

Psychologie de la location saisonnière : les 2 clés pour convaincre !

Cet article a été publié et est toujours visible sur le site de Homeloc : il est consultable [ici](#). Retrouvez-le en intégralité ci-dessous.

Cet article est rédigé par notre partenaire Cédric Génin, expert en marketing de l'immobilier et **spécialiste de la location saisonnière**. Cédric est rédacteur en chef du site [CommentLouerPlus.fr](#), créateur d'une méthode de vente dédiée à la location saisonnière et auteur du livre « Trouvez facilement vos futurs locataires ». Il accompagne les propriétaires immobiliers (gîtes, meublés de tourisme, chambres d'hôtes...) pour les aider à développer leur visibilité sur le marché, accroître leur taux d'occupation et augmenter leurs revenus locatifs. Il réserve aux lecteurs du Mag Homeloc un petit cadeau très précieux à la fin de cet article.

CHERCHER OU ATTIRER DES LOCATAIRES ?

En tant que propriétaire de **location saisonnière**, l'un de nos enjeux majeurs est de trouver régulièrement des locataires afin de maximiser notre taux d'occupation et donc nos revenus locatifs. Et plutôt que de "chercher" réellement des locataires (ex : en faisant du porte-à-porte, en distribuant des flyers dans les rues, en faisant des mailings ciblés comme certaines entreprises...), vous avez aujourd'hui plutôt tendance à "attirer" à vous les locataires, notamment par le biais de différents supports publicitaires sur internet (votre site web, vos annonces en ligne...).



Cette distinction étymologique entre "chercher" et "attirer" n'est pas anodine. Dans le premier cas, c'est vous l'acteur, vous cherchez activement une personne susceptible de louer votre hébergement, vous êtes actif et c'est par votre énergie, votre enthousiasme et vos efforts que vous parvenez à vos fins. Dans le second cas, c'est le locataire qui a les cartes en mains, c'est lui qui est actif, qui fait cette recherche, qui a recourt à son libre arbitre pour sélectionner les offres d'hébergement qui lui conviennent, c'est lui qui fait l'effort de recherche et dépense son énergie pour trouver la meilleure offre sur le marché correspondant à ses critères, à ses souhaits de confort et de séjour.

Force est de constater que, sur le marché de la location de vacances, c'est bien ce 2nd cas qui est le plus fréquent, tout simplement car les principaux acteurs de ce marché sont des sites d'annonces, permettant d'attirer massivement les locataires. Homeloc a évidemment bien compris ce principe et mise d'ailleurs sur de la **multidiffusion** pour accentuer le phénomène pour vous. Objectif : vous aider à "attirer" un maximum de locataires potentiels vers votre offre d'hébergement.

ETRE VISIBLE : ESSENTIEL, INDISPENSABLE, MAIS PAS SUFFISANT...

Bien entendu, dans votre parcours de propriétaire, mettre en ligne une annonce ou [créer votre site web](#) est indispensable pour vous faire connaître, mais ce n'est que la première étape. Vous ne faites que vous donner l'opportunité de présenter votre offre d'hébergement sur le marché, en espérant qu'un locataire, dont vous ignorez jusqu'à l'existence même, puisse, potentiellement, être amené, à un moment donné, à s'intéresser, un tant soit peu, à votre offre. Exposé comme cela, bien entendu, on voit ses chances de réussite diminuer à vue d'œil... Etre visible est donc essentiel, indispensable, mais pas suffisant...

En effet, une fois le locataire prêt à passer un peu de son temps à consulter votre offre, il n'y consacra le plus souvent que **quelques secondes** ! Et ce, d'autant plus que l'offre d'hébergement va fortement croissante depuis ces 5 dernières années, autrement dit, il zappera très rapidement si le coup de cœur n'est pas là dès les premières secondes. Il vous faut donc trouver le stimulus idéal pour savoir retenir son attention et l'encourager à explorer davantage le détail de votre location de vacances.

Sans rentrer trop dans le détail de son comportement face à la sélection d'une offre d'hébergement, ses hésitations, ses doutes, son indécision... disons pour faire simple que vous devez parvenir à cumuler **2 actions complémentaires et simultanées**, pour provoquer le coup de cœur, pour déclencher un sentiment de confort, de sympathie et de sécurité. Dans la psychologie de votre futur locataire, ces 2 clés vont vous permettre de le convaincre et de provoquer la réservation à coup sûr !

LOCATION SAISONNIERE : LES 2 CLES POUR CONVAINCRE

Un peu comme lors d'une première rencontre amoureuse, vous devez pouvoir très rapidement provoquer le "**coup de foudre**"... et pour cela, vous devez SEDUIRE et RASSURER. Séduire, tout d'abord... Bien entendu les critères de séduction ne sont pas les mêmes pour tous, mais il existe un tronc commun de critères auxquels les êtres humains sont sensibles, un certain nombre d'éléments auxquels vos futurs locataires porteront une attention particulière. La séduction en location saisonnière passe en grande partie la photographie. Vos photos doivent pouvoir rapidement déclencher une émotion chez les locataires. A minima 60% de sa décision se fera en seulement quelques secondes sur la base des clichés que vous pourrez montrer. Ensuite, viendront d'autres éléments qui permettront de rationaliser a posteriori une décision essentiellement émotionnelle : les équipements, les services, la géolocalisation, le prix...



Les locataires vont donc chercher dans un deuxième temps à rationaliser leur décision, à se rassurer eux-mêmes... donc autant les aider un petit peu ! Ils sont venus jusqu'à votre annonce ou votre site web personnel. Ils ont découvert vos photos, le descriptif de vos équipements et ont découvert les services originaux que vous leur proposez pour faire de leur séjour un moment inoubliable. Ils sont plutôt séduits, sur le point de passer à l'acte et de procéder à une réservation... mais ils hésitent encore... **ils ont besoin d'être rassurés !**

En effet, ils ne vous connaissent pas et ne savent pas jusqu'à quel point ils peuvent vous faire confiance. Vos photos ne sont-elles pas truquées ? Le descriptif de votre offre d'hébergement n'est-il pas un peu trop enjolivé ? Les services que vous proposez seront-ils vraiment de qualité ? Etes-vous réellement objectif dans la présentation de votre offre d'hébergement ? Toute une foule de questions peut venir légitimement à leur esprit, d'autant plus si vous avez oublié de mentionner un point qui leur paraît important (même s'il est anodin pour vous), ce qu'ils peuvent prendre pour une volonté délibérée de votre part de cacher certaines choses.

OBJECTIF : RASSURER !

Cette mini-psychose a malheureusement toute sa légitimité aujourd'hui, surtout quand on lit dans la presse les expériences malheureuses de certains vacanciers victimes d'arnaques. Ces récits ont frappé les esprits ces dernières années dans la location de particulier à particulier et font maintenant l'objet d'une vigilance particulière, quitte à diaboliser un peu les propriétaires.

Rassurer. Il convient de rassurer vos futurs locataires ! Cela commence par un ensemble d'actions que vous entreprenez avant même d'être en contact direct avec eux. Voici quelques éléments qui vont rassurer vos futurs locataires et vous permettre de vous montrer sous votre meilleur jour :

1. La publication de votre annonce sur un site à forte notoriété (qui joue un rôle de « garant » sans véritablement l'être)
 2. La publication de votre annonce sur un site institutionnel (ex : Mairie, Office du tourisme...)
 3. La présence d'un site web personnel qui fait plus « pro » aux yeux des locataires
 4. Des photos lumineuses qui passent en revue toutes les pièces clés sans exception
 5. La clarté, l'exhaustivité et la précision de votre descriptif
 6. Vos coordonnées complètes (adresse et téléphone) montrant votre sérieux et votre disponibilité
 7. Les commentaires élogieux des précédents locataires (livre d'or et recommandations)
- [...]

Ce ne sont ici que 7 exemples d'actions (parmi d'autres) que vous pouvez entreprendre facilement, 7 éléments importants qui vous permettront de rassurer par anticipation vos clients potentiels et de nouer ainsi un contact prometteur avec eux.

TOUT EST AFFAIRE DE CONTACT

Vous l'aurez compris, et c'est vrai pour bien des situations dans la vie, tout est affaire de contact. Et c'est d'autant plus vrai et difficile quand ce contact est dans un premier temps totalement virtuel, quand il se fait via une interface internet quelque peu impersonnelle et dans laquelle l'interaction est très limitée. Vous devez donc parvenir à créer ce contact si précieux pour vos locataires et parvenir ainsi à les convaincre à l'avance, avant même un contact réel par email ou téléphone, que VOTRE offre de location va leur permettre de passer un séjour inoubliable.

Bien entendu, cela ne s'improvise pas, cela se prépare sérieusement. J'ai partagé avec vous ci-dessus 7 actions parmi celles qui vous permettront justement de préparer ce contact, de séduire et de rassurer vos locataires, de provoquer ainsi la réservation et donc de maximiser votre taux d'occupation. Mais j'ai en vérité recensé de très nombreuses techniques, compilées aujourd'hui dans une méthode de vente que j'ai créée spécifiquement pour la location saisonnière.



En tant que partenaire de Homeloc, je souhaite vous en faire bénéficier dès aujourd'hui et vous offrir un extrait de cette méthode, sous la forme d'un livre électronique d'une trentaine de pages reprenant 26 techniques simples et efficaces pour maximiser votre taux d'occupation dès aujourd'hui. Si vous n'utilisez ne serait-ce que 20% des techniques partagées, vous verrez inévitablement vos résultats progresser significativement. Ce livre répondra à cette nécessité de créer habilement le contact à l'avance, pour séduire et rassurer vos futurs locataires. Profitez-en, c'est un cadeau pour les lecteurs du Mag Homeloc. Vous pouvez le télécharger gratuitement sur cette page :

[Trouvez facilement vos futurs locataires – 26 techniques simples et efficaces...](#)