

# BÂTISSEZ VOTRE ENTREPRISE

LA TAILLE DE VOTRE BASE DE DONNÉES DÉTERMINERA LA TAILLE DE  
VOTRE COMPTE BANCAIRE

## *SESSION DE RÉFLEXION IGNITE N° 2*

### Dans ce chapitre...

- Bâissez votre entreprise
- Développez votre base de données
- Organisez votre base de données
- Communiquer avec votre base de données



## Table des matières

<b>ATTENTES D’AUJOURD’HUI.....</b>	<b>5</b>
<b>RÉVÉLATION DE L’ACTION .....</b>	<b>6</b>
Production du rapport sur le 10/4 quotidien .....	7
<b>COMMENCEZ DU BON PIED .....</b>	<b>15</b>
Votre base de données est votre entreprise! .....	17
<b>CONCRÈTEMENT : OPTIMISER VOTRE BASE DE DONNÉES.....</b>	<b>21</b>
1. Contact.....	21
2. Classifier.....	25
3. Campagne .....	28
<b>TOUT RASSEMBLER .....</b>	<b>35</b>
Plan d’action .....	35
Préparation pour le prochain cours.....	36
Rappels .....	37
<b>DE LA DÉCOUVERTE À LA RÉALISATION .....</b>	<b>38</b>
<b>AMÉLIOREZ VOTRE APPRENTISSAGE.....</b>	<b>39</b>



# Attentes d'aujourd'hui

## Champions en formation

---

1. Bâissez l'outil le plus important que vous ne puissiez avoir en tant que représentant des ventes : votre base de données de coordonnées et d'information.
2. Produisez des pistes pour votre entreprise; faites des appels pour trouver des acheteurs et des vendeurs prêts à faire des affaires.
3. Ajoutez de nouveaux contacts à votre base de données grandissante.
4. Organisez et catégorisez vos contacts pour du marketing ciblé.
5. Intégrez vos contacts à des campagnes de marketing; pour qu'ils se souviennent de vous lorsqu'ils seront prêts.

## Formateur d'Ignite

---

Pour optimiser votre apprentissage, vos formateurs d'Ignite s'engagent à :

1. Vous montrer d'excellentes **vidéos** de modèles en classe.
2. Investir la majeure partie de leur temps envers des **activités** en classe.
3. Agir en tant que modèles de ce qu'il faut pour avoir beaucoup de succès. Guider et appuyer les champions en formation en les tenant responsables de leur **10/4 quotidien** et de la **Mission** préalable au travail et, pendant l'activité de l'**appel téléphonique**, faire des appels avec la classe.

# Révélation de l'action

## IGNITE

## Mission 2

Faites cette **mission** avant d'assister à la session de réflexion 2 d'Ignite

TERMINÉ



### 1. Dites au monde qui vous êtes **avec votre présence dans KW**

Les pages blanches de KW sont votre recueil de coordonnées en ligne.



Regardez *Optimisez vos activités grâce à KW.com* (3 minutes 29 secondes)



Regardez *Pages blanches de KW : Créez votre profil* (6 minutes 49 secondes)



Remplissez votre profil des pages blanches de KW comme l'indique la vidéo

TERMINÉ



### 2. Communiquez facilement avec les clients **avec votre marketing automatisé**

Apprenez-en davantage au sujet de votre présence Web et de la base de données eEdge de KW.



Regardez la vidéo Configuration de la technologie : *Activer eEdge* (2 minutes 27 secondes)



Activez votre compte eEdge comme l'indique la vidéo



Regardez la vidéo *Remplir son profil eEdge* (5 minutes 59 secondes)



Regardez la vidéo *Ajouter un contact à votre base de données* (3 minutes 19 secondes)



Ajoutez-vous à votre base de données eEdge comme le montre la vidéo précédente

TERMINÉ



### 3. Donnez aux clients un moyen attrayant et facile de trouver des résidences : **configurez votre application de recherche mobile KW**

Apprenez-en davantage au sujet de votre application de recherche mobile KW pour vous et vos clients et activez-la.



Regardez la vidéo *Préparez-vous pour votre application mobile KW* (2 minutes 53 secondes)



Regardez la vidéo *Téléchargez votre application mobile et donnez-lui votre marque*  
(32 secondes)



Regardez la vidéo *Partagez votre application* (5 minutes 57 secondes)



Activez votre application de recherche mobile KW

TERMINÉ ✓

### 4. Suivi – **sur la session de réflexion précédente**



Effectuer des activités du plan d'action dans la session de réflexion précédente

TERMINÉ



### 5. Faites grandir votre base de données – **avec vos contacts actuels**



Apportez votre liste de contacts et votre ordinateur portable ou votre tablette au prochain cours Ignite

\*Accédez à des vidéos de [KWUConnect.com](http://KWUConnect.com), Ignite. Besoin d'aide? Communiquez avec votre coordonnateur de la technologie ou ambassadeur technique de votre centre d'affaires ou envoyez un courriel à [support@kw.com](mailto:support@kw.com).

# Production du rapport sur le 10/4 quotidien

Rendez compte de vos activités sur le 10/4 quotidien

Le **10/4 quotidien** est l'activité la plus importante pour vos affaires!

1. Avec votre téléphone intelligent, votre tablette ou votre ordinateur portable, allez à Daily104.com ([www.Daily104.com](http://www.Daily104.com)). On vous demandera d'ouvrir une session avec votre nouvel authentifiant KW si vous n'avez pas encore ouvert de session.

Vous trouverez des instructions sur l'utilisation de myTracker à l'écran (voir la flèche).



2. Cliquez sur « Inscrire le 10/4 quotidien » (Enter Daily 10/4) dans le coin inférieur gauche et inscrivez vos activités de la journée.

<b>Champion en formation</b>	<b>10 contacts ajoutés</b>	<b>10 connexions</b>	<b>10 notes</b>	<b>Résidences examinées</b>
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				

# À vous la parole : production d'indices pour les affaires

## Simulation d'un 10/4 quotidien réel

1. Commencez en disant un message affirmatif à voix haute :  
**« Je suis toujours motivé par la contribution. Les gens apprécieront mon appel. »**
2. Prenez votre téléphone et votre liste de contacts et appelez des gens que vous connaissez (que vous avez rencontrés) et toute référence obtenue des gens rencontrés.
3. Utilisez les scripts fournis : le même script que vous avez utilisé le jour 1 et un nouveau script pour appeler les références.
  - objectif n° 1 : Faites des appels pendant 15 minutes et entrez en **contact** avec autant de gens possible.
  - objectif n° 2 : Demandez des **références** à chaque contact.
  - objectif n° 3 : Offrez votre **application mobile de recherche KW** à chaque contact.
4. Inscrivez les résultats ci-dessous.

Résultats				
Nom	Numéro de téléphone	Application √	Nom de la référence	Résultat de l'appel
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				

**Durée : 15 minutes**

---

## Scripts pour l'appel

---

Utilisez les scripts que vous avez appris le jour 1 (à la page suivante). Si vous appelez une référence, utilisez celui-ci.

### RÉFÉRENCES

Bonjour \_\_\_\_\_, je m'appelle \_\_\_ de Keller Williams Realty. Votre nom m'a été donné par un ami intime commun, (*nom de votre personne rencontrée*), et *il/elle* a dit que je devrais vous appeler. Est-ce que vous avez quelques minutes? Excellent!

(*Nom de la personne rencontrée*) m'a dit que vous pensiez à (*acheter/vendre*) une résidence dans (*délai d'achat ou de vente*) et m'a demandé de bien vouloir vous appeler. *Il/elle* et moi-même voulons nous assurer que vous serez entre bonnes mains et que vous ayez le meilleur service possible, d'où mon appel.

Puisque tout le monde aime savoir combien se vendent les résidences, j'aimerais vous faire part de mon application d'immobilier. Vous pourrez voir tout ce qui se passe n'importe où, de votre rue à n'importe quelle adresse en Amérique du Nord! Elle est gratuite, ne vous coûte rien et je peux vous envoyer un lien qui mène à l'application. Qu'en pensez-vous? Excellent!

#### *Si la personne achète...*

Avez-vous vu quelque chose que vous aimez jusqu'à maintenant? Excellent!

Travaillez-vous avec un autre représentant des ventes? Non? Parfait.

#### *Si la personne vend...*

Quand prévoyez-vous déménager?

Avez-vous inscrit votre résidence avec un autre représentant des ventes? Non? Excellent!

#### *Continuer...*

La prochaine étape est de nous rencontrer. Je peux répondre à toutes vos questions et expliquer comment fonctionne le processus entier. Le tout durera environ 20 minutes seulement. Pouvons-nous nous rencontrer aujourd'hui, ou est-ce que demain serait mieux pour vous?

#### *Si on vous dit non merci...*

Je comprends. En passant, j'ai une foule de renseignements intéressants et pertinents sur le marché immobilier dans votre secteur, et j'aimerais bien vous les envoyer. Je vais vérifier si j'ai la bonne adresse courriel et la bonne adresse civile.

Et pouvez-vous faire quelque chose pour moi? Si vous entendez parler de quelqu'un qui a besoin d'un conseiller en immobilier, pouvez-vous penser à moi? Excellent. Une fois que vous aurez téléchargé l'application et que vous l'aurez essayée, envoyez-moi un message texte pour me dire si vous l'aimez. Je l'apprécierais beaucoup.

Merci de votre temps, et n'hésitez pas à me le faire savoir si je peux faire quelque chose pour vous.

## 1. Script pour les nouveaux dans le domaine immobilier

Bonjour, ici \_\_\_\_\_! Avez-vous quelques instants? J'ai une nouvelle emballante; je suis maintenant représentant des ventes pour Keller Williams Realty.

Grâce à ce nouveau partenariat, j'ai toutes leurs connaissances à ma disposition. De plus, mes clients peuvent profiter de mon enthousiasme et de mon dévouement envers mon travail. J'ai pensé vous en faire part parce que je savais que vous pourriez m'aider à agrandir ma clientèle.

*Continuer avec le reste du script.*



## 2. Script pour les nouveaux chez Keller Williams

Bonjour, ici \_\_\_\_\_! Avez-vous quelques instants?

J'ai une nouvelle emballante à vous annoncer. Habituellement, c'est moi qui aide les gens à déménager. Cette fois, c'est moi qui ai changé d'adresse! Je viens de m'associer à Keller Williams Realty pour continuer ma carrière en immobilier. Cependant, ce n'est pas parce que le nom de mon entreprise a changé que mon niveau de service à la clientèle a changé aussi. Mes clients continueront de profiter de mon enthousiasme et de mon dévouement envers mon travail. Et comme vous le savez déjà, je ferai tout ce qu'il faut pour aider les autres. Puis-je compter sur vous pour m'aider à développer mon entreprise?

*Continuer avec le reste du script.*



## Reste du script

D'abord, j'aimerais partager avec vous mon application d'immobilier. Vous pourrez voir tout ce qui se passe n'importe où, de votre rue à n'importe quelle adresse en Amérique du Nord! C'est gratuit et vous n'avez rien à payer. Je peux vous envoyer un message texte avec le lien. Qu'en pensez-vous?

Et j'ai envie de vous demander si vous connaissez des gens au travail, dans votre voisinage ou un groupe auquel vous appartenez qui veulent acheter ou vendre une résidence ou investir dans l'immobilier. Avez-vous quelqu'un en tête? Merci d'avoir pris le temps d'y penser.

J'ai une foule de renseignements intéressants et pertinents sur le marché immobilier dans votre secteur, et j'aimerais bien vous les envoyer. Je vais vérifier si j'ai la bonne adresse courriel et la bonne adresse civile.

Et pouvez-vous faire quelque chose pour moi? Si vous entendez parler de quelqu'un qui a besoin d'un conseiller en immobilier, pouvez-vous penser à moi? Excellent. Une fois que vous aurez téléchargé l'application et que vous l'aurez essayée, envoyez-moi un message texte pour me dire si vous l'aimez.

Merci de votre temps et de votre aide, et n'hésitez pas à me le faire savoir si je peux faire quelque chose pour vous.

### 3. Script de rappel que vous travaillez dans le domaine

---

Bonjour, ici \_\_\_\_\_! Avez-vous quelques instants?  
Ça fait longtemps et je m'excuse de ne pas avoir repris contact plus tôt. Je suis occupé à développer mon entreprise en immobilier et à travailler avec d'excellents clients comme vous. Je voulais vous dire que j'ai l'objectif personnel d'aider \_\_\_\_ (*nombre*) familles à trouver la résidence de leurs rêves cette année. Et comme vous le savez déjà, je ferai tout ce qu'il faut pour aider les autres. Puis-je compter sur vous pour m'aider à atteindre cet objectif?

*Continuer avec le reste du script.*



### 4. Script pour un nouvel arrivant dans une région

---

Bonjour, ici \_\_\_\_\_! Avez-vous quelques instants?  
J'ai une nouvelle emballante à vous annoncer. Je viens de déménager à \_\_\_\_\_ (*nouvelle ville*) et je travaille pour Keller Williams Realty. J'ai pensé vous contacter, car je savais que vous pourriez m'aider à développer mon entreprise à \_\_\_\_\_ (*nouvelle ville*). Puis-je compter sur vous?

*Continuer avec le reste du script.*



### Reste du script

---

D'abord, j'aimerais partager avec vous mon application d'immobilier. Vous pourrez voir tout ce qui se passe n'importe où, de votre rue à n'importe quelle adresse en Amérique du Nord! C'est gratuit et vous n'avez rien à payer. Je peux vous envoyer un message texte avec le lien. Qu'en pensez-vous?

Et j'ai envie de vous demander si vous connaissez des gens au travail, dans votre voisinage ou un groupe auquel vous appartenez qui veulent acheter ou vendre une résidence ou investir dans l'immobilier. Avez-vous quelqu'un en tête? Merci d'avoir pris le temps d'y penser.

J'ai une foule de renseignements intéressants et pertinents sur le marché immobilier dans votre secteur, et j'aimerais bien vous les envoyer. Je vais vérifier si j'ai la bonne adresse courriel et la bonne adresse civile.

Et pouvez-vous faire quelque chose pour moi? Si vous entendez parler de quelqu'un qui a besoin d'un conseiller en immobilier, pouvez-vous penser à moi? Excellent. Une fois que vous aurez téléchargé l'application et que vous l'aurez essayée, envoyez-moi un message texte pour me dire si vous l'aimez.

Merci de votre temps et de votre aide, et n'hésitez pas à me le faire savoir si je peux faire quelque chose pour vous.

# À vous la parole : Démarquez-vous avec des notes écrites à la main

10/4 quotidien – Notes écrites à la main

---

1. Écrivez à **2 à 3 personnes** que vous avez appelées pour les remercier pour leur temps.

## PERSONNES RENCONTRÉES

Merci d'avoir pris le temps de me parler aujourd'hui. Je suis très content d'avoir eu de vos nouvelles et de vous parler de mon entreprise à mon tour. Je suis très emballé de travailler avec Keller Williams et je suis disponible pour vous en tout temps pour servir de conseiller et de ressource, ainsi qu'à votre famille et vos amis. N'hésitez pas à m'appeler si vous avez des questions ou si vous avez besoin de me parler. Je vais rester en contact. Je suis content de vous connaître et je vous transmets mes meilleurs vœux.

## RÉFÉRENCES

Merci d'avoir pris le temps de me parler aujourd'hui. Je suis content d'avoir fait votre connaissance et j'ai hâte de pouvoir vous offrir mon aide, peu importe la forme. Sachez que je suis disponible pour vous, votre famille et vos amis en tout temps, en tant que ressource et conseiller précieux. N'hésitez pas à m'appeler si vous avez des questions ou si vous avez besoin de me parler. Je vais rester en contact. Je vous transmets mes meilleurs vœux!

2. Joignez une carte de visite dans chaque note, affranchissez-la et envoyez-la à partir de votre centre d'affaires.

**Durée : 5 minutes**

---



# Commencez du bon pied

À la fin de la première journée d'Ignite, vous vous êtes engagé à ajouter 200 nouveaux contacts dans votre base de données, n'est-ce pas? Examinons les raisons et les méthodes pour développer une base de données en mettant le sujet en perspective.

Si vous utilisez le courriel (qui ne le fait pas), vous êtes sans doute submergé d'avis de sociétés dont vous avez visité le site Web ou d'où vous avez commandé, pas vrai? (Pensez à Amazon, Zappos, Groupon, etc.)

Si vous achetez votre épicerie avec une carte de membre ou magasinez chez Target avec sa carte de crédit de marque, ces sociétés vous donnent-elles des bons ou envoient-elles des messages sur les spéciaux à venir?

Pourquoi ces sociétés font-elles cela, au fait?

---

---

---

---

---

---

Même si vous n'avez pas profité d'une aubaine ou d'un bon envoyé par courriel, en quoi cette « prise de contact » était-elle tout de même efficace?

---

---

---

---

---

---

## Qu'est-ce qu'une campagne de marketing ciblé?

---

---

---

---

Par exemple, la société Glaceau a commencé à annoncer son eau enrichie de vitamines à des hommes et à des femmes âgés de 18 à 49 ans qui ont indiqué être intéressés par la santé et la forme physique. Grâce à ce marketing ciblé, la marque Glaceau Smartwater a connu une expansion d'environ 28 pour cent en moins d'un an.

Pourquoi les sociétés, les gouvernements et d'autres entités conservent-ils des renseignements détaillés sur les gens? La réponse est que ... **les données sont précieuses!**

*« Le savoir, c'est le pouvoir ».*

## Quel est le lien avec votre entreprise?

---

---

---

---

---

# Votre base de données est votre entreprise!

Qu'est-ce qu'une base de données?

---

## **Base de données**

Outil qui centralise les coordonnées sur vos clients et vos clients potentiels régulièrement mis à jour avec de nouveaux détails et événements, pouvant être organisé et trié au besoin, et continuellement rempli de nouveaux éléments pour faire croître l'entreprise.

*Votre base de données gonflée aux stéroïdes : eEdge!*

---

## **eEdge : Système de gestion de bases de données**

Système automatisé conçu pour travailler avec les contacts dans votre base de données et vos sites Web KW pour engendrer des activités, en ligne et hors-ligne, avec des campagnes de marketing prêtes à utiliser et plus encore.

Votre base de données est votre actif le plus précieux.

---

- Votre base de données est beaucoup plus qu'une liste de contacts : C'est un dossier évolutif de toutes vos relations d'affaires, actuelles et potentielles.
- Votre base de données est un outil pour soigner et gérer ces relations, pour programmer et surveiller chaque interaction que vous avez avec chaque personne.
- Votre base de données bien entretenue engendre des pistes. Une puissante base de données gérée par un calendrier puissant produit une entrée prévisible de pistes. Et une entrée prévisible de pistes permet d'anticiper une augmentation prévisible de clients.

*La taille de votre base de données déterminera la taille de votre compte bancaire.*

Selon les statistiques...



**La plupart des clients referaient affaire avec leur représentant des ventes, mais très peu le font.**

Question : Pourquoi?

Les bases de données facilitent la manipulation de l'information sur les clients; elles peuvent améliorer les services et renforcer des liens.

- Les envois postaux, les courriels, le télémarketing et les activités de service à la clientèle sont beaucoup plus simples lorsque vous avez un accès instantané aux coordonnées de tous vos clients et clients potentiels et aux renseignements au sujet de vos transactions avec ces derniers.
- En apprenant à mieux connaître vos clients et en restant en contact régulièrement, vous pouvez améliorer vos ventes.

## L'objectif de la génération quotidienne de pistes avec une base de données.

---

1. D'abord et avant tout, recherchez toujours des clients pour MAINTENANT; des gens qui sont prêts à acheter maintenant ou dans un avenir immédiat. Cela signifie :
  - Rencontrer de nouvelles personnes
  - Demander la clientèle de gens déjà dans votre base de données
  - Demander des références à tous ceux avec qui vous parlez
2. Miser sur vos campagnes de marketing de votre base de données pour rester dans l'esprit de tout le monde dans la base de données.

*Pour que les affaires continuent d'aller bon train, vous devez faire les deux!*

**Question : Comment saurez-vous quand un vendeur ou un acheteur prend la décision d'acheter ou de vendre?**

L'objectif est de maintenir le dialogue avec eux assez régulièrement pour qu'une des choses suivantes ou toutes ces choses se produisent :

1. Vous êtes le premier à communiquer avec eux peu de temps après la décision de vendre ou d'acheter.
2. Vous êtes le premier à qui ils pensent ainsi s'ils décident d'agir avant que vous ayez prévu de prendre contact avec eux, c'est à vous qu'ils pensent et c'est vous qu'ils appellent!

Vous êtes plus efficace si vous avez une base de données bien organisée

---

## Vidéo

Activité : Gérer une entreprise avec une base de données plutôt que sans base de données

---



- Regardez la vidéo intitulée « **Avantages d'une base de données organisée** ».
- Quelles sont vos découvertes?

Durée : 10 minutes

---

# Concrètement : Optimiser votre base de données

Lorsque vous avez des noms dans votre base de données...

vous avez des sources de génération de pistes!

Et comme nous l'avons vu dans la vidéo, si vous avez une base de données bien organisée, votre génération de pistes va bon train et est efficace. C'est pourquoi vous avez accepté d'ajouter au moins 200 nouveaux noms à votre base de données d'ici la fin d'Ignite!

Pour optimiser votre base de données, vous devez suivre **trois étapes** :

1. **Contact**
2. **Classifier**
3. **Campagne**

## 1. Contact

Qui : défini par *The Millionaire Real Estate Agent*

---

1. Commencez par les personnes que vous connaissez et qui vous connaissent : les **personnes rencontrées**, ou sphères d'influence. Elles comprennent la famille, les amis, les voisins, d'anciens collègues, des personnes avec qui vous avez étudié, des coéquipiers, etc. Ce groupe est une source de nouveaux clients, de clients récurrents et de références.
2. Ajoutez les **personnes non rencontrées**, les personnes qui ne vous connaissent pas... encore! Vous entrez en contact avec elles pour leur offrir votre aide avec leurs besoins immobiliers. C'est une source de nouveaux clients. Vous en apprendrez davantage sur des moyens d'en trouver plus tard dans le cours.
3. Ajoutez les **références** : rappelez-vous, vous allez demander à toutes les personnes que vous avez rencontrées un nom ou plusieurs noms de personnes qu'elles connaissent qui pourraient penser à acheter ou à vendre dans un avenir rapproché. Les références pourraient être des pistes chaudes et sont précieuses!

## Sources de personnes non rencontrées

---

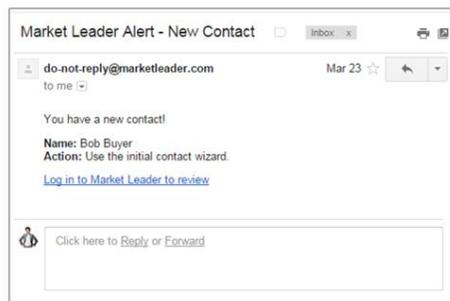
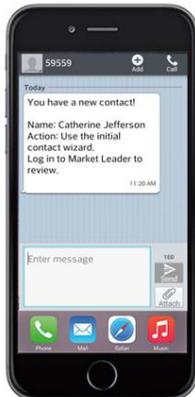
- Votre voisinage ou secteur géographique
- Listes d'envoi d'équipes sportives
- Listes de membres d'un lieu de culte
- Liste de membres d'un club ou d'une organisation
- Contacts de LinkedIn
- Abonnés Facebook/Twitter/d'un blogue
- Secteurs géographiques (quartiers ciblés)
- 
- 

## Une autre source de personnes non rencontrées

---

### Conseil technologique

eEdge et votre application de marque KW vous aviseront immédiatement dans votre format préféré, soit le courriel, le message texte ou les deux, si quelqu'un s'inscrit sur votre site Web ou votre application. Cet avis comprend un lien vers les coordonnées de la personne qui pose la question.



*Recevez des alertes immédiates de votre site Web et application mobile.*

## Objectifs de contact

---

1. **Leur demander leur clientèle.**
2. **Ils demandent des références.**
3. **Obtenir de plus amples renseignements pour bâtir et nourrir la relation.**

Gardez à l'esprit pourquoi vous voulez leur information; pour bâtir la relation. Vous devez recueillir autant de données de chaque personne que possible.

- |                        |  |
|------------------------|--|
| ■ Nom                  | ■ Situation familiale                          |
| ■ Adresse              | ■ Enfants                                      |
| ■ Courriel             | ■ Animaux domestiques                          |
| ■ Numéros de téléphone | ■ Propriétaire/locataire                       |
| ■ Médias sociaux       | ■ Depuis combien de temps à l'adresse actuelle |

En fait, ne pas avoir toute l'information est un excellent prétexte pour rappeler et poser la question.

---

## Base de données sous forme de tableur

Pour le cours d'aujourd'hui, votre formateur Ignite vous a fourni une version papier d'un tableur. (Elle se trouve également dans KWUConnect sous Sessions Ignite.) Vous utiliserez ce tableur pendant vos activités aujourd'hui. Après le cours, vous pouvez téléverser ces renseignements dans toute base de données en ligne que vous choisirez d'utiliser pour vos activités.

# À vous la parole : alimenter votre base de données

## Contacts : remplissez votre base de données

Maintenant que vous connaissez l'importance de remplir votre base de données et le 10/4 quotidien, commençons.

1. Ajoutez au moins 10 contacts avec la base de données sous forme de tableur.
2. Ajoutez autant d'information que possible pour chaque contact. Si vous n'avez pas tous les moyens de contact (par exemple, les dossiers ci-dessous contiennent des « trous »), obtenez-les!
  - a. Rappelez-vous que c'est toujours une excellente occasion de prendre contact et de demander l'information.

	A	B	C	D	E	F	G	H	
1	First Name	Last Name	Email Address	Address	City	State	Zip	Phone	Com
2	Bruce	Wayne	blackcape@gmail.com	1007 Mountain Drive	Gotham	NY	94515	212-228-2283	
3	Clark	Kent	ckent@dailyplanet.com	334 Clinton St	Metropolis	IL	62960	618-359-4444	
4	Jean	Grey	phoenixforce@yahoo.com	1407 Graymalkin Lane	North Salem	NY	10560	914-746-3649	
5									

**Durée : 15 minutes**

## Découvertes de l'activité

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## 2. Classifier

Après avoir parlé avec un contact et lui avoir posé des questions sur ses besoins, la prochaine étape est de les **classifier selon leurs besoins** dans votre base de données. Sont-ils acheteurs, vendeurs ou les deux? Est-il membre d'un groupe particulier que vous ciblez, comme un voisinage, un groupe religieux ou une équipe sportive?

Organiser votre base de données vous permettra de mieux servir vos clients et d'en trouver de nouveaux. Par exemple :

- **Classifiez vos contacts avec les Types.**
  - Au nombre des exemples de types figurent Acheteur, Vendeur, Acheteur/vendeur, Représentant des ventes, Locataire, Investisseur, Fournisseur, etc.
  
- **Classifiez vos contacts avec des Groupes**
  - Créez des groupes selon ce qui vous semble logique. Au nombre des exemples figurent les relations d'affaires, les études, les sports, les contacts pour des visites libres, etc.
  - Les groupes facilitent également le marketing ciblé. Savoir sous quel groupe classer le contact vous aidera à déterminer quelle campagne de marketing est la plus adaptée pour lui.

**eEdge :**  
**Système de**  
**gestion de**  
**bases de**  
**données**

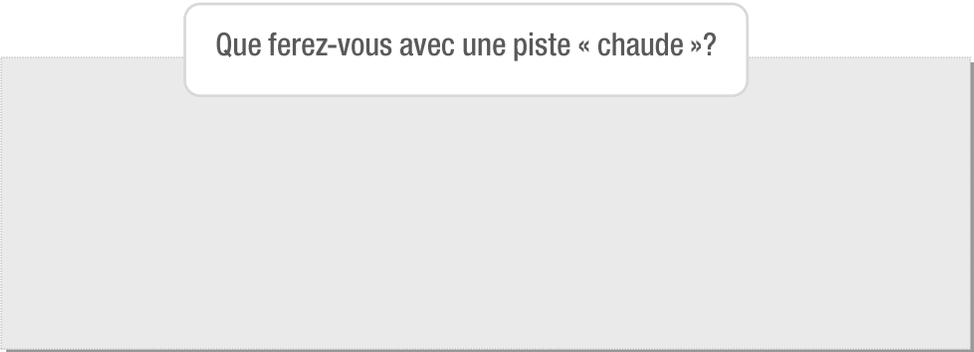
eEdge est en mesure de classifier et de grouper vos contacts pour en tirer le plus possible de votre base de données.

## Qualifier

---

Votre prochaine priorité est d' **évaluer à quel point cette piste est prête et motivée**. Voici des exemples de questions pour déterminer rapidement leur état de préparation et leur motivation à agir maintenant.

- Quand devez-vous emménager dans votre nouvelle résidence?
- Quel est votre délai pour la vente?
- Quel est votre but et de quoi avez-vous besoin pour l'atteindre?



Que ferez-vous avec une piste « chaude »?

### *Utiliser son temps de façon judicieuse*

---

Certaines pistes ont des besoins plus pressants que d'autres. En les qualifiant immédiatement, vous serez en mesure de voir clairement lesquelles exigent votre attention immédiate. Faites une campagne de marketing goutte à goutte pour les contacts qui n'envisagent pas d'acheter ni de vendre dans un avenir immédiat ou proche, afin d'automatiser les prises de contact régulières et y investir uniquement le temps nécessaire.

# À vous la parole : classifier les contacts

## Classifier et qualifier votre base de données

---

Utilisons à présent votre base de données sous forme de tableur pour classifier vos contacts.

### 1. Classifier selon le type

---

- Classifiez chaque contact selon les **types**. Par exemple : Acheteur; vendeur, acheteur/vendeur, représentant des ventes, locataire, investisseur, vendeur ou autre.

### 2. Classifier selon le groupe

---

- Classifiez chaque contact selon les **groupes**. Encore une fois, vous pourrez ainsi automatiquement cibler votre marketing auprès de ces personnes selon leur groupe.

Exemples :

- |                           |                             |
|---------------------------|-----------------------------|
| ○ Famille                 | École                       |
| ○ Amis                    | Équipes sportives           |
| ○ Contacts professionnels | Contacts d'une visite libre |

### 3. Qualifier/état

---

- Qualifiez chaque contact selon les **états**. Voici des exemples : Chaud, froid, actif ou inactif.

**Durée : 15 minutes**

---

## Découvertes de l'activité

---

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## 3. Campagne

Maintenant que vous avez saisi les contacts dans votre tableur, que vous avez classifié et qualifié chacun d'eux, il est facile de les cibler avec une campagne de marketing. Ici, chez Keller Williams Realty, c'est ce que nous appelons une campagne de contact ciblé.

*Campagne de marketing ciblé = Campagne de contact ciblé*

Les campagnes de contact ciblé (marketing ciblé) sont axées sur le principal public pour un produit ou un service précis et font converger ses efforts de publicité vers ceux qui sont les plus susceptibles d'y répondre. Le marketing ciblé est habituellement beaucoup plus efficace que le marketing de masse, qui a tendance à ne pas tenir compte des qualités des contacts qui consultent une publicité.

Évaluez votre base de données classifiée et dégagez un principal public qui serait plus susceptible de répondre à vos efforts de marketing ciblé. Par exemple, cibler les nouveaux mariés ou des familles ayant des enfants qui obtiennent leur diplôme collégial.

**eEdge :  
Système de  
gestion de  
bases de  
données**

Keller Williams Realty a créé les campagnes de contact ciblé et les a intégrées à votre système eEdge. Ces campagnes sont adaptées aux acheteurs comme aux vendeurs et contiennent différents messages qui entrent en contact automatiquement avec votre base de données entière et de façon systématique.

## En quoi consistent les campagnes 8 x 8 et 33 contacts?

	De quoi s'agit-il?	Quand l'utiliser?
<b>8 x 8</b>	<p>Une série de huit contacts en huit semaines.</p> <p>Elle comprend une combinaison de ce qui suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ visites personnelles;</li> <li>■ appels téléphoniques;</li> <li>■ objets de valeur (déposés ou envoyés);</li> <li>■ notes manuscrites.</li> </ul>	<p>Établir le premier contact avec quelqu'un dans votre rôle d'associé de Keller Williams.</p> <p>Le contact avec tout le monde que vous connaissez ou rencontrez aurait dû avoir commencé par une campagne 8 x 8 en premier.</p>
<b>33 contacts</b>	<p>Une série de 33 contacts par année. Elle peut comprendre ce qui suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Une combinaison de 14 envois postaux, lettres, cartes, courriels ou dépôts;</li> <li>■ huit cartes de remerciement ou de cartes de pensée;</li> <li>■ trois appels téléphoniques;</li> <li>■ quatre cartes pour une occasion personnelle (comme un anniversaire de naissance ou autre, la fête des Mères ou des Pères, l'anniversaire de l'achat d'une maison, etc.);</li> <li>■ quatre cartes pour les fêtes.</li> </ul>	<p>Pour entretenir les relations au fil du temps, après la campagne 8 x 8 initiale.</p> <p>Toutes les personnes rencontrées dans votre base de données devraient tôt ou tard se trouver sur une liste de 33 contacts.</p>

## Objets de valeur

---

Ces campagnes servent à ajouter de la valeur pour vos contacts.

- Selon vous, quels objets seraient utiles pour vos contacts?

---

---

---

- Selon vous, en quoi ces objets de valeur ajouteront-ils de la valeur et auront-ils un effet sur vos contacts?

---

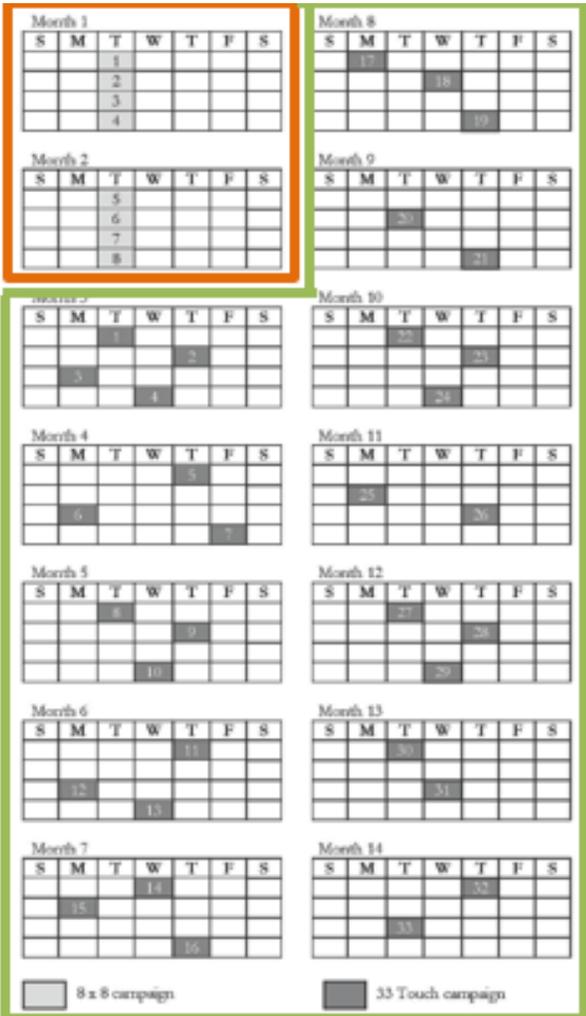
---

---

Campagnes de contact ciblé

Rappelez votre valeur à vos contacts en leur envoyant de l'information pertinente et utile 41 fois en 14 mois.

8 x 8  
8 contacts en  
8 semaines



33 contacts  
33 contacts en  
12 mois



## Faites en sorte qu'on se souvienne de vous avec des campagnes de contact ciblé

---

Les deux campagnes comportent différents moyens de toujours rester en contact avec votre réseau de façon continue au moyen de courriels et de rappels que vous vous fixez pour les appeler, les visiter ou leur écrire.

Le but de ces campagnes de contact ciblé est que tous les contacts qui se trouvent dans votre base de données vous voient comme la personne à consulter pour tout ce qui est lié à l'immobilier.

**eEdge :  
Système de  
gestion de  
bases de  
données**

La technologie « prête à utiliser » avec des messages intégrés pour la campagne vous facilite la tâche et vous aurez l'occasion de lancer des campagnes plus tard lors de cette session de réflexion.

*Voilà comment nous faisons en sorte qu'on se souvienne de nous!*

# À vous la parole : restez dans leurs pensées!

## Activité : Lancer une campagne

---

Maintenant que vous avez ajouté des contacts à votre tableur et les avez classés en groupes, vous devez les intégrer à une campagne.

1. Décidez de la campagne qui conviendrait le mieux à chaque contact que vous avez inscrit dans votre tableur.
  
2. Inscrivez le type de campagne dans le tableur de votre base de données.

**Durée : 15 minutes**

---

### Découvertes de l'activité

---

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## Devenez un maître des bases de données

La clé est d'ajouter des contacts dès que vous les obtenez et de les ajouter à des campagnes immédiatement.

Votre base de données : Génération de pistes	Quand	Action
	Dès que vous rencontrez quelqu'un	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Obtenez ses coordonnées.</li> <li>2. Ajoutez-le à votre base de données.</li> <li>3. Faites le suivi avec une note manuscrite.</li> <li>4. Ajoutez la personne à une campagne de contact ciblé 8 x 8 et faites le suivi.</li> <li>5. Suivez la campagne 8 x 8 d'une campagne 33 contacts.</li> </ol>
Dès que vous avez une référence	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Remerciez la source de la référence et récompensez le geste! Envoyez une note écrite à la main.</li> <li>2. Obtenez les coordonnées de la référence.</li> <li>3. Ajoutez-le à votre base de données.</li> <li>4. Appelez, classifiez-la et qualifiez-la.</li> <li>5. Si elle est « chaude », obtenez un rendez-vous!</li> <li>6. Ajoutez la personne à une campagne de contact ciblé 8 x 8 et faites le suivi.</li> <li>7. Suivez la campagne 8 x 8 d'une campagne 33 contacts.</li> </ol>	

Vos activités quotidiennes de génération de pistes, associées à des systèmes de contact systématique, donneront des résultats lorsque mises en place dans un but précis et de façon continue. Votre but est de faire plus de contacts que tous les autres représentants aux ventes.

*Faites en sorte qu'on se souvienne de vous avec des campagnes de contact ciblé 8 x 8 et 33 contacts.*

# Tout rassembler

1. **Plan d'action**
2. **Préparation pour le prochain cours**
3. **Rappels**

## Plan d'action

Action	Date butoir/échéance
Continuez d'ajouter des contacts à votre base de données.	
Créez des groupes dans votre base de données eEdge pour l'organisation.	
Ajoutez tous vos contacts à vos groupes.	
Mettez tous vos contacts dans une campagne.	
Préparation pour le prochain cours. Téléchargez le travail préalable.	
Trouvez des résidences à examiner.	

*Apportez votre téléphone, votre ordinateur portable/tablette et votre base de données à tous les cours.*

# Préparation pour le prochain cours

Préparez-vous pour votre prochain cours en faisant la mission avant la prochaine session de réflexion Ignite prévue.

Téléchargez votre **Mission** pour le prochain cours d'Ignite dans KWUConnect.

IGNITE	Mission 3
Faites cette <b>mission</b> avant d'assister à la session de réflexion 3 d'Ignite	
TERMINÉ ↓	<b>1. 10/4 quotidien – développez une habitude de production de piste</b>
<input type="checkbox"/>	Faites votre 10/4 quotidien!
<input type="checkbox"/>	Préparez votre <b>compte rendu</b> – soyez prêt à faire part de vos résultats quotidiens de 10/4 en classe
<input type="checkbox"/>	Apportez des cartes de note, des cartes de visite et des étampes pour les notes écrites
TERMINÉ ↓	<b>2. Rattrapez votre retard – si vous n'avez pas fait le travail à la Mission 2</b>
<input type="checkbox"/>	Remplissez votre profil dans les pages blanches de KW
<input type="checkbox"/>	Activez votre compte eEdge
<input type="checkbox"/>	Activez votre application de recherche mobile KW
TERMINÉ ↓	<b>3. Utilisez la technologie à profit</b>
<input type="checkbox"/>	Regardez la vidéo <i>Votre liste de vérification technologique de KW</i> (6 minutes 47 secondes)
<input type="checkbox"/>	Regardez la vidéo <i>Pistes vers des clients avec des campagnes de prise de contact</i> (7 minutes 15 secondes)
<input type="checkbox"/>	Regardez la vidéo <i>Envoyer le bon message au bon moment</i> (5 minutes 20 secondes)
TERMINÉ ↓	<b>4. Trouvez vos clients avec la génération de pistes</b>
<input type="checkbox"/>	Regardez la vidéo <i>Génération de pistes par Internet</i> (2 minutes 19 secondes) 
<input type="checkbox"/>	Regardez la vidéo <i>Situation réelle - Appel non sollicité à une inscription AVPP (à vendre par le propriétaire)</i> (1 minute 15 secondes) 
<input type="checkbox"/>	Regardez la vidéo <i>Situation réelle - Appel non sollicité à l'inscription expirée ou retirée d'un vendeur</i> (2 minutes 47 secondes) 
<input type="checkbox"/>	Inscrivez-vous avec votre courriel KW à des sites de médias sociaux (LinkedIn, Facebook, Twitter, Pinterest, etc.)
<input type="checkbox"/>	Joignez-vous à votre chambre de commerce locale et à d'autres groupes de réseautage (une source de nouveaux contacts!)
<input type="checkbox"/>	Apportez votre liste de contacts et votre ordinateur portable ou votre tablette au prochain cours Ignite
TERMINÉ ↓	<b>5. Suivi – sur la session de réflexion précédente</b>
<input type="checkbox"/>	Effectuer des activités du plan d'action dans la session de réflexion précédente
<small>*Accédez à des vidéos de <a href="http://KWUConnect.com">KWUConnect.com</a>, Ignite. Besoin d'aide? Communiquez avec votre coordonnateur de la technologie ou ambassadeur technique de votre centre d'affaires ou envoyez un courriel à <a href="mailto:support@kw.com">support@kw.com</a>.</small>	
<small>© 2015 Keller Williams Realty, Inc. Ignite v4.1</small>	
	

# Rappels

Quels sont les avantages d'une base de données?

---

---

---

---

---

Pourquoi est-il important que tous ceux qui font partie de votre base de données soient intégrés à une campagne?

---

---

---

Qu'est-ce qu'une campagne de contact ciblé 8 x 8 et comment l'utiliser?

---

---

---

Qu'est-ce qu'une campagne de 33 contacts et comment l'utiliser?

---

---

---

Combien de contacts sont dans votre base de données eEdge de KW à la fin d'Ignite? \_\_\_\_\_

Combien de nouveaux contacts avez-vous aujourd'hui? \_\_\_\_\_

# De la découverte à la réalisation

## DÉCOUVERTES

*Quelles sont vos découvertes?*

## COMPORTEMENTS

*Quels comportements avez-vous l'intention de changer?*

## OUTILS

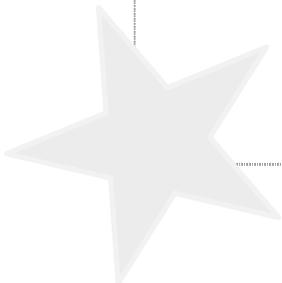
*Quels outils utiliserez-vous?*

## RESPONSABILITÉ

*Quelle forme prend la responsabilité pour ceci?*

## RÉALISATIONS

*Que ferez-vous?*



# Améliorez votre apprentissage

## Regardez sur KW Connect

---

1. Enflammez votre productivité avec les vidéos sur la technologie de KW :
  - Bâissez des relations avec la campagne 8 x 8 4 minutes 54 secondes
  - Cultivez des relations avec une campagne de 33 prises de contact 4 minutes 46 secondes
  - Faites que votre base de données prenne forme 10 minutes 38 secondes
  - Augmentez votre QI en base de données 14 minutes 11 secondes
2. Vidéos myMarketing dans eEdge :
  - Faites en sorte qu'on se souvienne de vous avec des campagnes de contact automatisées 8 minutes 17 secondes
  - Créez des campagnes myMarketing 8 x 8 5 minutes 45 secondes
  - Créez des campagnes myMarketing de 33 contacts 5 minutes 5 secondes
  - Mesurez votre rendement dans la campagne de marketing 3 minutes 13 secondes
3. Autres :
  - Questions de base de données 4 minutes 40 secondes

## Utilisez des outils

---

Calendrier de formation Ignite

Préparez-vous à examiner des résidences

Liste de vérification d'examen de résidences

Base de données sous forme de tableur

## Connexion sur les médias sociaux

---

Page Facebook de Keller Williams - <https://www.facebook.com/KellerWilliamsRealty>

Blogue de KW - <http://blog.kw.com/>

Inman - <http://www.inman.com/>

La page Facebook de votre centre d'affaires

