

GUIDE HOUZZ PRO

Faut-il facturer ses consultations ?

C'est une question que beaucoup d'entre vous se sont déjà posée.

Il est important de bien qualifier ses clients potentiels avant que les deux parties n'acceptent de travailler ensemble. Pour mener sa tâche à bien, il peut donc être intéressant de rencontrer ses clients en personne et de découvrir l'environnement dans lequel l'on sera amené à travailler. La consultation est donc une excellente opportunité pour faire d'une pierre, deux coups : en tant que professionnel de la rénovation et de l'aménagement, c'est là l'occasion idéale de rencontrer ses clients potentiels, comprendre leurs besoins et mettre en avant son savoir-faire et son expertise.

Toutefois, ces rencontres ne débouchent pas systématiquement sur de nouveaux projets. Dans ce cas, comment s'assurer que l'on rentabilise bien son temps ? Que vous facturiez ou non vos consultations, votre démarche doit présenter un intérêt pour votre entreprise.

 **houzz** PRO



OPTION 1

Offrir une consultation

Les professionnels qui adoptent cette méthode affirment que cela leur permet de rencontrer davantage de clients potentiels, leur donnant l'occasion de vendre leurs services et leur expertise auprès de leurs prospects. Ils dégagent ainsi de nouvelles opportunités de décrocher des contrats commerciaux. Selon les professionnels du secteur, cette stratégie s'adresse davantage aux entreprises qui ne travaillent pas sur des projets particulièrement variés, et dont le professionnel propose un service standardisé proche du produit au lieu d'une solution personnalisée où il proposera un service d'aménagement d'intérieur.



« Mon entreprise ne facture pas la première consultation. Pour nous, c'est l'occasion de constater si le projet nous correspond, et si nous sommes à même de répondre aux besoins des propriétaires. »

Heather Susemihl, McCall Design and Planning





OPTION 2

Facturer ses consultations

Faire payer vos consultations vous permet d'amortir le temps consacré à des prospects qui décideront finalement de faire appel à quelqu'un d'autre que vous. Les professionnels qui facturent leurs consultations considèrent qu'il s'agit là d'un moyen de quantifier la valeur apportée par leurs services, leur temps et leurs idées. D'autres y voient plutôt un élément essentiel faisant partie intégrante du processus de qualification des prospects. Cette méthode présente toutefois un inconvénient : le coût de la consultation peut dissuader certains prospects de vous contacter.

Si vous décidez de facturer ce service, assurez-vous de bien expliquer les divers avantages que vos clients potentiels retireront de cette première consultation : vous pourrez ainsi bien définir leurs attentes et mettre en avant la valeur ajoutée de vos services. Vous pouvez par exemple leur suggérer des couleurs, préparer un croquis du projet, proposer différents matériaux, estimer le budget requis pour le chantier, ou encore émettre toute autre recommandation qui pourrait leur être utile.



« Je facture mes services dès le moment où je dois me pencher sur un nouveau projet. Certaines personnes refusent d'entrée de jeu, ce qui m'évite de perdre mon temps. Les trajets, les mesures et les entretiens sont des tâches particulièrement chronophages, sans parler des devis. Bien que l'on essaie de me convaincre de ne pas facturer la consultation ou de la déduire du coût du projet plus tard, je ne cède pas. Si j'y renonçais, j'aurais l'impression que le temps consacré à ce premier entretien n'en valait finalement pas la peine. »

Julie Thome, Julie Thome Draperies

OPTION 3

Faire payer la consultation, puis la déduire du projet

Un bon compromis consiste à facturer la consultation et à la déduire ultérieurement des coûts du projet du client si celui-ci décide de travailler avec vous. Cette méthode permet de compenser le temps investi par le professionnel tout en faisant bénéficier le client d'une petite remise. Ce petit geste peut également inciter le prospect à se renseigner davantage sur votre entreprise et vous-même avant de décider de vous contacter, ce qui vous permet de vous assurer que vous avez affaire à un prospect sérieux et bien informé.



« Lorsque quelqu'un paie pour me rencontrer, je sais qu'il s'agit de quelqu'un de sérieux et prêt à faire appel à mes services. Je suis heureuse de partager mes idées et mes conseils avec mes clients potentiels, car ils me paient pour le temps que je leur accorde. »

Debbie Glikzman, Urban Oasis





OPTION 4

Proposer un entretien gratuit

La plupart des professionnels ont choisi une solution à mi-chemin entre la consultation gratuite et payante. Vous pouvez proposer un entretien gratuit à votre bureau, chez vous, ou dans n'importe quel autre espace neutre qui vous convienne. Cette approche permet de rencontrer le propriétaire et d'établir un premier rapport de confiance sans avoir à dépenser de temps et de ressources en se rendant chez lui.

Certains professionnels Houzz font une distinction claire entre l'entretien et la consultation, car la première option ne comprend pas de service de consultance. L'entretien est une rencontre informelle entre deux parties afin d'apprendre à mieux se connaître. Les propriétaires pourront ainsi prendre connaissance de la façon de faire de l'entreprise et le professionnel en profitera pour en apprendre davantage sur l'ampleur du projet.

Proposer un entretien gratuit peut donc se révéler une stratégie de vente efficace auprès des clients ayant tendance à faire de nombreuses recherches avant d'acheter quelque chose.

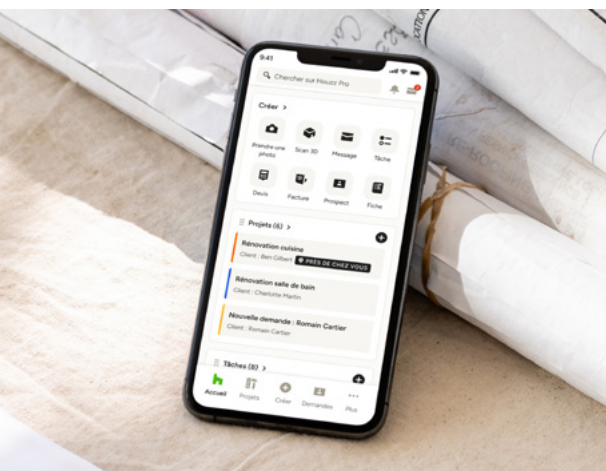


« Je propose à mes prospects un entretien gratuit de 30 minutes à mon bureau. Près de 50 % des gens qui acceptent mon offre finissent par m'engager. »

Theresa Guthals, Pikes Peak Interiors

Utiliser une feuille de travail pour qualifier ses prospects

Déterminer le client et le projet idéal vous permettra de filtrer plus facilement les demandes et les prospects qui présentent un réel intérêt. Pour bien remplir ce document, pensez à vos projets passés et à ceux que l'on pourrait vous proposer dans le futur. Une fois le client idéal identifié, comparez-le aux personnes vous envoyant de nouvelles demandes de projet afin d'évaluer rapidement si vous souhaitez donner suite à leur demande et leur proposer une consultation.



QUESTIONS À PROPOS DU CLIENT

Profil démographique du client idéal

- Quels sont les secteurs géographiques où vous préféreriez travailler ?
- Êtes-vous prêt à vous déplacer pour des projets spécifiques ?
- Quelle est la tranche d'âge idéale des clients avec lesquels vous aimeriez travailler ?
- Votre client idéal vit-il en famille ou vit-il seul ?
- En fonction des coûts de votre projet, quel serait le niveau de revenu idéal de son foyer ?

QUESTIONS À PROPOS DU PROJET

Informations logistiques du projet

- Sur quels types de projets aimeriez-vous principalement travailler ?
- Quel est le délai idéal nécessaire pour terminer vos projets ?
- Quel est le budget idéal de vos projets ?
- Quel est le budget minimal de vos projets ?

QUESTIONS À PROPOS DE LA FAÇON DE TRAVAILLER

Façon personnelle de travailler et intérêt du projet

- Quel résultat votre client idéal cherche-t-il à obtenir à travers ce projet ?
- Préférez-vous travailler avec des personnes qui aiment s'impliquer, ou plutôt avec celles qui n'interviennent pas ?
- Êtes-vous prêt à faire preuve de pédagogie auprès des clients peu familiers avec tout ce que peut impliquer un projet d'aménagement, ou préférez-vous travailler avec un client ayant déjà eu l'occasion de travailler sur ce genre de projets ?

ASTUCE

Gérer et développer son entreprise

Que vous décidiez de facturer la première consultation ou non, investir dans un bon logiciel de gestion vous aidera à simplifier les différentes étapes de vos projets et à recevoir davantage de demandes de projet, ce qui vous permettra de proposer davantage de consultations et de développer votre entreprise.