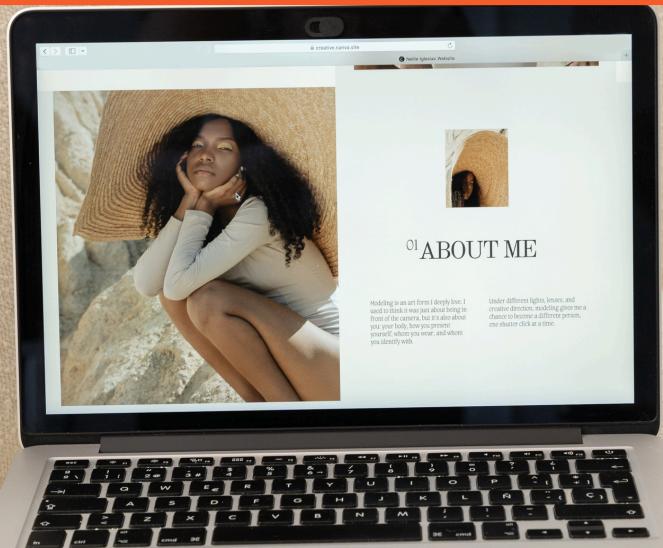
Trouver ses premiers clients est une étape charnière.

Il ne s'agit pas simplement de se rendre visible, mais de bâtir une crédibilité, une réputation locale et une relation de confiance.

Identifier les cibles prioritaires

Pour optimiser vos efforts de prospection, concentrez-vous sur les profils de propriétaires les plus susceptibles de recourir à vos services.



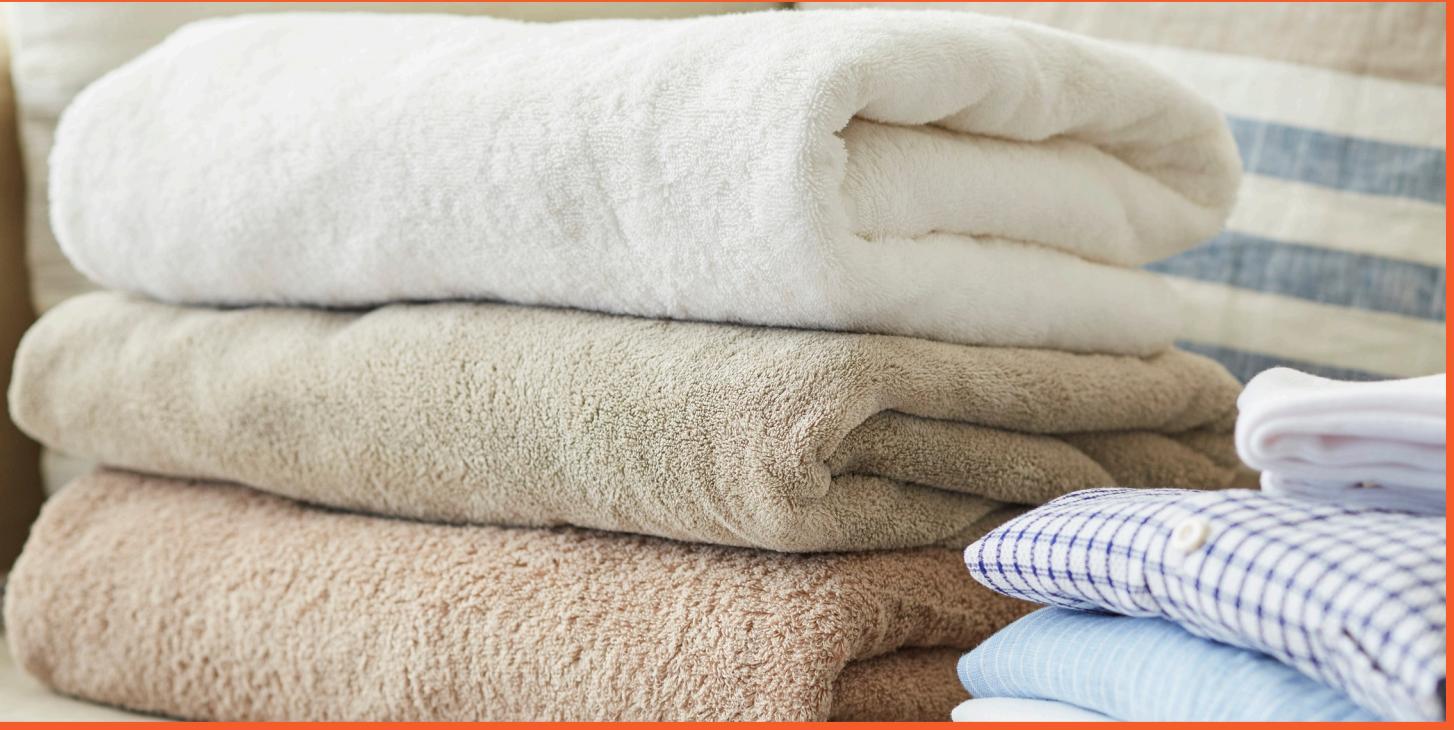


Investisseurs locatifs

- Caractéristiques : Possèdent des biens destinés à la location saisonnière pour rentabiliser leur investissement.
- Besoins : Maximisation des revenus, gestion efficace des réservations.
- Approche : Proposez des services d'optimisation des annonces et de tarification dynamique.

Propriétaires de résidences principales louées ponctuellement

- Caractéristiques : Louent leur logement pendant leurs absences (vacances, déplacements professionnels).
- Besoins : Gestion ponctuelle, flexibilité, réactivité.
- Approche : Offrez des services à la carte adaptés à leurs besoins spécifiques.



Méthodes de prospection efficaces



Prospection digitale

- **Fiche Google Business** : Créez votre fiche **Google My Business** et optimisez-la : photos, zone couverte, avis clients, posts réguliers.
- **Réseaux sociaux** : Rejoignez les groupes "bonnes adresses" ou "entraide" de votre ville ou région. Postez une présentation professionnelle avec votre logo, des visuels et des exemples concrets (ex : "je viens de prendre en gestion un T2 à La Rochelle, reste deux semaines dispo en août"). Répondez aussi aux publications qui cherchent une conciergerie.
- **Site internet** : Développez un site web professionnel avec des informations claires sur vos services, des témoignages clients, et un formulaire de contact. Travaillez votre **SEO local** en créant une page web bien référencée avec des mots-clés comme "conciergerie + [ville]". Inscrivez-vous aussi dans les annuaires locaux (Pages Jaunes, annuaires touristiques, etc.).
- **Créez une landing page simple** (sur Systeme.io, WordPress, Wix...) avec présentation claire, témoignages, formulaire de contact, et appel à l'action. Cela rassure et permet d'avoir un canal professionnel unique pour vos prospects.



Prospection locale et terrain

- **Flyers ciblés :** Distribuez dans les boîtes aux lettres de quartiers touristiques ou de résidences secondaires. Visez les halls d'immeubles où vivent des propriétaires bailleurs, ou les marchés locaux. Privilégiez un flyer qualitatif (format carte postale, bien imprimé) avec QR code vers votre site ou votre WhatsApp pro.
- **Affichage :** Placez des affiches dans les syndics de copropriété et les offices de tourisme si c'est possible.
- **Partenariats locaux :** Collaborez avec des commerçants, des artisans ou des prestataires de services complémentaires pour élargir votre réseau.

Réseautage et bouche-à-oreille

- **Événements locaux :** Participez à des salons, des foires ou des événements communautaires pour rencontrer des prospects. Parlez de votre activité autour de vous. Les premiers contrats viennent souvent de l'entourage personnel ou professionnel. Expliquez clairement ce que vous proposez, les bénéfices pour le propriétaire et votre zone d'intervention. Pensez aussi à informer les commerçants de quartier, les coiffeurs, les pharmaciens : ils entendent beaucoup de conversations et peuvent vous recommander si vous leur laissez vos coordonnées.
- **Recommandations :** Encouragez vos clients satisfaits à vous recommander à leur entourage.
- **Groupes professionnels :** Rejoignez des groupes ou des associations liés à l'immobilier ou au tourisme pour élargir votre réseau. Nouez des liens avec des agents immobiliers (attention certains sont contre les conciergeries), notaires, syndics, gestionnaires de patrimoine, ou encore des offices de tourisme. Proposez-leur un partenariat gagnant-gagnant (rétribution pour recommandation, pack d'accompagnement pour leurs clients...). Préparez un document simple à leur remettre pour qu'ils comprennent vite ce que vous proposez.



Erreurs fréquentes à éviter

- **Manque de ciblage** : Évitez de disperser vos efforts en ciblant des profils peu pertinents.
- **Communication floue** : Soyez clair et précis sur vos services, vos tarifs et vos engagements.
- **Absence de suivi** : Relancez systématiquement vos prospects pour maintenir le contact et démontrer votre professionnalisme.
- **Sous-estimation du temps de conversion** : Soyez patient et persévérant, la décision de confier un bien peut prendre du temps.

Plan d'action – Vos 30 premiers jours

Semaine	Actions clés
1	Créez votre fiche Google Business et vos profils sur les réseaux sociaux.
2	Distribuez des flyers et affichez des annonces dans des lieux stratégiques.
3	Contactez des partenaires potentiels et proposez des collaborations.
4	Organisez des rendez-vous avec des prospects et proposez des offres de lancement.

Objectif : Obtenir vos 3 premiers contrats avant la fin du premier mois

La prospection est un effort régulier. Mettez en place un petit tableau de suivi : qui vous avez contacté, quand, avec quel retour. Relancez toujours après une première prise de contact..



Rédiger une annonce efficace sur les plateformes

Une bonne annonce, c'est bien plus qu'une formalité. C'est votre carte de visite numérique, celle qui déclenche la réservation... ou la fait fuir. Airbnb, Booking ou autre, toutes les plateformes exigent une présentation irréprochable du bien. Cela passe par une rédaction soignée, une description précise, et surtout, des photos qui donnent envie tout en reflétant la réalité.

La qualité rédactionnelle : accroche, style, structure

Titre accrocheur mais honnête

- Mentionnez un atout réel : terrasse, vue, climatisation, parking
- Adaptez à la cible : "Studio cosy centre-ville | Idéal pro & week-end" VS "Maison familiale avec jardin – calme & wifi"

Introduction engageante

- Une à deux phrases pour résumer l'esprit du lieu
- Exemple : "Un nid lumineux au cœur de Lyon, idéal pour un séjour à deux ou en déplacement professionnel."

Structure claire :

- 1 paragraphe par zone : séjour, cuisine, chambre(s), salle de bain
- Puis détails pratiques : wifi, linge, stationnement, équipements
- Règles de la maison et horaires check-in/out

Conseil : utilisez un ton direct, positif, fluide, sans abuser des majuscules ni des points d'exclamation.



Description précise et exhaustive

Une annonce qui embellit la réalité est une annonce qui déçoit – et déclenche une mauvaise note.

Ce qu'il faut toujours mentionner :

- Étages sans ascenseur
- Taille exacte des pièces
- État réel du mobilier et des équipements
- Vue (sur cour, rue, mur...)
- Le stationnement (rue, parking, gratuit, payant, surveillé...)
- Nuisances éventuelles : bar à proximité, bruit de circulation, aéroport

Ce que les voyageurs veulent savoir :

- Est-ce que c'est facile d'accès ?
- Peut-on cuisiner facilement ?
- Y a-t-il du rangement suffisant ?
- Le wifi fonctionne-t-il vraiment bien ?

Astuce : relisez votre annonce en vous mettant dans la peau d'un voyageur exigeant qui ne connaît rien à votre ville.

La qualité des photos : votre vitrine prioritaire

Préparer le logement :

- Tout doit être propre, net et rangé
- Rideaux ouverts, lumières allumées
- Lits faits avec soin, coussins alignés sur le canapé, cuisine organisée
- Salle de bain sèche et brillante

Réaliser les photos :

- Utilisez un bon smartphone ou un appareil semi-pro
- Privilégiez la lumière naturelle (milieu de matinée ou fin d'après-midi)
- Toujours photos en paysage (horizontal), pas de contre-jour
- Montrez chaque pièce sous au moins 2 angles
- Ajoutez 1 ou 2 photos de détails (livres, décoration, machine à café...)

Mettre en scène :

- Une tasse sur la table, un plaid plié sur le canapé
- Des plantes ou éléments verts : ça réchauffe l'ambiance
- Ne surchargez pas les surfaces : respiration visuelle = confort

Conseil bonus : faites appel à un photographe pour les 3 à 5 premiers logements. Les photos professionnelles font grimper le taux de clics de 20 à 50 %.

Erreurs fréquentes :

- Mettre trop peu de photos (moins de 10)
- Photos floues ou sombres, utiliser une vue grand angle trompeuse
- Ne pas parler de l'étage, du voisinage, du bruit
- Utiliser des descriptions trop générales : "appartement agréable et bien situé..."



Offrir une expérience client irréprochable

Dans la location saisonnière, la satisfaction client n'est pas un "plus" : c'est un levier stratégique. Un voyageur satisfait, c'est une bonne note, une recommandation, et un propriétaire rassuré. Ce chapitre vous donne les clés pour offrir un accueil professionnel et chaleureux, quel que soit le type de logement.

Avant l'arrivée : anticiper, rassurer, fluidifier

Checklist :

- Envoyer un message personnalisé 2 à 3 jours avant l'arrivée
- Fournir l'adresse exacte, les codes d'accès, les horaires
- Proposer un livret d'accueil numérique (PDF ou lien Notion)
- Vérifier que tout est prêt (linge, ménage, produits d'accueil)

Astuce : un message simple et réactif inspire immédiatement confiance.



Pendant le séjour : confort, assistance, attention

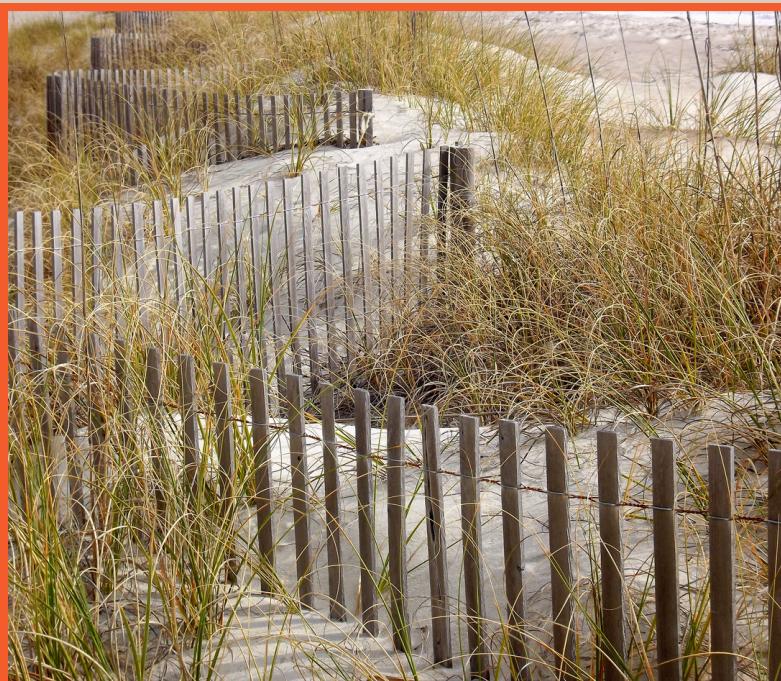
Les incontournables :

- Logement propre, lumineux, bien tempéré
- Linge impeccable, literie confortable
- Produits de base : savon, shampoing, papier toilette
- Infos locales à disposition : plan, resto, numéros utiles

+ Le détail qui change tout :

- Petit cadeau d'accueil (capsules café, biscuits, bouteille locale)
- Prise en compte des demandes spécifiques (lit bébé, check-in décalé)
- Réponses rapides en cas de problème (idéalement en <1h)

Conseil : traitez chaque séjour comme si c'était le premier locataire de l'année.





Après le séjour : clôturer en beauté

- Envoyer un message de remerciement le jour du départ
- Poser une question sur le séjour et inviter à laisser un avis
- Signaler au propriétaire les éventuels retours ou remarques
- Lancer le ménage de suite (évite l'oubli ou l'accumulation)

Bonus : Offrir un code promo ou une remise pour un prochain séjour.

Ce qu'attendent les voyageurs en 2025

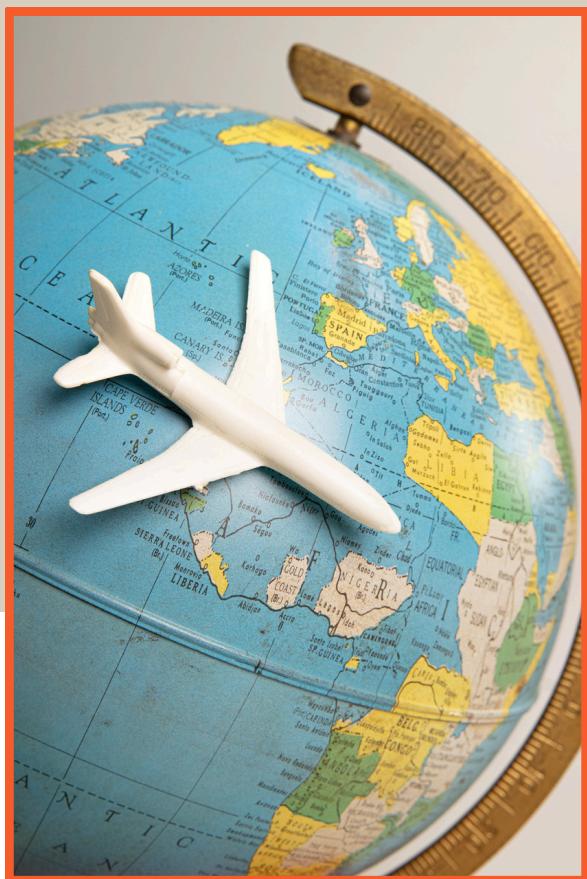
- **Propreté irréprochable** (standard hôtelier)
- **Communication fluide** (réponses rapides, instructions claires)
- **Exactitude des infos** (photos, équipements, horaires)
- **Expérience fluide** (pas de surprise, pas d'obstacle)

“Un détail raté transforme une impression moyenne en mauvaise expérience.”

À présent, vous avez entre les mains tous les éléments pour construire une offre professionnelle, lisible et désirable. Vous savez comment structurer vos prestations, positionner vos tarifs et vous différencier sur un marché concurrentiel.

Votre offre est le socle de votre activité commerciale. Elle reflète votre expertise, votre promesse de valeur et votre positionnement. En la maîtrisant, vous gagnez en crédibilité et en impact.

Dans les modules suivants, vous apprendrez à présenter cette offre de manière convaincante, à trouver vos premiers clients, et à déployer une stratégie commerciale efficace. Vous êtes désormais prêt à passer à la phase de prospection et de vente.



**Le moment idéal pour commencer,
c'est maintenant. Prépare ton plan, fais
le premier pas, et transforme ta vie.**

Merci et à bientôt !

Bravo pour avoir suivi ce guide jusqu'au bout ! L'essentiel maintenant est de mettre en pratique ce que tu as appris. Chaque action, même petite, t'amène un peu plus près de l'indépendance que tu recherches.

Il est temps de te lancer et de construire concrètement l'existence dont tu as toujours rêvé !

RETRouve-MOI ICI :

