

# Stratégimage

De l'image à la performance, une stratégie d'excellence

Nom du Bien :

Propriétaire :

Interlocuteur :



**YANNICK BECHET**

PHOTOGRAPHE

IMMOBILIER • ARCHITECTURE • DÉCORATION

yannick@yannickbechet.fr • 06.71.00.27.53

# 1. STRATÉGIE PHOTO IMPACTANTE

## Transformez votre Bien en une Location Irrésistible

**Des visuels percutants sont aujourd'hui indispensables pour réussir dans la location saisonnière :**

- **+20%** de réservations grâce à des photos professionnelles
- **+20%** d'augmentation tarifaire en moyenne

### 1. Qualification du Bien et Objectifs

#### Situation Actuelle

- Depuis combien de temps louez-vous votre bien ?
- Quel est actuellement votre taux d'occupation moyen ?
- Combien de réservations recevez-vous chaque année ?
- Quel est votre tarif moyen par nuit ?
- Nombre de nuit minimum pour une réservation ?

#### Profil de la Clientèle Actuelle

- Quelle est la durée moyenne des séjours ?
- Quel type de voyageurs recevez-vous principalement (couples, familles, business) ?
- Sur quelles plateformes votre bien est-il présent ?

#### Vos Objectifs

- Quels sont vos objectifs financiers pour cette année ?
- Y a-t-il des périodes où vous peinez à louer ?
- Souhaitez-vous attirer une clientèle spécifique ?
- Envisagez-vous une augmentation de tarif ? Si oui, de combien ?
- Quel est votre budget marketing global annuel ?

### 2. Analyse des Photos Actuelles

État des Lieux Visuel

- Quand vos photos actuelles ont-elles été prises ?
- Qui les a réalisées (vous-même, un professionnel, autre) ?
- Sur quelles plateformes sont-elles diffusées ?
- Recevez-vous des retours spécifiques de voyageurs concernant vos visuels ?

#### Performance des Annonces

- Combien de visiteurs consultent vos annonces chaque mois ?
- Quel est votre taux de conversion (visites vs réservations) ?
- Sur quelles plateformes performez-vous le mieux ?
- Quelles sont les photos les plus consultées ?

### 3. Avantages Concurrentiels

#### Vos Atouts

- Quelles sont les 3 caractéristiques principales qui rendent votre bien unique ?
- Quelles sont les pièces ou espaces les plus appréciés par vos locataires ?
- Avez-vous des équipements ou des avantages exclusifs à mettre en avant ?
- Quelle est votre meilleure saison visuellement ?

#### Analyse Concurrentielle

**Comparaison avec vos 3 concurrents principaux :**

Critère	Votre Bien	Concurrent 1	Concurrent 2	Concurrent 3
Tarif moyen				
Qualité photos				
Nombre photos				
Points forts				

## Priorités marketing

- Augmenter le taux de réservation
- Justifier un tarif premium
- Se démarquer de la concurrence
- Attirer une nouvelle clientèle
- Autres objectifs :

## Utilisation prévue des photos

- Airbnb
- Booking.com
- Abritel
- Site web personnel
- Réseaux sociaux
- Support imprimé
- Autres plateformes :

## 4. Retour sur Investissement (ROI)

Simulation de ROI

Taux d'occupation pour la simulation ; **50%** (Aix en Provence 61% en 2024, Marseille 56%)

Exemple pour un bien loué 150€/nuit :

Détail du calcul page suivante

Amélioration	Avant	Après	Gain Mensuel	ROI (mois)
Taux d'occupation mensuel (+20%)	15 nuits à 150€/nuit	18 nuits à 150€/nuit	+450€	1,09
Tarif moyen (+15%)	15 nuits à 150€/nuit	15 nuits à 172,50€/nuit	+337,50€	1,45
Combiné (occupation + tarif)	15 nuits à 150€/nuit	18 nuits à 172,50€/nuit	+855€	0,57

# 20 %

### de revenus supplémentaires

Les hôtes qui disposent de photos professionnelles peuvent générer davantage de revenus que les hôtes de la même zone géographique qui n'en ont pas<sup>1</sup>.

# 20 %

### de réservations en plus

Les photos comptent parmi les 3 facteurs qui incitent le plus les voyageurs à réserver<sup>2</sup>.

Source Airbnb :

N'oubliez pas que l'augmentation des revenus, des réservations et de votre tarif par nuit peut varier selon les annonces. Les données statistiques fournies ne constituent pas une garantie de résultats, et Airbnb ne promet ni ne prédit aucun résultat ni succès pour votre annonce.

<sup>1</sup> Ces chiffres sont basés sur une analyse des revenus, des réservations et du rapprochement des coûts des services de photographie professionnelle réalisée en 2021 sur un échantillon de 5 000 annonces dans le monde présentant des photos professionnelles prises entre septembre 2020 et octobre 2021. Ces résultats ont été observés parmi les annonces qui ont été constamment actives sur la plateforme pendant 8 semaines avant et après la publication de photos professionnelles.

<sup>2</sup> Étude mondiale menée en 2018 sur la perception des logements à travers leur représentation visuelle.

## Simulation de Retour sur Investissement

### Données de base :

Tarif par nuit : 150 €

Taux d'occupation actuel : 50% (15 nuits réservées sur 30 jours).

Taux d'occupation amélioré : +20% (60%, soit 18 nuits réservées).

Tarif amélioré : +15% (soit 172,50 € par nuit).

### 1. Impact d'une augmentation de 20% des réservations :

Avant (50% d'occupation) :

15 nuits×150€=2250€

Après (60% d'occupation) :

18 nuits×150€=2700€

Gain mensuel :

2700€-2250€=+450€

**Pour un package de photos facturé 490 €, le ROI est atteint en environ 1 mois :**

**490€/450€=1,09 mois.**

### 2. Impact d'une augmentation de 15% du tarif :

Avant (50% d'occupation, tarif standard) :

15 nuits×150€=2250€

Après (tarif +15%) :

15 nuits×172,50€=2587,50€

Gain mensuel :

2587,50€-2250€=+337,50€

**Pour un package de photos facturé 490 €, le ROI est atteint en environ 1,5 mois :**

**490€/337,50€=1,45 mois.**

### 3. Impact combiné des deux améliorations (tarif + taux d'occupation) :

Avant (50% d'occupation, tarif standard) :

15 nuits×150€=2250€

Après (60% d'occupation, tarif +15%) :

18 nuits×172,50€=3105€

Gain mensuel combiné :

3105€-2250€=+855€

**Pour un package de photos facturé 490 €, le ROI est atteint en moins d'un mois :**

**490€/855€=0,57 mois.**

## 5. Proposition de Rendez-vous

**Contactez-nous maintenant pour discuter de vos objectifs,** évaluer les besoins spécifiques de votre bien, et définir ensemble une stratégie et un package parfaitement adapté.



Espaces extérieurs

- Jardin (surface approximative :            m²)
- Terrasse (surface :            m²)
- Balcon
- Parking privé
- Vue remarquable (précisez : mer, montagne, ville...)

Éléments architecturaux

- Poutres apparentes
- Pierres apparentes
- Verrière
- Hauteur sous plafond remarquable
- Moulures/éléments d'époque
- Autres caractéristiques architecturales :

3. Style et ambiance

Positionnement marketing (choisir une option principale)

- Luxe et prestige
- Familial et convivial
- Design et contemporain
- Authentique et traditionnel
- Eco-responsable
- Business friendly
- Autre (précisez) :

Éléments décoratifs disponibles

- Linge de lit de qualité
- Serviettes assorties
- Coussins décoratifs
- Plaids
- Tapis
- Tableaux/œuvres d'art
- Plantes/fleurs
- Autres accessoires :



4. Aspects techniques

- Luminosité
- Meilleur moment de la journée pour les photos :
  - Pièces les plus lumineuses :
  - Présence de spots ou éclairages d'ambiance :

Contraintes à prendre en compte

- Travaux en cours :
- Zones à éviter :
- Restrictions horaires :
- Voisinage sensible :
- Autres contraintes :

5. Organisation de la séance

Préférences de planning

- Dates souhaitées (période):
- Horaires préférés :
- Durée estimée nécessaire :

Préparation

- Qui sera présent pendant la séance ?
- Besoin de conseils de mise en scène ?

## 3. GUIDE PRÉPARATOIRE

### Sublimez Votre Bien pour des Photos Exceptionnelles

**Ce mémo est un outil indispensable pour garantir que chaque détail est soigneusement pris en compte lors de la préparation, du rangement et du nettoyage de votre bien avant la séance photo, afin de maximiser l'impact de vos annonces.**

## GUIDE PRÉPARATOIRE

### Sublimez Votre Bien pour des Photos Exceptionnelles

#### Préparation essentielle

- Nettoyage approfondi
- Vitres et miroirs sans traces
- Sols immaculés
- Surfaces dépoussiérées
- Sanitaires étincelants
- Rangement stratégique
- Objets personnels retirés
- Câbles et chargeurs cachés
- Poubelles vidées et masquées
- Courrier et papiers rangés

#### Mise en scène par pièce

##### Salon

- Coussins gonflés et alignés
- Plaid élégamment disposé
- Magazine design ou beau livre sur la table
- Télécommandes rangées

##### Chambres

- Lits parfaitement faits
- Oreillers bien disposés
- Tables de nuit épurées
- Placards fermés

##### Cuisine

- Plan de travail dégagé
- Belle corbeille de fruits frais
- Électroménager propre
- Torchons et éponges cachés

##### Salle de bain

- Serviettes blanches pliées
- Produits d'hygiène masqués
- Miroirs étincelants
- Petite plante décorative

##### Extérieur

- Mobilier nettoyé
- Table joliment dressée
- Jardin/terrasse ordonnés
- Équipements rangés

#### Optimisation lumière

##### Naturelle

- Rideaux et volets grand ouverts
- Vitres nettoyées
- Stores relevés au maximum

##### Artificielle

- Toutes les lampes fonctionnelles
- Ampoules vérifiées

#### Touches finales

1. Vérification globale
2. Petits plus qui font la différence

- Bouquet de fleurs fraîches
- Carafe d'eau avec citron
- Bougies
- Coussin
- ...

#### À éviter absolument

- Désordre visible
- Objets personnels
- Produits ménagers
- Linge qui sèche
- Câbles apparents
- Poubelles visibles....



**YANNICK BECHET**

PHOTOGRAPHE

IMMOBILIER • ARCHITECTURE • DÉCORATION

yannick@yannickbechet.fr • 06.71.00.27.53



# OPTIMISATION DES ANNONCES

## Dominez les Plateformes de Réservation

### Kit de survie



**YANNICK BECHET**  
PHOTOGRAPHE  
IMMOBILIER • ARCHITECTURE • DÉCORATION  
yannick@yannickbechet.fr • 06.71.00.27.53

## 4. OPTIMISATION DES ANNONCES

### Dominez les Plateformes de Réservation

#### Kit de survie

Voici des conseils de base pour Airbnb, Booking, Abritel et Leboncoin, adaptées aux particularités de chaque plateforme :

#### 1. Airbnb : L'authenticité et l'expérience avant tout

##### Accroche Visuelle

- Photo principale : Optez pour une image lumineuse, qui met en avant un espace de vie convivial ou un détail unique (vue, piscine, déco).
- Galerie : Organisez les photos par ordre d'importance : commencez par les espaces de vie principaux, puis les chambres, les équipements, et terminez avec les extérieurs.

##### Titre Optimisé

- Mettez l'accent sur l'expérience :
  - "Villa moderne avec piscine et vue panoramique sur la Provence"
  - "Appartement cosy au cœur d'Aix-en-Provence, proche du Cours Mirabeau"

##### Description

- Introduction: Accrochez immédiatement avec une promesse forte ("Détendez-vous dans un cadre paisible avec vue imprenable").
- Sections claires :
  - "L'espace" : Décrivez les caractéristiques principales avec des détails attractifs.
  - "Les équipements" : Listez les équipements clés (Wi-Fi, climatisation, cuisine équipée).
  - "Le quartier" : Faites rêver avec des activités locales et des points d'intérêt.

##### Points Techniques

- Utilisez des mots-clés pour le SEO Airbnb : "maison avec piscine", "logement atypique Provence", etc.
- Répondez rapidement aux messages pour améliorer votre **\*\*taux de réponse\*\***, un facteur clé dans l'algorithme Airbnb.

## 2. Booking : L'efficacité et la praticité en priorité

### Accroche Visuelle

- Photo principale : Un visuel qui illustre confort et fonctionnalité (chambre spacieuse, salle de bain moderne, espace bien éclairé).

- Galerie : Ajoutez des photos des commodités (cuisine, salle de bain, parking). Booking privilégie les annonces détaillées.

### Titre Optimisé

- Mettez en avant les caractéristiques logistiques importantes :

- "Maison de charme avec parking gratuit, proche des plages"

- "Studio moderne à 10 min du centre-ville d'Avignon"

### Description

- Sections claires et factuelles :

- "Confort et équipements" : Listez tout ce qui rend le séjour agréable.

- "Idéal pour..." : Ciblez une clientèle spécifique ("Idéal pour couples, familles ou voyageurs d'affaires").

- Intégrez des éléments différenciants, comme le petit-déjeuner inclus, la proximité des transports, ou la vue exceptionnelle.

### Points Techniques

- Ajoutez tous les équipements et services possibles dans les champs spécifiques de Booking (Wi-Fi, réception 24h, etc.).

- Maintenez un **\*\*score de propreté élevé\*\*** grâce aux commentaires, essentiel pour rester compétitif.

## 3. Aritel : Les familles et groupes en priorité

### Accroche Visuelle

- Photo principale: Priorisez les espaces adaptés aux groupes : grandes tables, canapés spacieux, extérieurs accueillants.

- Galerie : Ajoutez des photos qui montrent les avantages pour les familles (lit bébé, jardin sécurisé).

### Titre Optimisé

- Mettez en avant les caractéristiques recherchées par les familles :

- "Maison familiale avec jardin clos et piscine, proche des activités"

- "Gîte charmant pour 6 personnes au cœur du Luberon"

### Description

- Orientation familiale :

- "Espaces généreux pour toute la famille" : Décrivez la disposition des chambres et la sécurité des extérieurs.

- "Activités à proximité" : Parlez des plages, parcs ou attractions adaptées aux enfants.

- Listez les équipements spécifiques : chaise haute, lit bébé, jeux pour enfants.

### \*Points Techniques

- Remplissez les champs d'équipement en détail : "Animaux acceptés", "Convient aux enfants", "Cuisine complète".

- Encouragez les **\*\*avis positifs\*\*** pour renforcer votre crédibilité auprès des familles.

#### 4. Leboncoin : L'attractivité au premier regard

##### Accroche Visuelle

- Photo principale : Mettez en avant une vue spectaculaire ou une pièce lumineuse et chaleureuse.
- **Galerie** : Affichez des photos simples et claires, adaptées aux attentes d'un public généraliste.

##### Titre Optimisé

- Privilégiez les annonces descriptives avec un ton direct :
  - "Appartement en bord de mer – Tout confort, 4 personnes"
  - "Villa avec piscine chauffée à louer à Pertuis"

##### Description

- Introduction concise : Décrivez immédiatement les points forts ("À louer, appartement lumineux, tout équipé, idéalement situé à proximité des commerces").
- Structure simple :
  - "Description du bien" : Donnez les informations essentielles (surface, capacité, équipements).
  - "Localisation" : Soyez précis sur l'emplacement et les avantages locaux.
  - "Conditions de location" : Mentionnez les prix, les périodes disponibles et les modalités.

##### Points Techniques

- Mettez un prix compétitif et ajusté selon la saison.
- Renouvelez régulièrement votre annonce pour qu'elle reste visible.
- Répondez rapidement aux messages pour ne pas perdre des prospects.

##### Conseils Généraux pour Toutes les Plateformes :

1. Utilisez un outil de gestion multicanal pour synchroniser vos calendriers et éviter les doubles réservations.
2. Adaptez vos descriptions à chaque plateforme, tout en restant cohérent dans les informations clés (tarifs, équipements).
3. Collectez des avis positifs en demandant à vos locataires satisfaits de laisser des commentaires.
4. Optimisez régulièrement vos annonces en testant différentes photos, titres, et descriptions.

En adaptant ces stratégies, vos annonces maximiseront leur impact sur chaque plateforme. Si vous souhaitez des conseils supplémentaires pour une plateforme spécifique, n'hésitez pas à demander !

# BILAN 6 MOIS

## Pilotez et Optimisez Votre Performance



**YANNICK BECHET**  
PHOTOGRAPHE  
IMMOBILIER • ARCHITECTURE • DÉCORATION  
yannick@yannickbechet.fr • 06.71.00.27.53

## 5. BILAN 6 MOIS - Pilotez et Optimisez Votre Performance

Chère/cher propriétaire,

Six mois se sont écoulés depuis notre séance photo, et nous souhaitons réaliser ensemble un bilan approfondi de l'impact de ces images sur votre activité. Votre retour est précieux pour optimiser nos services et continuer à vous accompagner efficacement.

Merci de prendre quelques minutes pour répondre à ce questionnaire. Vos réponses nous permettront d'identifier les opportunités d'amélioration et de vous proposer des solutions adaptées.

### 1. Informations Générales

Identification du Bien

- Nom/référence de la propriété :

- Type de bien :

- Appartement

- Maison

- Villa

- Autre : \_\_\_\_\_

- Surface habitable : \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>

- Capacité d'accueil : \_\_\_\_\_ personnes

- Date de la séance photo : \_\_/\_\_/\_\_

Positionnement

- Segment de marché :

- Économique

- Milieu de gamme

- Haut de gamme

- Luxe

## 2. Impact et Résultats

### Évolution des Performances

1. Augmentation du nombre de vues sur vos annonces :

- 0-25 %
- 26-50 %
- 51-75 %
- +75 %

2. Évolution du taux de conversion (vues / réservations) :

- 0-15 %
- 16-30 %
- 31-50 %
- +50 %

3. Réduction du délai moyen de réservation :

- Aucune amélioration
- 1-3 jours plus rapide
- 4-7 jours plus rapide
- +7 jours plus rapide

Commentaires :

### Qualité des Demandes

- Les demandes sont-elles plus qualifiées depuis la séance photo ?

- Beaucoup plus
- Un peu plus
- Pas de changement
- Moins qualifiées

Commentaires :

## 3. Satisfaction des Photos

### Qualité Générale

- Comment évaluez-vous la qualité des photos réalisées ?

- Excellente
- Très bonne
- Bonne
- Moyenne
- Insuffisante

Photos les plus efficaces (plusieurs choix possibles) :

- Vue d'ensemble
- Pièces principales
- Détails/Ambiance
- Extérieur
- Équipements

Commentaires :

### Comparaison avec vos anciennes photos

1. Par rapport à vos anciennes photos :

- Nette amélioration
- Légère amélioration
- Équivalent
- Moins bien
- Autre :

2. Par rapport à la concurrence locale :

- Nettement supérieur
- Légèrement supérieur
- Équivalent
- Inférieur

### 4. Présence et Visibilité

Plateformes Utilisées

Sur quelles plateformes avez-vous diffusé vos nouvelles photos ?

- Airbnb
- Booking
- Abritel
- Site personnel
- Instagram/Réseaux sociaux
- [Autres :

Statistiques Analytiques (ou tendance / marché)

Si disponibles, partagez quelques données clés :

- Taux de conversion moyen : \_\_\_\_ %
- Temps moyen passé sur l'annonce : \_\_\_\_ secondes
- Taux de clics sur les photos : \_\_\_\_ %

Commentaires :

### 5. Projets Futurs et Suggestions

Services Complémentaires

Seriez-vous intéressé(e) par :

- Une nouvelle séance photo
- Une vidéo promotionnelle
- Des photos par drone
- Du home staging
- Une visite virtuelle
- Autre :

Suggestions d'Amélioration

Quels aspects de notre service pourriez-vous suggérer d'améliorer ?

### 6. Conclusion

Recommanderiez-vous nos services ? \_\_\_/10

Souhaitez-vous un entretien personnalisé pour analyser ces résultats ?

- Oui
- Non

Nous vous remercions pour votre temps et vos réponses.