

# Le client est roi



Tout le monde est déjà allé dans un magasin de chaussures, à fortiori les dames. À peine êtes-vous entré que l'on vous demande poliment si vous voulez de l'aide. Vous flânez dans les rayons, regardez la marchandise. Une chaussure vous plaît? Vous pouvez d'abord la prendre en main pour l'examiner sous tous ses angles. Vous êtes toujours intéressé(e)? On vous invite à vous asseoir. Aussitôt, des cartons s'amoncellent devant vous et la deuxième chaussure de votre sélection ainsi que les variantes de couleur et de pointure n'attendent plus que vous. Le vendeur vous propose un chausse-pied, vous demande si la chaussure convient et le vérifie à la main. Il vous accompagne jusqu'au miroir. Vous pouvez faire quelques pas dans le magasin tout en vous regardant dans le miroir. Vous hésitez? Pas de problème, on vous encourage même à prendre le temps de vous décider en vous rappelant avec le sourire que le magasin sera encore là le lendemain.

## Vite fait, mal fait

À midi, on achète des chaussures à 150 francs. Ensuite, direction Zürichberg pour la vente de la maison avec une offre minimale exigée de 2,5 millions de francs. On arrive devant le portail fermé du jardin pour constater qu'il s'y trouve déjà une vingtaine de personnes. Enfin apparaissent deux messieurs qui se présentent comme les délégués de la firme chargée de la vente. Ils signalent que, pour la visite de la maison, les personnes présentes seront réparties en deux groupes, qu'ils ne répondront aux questions qu'à la fin, devant la maison et que le tout prendra au maximum 30 minutes. Du reste, une offre avec garantie de financement devra être déposée dans les douze jours et les cinq meilleurs candidats acquéreurs pourront ensuite faire une deuxième offre.

---

«Apparemment, le secteur de l'immobilier ne connaît toujours pas le concept de service à la clientèle.»

---

On se précipite alors en troupeau d'une pièce à l'autre, ou en colonne dans les escaliers qui relient les quatre étages, en grappillant quelques renseignements qui ne témoignent guère de connaissances techniques («...oui, ce sont de nouveaux doubles vitrages» à propos du vitrage isolant, ou «... oui, le chauffage est neuf» alors qu'il est de 1989 et que seul la chaudière a été remplacée), pour apprendre finalement, dans le jardin à la fin de la visite, que les personnes intéressées devront se renseigner elles-mêmes sur la distance par rapport à la forêt, en cours de révision.

## Service à la clientèle: un concept inconnu

Ce n'est pas la première fois que nous déplorons le manque de professionnalisme des agents immobiliers. La dernière fois, c'était il y a six ans. Qui-conque avait espéré que la situation évoluerait en est pour ses frais. Apparemment, le secteur de l'immobilier ne connaît toujours pas le concept de service à la clientèle. Dommage pour celui qui était prêt à déboursier deux ou trois millions de francs et s'attendait à être traité en conséquence. Et heureux soit celui qui n'achète que des chaussures. Car ce client-là est roi.



**Martin Frei**

MSc ETH en architecture/SIA; MAS ETH en Management, Technology and Economics/BWL, Zurich; mf@immoconsult-frei.ch