

L'OEIL DE L'EXPERT!

APTITUDE

S'ASSURER LES SERVICES D'UN CONSULTANT EN MARKETING EST UNE DÉMARCHÉ DE PLUS EN PLUS FRÉQUENTE DANS LE MONDE PROFESSIONNEL. LE RECOURS À UN CONSULTANT S'AVÈRE ÊTRE UNE SOLUTION TRÈS INTÉRESSANTE, SURTOUT POUR LES AGENCES IMMOBILIÈRES.

Le marketing occupe une place essentielle au sein de l'entreprise. Mais avec l'avènement du numérique, sa fonction a évolué de manière importante, notamment dans le secteur immobilier. En effet, l'utilisation quotidienne des outils numériques et papier par les professionnels de l'immobilier a modifié leur manière de travailler, mettant celle-ci au service du client. Tout en restant fidèles aux magazines et aux journaux immobiliers, les agences investissent désormais également dans une communication numérique performante. Un engagement qui s'est visiblement renforcé au cours des dernières années. Réseaux sociaux, portails immobiliers, visites de biens à 360° (en ligne et guidées à distance par le courtier), plateformes d'inscription pour des locations ou des achats et prêts hypothécaires... Les leviers numériques ne s'arrêtent pas là. En effet, l'émergence de nouveaux outils numériques comme les enceintes à commande vocale (Alexa d'Amazon et Google Home), l'intelligence artificielle tels que les chatbots ou les nouvelles plateformes sociales, parmi lesquelles TikTok, viennent grossir les rangs et offrir de nombreuses possibilités de communiquer avec une cible toujours plus demandeuse en matière de digital. Le numérique permet la rapidité dans la transmission d'informations grâce aux portails immobiliers et aux réseaux sociaux, par exemple. Les prises de contact se font rapidement ainsi que les réponses des agences. Ainsi, il est plus aisé d'accroître les chances qu'une location ou une vente aboutisse. Impossible donc de se passer de ces outils!

Qui peut contrôler tous ces outils ?

Si votre entreprise possède sa propre équipe marketing mais que vous ayez besoin de déléguer en l'externe un projet ou un travail spécifique - comme la conception d'un magazine ou la mise en valeur d'un nouveau projet - vous pourriez engager un consultant en marketing pour un projet à court terme plutôt que de travailler à long terme avec lui. Recourir à un consultant en marketing offre de nombreux avantages, mais s'accompagne aussi de quelques contraintes. Toutefois, lorsque vous trouvez la bonne personne ayant les bonnes connaissances du marché, engager un consultant peut réellement être bénéfique pour votre entreprise ou votre projet. Passons en revue les principaux avantages.

Des avantages considérables

Confier des projets à un consultant en marketing offre à l'entreprise une flexibilité sans précédent qui lui permet de s'adapter facilement à chaque situation. Travailler avec un consultant offre également une réactivité appréciée, surtout dans un contexte très concurrentiel où les réactions rapides sont primordiales pour s'adapter à un marché sans cesse en changement.

Aucune cotisation sociale

Un consultant en marketing n'est pas un employé, mais un prestataire qui travaille à son compte et paie ses cotisations. De ce fait, l'entreprise n'a aucune obligation patronale envers lui. Le seul coût engendré par le fait de travailler avec un consultant est celui du devis préalablement établi.

Moins d'administration

Le consultant en marketing n'est pas comptabilisé dans l'effectif du personnel de l'entreprise, ce qui permet à celle-ci de ne pas alourdir certaines tâches et obligations administratives.

Des prestations à la demande

Les règles qui s'appliquent au contrat de mandat sont beaucoup plus souples que les règles du Code du travail. L'entreprise peut ainsi adapter la durée de ce contrat et la fréquence selon ses besoins ponctuels.

Des compétences de haut niveau

Un consultant en marketing est un expert et son rapport qualité-prix est en général très intéressant pour l'entreprise. Celle-ci bénéficie ainsi du service d'expert dont le niveau de compétences est équivalent à celui d'un cadre supérieur pour une durée pouvant se limiter à quelques heures par semaine seulement.

Un réseau de partenaires à disposition

Un consultant en marketing possède, dans la plupart des cas, un réseau de partenaires incluant des graphistes, des artistes, des photographes ainsi que des spécialistes en tout genre. Ce réseau, que le consultant a passé plusieurs années à construire, peut se révéler utile à une entreprise désireuse d'accélérer le développement de ses activités marketing. Comparés aux avantages, les éventuels inconvénients liés au fait de travailler avec un consultant marketing sont peu nombreux. Certes, le consultant n'est pas un employé et ses obligations envers l'entreprise ne sont donc pas tout à fait les mêmes, mais cela a-t-il vraiment un impact sur la qualité et la rapidité du travail fourni?



GDNO SÀRL - STRATÉGIE | MARKETING | COMMUNICATION
Gabriele Del Nunzio - Spécialiste marketing et communication
gabriele@delnunzio.ch - www.gdno.ch

BULLETIN D'ABONNEMENT

Abonnez-vous !

Je m'abonne à l'AGEFI IMMO pour une année soit 45 francs pour 11 numéros.

Nom : _____ Prénom : _____
Rue : _____ NPA/Localité : _____
Tél. : _____ Date : _____
Signature : _____

Coupon-réponse à retourner à AGEFI, Magazine AGEFI IMMO, Route de la chocolatière 21, 1026 Echandens-Denges, T +41 21 331 41 40, abo.agefi-imm@agefi.com

