



Paris, le 10 juin 2020

LES ENSEIGNEMENTS POUR L'APRÈS-PANDÉMIE D'UN SONDAGE EXCLUSIF D'OPINIONWAY POUR IMMODVISOR

La confiance, clé de voûte de la relation entre internautes et promoteurs

Une bonne e-réputation est déterminante pour la réussite d'un programme immobilier. Or sans confiance, elle ne peut pas exister. Il faut donc la soigner particulièrement, surtout en ces temps de sortie du confinement. C'est le grand enseignement du récent sondage exclusif Opinionway pour Immodvisor.

Le mot était déjà fondamental avant la pandémie. Il va le demeurer au moment où le monde entre en crise économique : c'est la confiance. Cependant, dans l'esprit des ménages, son contenu risque d'être différent. Avant le Covid 19, quand les internautes se demandaient si tel promoteur est digne de confiance, ils pensaient à la qualité de la construction. Désormais, ils auront en tête sa solidité financière ou sa capacité à tenir les délais. C'est tout l'enjeu des professionnels à l'avenir. Ils n'ont pas d'autres choix que de conquérir puis entretenir cette confiance. À cette fin, ils doivent commencer par la mériter. Or, en la matière, ils partent de loin.

Le sondage Opinionway, réalisé début mars, avant le confinement et ses dérèglements, montrait déjà que pour 75% des Français interrogés, il était difficile de trouver un promoteur de confiance.



75%

Des français
pensent qu'il est
difficile de trouver
un promoteur de
confiance

Dans ce contexte, les avis en ligne jouent un rôle déterminant.

Contact Presse **Galivel & Associés**

Relations Presse Immobilier

Carol Galivel : 01 41 05 02 02

21-23 rue Klock - 92110 - Clichy - Galivel@galivel.com www.galivel.com

L'enquête d'opinion réalisée pour Immodvisor met en lumière que les avis clients aident 75% des Français à se forger une idée sur la fiabilité d'un promoteur.



pour 75% des français
les avis en ligne
aident à se faire une
idée précise sur la
fiabilité d'un
promoteur

Le sondage souligne que pour 76% des personnes interrogées, les promoteurs ayant de mauvais avis ne sont pas dignes de confiance. C'est dire l'impact d'un avis négatif sur l'indice de confiance.

76%
des français considèrent que
les promoteurs ayant des
mauvais avis ne sont pas
dignes de confiance

Les dernières semaines ont accéléré le processus de transformation de la société française. Le bond de géant de la digitalisation est irréversible. Or déjà, avant la pandémie, à la question : « si demain, vous deviez faire appel à un promoteur immobilier pour l'achat d'un bien, quelles précautions prendriez-vous ? » A 46%, les personnes interrogées répondaient qu'elles iraient « lire sur Internet des avis d'anciens clients de ce promoteur ». A 45%, elles mettraient en concurrence les avis donnés sur différents constructeurs. Plus du tiers (34%) consulterait aussi ses proches et son entourage.



45%
des français comparent
les promoteurs en
fonction de leurs avis
en ligne

46% des français lisent des
avis d'anciens clients
sur internet

On voit donc à quel point, désormais, le message officiel des professionnels est contrebalancé, dilué, voire contesté par celui des consommateurs. L'enjeu est crucial pour les premiers. Puisque leurs e-réputations peuvent être défaits en un clic, ils doivent s'approprier les outils de gestion des avis clients. Ils ont l'obligation de suivre et de mesurer en temps réel la satisfaction de leurs clients. C'est ainsi qu'ils pourront ajuster la qualité de leur service et optimiser chaque étape de vente afin d'offrir à chaque fois la meilleure expérience client. La digitalisation du parcours de vente permet de suivre facilement cet indicateur clé tout en approfondissant la connaissance client, essentielle pour adapter les produits aux consommateurs de l'après-crise. En communiquant cette satisfaction en externe et en la rendant visible sur la première page de Google, les promoteurs rassurent les porteurs de projets sur la fiabilité de leur entreprise. L'enjeu était déjà primordial avant la crise. Maintenant que les particuliers ont pris l'habitude, avec le confinement, de passer des heures et des heures devant les pages-écrans, il est désormais tout simplement vital.

A propos d' immodvisor

Immodvisor accompagne les professionnels de l'immobilier dans la gestion de leur e-réputation. Spécialistes à la fois des métiers de l'immobilier et du digital, cette start-up nantaise a créé une solution unique de recueil et de diffusion d'avis clients vérifiés.

Immodvisor accompagne quotidiennement 9000 professionnels : promoteurs, constructeurs, agence immobilière, courtier, diagnostiqueurs. (Cogedim, Hexaom-Maisons France Confort, Foncia, IAD, Vous Financer...). pour en savoir plus : business-immodvisor.com

Immodvisor est aussi à l'origine du 1er site d'avis client certifié Afnor dédié aux secteurs de l'immobilier et de l'habitat : immodvisor.com. Cette certification assure à l'internaute que les avis diffusés correspondent à des avis authentiques rédigés par de vrais clients. Véritable tiers de confiance, immodvisor.com a pour vocation d'aider les Français à bien choisir leurs partenaires immobiliers.