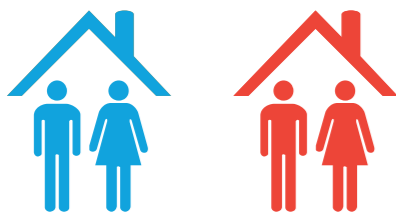


Le marché de la rénovation de l'habitat

UN MARCHÉ IMMENSE !

1 ménage sur 2 réalise chaque année des travaux de rénovation.



2 logements sur 3

ont été construits avant 1975 et ne demandent qu'à être rénovés.



LA CLIENTÈLE À FORT POTENTIEL

→ **Propriétaire** de maison individuelle.

→ Revenu **élevé**.



→ Montant par chantier > **2 500 €**



UNE CONCURRENCE FORTE

380 000 entreprises du bâtiment.

→ **50% des entreprises** sont individuelles.



→ Les grandes surfaces du bricolage souhaitent **développer le conseil et la formation**.

→ Les consommateurs sont de plus en plus tentés par le « **faire soi-même** ».



Nos solutions pour développer votre activité

Vos temps forts de communication :

FÉVRIER

MARS

AVRIL

SEPTEMBRE

OCTOBRE

GAGNEZ DE NOUVEAUX CLIENTS

FAITES-VOUS CONNAÎTRE auprès des prospects à fort potentiel

Comment ?

→ En diffusant un imprimé publicitaire dans les boîtes aux lettres de quartiers ciblés (propriétaires aisés de maisons individuelles).

Pourquoi ?

→ Un prospect aisé a évidemment un budget plus important et désire souvent bénéficier des services d'un bon professionnel.

Message : mettez en avant tous les avantages d'utiliser les services d'un professionnel et faites une proposition de remise significative sur des périodes à plus faible activité pour pousser le prospect à vous contacter rapidement.

CAPTEZ SUR INTERNET les consommateurs en recherche active

Comment ?

→ En étant visible sur le site **annuaire.com**

Pourquoi ?

→ De plus en plus de clients se renseignent sur Internet avant de procéder à un achat de produit ou de service.

Message : mettez surtout en avant les avantages de votre professionnalisme et offrez une prise de contact très rapide notamment par téléphone.

MAXIMISEZ LE POTENTIEL DE VOS CLIENTS

FIDÉLISEZ vos clients en entretenant une relation privilégiée

Comment ?

→ En adressant un courrier à vos clients 2 fois par an.

Pourquoi ?

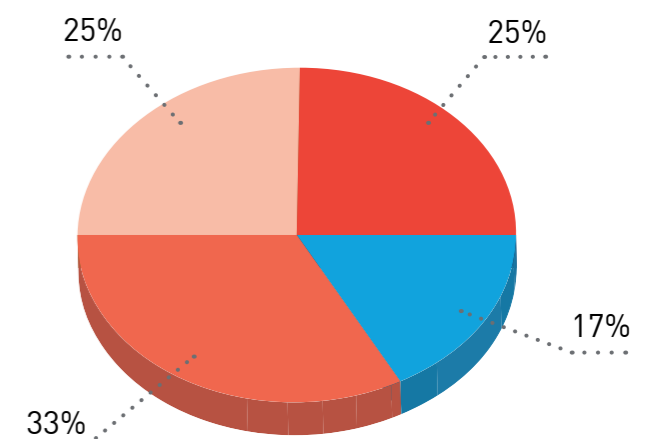
→ Vos clients réalisent en moyenne des travaux de rénovation tous les 2 ans.
→ Vos clients peuvent vous recommander auprès de leurs proches.
→ Statistiquement la moitié de vos anciens clients feront des travaux de rénovation cette année.

Message : faites une offre promotionnelle sur vos périodes à plus faible activité ainsi qu'une offre de parrainage.

Vos investissements en communication

Répartition conseillée de votre budget de communication annuel.

■ Annuaire
■ Site Internet
■ Courrier client
■ Imprimé publicitaire ciblé



Un investissement annuel de 2% de votre chiffre d'affaires vous permet d'assurer une communication multi-média efficace :
→ une présence sur Internet et sur un annuaire en ligne,
→ des campagnes d'imprimés publicitaires et des mailings de prospection,
→ plusieurs mailings personnalisés auprès de vos clients.