

GUIDE HOUZZ PRO

Comment éviter les désaccords avec vos clients ?

Un projet qui se déroule sans contretemps ni mauvaise surprise, des clients patients et souriants : voilà de quoi rêvent tous les pros. Dans la réalité, un projet d'aménagement ou de rénovation est souvent (aussi) une source de stress pour les propriétaires, surtout quand surviennent des imprévus. Il n'est pas rare que vous, leur interlocuteur direct, en fassiez alors les frais.

Nous avons échangé avec des professionnels chevronnés ayant fait face à ce type de situations. Ils nous ont livré leurs précieux conseils, rien que pour vous. Le premier d'entre tous est d'éviter le plus possible l'escalade de tension jusqu'au conflit.

 **houzz** PRO



ÉTAPE 1

Détaillez votre façon de travailler

Qu'il s'agisse d'un projet de rénovation, d'aménagement d'intérieur ou d'extérieur, gardez en tête que la communication commence bien avant le premier coup de marteau, de pelle ou de peinture. Il est donc impératif que vous exposiez clairement à vos clients les étapes successives du projet qui vous liera à eux.



« Les désaccords avec les clients sont vraiment peu fréquents chez nous, rares même. Avant tout parce que nous veillons à les informer sur la suite de notre collaboration. Nous les préparons. »

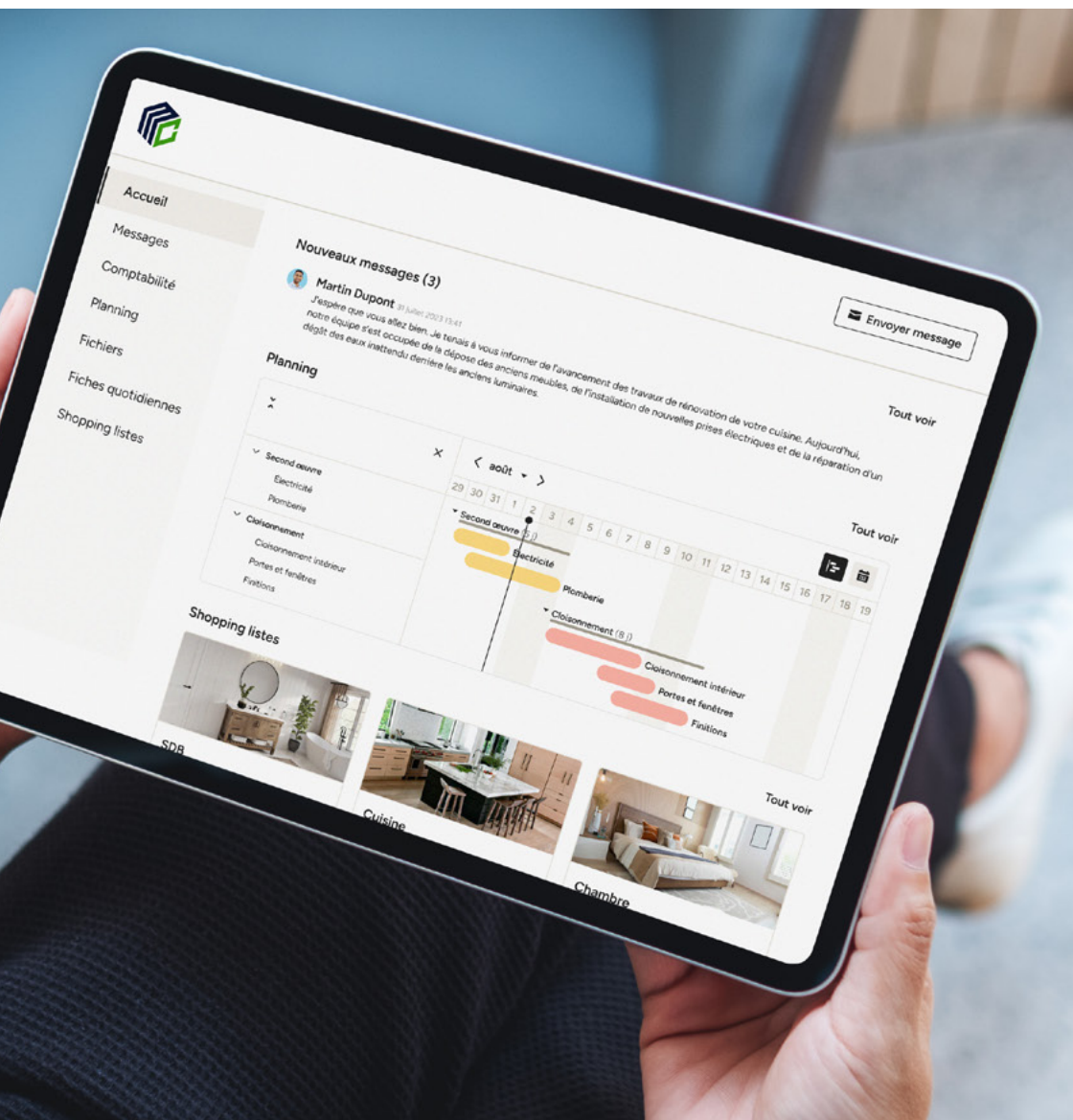
Cheryl Kees Clendenon, Detail Interiors

Avant de s'engager plus encore dans un projet avec des clients, Cheryl Clendenon détaille pour eux à cinq reprises le fonctionnement d'une collaboration avec Detail Interiors. Ces précisions figurent dans la documentation qu'elle appelle « Présentations » et qu'elle envoie aux clients par e-mail avant leur premier rendez-vous. Elle y expose les avantages d'une collaboration avec son agence. « Je parcours ce document avec eux lors de notre premier échange téléphonique, qui est une phase de découverte. »

L'appel est suivi d'un e-mail, auquel elle joint ces informations. Cheryl Clendenon passe de nouveau en revue le futur déroulé du projet lors du premier rendez-vous physique, qui se tient chez les propriétaires, où elle cherche à comprendre ce qui les pousse à entreprendre des changements. Le processus des projets est enfin détaillé dans la FAQ de son site Internet.

Répéter, revenir plusieurs fois sur votre méthodologie et le déroulé d'un projet : voilà un moyen efficace d'annoncer clairement les choses aux propriétaires. Votre façon de faire peut être très bien huilée, elle n'en sera pas moins une découverte pour les clients qui embarquent avec vous dans un projet.





ÉTAPE 2

Soyez clair sur les coûts, les délais et le résultat final

Cela peut paraître évident, mais rien n'est plus vrai : pour éviter tout conflit ultérieur, il est important de détailler tous les aspects du projets pour vos clients.

« Trois choses intéressent plus particulièrement les propriétaires : le coût, le planning et le rendu final. La plupart des constructeurs font l'erreur de ne pas communiquer suffisamment sur ces trois aspects. Ils envoient leur facture quand le projet est déjà lancé, et c'est un peu tard. Les clients se rendent compte qu'une chose qu'ils croyaient comprise dans le prix ne l'est pas, par exemple. »

B.J. Barone, 41 West

Autre bonne pratique à mettre en place : prendre note de tout ce qui est évoqué. « J'insiste toujours auprès de mon équipe sur le fait de rédiger un e-mail récapitulatif à l'issue de tout échange oral », déclare B.J. Barone.

Les propriétaires n'ont pas conscience de ce que peut impliquer un imprévu ou une demande de changement de leur part pour le prestataire, surtout quand c'est la première fois pour eux. Car oui, cela impacte non seulement le planning, mais aussi le coût du projet. Lorsqu'un client évoque une possible modification, B.J. Barone et son équipe veillent donc à bien revenir sur ces trois points avec lui : le prix, le planning et le rendu visuel.

Chez 41 West, l'équipe édite immédiatement un ordre de modification sur lequel figurent une simulation de prix, de nouveaux délais et de rendu. Le propriétaire devra le signer pour lancer tout changement. Les solutions de gestion telles que Houzz Pro permettent de gérer les échanges avec les clients, de leur envoyer des photos et fichiers et bien plus, afin que toutes les informations et décisions validées soient centralisées.

ÉTAPE 3

Soyez transparent sur votre charge de travail

Il est également primordial de donner à vos prospects une idée des délais, selon votre disponibilité réelle.

Chez Ginkgo Leaf Studio, l'architecte paysage Jim Drzewiecki a constaté une baisse des demandes de projet pendant quelques semaines lors de la pandémie de COVID-19 en 2020, mais son organisation et ses délais habituels ont été secoués sur une période bien plus longue. Il travaille main dans la main avec son associée, Hannah Paulson.

Lorsque la pandémie est survenue, ils ont respectivement installé leur bureau chez eux, en échangeant quotidiennement. Un fonctionnement qui a duré trois mois. En mai 2020, le père de Jim Drzewiecki est décédé. Tout cela a nécessairement ralenti la productivité de leur duo.

Les deux concepteurs d'intérieur sont aujourd'hui de retour au bureau et sont plus sollicités que jamais, mais les deux associés courent encore pour rattraper les retards accumulés.



« Nous annonçons à nos prospects un délai de six, huit, dix ou même douze semaines avant de pouvoir lancer un projet, selon notre charge de travail à l'instant où ils nous contactent. Certains nous relancent déjà au bout de quatre semaines. »

Jim Drzewiecki, Ginkgo Leaf Studio

Jim Drzewiecki annonce toujours à ceux qui le sollicitent le délai le plus long. S'ils décident d'avancer avec lui, ils ne pourront ainsi pas lui reprocher le temps d'attente.





Désamorcer un conflit s'il survient

Si vous avez communiqué avec votre client à toutes les étapes du projet et avez noté ses décisions noir sur blanc, il est peu probable qu'un désaccord survienne. Mais cela reste malheureusement une éventualité, qu'on ne peut parfois éviter. Être confronté à une telle situation vous contraint à décider de ce qui compte le plus à vos yeux : avoir raison ou satisfaire votre client.

“

« Ce sont les risques du métier. Vous savez pertinemment que votre client a choisi la poignée jaune, mais il vous en réclame une rouge ? Installez-lui la rouge. »

Cheryl Kees Clendenon, Detail Interiors

Il se peut également que le périmètre du projet soit soudainement modifié, alors même que vous et le propriétaire étiez tombés d'accord.

“

« Je reviens toujours à la devise qui veut que le client soit roi. Tant que cela rentre dans les contraintes légales et de sécurité, bien entendu. Je dis à mes clients : 'Si vous voulez une tour violette reliée à votre maison, je ferai la meilleure tour violette possible'. Il m'arrive de dire 'je ne pense pas que cela s'accorde avec l'architecture' ou 'ce n'est pas une bonne couleur pour le quartier', mais il s'agit de leur maison. »

Jimmy Crisp, Crisp Architects