

LES NOUVEAUX CLIENTS



COMMENT SE SERVIR DE CE GUIDE ?

Avant de commencer, je partage avec toi, le fait que ce guide est un recueil d'idées. Il n'y a pas d'ordre préétabli pour lire ses pages, tu peux piocher comme bon te semble, tu peux lire une page quand tu as cinq minutes devant toi.

Depuis trois ans maintenant, j'ai pu explorer toutes sortes de clients qui m'ont permis de générer le chiffre d'affaires dont j'avais besoin. Ce petit guide t'aidera donc à alimenter des idées pertinentes et utiles pour créer ta clientèle.

Ce marché peut se dissocier en deux catégories pour le début. Les clients privés, et les clients professionnels. Il n'y a pas vraiment de client « type » pour notre métier, toute personne de 18 à 99 ans peut avoir besoin de toi ! Dans son milieu familial, ou professionnel, les gens qui ne savent pas faire, ne peuvent pas faire, ou ne veulent pas faire, auront besoin de tes services... Peu importe leur catégorie ou leur tranche d'âge, on a tous et toutes, des qualifications qui peuvent leur servir.

Et il existe une technique pour que ta clientèle s'agrandisse plus facilement, c'est pour cela que je veux partager mon expérience avec toi dans ce guide.

Cependant je te mets en garde sur ce qui est essentiel : ce n'est pas ce que tu sais faire le plus important, car il existe bien des façons d'apprendre, mais ton savoir-être.

Effectivement, la formule du succès dans notre métier, c'est d'abord une question d'état d'esprit. Quoi qu'il en soit, le succès de ta petite entreprise démarre d'abord par ce qui se passe dans ta tête. Considère que tu es le propre patron de ta fiche de paye. Cette dernière est ton compte de résultat, ta réputation. C'est la satisfaction de tes clients, tes investissements dans ta compétence, voir une augmentation de tes capacités et donc de ton savoir-faire, qui alimentent en positivité ton savoir-être.



LA CLIENTÈLE PRO

Pour générer du business rapidement, et obtenir un bon chiffre d'affaires dès les premiers mois, ta clientèle prioritaire va être professionnelle. Plus facile à démarcher, car plus visible et moins disparate.

C'est une clientèle importante car il existe une récurrence notoire dans les interventions. Ces clients professionnels te font travailler quasiment une fois par mois, et consolideront donc ton chiffre d'affaires « de base » qui sera à la clé d'un salaire permanent et régulier.

En tout premier lieu, dans cette catégorie de clients professionnels, il faut réfléchir à ceux qui ont besoin d'interventions immédiates. Effectivement, certains clients travaillent beaucoup dans l'urgence pour de menues réparations car un enjeu commercial, pour eux, est à la clé. Ensuite il y a les clients professionnels qui ont même un portefeuille de clients à satisfaire régulièrement.

Voici donc sans ordre précis, les clients professionnels, qui seront la pierre angulaire de ton chiffre d'affaires de départ.

1 LES AGENCES IMMOBILIÈRES

Les agences immobilières, quelles que soient leurs tailles, sous franchise ou indépendantes, populaires ou non, ont besoin de tes services ! Attention à bien cibler les agences qui font de la location et de la gestion de bien immobilier. Nous ne parlons pas ici de transactions (chose qu'elles font toutes). Quoi que, cela peut générer un peu de business, mais ce n'est pas ça qui te fera vivre !

Mais les portefeuilles de Gestion késaco ? Ce sont des agences qui sont mandatées pour gérer les locations des Investisseurs. Leur process, que tu dois certainement connaître: état des lieux d'entrée, signature du bail, encaissement des loyers, gestion des menues réparations, et état des lieux de sortie. En tant qu'agent professionnel, nous pouvons intervenir à plusieurs de ces étapes.

De par mon expérience, voici la liste approximative des choses que l'on m'a régulièrement demandé de faire :

- Refaire les joints silicone de la douche, baignoire, évier ou lavabo.
- Remplacer une chasse d'eau.
- Changer une lunette de toilettes.
- Changer un siphon.
- Remplacer un robinet.
- Installer un convecteur électrique.
- Remplacer des plaques de cuisson.
- Revisser un interrupteur ou une prise électrique.
- Remettre une douille, ou juste ajouter des ampoules.
- Resserrer les poignées de porte.
- Reboucher quelques éclats du parquet.

Toutes ces interventions en tant que bricoleur professionnel sont à ta portée ! Dans la limite de tes compétences bien sûr, et si pour certaines choses, tu te sens en manque d'expérience, surtout n'hésite pas à contacter le siège pour qu'on te forme sur le sujet.

Ce sont donc les agences immobilières qui vont te faire vivre rapidement les premiers mois, car si l'une d'entre elles a une vingtaine voire une trentaine de lots de gestion, elle peut avoir deux à trois départs de locataires par mois. Les travaux doivent être, le plus souvent, faits dans l'urgence, j'entends sous une à deux semaines, car les locataires suivants, au vu du marché tendu, doivent rentrer le plus rapidement possible pour que le propriétaire ne perde pas son loyer.

Je te conseille donc de faire le tour des agences immobilières de ton quartier, tu seras reçu comme le « messie ». Si tu expliques que tu fais toutes ces menues réparations, ils en seront plus que ravis. Aujourd'hui la majorité d'entre elles travaille avec des artisans, des factures monstrueuses (ce qui est justifié au vu de leurs grosses structures et charges), et des délais très long.

Je compte sur toi pour aller déposer quelques flyers dans chacune de ces agences en te présentant, et de les relancer par mail quelques jours plus tard.



Crois en mon expérience ça paye !

2 LES MANDATAIRES JUDICIAIRES À LA PROTECTION DES MAJEURS

Un de mes tous premiers clients ! Et j'étais bien loin d'imaginer ce monde parallèle qui vivait sous mon nez. Qui sont ces personnes ? Ce sont des membres de la fédération des mandataires judiciaires. Ils sont nommés par le juge, pour protéger les adultes qui ont certaines défaillances, que ça soit financières, ou physiques.

À partir du moment où une personne n'est pas considéré « apte » à s'occuper de ses finances, ou de soi-même, le juge la place sous tutelle/curatelle. Un mot bien plus connu à nos oreilles. Ces tutelles, curatelles, et mandataires, ont le même objectif, s'occuper de ces personnes majeures, les protéger, et faire en sorte que leur états financiers ne dérapent pas. Ils peuvent être en charge de personnes avec un certain handicap, ou pas.

C'est là que nous intervenons ! Une fois ces mandataires sont en possession de tes coordonnées, une multitude de choses à faire se présente à toi...

Il m'est arrivé d'apprendre à une femme, à faire ses cartons de déménagement, et à surveiller le déménagement en lui-même. Réinstaller ses meubles, voir en remonter quelques-uns. Installer

des tringles à rideaux. Installer des barres de douche. Vider des balcons et envoyer des plantes mortes en déchetterie. Toutes les petites choses du quotidien que ces personnes ne sont pas aptes à réaliser elle-même.

Contrairement aux agences immobilières, où l'on travaille généralement seul, dans un espace vide, quand on travaille à la protection des majeurs, nous travaillons avec eux, et chez eux ! Une dimension sociale prend donc toute sa place, un relationnel souriant et pédagogue, qui m'a mené à expliquer très souvent, qu'un rideau de douche devait se positionner à l'intérieur de la baignoire lorsqu'on prenait sa douche. Logique, me direz-vous, mais pas pour tout le monde. C'est là qu'une dimension parents/enfants doit être surveillée pour ne pas non plus dépasser certaines limites.

Je dois dire que cet aspect du métier m'a ouvert l'esprit sur un monde très peu visible, mais tellement chaleureux, et plein de joie de vivre.

Tu trouveras les mandataires judiciaires à la protection des majeurs et les tutelle/curatelle de ta région sur Internet, bien sûr. Il y a les organismes privés, très souvent sous forme de Cabinet, les organismes publics, comme l'UDAF, les associations familiales, celles-ci sont souvent départementales, ou encore les services d'accompagnement à la vie sociale SAVS. Tu y trouveras les éducateurs qui sont chargés de suivre les familles.

Trouve le siège social de tous ces organismes de ta ville, et pars te présenter !

Flyers à la main, et sourire aux lèvres.

3 LES EPHAD ET MAISONS DE RETRAITE

Grâce à ton réseau de mandataires judiciaires, nombreux sont ceux qui te donneront des interventions à réaliser dans les EHPAD et les maisons de retraite. Effectivement, leur clientèle, plus ou moins âgée, peut avoir quitté le domicile pour être mieux accompagnée et en sécurité dans un établissement de ce genre.

Il n'en reste pas moins que leur chambre doit être aménagée, et leurs menues réparations faites.

Tant que cela concerne le bâtiment, la plupart du temps, ces établissements ont des agents de maintenance.

Pas tous, je te l'accorde ! Il m'est donc arrivé d'intervenir pour changer l'interrupteur d'une lampe de chevet, monter un petit meuble



télé, installer un coffre fort dans un placard, ou encore coudre des étiquettes de vêtements pour ces pensionnaires. Cette dernière prestation est de plus en plus rare, car maintenant ces établissements ont l'obligation de fournir ce service à leur pensionnaire.

Heureux, seras-tu, si bien entendu, la couture est dans tes cordes, et si tu dégotes ce genre de client !

Car bien évidemment, les pensionnaires se comptent par centaines, et leur garde-robe très conséquente peut te générer un chiffre d'affaires sensationnel. Une piste de plus à explorer... Si tes petits doigts de fée savent faire ça !

Pour les autres, les interventions au sein des chambres des résidents sont nombreuses, pas de panique, il y a aussi de quoi faire.

Sachant que dans une ville, les directeurs d'EHPAD se connaissent tous, si tu arrives à approcher l'un d'entre eux, ça peut être la porte ouverte à un business fantastique. Vu qu'ils s'échangent, (excuse-moi du terme, mais il n'y en a pas d'autres) certains pensionnaires. Il s'échangent aussi les bons contacts pour notre style d'intervention.

J'ai déjà rencontré quelques EHPAD qui n'avaient pas d'agent de maintenance, ou alors, avec des agents en transition, ou non satisfaits, et j'ai réussi à glisser le pied dans la porte. Fais de même !

4 LES ÉCOLES DE TON QUARTIER

Et oui ! Les écoles ont besoin de toi... Mais pas n'importe lesquelles, attention ! Les écoles publiques de ta ville sont gérées par l'État. Tout le monde le sait. Elles ont généralement un concierge qui sert d'agent de maintenance et un peu d'homme à tout faire dans son établissement. De ce que j'en sais, et de ce que j'ai pu tester, les écoles publiques ne sont pas vraiment le bon filon !



Néanmoins, les écoles privées sont une vraie pépite. Le bâtiment d'une école privée, relève de son association l'OGEC (organisme de gestion des écoles catholiques). Cet organisme de gestion est censé améliorer le bâti et la qualité de travail des professeurs et des élèves. Quand on sait qu'une petite école c'est déjà 200, voire 250 élèves, on imagine très bien, le nombre de porte-papier toilette, le nombre de porte-manteau, et le nombre de chaises qui ont besoin de se faire resserrer les boulons. Et oui, nos petites têtes blondes ne sont pas très minutieuses avec le matériel, ce qui nous donne de quoi travailler.

Petit nota bene, au vu des dernières lois (Vigipirate et COVID), tout intervenant doit travailler à l'école hors horaires scolaires. Donc si vous avez des mercredis de libre, surtout, n'hésitez pas à vous faire connaître des directrices et des directeurs qui, eux aussi, se feront une joie de partager vos coordonnées avec les établissements environnants.

Si vous voulez être référencé sur tous les établissements de votre région, surtout n'hésitez pas à contacter la DDEC, direction des établissements catholiques. Là, vous aurez accès directement à toutes les écoles de votre ville. Pour vous donner un exemple sur la Loire-Atlantique, dans mes souvenirs, il y a 362 établissements.

Vive les mercredis !

5 LES MAGASINS DE TON CENTRE-VILLE

Mais qui aide le coiffeur à installer ses étagères pour y vendre ses shampoings ?
Qui aide le fleuriste à fixer des crochets pour suspendre ses plantes en pot ?
Qui aide le boulanger lorsque la tablette en bois de son comptoir se décroche ?
Qui aide le restaurant lorsqu'il manque des patins à visser sur ses tables bancales ?

Les agents FACTOM bien sûr !

Ton centre bourg, la rue commerçante de ta ville, doit te connaître comme un ami ! Ce sont de très bons clients, et d'excellents commerciaux !

Hormis le fait d'y passer tous les mois régulièrement pour leur acheter quelque chose, je les vois quasiment tous, une à deux fois par mois ! Cela leur évite de passer leur week-end dans un magasin de bricolage, et leur lundi à bricoler dans leur magasin, là où il devrait se reposer chez eux.

Mais pourquoi sont-ils d'excellents commerciaux ?

À partir du moment où la confiance se sera installée entre vous, ils porteront la bonne parole à tous les clients qu'ils voient. Qu'elle n'a pas été ma surprise à mon démarrage, d'entendre des clients m'appeler car ils avaient eu mon numéro de téléphone via mon Coiffeur ! Certainement un de mes meilleurs commerciaux, d'ailleurs !

Thierry, de son prénom, recevait et coupait les cheveux d'une dizaine de clientes par jour. Force est de constater que ses clientes là une fois assise sur le siège du coiffeur, parlent de leurs enfants ou leurs petits-enfants, ou des travaux qu'elles sont en train de faire chez elles !

Ou encore de la mésaventure du fameux cadre de la vieille tante qui s'est décroché et qui s'est cassé...

Pour alimenter ces discussions, mon très cher coiffeur vante mes louanges à toutes ses clientes... et de là, est parti un business de clientèle privée qui gravitait dans mon quartier.



Très bien, me direz-vous ! Pas besoin d'aller trop loin.

Ce genre de clientèle professionnelle est très importante pour ton image, ta réputation et la notoriété de la marque.

6 LES PRESTATAIRES DE SERVICES À DOMICILE

Ce titre est bien, mais je vais essayer de vous définir les différents métiers à domicile qui pourront vous aider dans la quête de votre clientèle.

Tout d'abord nous avons les infirmières à domicile. Elles génèrent une clientèle de 6 à 10 patients par jour. Qui dit déplacement d'une infirmière à domicile, dit le plus souvent une incapacité à cause d'une maladie en cours. Force est de constater, que notre aide en tant que bricoleur professionnel est indispensable à cette clientèle.

Tout cabinet d'infirmières à domicile dans votre quartier est donc primordial à démarcher, car le nombre d'Infirmière dans chacun des cabinets est généralement conséquent.

A raison de 3 ou 4 infirmières qui vont en moyenne chez 5 patients par jour, nous arrivons à une centaine de patients qui potentiellement seront vos futurs clients.



Du même acabit que les infirmières à domicile, surtout n'hésitez pas à déposer des flyers dans votre cabinet médical, et ceux environnant bien évidemment. Lorsqu'on attend notre rendez-vous chez le docteur, quoi d'autre de plus utile que de lire ce qui est posé sur la table basse. Qui plus est, ce fameux Docteur fait certainement des visites à domicile tôt dans la matinée pour aller voir ses patients les moins mobiles.

En troisième position, nous avons également les aides ménagères, et les aides à domicile. Pour cela, nous pouvons les démarcher de deux façons différentes. Soit ce sont des indépendantes, soit ce sont des organismes qu'il faut démarcher. En fonction des régions, ces organismes peuvent avoir différents noms, mais ils ont tous besoin de quelqu'un qui bricole !

Pour qui ? Pourquoi ? Tout simplement parce que une aide à domicile ou une femme de ménage, selon les conventions collectives qui ont changées ces dernières années, n'ont plus le droit de monter sur un escabeau de plus d'une marche.

Mais comment font-elles pour changer une ampoule, me direz-vous ?

Et bien, elles ne le font pas ! De peur, de générer des accidents du travail, trop fréquents, les organismes d'aide à domicile et de femme de ménage, interdisent à leur personnel de se mettre en danger.

La tâche te revient donc ! Décrocher les rideaux pour pouvoir les laver, changer une ampoule, refixer un lustre, réparer la roulotte d'une porte de placard, temps de petites interventions que ces personnes ne sont pas habilitées à faire. Il est donc important pour vous de trouver les organismes et de les démarcher flyers au poing !

7 LES LOCAUX/BUREAUX DES ZONES INDUSTRIELLES

Tout le monde connaît les zones industrielles ! Elles regorgent de locaux, plus ou moins neufs, et très peu entretenus. Que ce soit les sociétés de déménagement, les cabinets d'expertise comptable, les sociétés d'audiovisuel, les entrepôts du BTP, les espaces de coworking, ou encore certaines grandes surfaces de discount, ces locaux de taille monstrueuse, non généralement pas d'agent de maintenance.

Le personnel travaille dans des locaux d'époque, rares sont les rénovations. Que tu y ailles pour accrocher des cadres, changer une lunette de toilettes, monter un meuble, ou réparer des roulettes de bureau, le business pour toi, reste le même.

Point essentiel de ces zones et non négligeable, souvent plusieurs sociétés se partagent les mêmes locaux, et tu trouveras donc à l'entrée du bâtiment une panoplie de boîtes aux lettres extérieures dans lesquelles tu pourras glisser ton flyer! La technique d'approche est différente, tu n'iras pas à leur rencontre en direct, mais te booker une petite journée pour du boitage me semble nécessaire pour ton chiffre d'affaires.

Ce qui est intéressant avec ces entreprises, c'est leur régularité. J'ai des contrats mensuels avec certains, qui me font intervenir une à deux fois par mois. Ils affichent dans l'espace commun du bureau, souvent à côté de la machine à café, une petite « to do list » pour l'Agent **FACTOM** ! Chacun y va de sa petite note... un néon a changé au-dessus de son bureau, un store à poser sur la fenêtre car trop de soleil sur l'écran, un robinet à resserrer, ou une poignée de porte qui lui est restée dans la main ! Les dirigeants font donc leur petit tri, et m'envoient par mail tous les mois, un ordre de mission sur lesquels la « to do list » apparaît.

Très souvent pour ses clients, il faut acheter le matériel en avance, ce qui nécessite de temps à autre un devis, comme par exemple s'il faut remplacer une poignée de porte ou un néon, le mieux c'est d'arriver avec ! Les dirigeants de ses bureaux ont rarement l'occasion, ou le temps, de traîner dans les magasins de bricolage le week-end.

Je te conseille donc de t'établir quelques entretiens de Bureau pour consolider ton chiffre d'affaires mensuel et générer des interventions journalières régulières.



8 LES ARTISANS

Comme expliqué précédemment, les artisans ne sont pas tes ennemis, mais bel et bien tes partenaires qui vont te générer du chiffre d'affaires. Nous ne travaillons pas avec les mêmes domaines de compétences, et donc nous ne marchons pas sur les plates-bandes des uns ou des autres. Nous pouvons très bien travailler ensemble, et générer du business réciproquement.

Il m'est arrivé à de nombreuses reprises de travailler pour des artisans, en coup de pouce, sur leur chantier où ils prenaient du retard ! Par exemple, un menuisier m'a déjà demandé de monter des modules de cuisine, pendant trois jours, ce qui m'a généré, 900 € de chiffre d'affaires de main-d'œuvre. J'avais juste à monter les meubles sans les poser, car lui-même avait pris du retard sur autre chose. Et je lui ai donc fait économiser trois jours de temps de travail sur son chantier. Il a, par la suite, posé les meubles et posé son plan de travail et ses façades sur mesure.



Les plombiers et les Électriciens ont souvent de très nombreuses minies interventions à réaliser. Et c'est là que nous pouvons travailler pour eux !

Très souvent, je suis missionnée par mon ami plombier pour aller changer 4 ou 5 siphons dans la même journée, ce qui lui l'évite de bloquer un salarié pour ça. En contrepartie, quand un de mes clients me demande si je peux lui refaire sa salle de bain, ou son compteur électrique, je m'empresse de les envoyer vers mes artisans de confiance, car bien évidemment, je ne suis pas habilitée à faire ce genre de travaux. Nous pouvons donc travailler main dans la main, bien évidemment à condition que nos recommandations soient fiables, et que les artisans avec qui l'on travaille soient compétents !

Je mets souvent un point d'honneur à recommander des gens de confiance, car ma propre notoriété est en jeu. Une fois, ces binômes trouvés, le business ne peut être que florissant !

Alors, toi qui es bon bricoleur, tu connais certainement des artisans autour de toi avec qui tu pourrais aller boire un café ou une bière, attention «tout abus d'alcool et dangereux pour la santé» ! Tu peux lui expliquer que tu viens de t'installer en tant que bricoleur professionnel Factom, et que tu peux le soulager de toutes ces minies interventions, et qu'en contrepartie, tu te feras un plaisir de le recommander chaudement aux clients chez qui tu intervies !

Saute sur ton carnet d'adresses, les artisans sont tes alliés !

9 LES MAÎTRES D'ŒUVRE

Les maîtres d'œuvre passent par des artisans pour exécuter le gros du travail. Normalement, me direz-vous... Les artisans se doivent de finir en totalité leur chantier et de repasser même après le chantier pour les finitions !

Bienheureux, sommes-nous quand nous apprenons que les maîtres d'œuvre, de temps en temps, n'ont pas été très carrés sur leurs emplois du temps et la gestion des artisans, et que très souvent, il y a ce que l'on appelle «des queues de chantier» qui traînent !

Un artisan a été trop vite payé et ne veut pas revenir finir les plaintes qu'il aurait dû poser. Eh bien, c'est là que nous pouvons intervenir pour figoler toutes ces petites choses ! Un joint silicone manquant, une prise mal vissée, qui se décroche un peu du mur, des poignées de porte à installer, des butées de porte à fixer, et j'en passe !

Le client, quand il rentre dans sa maison neuve, voit toujours tous les petits détails défailants, et cette liste ne fait que s'allonger si le maître d'œuvre n'intervient pas tout de suite pour finaliser le chantier et faire sa réception.

Avoir un agent Factom sous le coude, lui permet de finaliser son dossier, sans que cela traîne en longueur. En vivant dedans, les clients vont remarquer des milliards de petites choses, car plus les clients ont le nez dessus plus ils deviennent tatillons !

Allez donc vous présenter aux maîtres d'œuvre autour de vous et leur expliquer que vous pouvez être **l'atout final** qui clôturera tout leur dossier !



10 LES ASSURANCES

Les assurances, mais oui, bien sûr ! Qui de mieux que les assureurs pour vous missionner sur des minies interventions ! Un petit dégât des eaux, où il faut changer 20 cm de Placo ? Où un petit bout de mur qu'il faut reprendre ? Ou encore un meuble bas à changer, car il a pris l'humidité et le bois à gonflé.

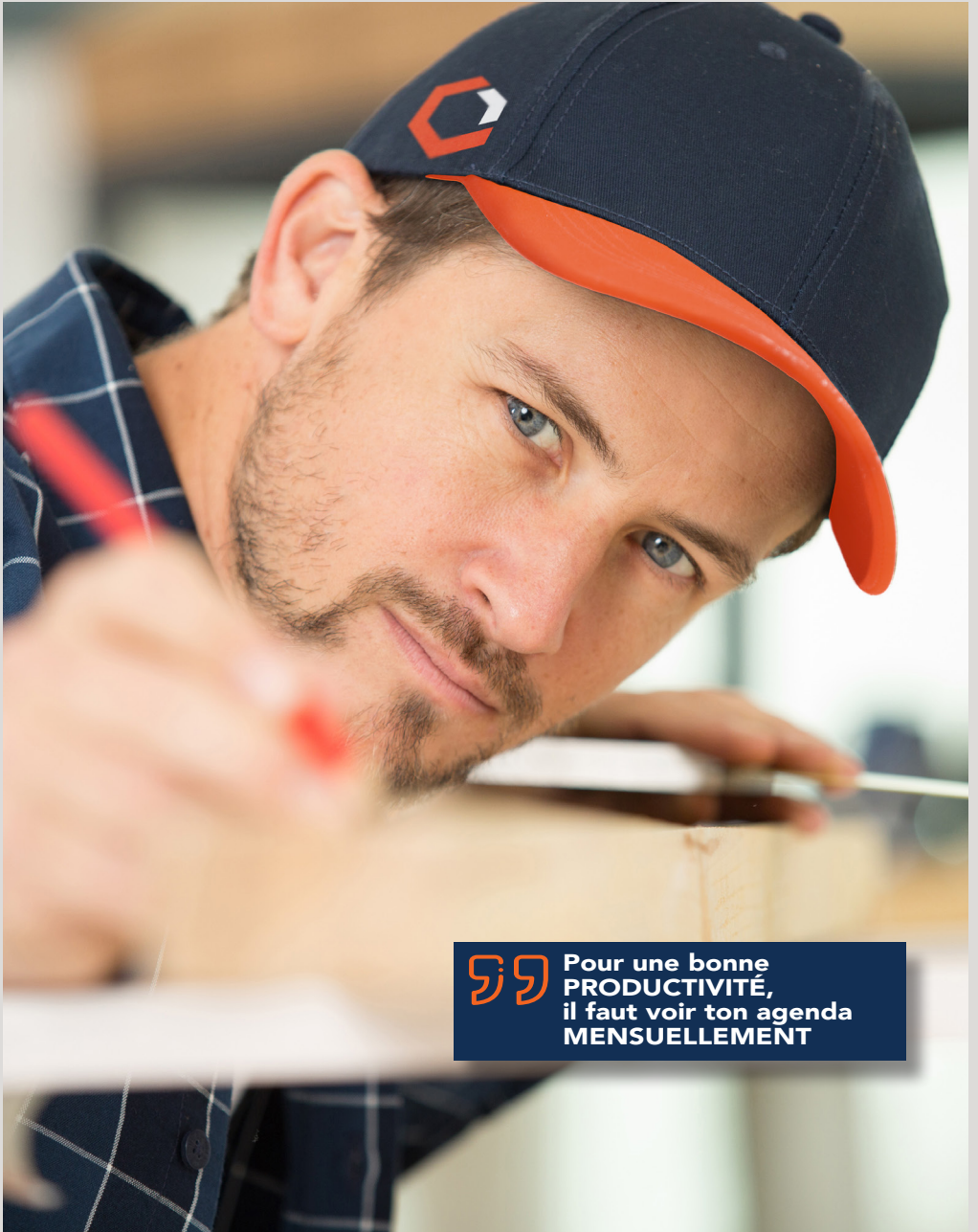
Être en partenariat avec un assureur peut vous permettre un sacré chiffre d'affaires ! Bien évidemment, votre prestation ne sera pas payée par le client, mais normalement par l'assureur en direct. À moins qu'il rembourse le client sur présentation de la facture. Quoi qu'il en soit, le budget est toujours défini avant ce qui vous permet de vous ajuster en fonction de celui-ci. Le client va très souvent vous demander de faire 2/3 petites choses en sus, qu'il aurait aimé faire prendre en charge par l'assureur, mais celui-ci n'étant pas dupe, il bottera en touche !

Le client étant quand même satisfait d'avoir l'aide de son assurance, se permettra financièrement, quelques petits extras qui feront croître votre facture.

Aller donc frapper à la porte des assureurs de votre ville, pour leur tendre votre flyer, avec un joli sourire, ce qui vous permettra de générer plusieurs dossiers et donc chantiers par mois.

Souvent, des chantiers à forfait journalier, qui consolideront votre chiffre d'affaires mensuel.





Pour une bonne
PRODUCTIVITÉ,
il faut voir ton agenda
MENSUELLEMENT

LA CLIENTÈLE PRIVÉE

Maintenant, nous allons parler de ta clientèle privée...

Celle-ci est plus subtile. Plus difficile à dénicher, mais tellement fidèle ! Tes clients privés vont être le reflet de ton image et de ta notoriété.

Tout d'abord il faut que tu comprennes que dans tous tes clients professionnels que tu as déjà démarché, chacun a un chez soi, des parents, et des amis qui ne savent pas bricoler ! Tu as donc en générant ton réseau pro, généré, un prémice de clientèle privée. Nombreux sont ceux qui, après une bonne prestation dans le cadre de leur travail, te recommandent dans un cadre privé.

Une fois que le produit est testé et approuvé, autant l'engager !

Pour commencer mon réseautage de clientèle privée, j'ai travaillé sur un axe fondamental. Dans une certaine logique, ceux qui ne savent pas faire, vont essayer de se motiver, passer leur samedi dans un magasin de bricolage, et force de motivation vont essayer sans succès de fixer leurs étagères le dimanche. Quoi de mieux pour aller acheter deux chevilles et un tournevis, que les petites quincailleries de quartier. Les petits magasins de bricolage sont de très bons commerciaux. Ma toute première cliente dans ce genre d'établissement, venait d'acheter une lunette de



toilette, mais à son âge très avancé, se voyait dans l'impossibilité de se mettre à quatre pattes pour dévisser les papillons de l'ancienne et reposer la nouvelle. Quelle fut donc sa joie quand elle vit mon flyer sur le comptoir de ce magasin.

Si on suit ce raisonnement, on peut tout à fait remonter dans le temps et se demander qu'avant même d'être en possession de ses étagères, où vont les clients pour les acheter ?

Et c'est là que j'ai commencé à dispatcher mes flyers dans les magasins de décoration, les show-room du centre-ville, les magasins de peinture haut-de-gamme, de tapisseries, ou encore les magasins d'encadrement.

Ma meilleure amie tenant un magasin de décoration, elle est en train de se demander si elle ne va pas écrire le livre de ses "100 plus belles anecdotes" !

Une cliente qui voulait acheter une patère à positionner dans son entrée, a été très surprise, lorsque mon amie lui a annoncé qu'il fallait faire un trou dans le mur pour pouvoir la fixer. Connaissez-vous le Saint Esprit ? Tenir par la "vertue du Saint Esprit", celui qui invente ça, je le bénis ! Mais jusqu'à ce que ce moment arrive, nous sommes là ! Avec nos perceuses, nos chevilles, et notre sourire.

Hormis le fait qu'un certain pourcentage de clients s'imaginent que les choses tiennent au mur, avec trois morceaux de scotch, quand ils achètent un lustre, d'une certaine ampleur, et d'une certaine somme, certains mettent plus de 6 mois à ouvrir le carton posé dans la salle à manger, et bon nombre de fois, se disent en passant devant, qu'il est grand temps de faire quelque chose ! Ce qui est drôle, c'est que certains d'entre eux ont même demandé à mon amie gérante de son magasin de décoration si le prix comprenait le fait qu'elle se déplace pour le poser ? De là, elle prend son plus beau sourire, et tend mon flyer.

La décoration ayant pris un grand boom ces dernières années, COVID et télétravail en étant la source, c'est donc en suivant le cheminement des clients, que vous les trouverez.

C'est sûr que si vous allez déposer vos flyers dans un magasin "discount", je ne suis pas sûre que le résultat soit à la hauteur de vos attentes. Néanmoins, dans les centre-ville, la clientèle, un peu plus aisée, je dois l'avouer, ne rechigne pas à vous payer 45 € de l'heure, pour que le beau lustre soit installé avant le dîner de samedi soir.

Il n'y a pas de conclusion.

Tout comme le concept de conclusion est surfait dans la vente il est aussi surfait pour ce guide. Conclure un business, c'est d'abord ouvrir une relation.

Conclure ce guide, c'est une contradiction, car c'est maintenant que tout commence, quand tu décides de mettre en œuvre ce que tu as appris ou réappris, (tu savais déjà beaucoup de choses je te les ai juste répété), en lisant ces lignes.

Soit ambitieux, et surtout pas timoré !

**LANCE-TOI ET ÉCHANGE !
QUE D'ADRÉNALINE ET DE PLAISIR EN PERSPECTIVE...**

UN BUSINESS FLORISSANT QUI VA TE SENTIR POUSSER DES AILES.



CONTACT@FACTOM.FR
WWW.FACTOM.FR

