

LES OUTILS DE MESURE DE LA PERFORMANCE DES NÉGOCIATEURS

Introduction

Toute agence immobilière est dans l'obligation de fixer des objectifs de résultats dans le but de dégager le profit nécessaire à la durabilité de l'entreprise.

Grâce à certains indicateurs, le responsable de l'agence pourra suivre son équipe de négociateurs d'une façon régulière par le biais des objets quantitatifs attribués par ceux-ci. Ainsi, le responsable va être capable de bien gérer son équipe et les outils commerciaux de l'agence.

La productivité et la rentabilité du négociateur

Les ratios de productivité

La productivité est un moyen qui permet d'évaluer la capacité du négociateur à matérialiser les moyens engagés en résultats. Elle constitue le rapport entre les résultats obtenus (chiffres d'affaires, total des RDVZ, total des mandats,...) et les moyens mis en œuvre (total des appels téléphoniques, total des RDVZ d'expertise,...).

Les ratios de rentabilité

La rentabilité constitue le rapport entre la marge dégagée (Marge brut et Marge nette) et les coûts des moyens utilisés par le négociateur (coût de prospection, coût des communications, rémunération du négociateur).

Les ratios de la performance

Les ratios de performance permettent de définir les objectifs de l'agence et des négociateurs.

Les résultats du négociateur

L'honoraire moyen par vente est le rapport entre le chiffre d'affaires et le nombre de ventes.

Le budget moyen du client est le rapport entre le prix total des transactions et le nombre de ventes.

- **Location loi de 89** : résidence principale à louer nu ou mixte.
- **Location HLM** : résidence principale dont la location est destinée à des personnes tout contrevenantes à cette réglementation peut entraîner une amende de 50 000 euros.
- Un retour à la première situation peut être demandé sous une astreinte qui peut atteindre les 1 000 euros par jour et par mètre carré ;
- L'administration peut expulser les habitants du local et réaliser les travaux nécessaires pour le remettre en état.

Les coûts de l'action du négociateur

Le coût du contact est le rapport entre le coût de l'opération et le nombre de contacts.

Le coût d'acquisition d'un client vendeur est le rapport entre le coût de l'opération de la prospection et le nombre de mandats.

Le budget moyen du client est le rapport entre le coût de la commercialisation et le nombre de ventes.

Tableau de bord

Estimation du chiffre d'affaires de l'agence

C'est le responsable d'agence qui dresse un budget prévisionnel qui indique le chiffre d'affaires prévisionnel tout en tenant compte de ses charges que celui-ci doit couvrir afin d'assurer la pérennité de l'entreprise. Cette démarche permet de définir les objectifs des négociateurs suivis par les tableaux de bords.

Tableau de bord des charges

Les outils de mesure de la performance des négociateurs

Ce tableau permet de comparer les charges effectives et celles qui ont été prévu.

	Effectives	Prévues	Écarts
Dépenses de prospection			
Dépenses publicité			
Coûts salariaux			
Loyer			
Autres charges			

Tableau de bord des résultats

Ce tableau permet de confronter les objectifs des négociateurs aux résultats effectifs. En fait, il faut distinguer entre le chiffre d'affaires potentiel qui présente les honoraires des compromis de vente signés et le chiffre d'affaires réalisé qui est encaissé par l'agent immobilier, lors de la signature de l'acte authentique.

	Effectives	Prévues	Écarts
Nombre d'estimations			
Nombre de mandats			
Nombre de vente			
Chiffres d'affaires			
Autres charges			

Tableau de bord récapitulatif

Ce tableau permet au chef d'entreprise de dégager une synthèse qui sert à ajuster la politique suivie aux réalisations et à mettre en place de nouveaux objectifs.