

Bonjour à toutes et à tous,

La visibilité, vous l'avez travaillée. La crédibilité, vous l'avez construite. Reste un troisième actif que la plupart des agents ne fabriquent pas : **la preuve**.

Vos prospects vérifient avant de vous appeler. Google trie en fonction de ce qu'ils trouvent. Et désormais, **les IA génératives** recommandent leurs interlocuteurs en piochant dans les mêmes signaux.

Cette édition traite d'un actif simple à construire, qui se capitalise dans le temps : vos avis clients.

Bonne lecture.

→ LE THÈME DE CE RENDEZ-VOUS : VOS AVIS CLIENTS, VOTRE PREUVE



Sébastien OUVRARD

Chargé de développement

LE MOT DE SÉBASTIEN

Pendant longtemps, un prospect vous trouvait sur Google. Aujourd'hui, il vous cherche aussi sur ChatGPT, Claude, Gemini. Les requêtes ont changé de forme : « quel agent immobilier consulter à Bordeaux », « à qui confier l'estimation de ma maison », « meilleur conseiller pour vendre rapidement dans mon secteur ».

Ce que ces outils renvoient ne sort pas de nulle part. Ils synthétisent ce qui circule publiquement sur vous. Et **la matière première de cette synthèse, ce sont vos avis clients** : leur présence, leur fraîcheur, leur précision.

Trois conséquences directes pour votre activité.

→ RÉFÉRENCIEMENT GOOGLE LOCAL.

Une fiche Google Business Profile alimentée régulièrement par de nouveaux avis remonte mieux dans les résultats locaux. Ces avis sont rattachés à votre nom, remontent dans Google et **renforcent votre crédibilité** auprès des vendeurs qui se renseignent sur vous avant le rendez-vous.

→ RÉFÉRENCEMENT PAR LES IA GÉNÉRATIVES.

Quand un prospect demande à ChatGPT « qui consulter pour vendre dans mon secteur », l'IA ne tire pas au hasard. Elle privilégie les conseillers qui apparaissent dans plusieurs sources concordantes : avis Google, avis vérifiés rattachés à votre nom, témoignages sur un site personnel. Sans ces traces, vous n'apparaîsez pas dans la réponse. Et le prospect ne saura jamais que vous étiez une option pertinente.

→ AVIS DE VALEUR TRANSFORMÉ EN ARGUMENT DE SIGNATURE.

Un avis de valeur sans preuve sociale reste un document chiffré, soumis à la suspicion du vendeur. Le même avis de valeur intégrant **deux ou trois témoignages clients récents**, sur des biens comparables, dans un secteur similaire, devient un dossier qui répond aux objections avant qu'elles se posent.

→ CE QUE VOUS POUVEZ METTRE EN PLACE DÈS MAINTENANT.

1. Envoyer le questionnaire (fiche ressource) à vos derniers clients, ceux avec qui vous avez travaillé récemment.
2. Pour chaque retour positif qui revient, déclenchez la demande d'avis. Envoyer le lien direct par SMS. Le SMS s'ouvre, le mail attend.
3. Sélectionner deux ou trois verbatims exploitables parmi les réponses reçues. Les intégrer dans la dernière page de votre prochain avis de valeur.

→ LE BON RÉFLEXE.

Quand un client vous dit en fin de rendez-vous « vous avez été parfait », ne répondez plus « merci, c'est gentil ». Répondez :

« Ça me touche. Est-ce que vous accepteriez de l'écrire en deux lignes ? Je vous envoie le lien direct par SMS, ça vous prend deux minutes. »

Un avis demandé à chaud, dans l'élan, se transforme bien plus souvent en avis posté qu'un avis demandé plusieurs semaines après.

Ressource offerte : le questionnaire de satisfaction client

Cet outil est conçu d'abord **pour vous**. Le questionnaire structure le retour de votre client sur six critères opérationnels : accueil, réactivité, conseils, clarté, suivi, relation humaine.

Trois usages immédiats : récupérer les mots exacts **que vos clients emploient** pour vous décrire (« disponible », « pédagogue », « rassurant »), à réutiliser dans vos avis de valeur, votre site, vos posts ; prendre du recul sur votre propre travail, miroir et non jugement ; préparer le client à déposer ensuite un **avis public** plus précis et plus argumenté.



[Télécharger le document](#)



Chris SIEGEL

Développement, Animation
Réseau, Formation & Coaching

LES CONSEILS DE CHRISTOPHE

Le 5 mai dernier, lors du Café Matinal AXO Activ', nous avons travaillé un sujet qui revient à chaque échange terrain : « **Expérience client, ce qui fait vraiment la différence aujourd'hui** ».

Constat partagé : nous évoluons tous dans le même marché, avec les mêmes outils, souvent sur les mêmes biens. Les résultats, eux, ne se ressemblent pas.

Ce qui sépare un agent qui signe d'un agent qui peine à conclure **tient à la qualité de l'expérience vécue par le client**. Cela se joue à quatre endroits : **la découverte, la réactivité, le suivi, la capacité à s'adapter à la personne en face**.

Cette dernière compétence se travaille avec un outil que beaucoup d'entre vous connaissent déjà : le DISC. **Comprendre comment l'autre fonctionne pour ajuster sa communication, plutôt que de répéter sa propre façon de faire**.

L'enchaînement à retenir, parce qu'il structure toute la dynamique commerciale : questionnaire de satisfaction, puis avis client, puis ambassadeur. Un client satisfait qui ne formalise pas sa satisfaction reste muet. Un client qui l'écrit devient un actif. Un client qui **parle de vous publiquement devient votre meilleur prescripteur**.

Prochaine matinale : mardi 2 juin à 9h15. **Thème : sécuriser sa production. Contactez-nous pour recevoir le lien.**

[Télécharger la présentation](#)

POUR CONCLURE

- Vos concurrents ne se réveilleront pas tous en même temps sur le sujet. Ceux qui structurent leur collecte d'avis maintenant prendront, dans les mois qui viennent, une longueur d'avance que peu rattraperont ensuite, ni sur Google, ni dans les recommandations des IA, ni en face d'un vendeur hésitant.
- Cette semaine, une seule chose à faire : envoyer le questionnaire à vos derniers clients. Le reste s'enchaîne.

Soyons Actifs,

L'équipe AXO



AXO et ACTIFS Immobilier : 10 rue du Grand Launay 49000 ANGERS – SAS au capital de 240 000 € –
RCS ANGERS 442.984.266 – CPI 8501.2016.000.008.068 (CCI du Maine et Loire) – GF 110 000 € : QBE
Insurance (Europe) Limited, sis Cœur Défense, Tour A – 110 Esplanade du Gle de Gaulle 92931 La
défense RCP Serenis assurance N°VD 7.000.001/14553

Inscrivez-vous à la newsletter