

La prospection de quartier



Qu'est-ce que ce marché?

La prospection de quartier consiste à repérer les propriétés qui ont besoin d'amour dans ton secteur de recherche. On fait souvent le tour du quartier en auto, mais il est tout aussi possible de le faire de façon virtuelle.

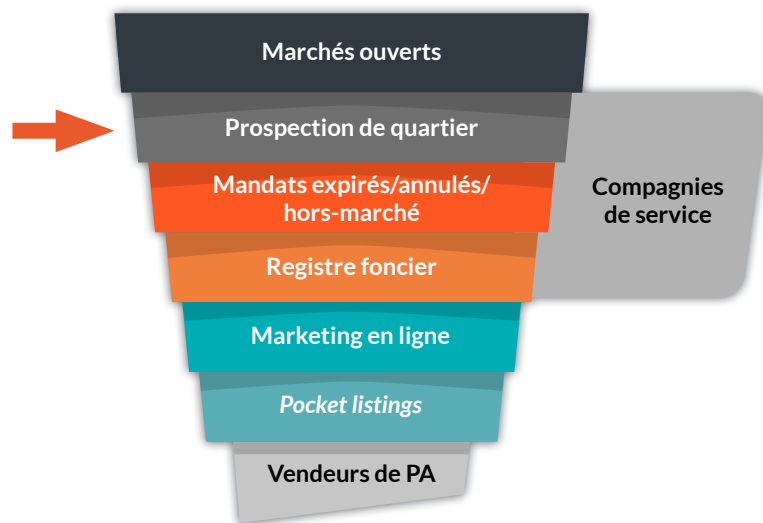
L'importance de ce marché

Les propriétés qui ont besoin d'amour donnent des indices que le propriétaire est potentiellement désintéressé de sa propriété (ou du moins qu'il y a un laisser-aller). Le propriétaire est alors peut-être un vendeur motivé qui accepterait de vendre sous sa valeur marchande.

La prospection de quartier est une technique très utilisée aux États-Unis. Ici, la plupart des investisseurs immobiliers connaissent la technique, mais plusieurs la sous-estiment. Je crois qu'il y a de belles opportunités à explorer dans ce marché.

Où est ce marché dans l'entonnoir de la prospection?

Le marché de la **prospection de quartier** se trouve assez haut dans l'entonnoir, car le niveau de "motivation" du vendeur n'est pas nécessairement élevé. Ce n'est pas parce que le gazon n'est pas coupé que le proprio voudra vendre à rabais 😊. Par contre le volume est important, alors il est possible de trouver beaucoup de clients potentiels.





Avantages

- + Facile à déléguer: tu peux demander à l'ado du coin de parcourir le quartier en vélo et de prendre les adresses en note.
- + Technique virtuelle: il est possible de faire de la prospection de quartier sur Google Street View.
- + Technique peu utilisée: le propriétaire ne recevra pas des dizaines de lettres/appels.



Désavantages

- Ça prend du *guts* pour contacter les propriétaires.
- C'est le premier 30 pieds sur le trottoir qui est le plus difficile à traverser
- Ça demande du temps.

Ce marché te correspond si

- ✓ Tu es à l'aise de contacter des propriétaires à froid.
- ✓ Tu aimes le fait de pouvoir déléguer.
- ✓ Tu aimes le fait de pouvoir prospecter virtuellement.



Quoi regarder pour trouver des bons deals?

Ok, tu as choisi ton secteur de prédilection et tu es prêt à explorer le marché de la prospection de quartier? Voyons les éléments à regarder pour cibler des propriétés qui pourraient être de bons deals potentiels.

➔ Propriétaire non occupant

Quelques signes qui ne mentent pas pour trouver les propriétaires non occupants: boîte aux lettres qui déborde, Publisacs empilés dans l'entrée, signes de vandalisme, pas de poubelles au chemin le jour de la collecte, pas de lumières de Noël pendant le temps des fêtes, une entrée pleine de neige mais aucune trace de pneus.

➔ Manque d'amour

On peut voir de loin une propriété qui manque d'amour: fenêtres brisées ou placardées, gouttières tombantes ou crochues, peinture défraîchie ou écaillée sur la clôture, bardeaux manquants, toiture en fin de vie, revêtement de vinyle soulevé, asphalte à refaire, etc. Tous ces signes montrent que le propriétaire ne prend pas très bien soin de sa propriété.

➔ Projet de rénovation non terminé

Il y a des bâches sur la propriété ou le terrain? La maison est sur le Tyvek (pare-air) et il n'y a aucun signe de construction? Peut-être que les propriétaires n'ont plus les liquidités pour terminer leur projet de rénovation et aimeraient bien s'enlever ce poids sur leur épaules...

➔ La plus laide maison de la rue

Le quartier est homogène et il y a une propriété qui ne cadre vraiment pas. La maison la plus laide d'une belle rue est une occasion en or de contacter le propriétaire, car il y a une belle place pour l'optimisation.



➔ **Un propriétaire qui ne cadre pas dans son quartier**

Si tous les propriétaires d'un quartier chic ont des voitures de luxe et qu'une maison a une vieille Corolla rouillée dans l'entrée, c'est peut-être signe que le propriétaire n'est plus capable de vivre selon de tels moyens. Peut-être serait-il intéressé à vendre.

➔ **Rampes d'accès**

Les propriétaires âgés qui vivent dans leur propriété depuis des décennies vont probablement vouloir vendre dans un futur proche pour aller dans un centre de personnes âgées. On peut alors surveiller les rampes d'accès, les rampes d'escalier ou toutes autres améliorations pour aider l'accessibilité des personnes âgées.

➔ **Aménagement paysager**

On regarde le gazon trop long (ou trop court en juillet), les haies à l'abandon, les buissons devenus jungle urbaine: des indices qui indiquent que la maison est négligée.

➔ **Pancarte à louer ou à vendre**

On peut porter attention aux pancartes à vendre défraîchies (qui sont à vendre depuis longtemps). Aussi, pourquoi ne pas prendre en note les propriétés qui ont une pancarte à louer (on a le numéro de téléphone facilement!)

➔ **Age du quartier**

La période de construction d'un secteur est révélateur. Les propriétaires qui ont acheté neuf dans un secteur développé dans les années 70 seraient à la retraite aujourd'hui. Ils auraient fort probablement fini de payer leur hypothèque. Il serait plus probable qu'ils désirent vendre.

Toutes ces situations donnent des indices que le propriétaire serait possiblement motivé à vendre rapidement. Prend toutes ces adresses en note dans le but de contacter le propriétaire.



Comment organiser ta méthode de travail

Maintenant que tu sais comment trouver des adresses qui ont du potentiel, voyons comment s'organiser pour avoir une méthode de travail efficace.

Tu peux soit faire le travail toi-même ou le déléguer. Tu peux aussi faire de la prospection de quartier en auto ou de façon virtuelle.

	JE LE FAIS MOI-MÊME	JE DÉLÈGUE
En auto / vélo	J'embarque dans mon auto pour sillonner le quartier et cibler les propriétés qui ont du potentiel.	J'engage une personne pour se promener en auto et cibler les propriétés qui ont du potentiel pour moi.
Virtuel	Je vais sur Google Street View pour cibler les propriétés qui ont du potentiel.	J'engage une personne pour aller sur Google Street View et cibler les propriétés qui ont du potentiel pour moi.

Je te recommande de trouver au moins un deal en prospection de quartier par toi-même avant de déléguer. Tu auras alors l'expérience et tu sauras mieux expliquer à tes assistants ce que tu cherches exactement.

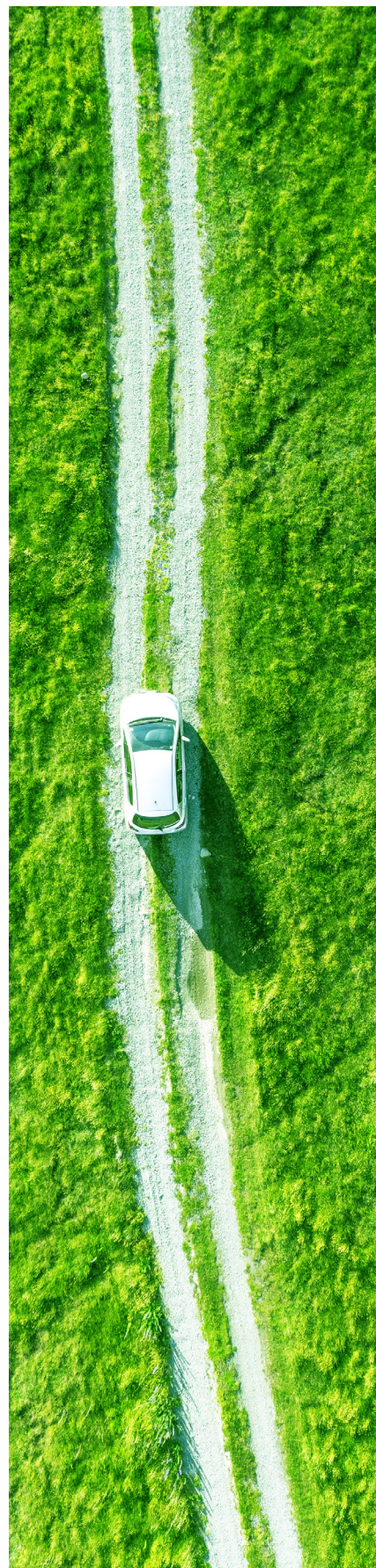
L'avantage de déléguer est évidemment d'utiliser ton temps à meilleur escient. Tu seras plus productif et rentable à contacter les propriétaires qu'à "seulement" trouver des adresses intéressantes.



Il y a plusieurs avantages à faire la prospection de quartier en voiture plutôt que sur Google Street View.

- ➔ En faisant l'effort de te déplacer, tu peux avoir un vrai aperçu de la propriété. Sur Street View, les images ne sont pas toujours super récentes.
- ➔ Tu pourras aussi déposer une carte d'affaires, une lettre ou n'importe quoi d'autre pour montrer au proprio que tu es passé. Tu lui laisses en même temps un moyen de te contacter (et en plus tu économises sur les timbres).
- ➔ Tu peux aussi avoir la chance de rencontrer le propriétaire ou les voisins pour avoir des infos supplémentaires.
- ➔ Tu peux prendre le numéro de téléphone de la pancarte (ou affiche de compagnie de gestion des immeubles à revenu ou des immeubles en reprise de finance) pour bâtir ta base de données.
- ➔ Tu peux voir toutes sortes d'autres détails pertinents. Garde l'oeil ouvert!

Si tu fais de la prospection de quartier sur Street View, notre [extension Chrome](#) te permet d'ajouter des propriétés dans Mon Prospecteur, sans même quitter Street View. Un vrai gain de temps et d'efficacité.



Comment recruter?

Si tu souhaites recruter des assistants qui vont faire la prospection de quartier en voiture, je te suggère de mettre une petite annonce sur Kijiji ou sur les réseaux sociaux dans la section emplois. Cet emploi ne demande pas de compétences particulières, donc tu pourras facilement trouver des étudiants (qui ont un permis de conduire), des retraités, des gens qui veulent boucler les fins de

mois, ceux qui cherchent un emploi à temps partiel, etc.

Publie une petite annonce qui capte l'attention en mentionnant clairement que c'est possible de faire de l'argent facilement (ce qui est vrai!). Si tu as déjà engagé un assistant dans le passé et qu'il a obtenu de l'argent, utilise ce témoignage pour gagner en crédibilité.

Si tu souhaites recruter un assistant qui fera la recherche sur Street View, le recrutement sera encore plus facile. Tu peux publier ta petite annonce sur Kijiji et les réseaux sociaux, mais aussi chercher sur [Upwork](#) ou [Fiverr](#) pour trouver des assistants internationaux à faible coût.



Comment rémunérer tes assistants?

La méthode de rémunération que je te recommande est la plus simple: un tarif horaire fixe si l'assistant atteint un objectif quantifiable.

Par exemple: un tarif horaire de 15\$ de l'heure si l'assistant trouve au moins 12 propriétés par heure.

Cela fonctionne mieux que la tarification par adresse (1\$ par adresse), car les assistants ne vont pas penser que c'est possible de trouver un nombre suffisant

d'adresses intéressantes pour leur faire une paie conséquente.

En proposant un tarif horaire, les assistants peuvent comparer avec d'autres types d'emplois et voir le potentiel. De ton côté, tu t'assures que l'assistant ne va pas juste brûler du gaz ou se perdre sur le web en fixant un minimum de 12 propriétés par heure. Gagnant-gagnant!



Et si tes assistants sont déjà initiés à l'immobilier?

Il est aussi possible d'entraîner un stagiaire et lui montrer toutes les étapes. Ensuite, il devient ton prospecteur que tu paies avec un pourcentage des deals qu'il t'apporte et que tu achètes.

Fais un test pendant 3 mois. L'assistant doit s'engager à prospecter un minimum de x heures par semaine pendant x semaines. (Sinon, tu vas juste passer ton temps à former du monde!)

Le réseautage immobilier est le meilleur endroit pour recruter ces prospecteurs.



Prêt pour la route?

Peu importe si c'est toi qui prend la route ou ton assistant, voici une checklist pour bien préparer ton départ:

- ➔ **Réservoir d'essence bien rempli:** C'est plate de devoir faire des détours pour faire le plein
- ➔ **Gestion du téléphone dans l'auto:** Tu ne veux pas utiliser ton téléphone en conduisant. Installe un support pour fixer ton

téléphone sur le tableau de bord ou le pare-brise. Apporte aussi ton chargeur pour ne pas manquer de batterie.

- ➔ **Faire le plein de cartes d'affaires, de papier et de crayons:** Tu veux être capable de laisser des notes et donner un moyen au proprio de te contacter. Tu peux aussi déposer une lettre dans la boîte aux lettres: tu auras économisé sur les timbres.

- ➔ **Des collations!** Ne néglige pas d'apporter de l'eau et des collations pour garder ton énergie pendant toute ta sortie.

- ➔ **Une dossard réfléchissant.** Porter un "uniforme" légitime tes déplacements. Les voisins te regarderont moins suspicieusement si tu as un dossard (il doit avoir une bonne raison!)

Comment organiser les adresses?



OK, tu as commencé tes démarches et tu as déjà une liste de quelques dizaines d'adresses de bons deals potentiels. Il faut être bien organisé pour consigner les adresses, car ça risque de devenir un vrai fouilli. Voyons quelques solutions.

L'idée de base est d'ajouter ces propriétés dans un système de gestion (CRM ou *Client Relationship Management*). Tu dois savoir quelles sont les adresses que tu as ajoutées et quelles sont les démarches à faire ensuite pour chacune de ces adresses.

Tu peux utiliser [PipeDrive](#) ou

[Trello](#) par exemple. Google Sheets fait aussi la job, mais ça ne serait vraiment pas mon premier choix (oui, ça fonctionne toujours bien à petite échelle, mais on perd le fil dès que ça prend un peu d'ampleur).

Tu peux également ajouter tes adresses dans Mon Prospecteur avec la fonctionnalité [Ajouter une propriété](#).

L'avantage, c'est que tu pourras voir si cette propriété a reçu des avis (avis de 60 jours, succession) et tu pourras en un clic acheter l'historique de la propriété. Tu pourras

aussi avoir les informations sur le propriétaire (présentement en mode bêta). Une fois ajoutée dans Mon Prospecteur, tu peux mettre cette adresse dans ton [Entonnoir](#) et gérer tous tes suivis et les démarches de là. Et oui! Mon Prospecteur a son propre système CRM.

Si tes assistants font de la prospection de quartier sur Street View, ils pourraient simplement utiliser l'[extension Chrome](#) Mon Prospecteur et les propriétés seraient ajoutées directement dans la plateforme, sans même quitter Google.

Que faire avec ces adresses?

Une fois que tu as une série d'adresses de vendeurs motivés potentiels bien consignées dans ton CRM, c'est le temps de contacter les proprios.

Tu peux utiliser le moyen de ton choix, que ce soit de téléphoner le propriétaire, aller cogner à la porte ou bien lui envoyer des lettres (aux 3 semaines serait une bonne fréquence).

Si tu prospectes les propriétés (comme des plex par exemple) qui n'ont pas d'indices de vendeurs motivés, tu peux tout de même leur envoyer une lettre deux fois par année afin qu'ils se souviennent de

toi quand ils seront prêts à vendre.

Le but de ces communications est de qualifier le propriétaire (voir s'il veut vendre). S'il a de l'intérêt, le but est d'obtenir un rendez-vous. C'est ici que débute la relation de confiance que tu crées avec le proprio.

En tant qu'investisseur immobilier, tu as une crédibilité et une notoriété à bâtir et à démontrer.

Intéresse-toi à la personne d'abord et trouve des similitudes pour engager la conversation et ensuite, tu peux parler immobilier.



Prêt à attaquer ce marché?

La prospection de quartier est un beau marché à explorer. Il a l'avantage d'être délégable à bas prix et c'est une façon de prospecter à partir de chez soi.

Ton plan d'action

- ➔ Décide si tu veux prospecter en auto ou sur Google Street View.
- ➔ Ajoute des propriétés qui ont besoin d'amour dans Mon Prospecteur, à l'aide de notre [extension Chrome](#) ou de la fonctionnalité d'ajout manuel.
- ➔ Contacte les proprios pour voir s'ils veulent vendre.
- ➔ Recrute des assistants pour déléguer cette méthode de prospection.

