

Les 12 secrets des propriétaires à succès - superhost (et un bonus)

A force de naviguer sur internet pour trouver les hébergements qui nous inspirent le plus, puis de poser des questions aux propriétaires de ces lieux magiques, nous avons fini par dégager les principales qualités communes à ceux :

- **qui arrivent à louer...**
- **...plus que la moyenne**
- **et qui parviennent le mieux à s'adapter dans un contexte concurrentiel qui évolue sans cesse**

En gros les propriétaires Superhosts de Airbnb...

Lisez bien jusqu'au bout les différentes qualités de ces propriétaires d'exception.

Vous reconnaissez vous dans certaines d'entre elles ?

Quelles qualités aimeriez vous avoir ?

Dites nous dans les commentaires lesquelles de ces qualités vous pensez avoir et sur lesquelles vous devez travailler !

Personnellement, nous ne sommes pas parfaits et nous devons encore nous améliorer notamment sur les points 1 et 6.

Nous savons qu'admettre nos points faibles et essayer de les corriger est bien souvent la clef du succès dans la location saisonnière (et dans tous les domaines d'ailleurs). C'est ce que font les sportifs de haut niveau tous les jours.

C'est donc parti pour la liste des points communs entre tous les meilleurs propriétaires de locations saisonnières :

1. Ils prennent le recul nécessaire pour déceler les évolutions de fond dans le monde de la location saisonnière et cherchent à en tirer parti immédiatement



Prendre de la hauteur pour avoir une vision d'ensemble sur les grandes tendances du marché de la location saisonnière est important pour ne pas être pris au dépourvu et rester à la pointe pour devancer la concurrence toujours plus forte

Là, cela commence très fort.

Mais il est évident que **lever la tête du guidon** de temps en temps est vraiment la caractéristique principale de ceux qui arrivent à **louer plus, toute l'année**.

1.A. Il y a tellement d'évolutions rapides dans notre industrie de la location de vacances, et ce n'est pas fini

Pour ne citer que quelques exemples parmi les plus récents :

- Les grandes manœuvres de rachats au sein des plateformes de réservation qui poussent à l'augmentation des prix
- Les modifications des **algorithmes de classement d'Airbnb** et consorts qui font que votre appartement n'est désormais peut être plus visible pour personne
- L'entrée en lice de **Google** dans le marché qui va rebattre les cartes des rapports de force que vous pensiez établis
- L'**évolution de la réglementation de la location meublée**, rognant sur vos marges (réforme micro BIC, suppression de l'abattement pour les gîtes de France, réduction de la prise en charge des frais comptables, projet de mise en place des charges sociales au delà de 23 000 € de chiffre d'affaire, etc...)
- L'impact négatif du terrorisme sur la fréquentation touristique (-2% pour l'instant, mais la tendance est négative)
- L'exigence toujours plus forte des locataires pour une **convergence entre location saisonnière et prestations hôtelières**
-

1.B. La différence entre les propriétaires qui anticipent et les autres ?

Et bien, c'est **la même différence qu'entre ceux qui se bougent et ceux qui se reposent sur leurs lauriers**.

Les changements arrivent tout le temps.

En se posant et en prenant du recul, il vous est possible de voir venir ces évolutions et de les intégrer avant la plupart de vos concurrents. Et cela fait une grande différence.

En partage, nous avons une formation initiale dans la viticulture et nous avons vu les vigneron du sud de la France se prendre de plein fouet la concurrence du Chili et de l'Afrique du Sud.

Ils n'avaient rien rénové de leurs plantations et installations depuis des années et produisaient du vin de table (traduisons par vin médiocre...). Le retour à la réalité a été rude pour eux...

pourtant il leur suffisait de se tenir informé des actualités de leur secteur depuis quelques années et ils auraient vu venir cette concurrence.

C'est peut être un peu caricatural de dire cela, mais c'est quand même proche de la réalité même si ça fait du mal à entendre !

Voir venir les changements vous permet de prendre une grande inspiration, de ne pas paniquer en étant devant le fait accompli. Et donc d'**agir plus raisonnablement et plus efficacement**.

Posséder un **site internet pour vos gîtes** est la base pour cette stratégie. Vous pourrez ainsi adapter facilement et rapidement votre offre en toutes circonstances.

[Pour créer votre site internet, vous pouvez d'ailleurs cliquer pour avoir la formation de notre ami Cédric, encore en ligne quelques jours seulement](#)

[C'est par ici](#)

2. Les top propriétaires recherchent les critiques de leurs locataires et font tout pour que la même erreur ne se reproduise pas deux fois de suite



Les retours négatifs vous apprendront beaucoup plus que les retours positifs... si vous êtes capable d'accepter la critique et de redresser la barre rapidement !

Cela vous fait mal d'entendre un voyageur :

- critiquer la qualité de votre aspirateur ?
- vous annoncer que le frigo fait du bruit ou que la peinture s'écaille par endroits ?
- dire sèchement que votre literie n'est pas au niveau ?

Vous avez envie de répondre à ce **désagréable locataire**, d'un cinglant "ce n'est pas le matelas qui ne vas pas, mais votre surpoids évident" ?

Abstenez vous ! Et **prenez en compte ces remarques**.

Car si locataire vous critique pour cela, il y a de fortes chances pour que d'autres le fassent aussi... et votre avis personnel n'y changera rien !

Ne minorer pas les retours négatifs de vos locataires, recherchez-les plutôt.

En effet, encore une fois, si un voyageur vous fait un retour négatif, même sur un point qui vous semble relever du détail, dites vous que d'autres voyageurs feront de même.

Les meilleurs propriétaires prennent en note les points à améliorer, et les améliorent rapidement.

C'est une très bonne **stratégie pour avoir énormément de commentaires excellents pour votre location de vacances.**

Nous vous conseillons donc de toujours **demander un feedback à vos locataires.**

Concrètement, vous pouvez leur envoyer un email quelques heures après leur départ en sollicitant leur avis.

Dites vous que s'ils ne sont pas contents ils se défouleront dans leur réponse et vous éviterez peut être la catastrophe d'un commentaire négatif mis en ligne.

Soyez également conscients que **les locataires sont toujours plus exigeants.**

Vous devez vous approcher de plus en plus de l'excellence.

Cela ne veut pas dire que vous ne pouvez pas louer un appartement tout ce qu'il y a de plus classique, mais **vous devez enrichir votre offre régulièrement.**

3. Les propriétaires doués n'oublient pas que leur meublé de tourisme est une source de revenus



Votre location de vacances doit être gérée comme un véritable business pour vous permettre de continuer à vivre de vos rêves et de votre passion

Pour réussir dans la location saisonnière, il faut avoir une certaine passion.

Il faut aimer accueillir des visiteurs de tous horizons et leur faire plaisir.

La fameuse **hospitalité** tant mise en avant par les campagnes de pub d'Airbnb. Nous sommes certains que vous avez ces qualités.

Mais vous devez également garder à l'esprit que votre location doit être bénéficiaire pour que vous puissiez prolonger le plaisir d'accueillir les gens ou que vous soyez en mesure de rénover votre bien immobilier afin qu'il demeure en parfait état.

Vous devez vous comporter comme un chef d'entreprise.

Tenez une comptabilité minutieuse, et notez méthodiquement chacune de vos dépenses et recettes.

Réfléchissez avant d'engager une dépense et mettez vos dépenses actuelles à plat pour les rationaliser au plus juste en éliminant le superflu.

4. La crème de la crème des propriétaires ne prennent pas les critiques comme des attaques personnelles



Prenez l'habitude de ne pas broyer du noir et de transformer en opportunité les critiques qui vous déprimait jusqu'à maintenant

Oui, c'est difficile à faire !

Votre location de vacances est un bien de famille ? un investissement dans lequel vous avez mis beaucoup d'espoirs et d'énergie ?

La moindre critique peut faire très mal à votre amour propre car c'est votre travail et votre attachement à votre location que vous ressentez comme remis en cause.

Mais en fait, ce n'est pas le cas. Le locataire critique le logement dans lequel il a passé quelques jours, et en aucun cas votre travail, encore moins vous à titre personnel, dans ce que vous êtes profondément.

Alors, prenez un peu de recul et de détachement.

Mettez vos émotions de côté et ne gardez que votre professionnalisme.

Réparez immédiatement ce qui doit l'être (une chaise cassée, un balai qui manque, une vitre sale) et prévoyez un échéancier pour ce qui nécessite un investissement (remplacer le matelas, la télé, les plaques de cuisson...)

Considérez la critique comme une opportunité de vous approcher de l'excellence dans le service de vos clients, et vous progresserez beaucoup plus vite.

5. Les propriétaires au dessus du lot ne considèrent pas le marketing comme tabou et dépensent de l'argent pour des prestations qui leur rapportent des réservations



Apprenez à confier à des personnes plus qualifiées que vous certaines tâches de marketing qui vous aideront à booster vos réservations... et acceptez de dépenser un peu d'argent pour cela. Ces partenaires vous aideront à aller droit au but et ainsi à gagner un temps précieux.

5.A. Vous devez assumer que vous vendez quelque chose

Vous vendez l'utilisation de votre appartement pour rendre un service à vos locataires.

Ils vous rémunèrent pour cela.

Et vous savez quoi ?

C'est juste normal

L'étape suivante est de vous faire prendre conscience que **pour vendre il faut faire de la publicité et donc du marketing.**

Les produits vus à la télé ou qui ont bénéficié d'une présentation par flyer posé sur toutes les voitures de votre centre ville se vendent plus que les autres.

C'est un fait statistique.

Les meilleurs propriétaires l'ont compris et ces **propriétaires efficaces utilisent leur site internet pour capter et gérer des listes d'emails de personnes intéressées par leur location.**

Ils utilisent ces email pour envoyer des promotions, relancer les voyageurs qui ne sont pas venus depuis longtemps... comme le ferai votre magasin de vêtements préféré.

Et là cela ne vous choque pas du tout.

Donc faites pareil !

5.B. Les propriétaires qui se bougent n'hésitent pas à recourir à des personnes ou des services payants pour les aider

Lorsque nous avons commencé à louer des appart hôtels, puis pendant longtemps, **nous avons mis un point d'honneur à ne jamais rien dépenser, à tout faire nous même.** D'une part nous nous sommes épuisé à **faire le ménage** et à **créer un site internet à partir de rien**, mais en plus cela n'était pas efficace.

Tout simplement parce que **certaines personnes font ces prestations bien mieux que nous.**

Et ce n'est pas aussi onéreux que ce que vous pensez au premier abord.

Un **bon prestataire pour la création d'un site web pour votre location de vacances** vous demandera rarement plus qu'**un mois ou deux de réservations pour vous livrer un produit professionnel.**

Le résultat vous assurera une **crédibilité** énorme et **boostera vos réservations** comme vous ne l'auriez jamais imaginé même en rêve.

Essayez de ne pas faire cette erreur de débutant, et **desserrez un peu les cordons de la bourse** pour gagner en efficacité. Dépensez un peu pour gagner ensuite beaucoup plus.

C'est un investissement, vous devez le considérer comme tel.

6. Ils suivent leurs statistiques au fil des ans et s'adaptent à leur clientèle



Connaître le profil de vos clients principaux permet de cibler vos équipements et votre communication et d'être beaucoup plus efficaces

Les propriétaires aguerris savent si leur nombre de nuitées augmente ou diminue par rapport à l'année précédent.

Ils connaissent la variation de leur **taux de remplissage d'une année sur l'autre**, d'un mois sur l'autre.

Ils ont une idée précise du **type principal de locataires qu'ils accueillent** dans leurs gîtes et sont en mesure de dire si ce profil évolue avec le temps, et dans quel sens.

Si vous avez un appartement entre particuliers à louer à Saint Nazaire par exemple, vous devez savoir qu'une clientèle importante sera des ouvriers qui viennent en mission ponctuelle travailler sur le chantier naval.

Vous devez savoir ce qu'il leur faut pour travailler et se reposer au mieux.

Inutile de leur fournir un guide touristique de la région. Par contre, un topo sur les supérettes ouvertes tard le soir, les restaurants pas chers peut leur être très profitable.

De même la décoration sera moins primordiale que le confort du matelas pour un repos efficace.

Si vous savez quel type de locataires vous allez héberger vous pourrez les servir au mieux et ils vous remercieront en revenant et en recommandant votre bonne adresse, et vous louerez plus.

Ne vous arrêtez surtout pas aux clichés que vous trouverez sur tous les sites de conseils qui s'autoproclament experts.

Le guide touristique à l'arrivée c'est bien mais lorsque vous hébergez des ouvriers, ils s'en fichent et veulent autre chose... alors apprenez à connaître vos clients et apportez leur la chose précise dont ils rêvent, et pas le truc soi-disant magique que tout le monde offre mais qui ne sert finalement à rien.

7. Les propriétaires efficaces automatisent et délèguent pour se rendre la vie plus facile et se concentrer sur leur stratégie



Toucher au relationnel avec les voyageurs est un tabou qui rebute. Mais réfléchissez : si vous utilisez les nouvelles technologies, vous pouvez les rendre encore plus heureux de leur séjour dans votre hébergement et en plus vous gagnez du temps... essayez !

Avec les **technologies** dont nous disposons, vous pouvez vraiment **automatiser beaucoup de tâches répétitives** que vous faites sans cesse et sans cesse.

Le meilleur exemple est peut être vos emails.

Avec des outils comme **MailChimp**, vous pouvez préparer une série d'emails à envoyer automatiquement aux personnes intéressées par votre location, puis à ceux qui ont réservé.

De notre côté, nous utilisons **MailPoet**, qui a une interface en français... mais nous ne conseillons pas forcément car il est moins reconnu dans le monde des startups et du coup nous ne pouvons pas lier cette messagerie avec certains services comme la "**Hello Bar**", la petite réglète que vous voyez s'afficher en haut de votre page.

Par exemple, vous pouvez envoyer une **série d'e-mails** de ce type :

- un e-mail envoyé immédiatement après avoir reçu une demande de réservation. Le texte remercie la personne pour sa réservation
- quelques jours plus tard, un second mail avec les meilleurs restaurants, magasins et musées de la région
- puis un mail avec le plan d'accès que les voyageurs recevront deux jours avant leur arrivée
- un autre mail le jour de leur arrivée avec la météo et un rappel de l'adresse ainsi que de votre numéro de téléphone
- un dernier mail après leur départ pour leur demander leur avis sur la location

Pourquoi vous priver d'automatiser ce processus afin de vous consacrer à apporter une plus value sur autre chose d'important pour vos locataires ?

Par exemple vous pouvez envisager :

- un nouveau gîte
- une rénovation lourde d'un appartement ancien
- **la refonte de votre site internet**
- la rédaction d'un livret d'accueil...

Pareil pour vos **calendriers**.

Sur les différents sites où vous avez posté vos annonces, vous pouvez **synchroniser** les calendriers entre eux, soit manuellement soit via un channel manager qui le fera pour vous.

Finies les sueurs froides en cas de double réservation, fini le temps perdu à actualiser frénétiquement les différents calendriers de vos annonces après chaque réservation instantanée !

8. Ils mettent leurs locataires au centre de leurs préoccupations

Pas de mains, pas de chocolat...

... pas de locataire, pas de revenus

C'est aussi simple que cela !



L'hospitalité n'est pas un vain mot. Vous devez le placer au centre de votre stratégie marketing pour louer plus, plus longtemps et mieux. Ce n'est pas pour rien que Airbnb

avait monté une campagne de communication mondiale sur le thème de l'hospitalité. C'est tout simplement ce que recherchent les voyageurs qui réservent dans une location de particulier à particulier.

Il ne vous faut jamais l'oublier, même lorsque le succès frappe à la porte.

Sans nos voyageurs nous ne sommes rien. Un hôte n'est rien. Les locataires doivent toujours passer avant tout le reste.

Si vous avez le choix entre manger au restaurant ou acheter une couverture supplémentaire à votre locataire frileux qui se plaint du froid, **faites-le**.

Si vous devez faire un détour de 20 minutes pour montrer à votre voyageur du moment comment régler le chauffage, **faites-le également**.

N'hésitez pas une seconde.

Mettez vous à la place de vos locataires, ayez de l'empathie.

Vous devez aider vos locataires à se sentir bien dans votre logement et dans votre ville, l'argent viendra ensuite sans que vous ayez vraiment besoin de vous en préoccuper.

9. Les hôtes exceptionnels recherchent l'excellence



Le mieux est l'ennemi du bien. C'est une certitude. Mais une fois que vous aurez atteint le bien, passez au niveau supérieur et offrez un séjour inoubliable à vos voyageurs. C'est une des clefs d'un succès durable pour votre activité de loueur meublé de courte durée

L'excellence est ce qui vous permettra de traverser sans trop d'encombres les périodes creuses et troubles.

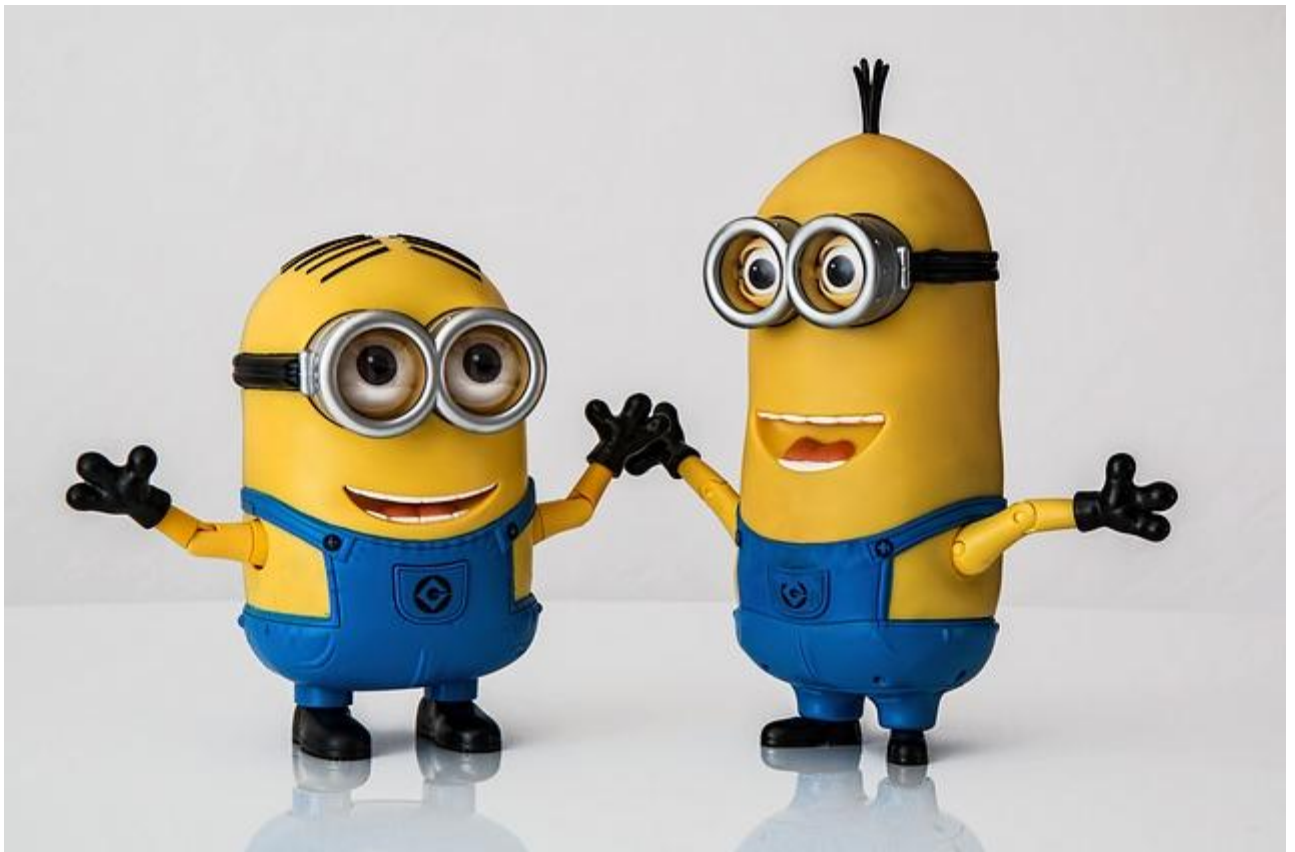
Vous ferez facilement la différence avec les loueurs occasionnels ou d'opportunité.

Vous dépasserez toujours ceux qui ne sont pas faits pour être bons dans le domaine de la location saisonnière.

Et vous parviendrez à l'excellence car au fond de vous, vous savez que vous êtes passionné par la location de courte durée, par le contact humain avec d'autres cultures que cette activité procure.

Vous êtes un propriétaire qui se bouge et cela fera toujours une différence en votre faveur.

10. Les super hôtes sont heureux de rendre heureux leurs locataires



Nous connaissons peu de propriétaires d'appart hôtels ou de gîte qui font cela uniquement pour la rentabilité. Le plaisir de rendre service aux autres est également un moteur fort de notre implication à tous

Les propriétaires qui réussissent prennent plaisir à **voir la petite lueur de joie et de reconnaissance dans le regard des voyageurs** qui apprécient vraiment leur location de vacances.

Vous avez un pouvoir énorme sur les gens qui viennent dans votre hébergement :

C'est à dire que vous disposez des clefs pour leur faire passer des **vacances inoubliables**, des vacances qu'ils ont attendues toute l'année.

Si vous ne décevez pas, vous récolterez en retour la reconnaissance qui vous donnera des ailes pour déplacer des montagnes et surmonter les difficultés et les périodes de doute.

Les locataires qui gardent un souvenir inoubliable de votre location deviendront probablement des **amis**, et cela a encore plus de valeur que tout le reste.

11. Les propriétaires heureux sont de vrais managers



Le management est devenu une de nos qualités principales étant donné que nous avons géré des équipes de plus de 100 personnes. Notre conseil ? Prenez conscience que si l'équipe est mauvaise, c'est probablement que le manager ne donne pas de consignes assez précises et claires, ou qu'il ne fait pas confiance. Finalement les clubs sportifs ont peut être raison de virer l'entraîneur dès que quelque chose ne va pas ;)

Gérer une location saisonnière est la plupart du temps un **travail d'équipe** :

- ménage,
- menues réparations,
- partenaires commerçants si vous offrez des packs,
- liens avec [Abritel](#), [Airbnb](#), [Booking](#), [9flats](#), [Wimdu](#),...

Les propriétaires heureux savent gérer leurs collaborateurs salariés ou indépendants en combinant respect, bonne humeur et efficacité.

Ils savent déléguer, être précis dans les tâches qu'ils délèguent, et ils savent faire confiance.

C'est très difficile de déléguer mais vous devez le faire pour vous concentrer sur le développement de votre activité.

Le plus efficace est de soit déléguer ce que vous savez le moins bien faire, soit ce que vous savez le mieux faire.

Dans les deux cas vous trouverez de la satisfaction à déléguer car vous pourrez développer vos compétences dans d'autres domaines qui vous tiennent à cœur.

Vous y trouverez également une **liberté** dont vous ne pourrez ensuite plus vous passer.

Si vous avez des difficultés à déléguer, vous pouvez commencer par le **ménage**.

C'est un point clef de la qualité de votre offre de location, mais vous pouvez faire une liste de tâches à faire après chaque check out.

La personne qui vous aidera pourra simplement cocher chacune des tâches dans la liste et vous saurez que rien n'a été oublié.

12. Les hôtes exemplaires se sentent responsables et solidaires vis-à-vis des autres propriétaires de gîtes



Ne vous isolez pas... lisez le blog, inscrivez vous à la newsletter et rejoignez la communauté des propriétaires de meublés qui se bougent ;)

Si vous laissez un de vos locataires repartir mécontent de votre location, il ne reviendra probablement pas chez vous une seconde fois.

Dont acte.

Mais plus grave, il ne reviendra sûrement pas dans une autre location saisonnière.

Les propriétaires qui pensent à l'impact de leurs erreurs sur le reste du secteur de la location de vacances entre particuliers se sentent investis d'une mission qui les pousse à donner le meilleur d'eux même...

...avec des résultats souvent exceptionnels

La valeur de solidarité a encore de l'avenir !

13. Bonus : Les super proprios n'ont pas la science infuse, ils construisent un réseau et savent qu'ils ne sont pas seuls

Lorsqu'ils sont confrontés à une difficulté, les propriétaires les plus efficaces pensent tout simplement à **poser la question à d'autres propriétaires !**

Ils bénéficient ainsi de leur **expérience**, gagnent du temps et surtout parviennent à surmonter leurs problèmes pour être toujours plus performants et offrir un service exceptionnel aux personnes qui louent leur **location de courte durée**.

Quand nous réfléchissons au moment où nous avons commencé à publier nos **conseils de location saisonnière**, nous étions absolument seuls.

Mais le fait de rechercher des solutions à nos problèmes du quotidien, à creuser la question au maximum pour donner des informations intéressantes à nos lecteurs, nous avons contacté beaucoup d'autres propriétaires ou experts reconnus, et cela nous a vraiment aidé.

C'est ce que nous essayons de partager avec vous en retour !

En conclusion

12 ou 13 qualités c'est à la fois énorme et rassurant.

Énorme car personne n'est parfait et nous ne pouvons pas être performants sur chacun de ces critères d'un coup d'un seul.

Mais aussi rassurant car vous avez désormais une liste d'objectifs à atteindre pour maximiser vos chances de toujours louer plus malgré une concurrence acharnée.

En guise de synthèse , les 13 conseils que nous pouvons en tirer sont donc :

- **prenez du recul pour anticiper**
- **recherchez les critiques et remédiez y**
- **acceptez les critiques et ne les prenez pas à titre personnel**
- **n'oubliez pas la rentabilité**
- **utilisez du marketing, si nécessaire payant**
- **suivez vos statistiques**
- **automatisez tout ce que vous pouvez**
- **bichonnez vos locataires**
- **recherchez l'excellence**
- **soyez heureux de rendre vos locataires heureux**
- **managez, déléguiez**

- sentez vous solidaires de la communauté des hôtes
- ne pas vous isoler et construire un réseau

Dites nous MAINTENANT sur quelle qualité vous allez essayer de progresser IMMÉDIATEMENT pour améliorer vos performances et affirmer que vous êtes un propriétaire qui se bouge ?

Donnez nous votre engagement et votre opinion dans les commentaires ci-dessous

[wysija_form id="8"]