



“

Créer de la valeur pour nos clients signifie à la fois accroître notre performance au niveau des fondamentaux métiers, mais aussi évoluer de façon différenciée dans un contexte renouvelé par les nouvelles technologies.”

FRÉDÉRIC VERDAVAINE, Directeur général Services immobiliers aux particuliers

SERVICES IMMOBILIERS AUX PARTICULIERS

Bâtir l'aujourd'hui et le demain des équipes des Services immobiliers aux particuliers nécessite de faire face conjointement à deux défis majeurs : défendre notre modèle traditionnel de réseau d'agences tout en le faisant évoluer, et conduire notre mutation digitale.

Défendre notre modèle traditionnel signifie, d'abord et avant tout, d'être au rendez-vous des attentes de nos clients, sur nos métiers de base. Cela passe par un travail sur la qualité des prestations grâce à une solide maîtrise de nos fondamentaux et une proximité client sans cesse renforcée. Mais c'est aussi accroître notre valeur ajoutée par une montée en gamme de services

qui répondent aux attentes de nos clients et de nos prospects, au travers d'approches concrètes et différenciées. Nous allons, par exemple, lancer début 2015 une offre de services et de conseil dédiée en gérance, animée par des spécialistes Nexity, pour nos clients multibailleurs ayant d'importants revenus locatifs. De même, pour nos clients copropriétaires, cette montée en gamme se traduira par de nouveaux engagements spécifiques et différenciants, à l'instar de la garantie baisse des charges.

Conduire notre mutation digitale, c'est faire face à plusieurs challenges à la fois.

- Repenser notre relation aux clients ; le digital, dans nos métiers d'intermédiation, enrichit le client dans sa connaissance du marché immobilier. Ainsi, nos outils permettront à nos clients de mieux communiquer avec nous, et vice versa, au travers de l'Espace Privé Clients.



“

Notre enjeu : proposer à nos clients de la fluidité dans nos échanges, avec un service « sur mesure », entre une relation digitale simplifiée et une relation de proximité, par définition plus exigeante.”

FRÉDÉRIC MONSSU, Directeur général Services immobiliers aux particuliers



“

L'intégration d'Oralia au Groupe Nexity lui permettra de poursuivre son développement dans le respect de la culture et du dynamisme qui caractérisent ses équipes.”

KARINE OLIVIER, Directeur général Oralia

État des lieux, suivi des sinistres, ou encore gestion des Assemblées générales seront accessibles sur cette plate-forme d'échange évolutive 24 h/24 et 7 j/7.

- Créer la différenciation en offrant à nos clients, en tant qu'acteur intégré de l'immobilier, une complétude de services. Nous faciliterons ainsi l'accès à l'ensemble des offres Nexity aux particuliers, achat neuf ou ancien, location et/ou gestion, quel que soit le point de contact du client, à distance ou en agence.
- Simplifier la vie de nos collaborateurs en les soulageant des activités à faible valeur ajoutée; les accompagner au fur et à mesure de l'évolution des métiers et des outils grâce à des formations mixant présentiel et e-learning; mettre à leur disposition des outils de mobilité pour rédiger, par exemple, des comptes-rendus de visite d'immeuble ou encore établir, lors d'incidents, des ordres de service en temps réel.

En synthèse, il s'agit d'écrire ENSEMBLE ce que doit être l'immobilier de réseau de demain pour apporter le maximum de valeur ajoutée à nos clients. Pourrait-il exister de plus beau challenge ?

VOIR PLUS LOIN PAR HERVÉ DENIZE

Vis-à-vis du Groupe Nexity, les Services immobiliers aux particuliers, qui servent quotidiennement près d'un million de clients, ont un rôle majeur et une responsabilité particulière.

Nous avons amorcé la transformation et, avec l'ensemble des équipes, mettons en œuvre les actions qui permettront à la fois de mieux servir nos clients et d'améliorer sensiblement notre rentabilité. Les deux objectifs vont de pair et ne sont pas, comme certains le pensent, contradictoires.

Avec l'acquisition d'Oralia, en 2014, nous avons sensiblement renforcé nos implantations régionales à Paris et en Rhône-Alpes. Par la même occasion, nous renforçons notre équilibre financier.

ZOOM SUR STUDÉA

S'agissant de Studéa, nous devons innover pour mieux répondre aux attentes des étudiants : des clients exigeants et hyperconnectés. Nous repensons les espaces de vie Studéa et imaginons de nouveaux modes de prospection et de commercialisation.

« L'enjeu de Studéa est de bien anticiper les évolutions des nouvelles conditions de marché, à la fois dans la conception de produits et dans les modes de distribution », explique Pascal Pedoux, Président-Directeur général Studéa.