

AIRBNB MASTER



Les **200** secrets
des nouveaux millionnaires
de la location courte durée

Pierre Tellep

Pierre Tellep

AIRBNB MASTER

Les 200 secrets des nouveaux
millionnaires de la location courte durée

© Eldorado Immobilier, septembre 2018

ISBN : 978-3-907156-08-7

Sommaire

Introduction générale.....	11
1. Comprendre puis maîtriser la philosophie de Airbnb.....	19
2. Deux astuces qui valent le livre à elles seules	27
3. Une annonce efficace pour plaire immédiatement à vos clients potentiels	31
4. Des photos pour faire rêver et inciter à réserver votre bien sur Airbnb.....	39
5. Un titre d’annonce accrocheur et efficace	53
6. Comment avoir un descriptif d’annonce bon et pertinent	67
7. Ajustez vos tarifs au plus rentable	71
8. Comment optimiser les commentaires de votre annonce	75
9. Les trucs et astuces pour plaire à l’algorithme de Airbnb.....	89
Check-list des critères à remplir pour que votre annonce plaise à l’algorithme de Airbnb.....	117
10. La décoration est-elle importante pour votre annonce Airbnb ?.....	119
11. Assurer une propreté irréprochable.....	123
12. Les conditions d’annulation d’une réservation	129

13. Comment automatiser vos messages pour être beaucoup plus efficace ?.....	133
14. Comment doper la qualité de votre profil sur Airbnb ?.....	141
15. La meilleure stratégie pour lancer votre nouvelle annonce ...	145
16. Comment atteindre facilement le statut de <i>Superhost</i>	153
17. Quelles actions mener en cas de mauvais résultats de votre annonce sur Airbnb ?.....	157
18. Comment gérer les mauvais locataires ?.....	163
19. Contacter Airbnb France.....	169
20. Et les autres plateformes ?.....	177
21. Votre arme fatale pour cartonner sur le long terme avec votre location courte durée : l'expérience voyageurs.....	183
Check-list des astuces pour louer plus avec Airbnb.....	193
Chapitre bonus: Les 38 conseils pour prendre de meilleures photos pour votre Airbnb.....	207
Conclusion et BONUS GRATUITS juste pour vous.....	235
Table des matières.....	239



Introduction générale

Qui suis-je ?

Bonjour cher(e) ami(e), bienvenue pour la lecture de ce livre inspirant et destiné à vous aider du mieux possible à louer plus sur Airbnb.

Commençons par les présentations : je suis Pierre Tellep, et je gère des locations en courte durée, tout comme vous.

Je suis aussi :

- investisseur immobilier ;
- cadre supérieur ;
- animateur de la communauté des « propriétaires qui se bougent » ;
- à ce jour plus de 10 000 propriétaires, sur le site eldorado-immobilier.com.

L'histoire qui me lie avec la location saisonnière a débuté il y a quelques années maintenant, alors qu'avec mon épouse Gwen nous souhaitions combiner notre passion des voyages avec notre volonté d'investir dans l'immobilier, pour gagner notre indépendance financière.

Fans de tests en tous genres, de marketing, et heureux d'apprendre sans cesse, nous sommes petit à petit devenus les experts incontournables de la location en courte durée.

Toujours dans une logique d'hospitalité, nous partageons nos expériences et nos conseils au quotidien sur **Eldorado Immobilier**, en partant du principe de toujours donner beaucoup plus que ce que l'on reçoit en retour, comme pour nos gîtes. D'ailleurs, nous commençons toujours par offrir gratuitement deux guides qui vous aideront beaucoup :

- *Les 12 qualités des propriétaires qui louent à plus de 100% toute l'année ;*
- *Le guide complet pour investir dans la location saisonnière.*

Pour les recevoir à votre tour, il vous suffit simplement de vous rendre sur notre blog et de rentrer votre adresse e-mail.

Vous êtes libre de nous contacter en laissant un commentaire sur le site ou via eldorado_immobilier@yahoo.fr. Nous nous ferons une joie de vous répondre rapidement et du mieux possible pour vous aider.

Pourquoi un livre sur Airbnb ?

Encore bienvenue dans ce livre consacré à la location saisonnière, et plus spécifiquement à la location saisonnière en passant par la plateforme de réservation en ligne bien connue : **Airbnb**.



Airbnb est la plateforme phare dédiée à la location saisonnière entre particuliers. Maîtriser les arcanes de Airbnb, c'est faire un pas de géant pour rentabiliser votre location et mettre un pied à l'étrier pour ensuite diversifier vos sources de réservations.

Pourquoi pas un livre général sur la location courte durée ?

La location courte durée est ma passion et, comme pour toutes les passions, je pourrais en parler pendant des jours et des jours... et c'est ce que je fais sur ***Eldorado Immobilier*** !

Vous pourriez avoir sous les yeux un livre de 2000 pages, qui fourmille d'astuces en tous genres, applicables à des contextes plus ou moins particuliers.

Mais ce qui est vraiment difficile lorsque l'on connaît un sujet parfaitement, et que l'on veut transmettre ses connaissances pour que les autres propriétaires puissent se les approprier, et les mettre en œuvre, c'est :

- d'être synthétique ;
- de donner le meilleur ;
- de leur faire pointer du doigt l'essentiel, pour leur permettre de réussir à louer plus.

Il est donc impératif de restreindre la discussion à un thème particulier, pour pouvoir le traiter de manière :

- approfondie ;
- simple ;
- efficace ;
- pragmatique ;
- et complète.

C'est pour cela que, dans ce livre, nous avons fait le choix de ne parler que de la plateforme Airbnb, qui est la plus populaire, et peut-être la plus énigmatique, à même de déclencher les passions, dans un sens ou dans un autre.

Bien entendu, la plupart des conseils que vous trouverez dans ce livre sur Airbnb s'appliquent sur d'autres plateformes, comme :

- Booking.com ;
- TripAdvisor ;
- Wimdu ;
- Abritel ;
- et bien d'autres...

Mais chaque plateforme a ses spécificités, que vous devez parfaitement maîtriser pour réussir. Ce livre complet et indépendant se concentre donc sur Airbnb, et vous donne toutes les astuces pour louer toujours plus.

Pour vous permettre d'aller plus loin sur certains sujets, vous trouverez également quelques références à des articles disponibles sur le blog Eldorado Immobilier, en consultation 100% libre. Je

vous invite à aller sur le blog pour consulter ou télécharger des ressources gratuites comme : un exemple de livret d'accueil, un article sur les meilleures techniques pour la propreté de votre gîte ou un autre pour vous aider dans le choix d'un modèle de serrure connectée, etc.

Loin de nous l'idée de vous inciter à ne mettre votre annonce que sur Airbnb, et à ne pas obtenir de réservations en direct, notamment.

Obtenir des réservations en direct devrait être le but ultime de chaque propriétaire, par souci :

- de liberté ;
- de flexibilité ;
- d'économie ;
- et d'indépendance.

Nous en parlerons également à la fin de cet ouvrage.

Mais il faut bien commencer, et **le meilleur endroit pour commencer à louer : c'est sur Airbnb.**

Comment est organisé ce livre pour vous permettre de louer plus sur Airbnb?

Notre philosophie générale est d'aller à l'essentiel, de vous livrer immédiatement ce qui fonctionne, d'aller droit au but. C'est pour cela que nous débiterons ce livre directement par les différents conseils que vous pouvez appliquer à votre annonce Airbnb.

Nous avons fait le choix de faire l'impasse sur les longs monologues classiques pour ce type d'ouvrage, du type :

- « l'histoire de Airbnb » ;
- « la location saisonnière à travers les âges » ;

- « les polémiques autour de Airbnb » ...

À notre sens, ces informations n'apportent rien au propriétaire efficace, et de toute façon les débats et articles à ce sujet fourmillent sur Internet.

L'objet du présent livre est de vous livrer nos secrets acquis au bout d'années d'expérience pour :

- vous permettre de louer plus sur Airbnb ;
- ... et surtout de louer mieux que les autres propriétaires !

Les différentes parties du livre s'organiseront donc ainsi :

- Tout d'abord, nous entrerons immédiatement dans le vif du sujet, avec l'exposé de plusieurs techniques et astuces qui « remboursent le livre à elles seules » (les check-lists sont également un must) ;
- Puis nous vous livrerons, au fil des chapitres, nos 200 techniques pour positionner votre annonce en numéro 1 sur Airbnb ;
- La fin du livre et donc les chapitres suivants aborderont dans le détail certains points spécifiques pour vous aider encore plus, comme :
 - les photos ;
 - la notion d'expérience voyageurs ;
 - la réaction à avoir face aux mauvais commentaires ;
 - comment contacter Airbnb en cas de crise...

Je vous incite donc à commencer par mettre en pratique les 200 techniques qui vous permettront d'avoir une annonce efficace, puis de piocher ensuite les chapitres qui vous intéressent, pour approfondir vos connaissances.

Pour vous aider, deux check-lists sont à votre disposition dans ce livre.

Elles vous permettront :

- de ne rien oublier dans votre stratégie ;
- de prioriser vos actions pour toujours rester le plus efficace possible.

Les check-lists sont à mon sens les outils les plus indispensables du livre, que vous devriez toujours garder à proximité de vous.



Chapitre 1

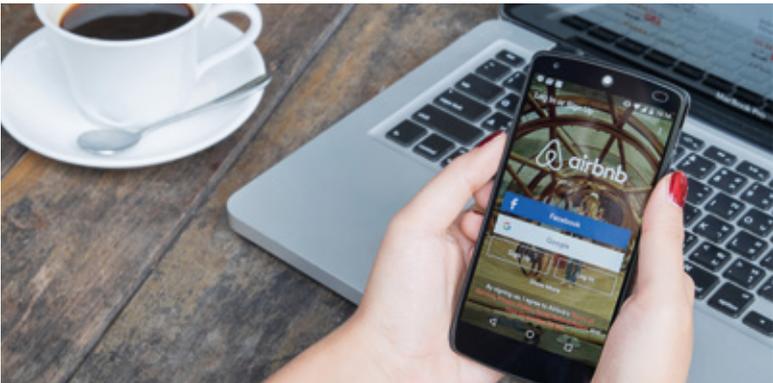
Comprendre puis maîtriser la philosophie de Airbnb

Airbnb est une plateforme de réservation en ligne très captive. **Elle regroupe toute une communauté de propriétaires et de locataires, qui ne se posent même plus la question de louer ou de réserver par un autre biais que via Airbnb.**

Pour Airbnb c'est absolument formidable, car la plateforme n'a plus qu'à se concentrer sur de nouveaux clients, pour les séduire. Et si elle fait bien son travail, ces nouveaux clients resteront captifs.

L'existence d'une vraie communauté Airbnb est réelle. En témoignent :

- les débats passionnés sur Internet ;
- et le forum de Airbnb qui est très actif.





Airbnb fait tout pour que vous soyez à 100 % impliqué dans son système, sans chercher à louer sur d'autres plateformes ou en direct. Cela présente pour vous les avantages d'un système clef en main, et l'inconvénient de mettre tous vos œufs dans le même panier.

Le principe sous-jacent à cette philosophie de Airbnb est un monde bien particulier, que vous devez connaître et maîtriser pour être efficace avec votre annonce. Si vous ne comprenez pas quelles sont les motivations profondes d'Airbnb pour promouvoir votre annonce, vous n'arriverez jamais à obtenir des résultats excellents.

Quand je parle de philosophie, ce n'est pas pour rien. Vous devez faire la différence entre la communication et l'image véhiculée par Airbnb, et sa volonté profonde.

L'hospitalité n'est pas fondamentalement le cœur du commerce de Airbnb

Ce qui fait la force de Airbnb et sa réputation, ce sont :

- les connexions entre les locataires et les propriétaires ;
- et la confiance qui se crée.

Réfléchissez un moment : pourquoi moi, en tant qu'expert de la location saisonnière, lorsque je me transforme en voyageur, je loue uniquement sur Airbnb ou d'autres plateformes de réservation comme Booking.com ?

Tout est une question de confiance.

En louant sur Airbnb, je suis certain :

- qu'il ne s'agit pas d'une arnaque ;
- de pouvoir dialoguer avec le propriétaire qui est plus ou moins obligé de me répondre ;
- de savoir que si quelque chose se passe mal, Airbnb résoudra mon problème, éventuellement en me trouvant un logement alternatif.

C'est extrêmement important, et encore plus :

- lorsque l'on voyage avec des enfants ;
- ou dans des créneaux horaires très serrés.

Airbnb met en avant ses Expériences et cherche à faire de l'up-selling

L'up-selling est le fait de vendre un produit supplémentaire à un client qui a déjà commandé un premier produit chez vous.

C'est ce que vous voyez par exemple sur Amazon, lorsque vous achetez un appareil photo. En dessous de votre commande apparaît une (ou plusieurs...) suggestion automatique pour vous faire acheter une carte mémoire, une batterie supplémentaire, etc.

Airbnb a repris le même principe, en s'appuyant sur la confiance, le lien tissé entre le propriétaire et le locataire, pour chercher également à vendre des « Expériences ». Ainsi, lorsque vous réservez un logement sur Airbnb, des expériences vous sont également proposées.

D'ailleurs, au moment où j'écris ces lignes, la vente des expériences rapporte 50% du revenu Airbnb, le logement pourrait devenir à terme accessoire !

Vous devez donc être persuadé que Airbnb accorde une importance extrême à la confiance que vous allez créer avec votre locataire :

- à la fois pour lui permettre de gagner de nouveaux clients ;
- mais également pour vendre des produits supplémentaires à ses clients actuels.

Airbnb recherche des propriétaires professionnels

C'est pour cela que Airbnb commence à privilégier de plus en plus les professionnels par rapport aux simples particuliers. On pourrait penser que l'intérêt principal d'Airbnb, c'est d'avoir un maximum d'annonces sur son site.

Ce n'est plus vraiment le cas, Airbnb recherchant surtout à obtenir des prix intéressants, avec des prestations de très grande qualité. En clair, un résultat professionnel. C'est pour cela que les profils de **méga hôtes** (qui gèrent plusieurs dizaines ou centaines d'annonces) se développent de plus en plus sur Airbnb, et sont même encouragés par la plateforme.



Les appels du pied pour les professionnels de la location saisonnière sont de plus en plus insistants de la part de Airbnb. Comportez-vous comme tel pour vous adapter.

Vous devez donc absolument vous comporter comme un professionnel lorsque vous louez un hébergement sur Airbnb :

- vous ne devez pas hésiter à déléguer le travail à un prestataire extérieur ;
- à manager votre prix au plus juste ;
- à être assuré dans toutes vos actions ;
- et à ne surtout jamais faire de promesses en l'air.

Airbnb veut donc absolument que vous soyez parfait avec vos locataires, pour mettre en place cette fameuse confiance.

Pour tout faire comme un professionnel, remplissez votre profil de A à Z, et faites vérifier votre identité par tous les moyens possibles. Plus vous aurez de vérifications différentes, plus votre classement dans Airbnb sera privilégié. Il est aussi absolument fondamental de ne jamais faire de promesses en l'air avec votre annonce.

Pour la location saisonnière, le marketing fonctionne de manière différente du reste de la société.

Pensez aux destinations de vacances, qui vous vendent de magnifiques plages, avec un soleil superbe, et des personnages présentés avec une plastique parfaite. C'est une technique très répandue dans le marketing : l'amélioration des images, une présentation de la réalité sous son meilleur jour, voire carrément la transformation de la réalité à des fins commerciales.

Dans le cadre de la location saisonnière, la situation est différente, car lorsque le locataire arrive, il s'attend à voir exactement ce qu'il a en tête à travers le descriptif de votre annonce, et vos photos.

Vous devez donc coller au plus près de la réalité, pour éviter que le locataire ne soit déçu, tout en mettant en valeur magnifiquement les atouts de votre annonce.

Par exemple, ne promettez pas du Wi-Fi à très haut débit, si vous savez que votre connexion Internet est lente, sinon vous allez au-devant de grosses déconvenues. À court terme, cela vous permettra d'avoir quelques réservations, mais ces réservations se transformeront en commentaires négatifs qui feront vite s'assombrir votre perspective à long terme.

Faire des promesses en l'air est toujours un mauvais calcul sur le long terme.

Maintenant que j'ai essayé de faire passer un message sur la manière d'appréhender votre location de vacances via Airbnb, passons à la mise en œuvre concrète dans les différentes rubriques de votre annonce.

Chapitre 2

Deux astuces qui valent le livre à elles seules

Dans le monde de l'édition et de la formation, il est coutume de dire qu'un livre doit pouvoir être remboursé par la présence d'un élément exceptionnel en son sein.

Dit autrement, un livre qui vaut le coup d'œil est un livre qui possède une astuce, qui ne soit pas vue ailleurs, et qui vaille largement la valeur du livre, **de manière à le rembourser** (en fait, à vous rapporter au final infiniment plus que ce qu'il vous a coûté).



Quand j'étais ado, j'étais passionné de prestidigitation. Chaque livre de magie fonctionnait ainsi : il était rempli à 95 % de tours que tout le monde connaissait, et il y avait une pépite, un tour qui valait l'achat du livre à lui tout seul, car il permettait d'éblouir les spectateurs.

J'ai voulu rendre hommage à ce principe dans ce livre, sauf qu'il est fait pour vous apporter énormément tout au long des différents chapitres, en plus des astuces qui valent le livre .

Cela correspond complètement à la philosophie que je déploie en tant qu'hôte et conseil sur le blog Eldorado Immobilier :

Toujours donner plus que ce que l'on reçoit, car la satisfaction des clients n'a pas de prix sur le long terme.

Alors, pourquoi pas ne pas bousculer les règles habituelles qui voudraient que je vous assomme avec 10 chapitres introductifs, pour ensuite vous donner des informations capitales, noyées au milieu du livre ?

Pourquoi ne pas vous donner directement des astuces qui valent le prix du livre ?

C'est parti ! Commençons par votre annonce.

Astuce géniale N°1 : Ajoutez un emoji dans le titre de votre annonce

Voici une technique marketing qui vous permettra d'avoir 25 % de vues en plus, et probablement de clics en plus, pour votre annonce sur Airbnb ! Par quel miracle ?

Les études marketing sont légion sur Internet, et s'appuient sur des masses de données conséquentes, ce qui les rend fiables. Nous sommes tombés sur plusieurs études dont les résultats sont très intéressants, et applicables à la location saisonnière. Il s'agit du titre de votre annonce.

Si vous ajoutez une émoticône dans le titre de votre annonce, cela va :

- attirer le regard ;

- susciter de l'empathie ;
- et inciter les locataires potentiels à cliquer sur votre annonce.

Pour vous en convaincre, pensez aux messages Facebook, que vous voyez à longueur de journée. N'avez-vous pas plus envie de regarder, cliquer, et partager les messages qui présentent des petits bonhommes qui rigolent, des cœurs, des étoiles ?

Pour votre annonce Airbnb, vous pouvez mettre en place la même chose. Généralement, les émoticônes « étoile » et « cœur » sont ceux qui parlent le plus aux gens, et sont relativement neutres, vous pouvez commencer par tester ceux-ci :



De simples petits symboles peuvent faire une énorme différence dans vos demandes de réservations.

Astuce géniale N°2 : Ajoutez un appel à l'action dans le texte de votre annonce

L'immense majorité des annonces présentes sur Airbnb sont plus ou moins bien rédigées, et attirent plus ou moins le regard du lecteur. Mais ce qui est absent dans la quasi-totalité des descriptifs d'annonces sur Airbnb, c'est un **appel à l'action**.

Qu'est-ce que cela signifie ? Un appel à l'action, ou « call to action », est un outil marketing qui incite l'internaute à effectuer une action. **C'est le fait de demander tout simplement, à**

votre locataire potentiel, de réserver votre logement. Simple, efficace, boum...

En effet, pour prendre un exemple qui n'est pas du domaine de la location saisonnière, savez-vous que 99 % des clients n'achètent jamais 2 fois un produit dans une société, alors qu'ils sont pourtant déjà clients dans cette société, et qu'ils en sont satisfaits ? Pourquoi ?

Tout simplement parce qu'ils ne reçoivent jamais aucune proposition de cette société, pour leur vendre un nouveau produit. Si ces sociétés leur proposaient un second produit, il est probable qu'une forte proportion des gens satisfaits d'avoir commandé le premier produit achèteraient le second...

Déclinez ce principe à la location saisonnière, et vous aurez tout compris ! Concrètement, dans votre annonce sur Airbnb, utilisez ce principe marketing pour proposer aux gens de réserver votre logement.

Mettez des phrases interrogatives, du type :

- ***Est-ce que vous rêvez de plonger dans la piscine chauffée, au cœur de l'hiver ?***
- ***Si oui, réservez votre hébergement de rêve dès maintenant.***

Le simple fait de mettre en place cet appel à l'action :

- va inciter les locataires potentiels à réfléchir ;
- puis à passer vraiment à l'action.



Un exemple type d'appel à l'action utilisé en marketing pour vous « forcer la main à agir ».

Chapitre 3

Une annonce efficace pour plaître immédiatement à vos clients potentiels

Il ne suffit pas, comme on le voit trop souvent, de rédiger une annonce à la va-vite, de prendre des photos entre deux rendez-vous ou lorsque vous venez de terminer de décorer votre logement, juste avant de partir en vacances...

Non !

Une annonce sur Airbnb, cela se travaille :

- il faut du temps ;
- de la précision ;
- de la réflexion ;
- du recul.

Les 3 axes clés d'une annonce réussie

Pour que votre annonce plaise aux locataires, il y a trois clés que vous ne devez pas négliger :

1. **Votre annonce doit être accrocheuse** : elle doit donner envie de réserver votre logement, susciter la curiosité et attirer le regard ;

2. **Votre annonce doit être entraînant, captivante** : elle doit être rédigée comme un roman policier. Quand vous lisez votre annonce, vous devez avoir envie de passer au paragraphe suivant lorsque vous avez terminé le paragraphe précédent. Une dose de suspense et d'émotion, est indispensable à une annonce réussie ;
3. **Votre annonce doit être approfondie** : vous devez citer un maximum d'éléments qui vont susciter l'intérêt de vos locataires. **N'oubliez aucun des équipements** que vous avez à votre disposition, car le moindre équipement peut présenter un intérêt majeur pour votre locataire, et vous ne le soupçonnez probablement pas. Par exemple, certains locataires ne réservent que des logements qui possèdent un lave-vaisselle. Donc, si vous en avez un, mentionnez-le dans votre description, ce serait dommage de perdre une réservation alors que vous pouvez satisfaire à la demande !

Aérez le texte, pensez à la lisibilité de votre annonce

Le fait de proposer un maximum d'informations dans votre annonce ne doit pas la transformer en un gros pavé de texte illisible. Vos informations doivent être très facilement lisibles, en un clin d'œil.

Pour cela, vous devez savoir que l'œil humain détecte les moindres détails, et a une forte capacité à papillonner, à aller très vite... à scroller en fait, tout comme vous le faites sur une page Web. Pour un lecteur entraîné, il est tout à fait possible de lire ce livre en une soirée et d'en retenir plus d'informations qu'un lecteur moyen qui aura mis une semaine pour tout lire.

C'est pour cela que l'usage des puces, des listes, est un excellent moyen d'aérer le texte, et de le rendre extrêmement lisible facilement.

Vous devez faciliter ce travail de lecture rapide, pour que les clients enregistrent un maximum d'informations sur votre annonce, en un minimum de temps. Nous vous encourageons à utiliser au maximum les puces, et les listes de textes.

Distillez vos informations progressivement, au bon moment

Par ailleurs, rédiger une annonce approfondie ne veut pas dire mettre toutes les informations au même moment, au même endroit.



La location saisonnière est comme une recette de cuisine, vous pouvez avoir tous les meilleurs ingrédients sous la main, si vous ne les utilisez pas dans le bon ordre et dans les bonnes proportions, vous serez déçu par le résultat !

Vous devez impérativement savoir sélectionner les informations que vous distillerez en fonction de l'étape à laquelle vous êtes avec votre locataire. Un bon nombre d'informations sont extrêmement importantes pour votre locataire, mais il n'a aucun besoin de toutes les connaître avant de réserver !

Par exemple, si pour rentrer dans votre logement, il faut :

- relever la poignée, pour pouvoir tourner facilement la clé ;
- et ne pas claquer la porte en oubliant la clé à l'intérieur (car la porte ne peut pas s'ouvrir de l'extérieur) ;

C'est une information que vous devez donner à votre locataire, mais une fois seulement qu'il est arrivé dans votre logement, pas avant.

Pourtant, dans de nombreuses annonces, on voit que tout est détaillé sur le fonctionnement du logement, alors qu'à ce stade les locataires n'ont aucun intérêt à savoir cela. Au contraire, cela nuit à leur compréhension de votre offre de location.

Avant le stade de la réservation, le descriptif de votre annonce doit se concentrer sur les points à valoriser dans votre annonce, ceux qui vont inciter à réserver.

Ne mettez rien d'autre qui puisse détourner le locataire de cet objectif : obtenir une réservation.

Une seule photo pour attirer le regard et les clics des locataires

Les propriétaires se posent des milliers de questions sur la photo principale de leur annonce, celle qui apparaît en tête de gondole, sur Airbnb.

Il n'y a pas de préconisation générale par rapport à cette photo, sauf bien entendu :

- ce doit être l'une des meilleures, ou la meilleure photo de votre catalogue ;
- qu'elle doit être irréprochable.

Vous devez y accorder un soin particulier, car les photos sont fondamentales, et celle-ci l'est encore plus. Si votre photo n'est pas belle, il est bien évident que les locataires potentiels ne vont pas cliquer dessus pour en savoir plus sur votre annonce.

Une astuce supplémentaire à ce stade : vous devez savoir que sur Airbnb, votre photo est affichée avec un format un peu spécial.

Votre photo principale apparaît comme un bandeau en haut de votre annonce, et est tronquée en haut et en bas.

Vous devez avoir cet élément en tête lorsque vous mettez en ligne votre photo d'accueil, et faire plusieurs essais pour voir si le fait de tronquer la photo ne dénature pas complètement son aspect général.



Vous pensiez afficher cette photo de votre propriété dominant le lac de Genève...



Mais vous affichez en fait ça sur Airbnb, c'est différent !

Le thème de votre photo principale, nous y reviendrons, n'est pas non plus un choix anodin. Ce n'est pas parce que vous trouvez que la meilleure photo de votre sélection est celle de votre maison prise de face avec le garage sur le côté, que c'est cette image qu'il faut mettre en avant absolument, en tête de gondole.

En effet, si dans votre région tous les propriétaires ont mis des photos similaires en avant, vous allez être noyé dans la masse, même si votre photo est somptueuse.

Vous devriez plutôt regarder les photos des annonces concurrentes à la vôtre :

- pour pouvoir choisir une photo différente ;
- très représentative de votre logement tout de même ;
- mais qui apporte un élément essentiel en plus par rapport aux autres locations concurrentes.

De cette manière, vous attirez le regard du locataire, vous l'incitez à cliquer, puis à réserver.

Cela me fait penser à cette expérience menée dans les années 90 sur des jeunes hommes en France et en Suède.

Chaque groupe était mis face à 8 femmes :

- Toutes brunes (la « norme » en Europe de l'Ouest) sauf une pour les Français,
- Toutes blondes (la « norme » en Europe du Nord) sauf une pour les Suédois.

Chacun devait dire quelle était la femme du groupe qu'il trouvait la plus belle. Immanquablement, ils ont quasiment tous préféré celle qui était différente des autres...

Indiquez les points positifs et négatifs de votre annonce pour faire correspondre l'imaginaire à la réalité

Lorsqu'un propriétaire est sérieux et qu'il fait tout pour plaire à ses locataires, pour leur créer une expérience extraordinaire (cf. le chapitre dédié à l'expérience voyageurs), il est souvent déçu et frustré de recevoir des commentaires qui ne sont pas à la hauteur de ses efforts.

La principale cause de mauvais commentaires, c'est la propreté.

Mais si vous avez évacué ce problème, et que la propreté de votre logement est irréfutable, **la deuxième principale cause de mauvais commentaires, c'est la différence de perception de votre logement par votre locataire entre ce qu'il a imaginé en lisant votre annonce, et ce qu'il découvre en arrivant chez vous.**

Nous avons tous tendance à idéaliser notre location de vacances, ce sont des vacances tout de même, et nous pensons que tout va être génial !

Pour limiter cet écart qu'il peut y avoir entre réalité et imagination, je suggère toujours de lister les trois principaux points négatifs de votre hébergement, et de les indiquer clairement dans votre annonce.

Si vous avez un studio à Paris, et qu'il se situe au septième étage sans ascenseur, indiquez bien que le locataire aura de nombreuses marches à monter avant d'entrer dans le logement. Cela pourrait éviter de nombreuses déconvenues, et des commentaires très négatifs.

Bien sûr, ne mettez pas les points négatifs tout en haut de votre annonce, et ne les lancez pas comme cela, bruts de décoffrage. Mettez-les plutôt sur un mode humoristique, en disant par exemple que vous êtes à Paris, où les immeubles sans ascenseur sont légion... et que votre logement est typique de Paris !

Chapitre 4

Des photos pour faire rêver et inciter à réserver votre bien sur Airbnb

Il ne s'agit pas ici de vous présenter les techniques pour prendre globalement d'excellentes photos de votre logement, mais de les mettre en scène pour optimiser votre nombre de réservations. Vous pouvez retrouver des conseils plus approfondis pour prendre de belles photos dans le chapitre réservé à cet effet, en fin d'ouvrage.

Attention, même si vous avez recours à un professionnel pour faire vos photos, vous devez vous assurer qu'il maîtrise l'ensemble des techniques expliquées ici, et dans le chapitre dédié à l'amélioration de vos photos. Car même des photos prises par des professionnels peuvent être plutôt fades pour un locataire, car elles n'ont pas été réalisées dans un objectif de conversion de vues en réservations.

Vous pouvez déléguer, mais vous devez être vigilant et exigeant, car vous êtes seul garant et responsable du résultat final que produira le photographe.

L'œil humain est exercé pour détecter les moindres détails. Ainsi, si dans la pièce que vous photographiez :

- vous ne vous rendez pas compte qu'il y a un torchon qui traîne ;
- que l'abattant de la cuvette des w.c. est remonté ;
- que vous avez publié la photo telle quelle : les locataires potentiels ne manqueront pas de regarder ces détails.

Ils vont se focaliser sur ces détails, et cela va polluer leur réflexion dans leur volonté de réserver votre logement.

Prenez de multiples photos sous des angles différents pour ensuite choisir les meilleures

Je suppose que vous connaissez le dicton qui dit qu'il ne faut jamais remettre au lendemain ce que l'on peut faire aujourd'hui. Ce dicton s'applique parfaitement aux photos d'une location saisonnière.

Peut-être que vous vous dites que vous pouvez revenir plus tard pour faire des photos supplémentaires, si les photos que vous avez prises ne conviennent pas parfaitement. Généralement, vous allez passer à autre chose, et vous ne prendrez jamais le temps de prendre ultérieurement des photos plus valorisantes de votre logement.

C'est pour cela que, **lorsque vous mettez en place une séance de shooting photo pour votre hébergement, vous devez le faire à fond.**

En particulier, pour chacune des pièces que vous allez prendre en photo, prenez-la sous tous les angles :

- en contre-plongée ;
- en vue dessous (couché ou un genou à terre) ;
- depuis chaque coin ;
- avec des photos de détails...

Vous pourrez ensuite choisir,

- tranquillement,
- une fois rentré chez vous,
- un verre à la main,
- quelles photos sont les meilleures,
- et valent le coup d'être publiées sur Airbnb pour mettre en valeur votre annonce.

Connaissez-vous les formats RAW et HDR ?

Nous ne vous ferons pas un cours de post traitement photo approfondi ici, mais vous devez connaître les possibilités qui s'offrent à vous.

Les formats RAW et HDR sont des formats qui permettent de prendre votre photo avec différentes luminosités. L'exemple le plus parlant est celui des fenêtres de votre logement. **Vous avez probablement remarqué qu'il est très difficile de prendre une photo d'un salon, tout en voyant le paysage à travers la fenêtre.**

Cela vient de la luminosité :

- qui est très différente entre l'intérieur de votre maison, où elle est sombre ;
- et la luminosité de l'extérieur, qui est plutôt très claire (enfin ça dépend de votre région).

Votre appareil photo ne sait pas gérer ce contraste, le résultat est qu'il vous faut choisir entre voir soit l'extérieur, soit l'intérieur de votre logement. Cela fait une différence énorme face à l'aspect professionnel ou non d'une photo.

Les formats RAW et HDR vous permettent de contourner ce problème. Avec un logiciel de post traitement classique, comme Photoshop ou Gimp, vous pouvez sélectionner une couche photo lumineuse pour l'extérieur, et l'associer à une autre couche photo lumineuse pour l'intérieur. La superposition des deux couches photos vous permet d'avoir une photo parfaite.

Il existe également une technique différente de celle-ci pour pouvoir travailler les photos que vous auriez déjà prises sans utiliser le format RAW : il s'agit de prendre une photo parfaite de l'intérieur, puis de vous diriger vers la fenêtre, de l'ouvrir, et de prendre une photo de l'extérieur.

Ensuite, avec un logiciel de post traitement photo, vous pouvez juxtaposer le morceau d'extérieur, dans la fenêtre de l'intérieur, ce qui donne un résultat saisissant.

La gestion de la lumière est fondamentale pour de belles photos

Il existe des ouvrages complets traitant de la lumière en photo.

Le principe de base que vous devez maîtriser, c'est qu'il faut toujours prendre des photos par lumière rasante, c'est-à-dire le matin ou le soir. La source lumineuse doit également toujours se trouver derrière vous, pour éviter l'effet du contre-jour. Pour les photos d'intérieur, il est conseillé d'allumer la lumière, ce qui va donner une dimension supplémentaire à vos photos.

Une application magique pour traiter vos photos

Il existe l'application **Snapseed**, qui permet d'obtenir un résultat très intéressant pour vos photos, si vous ne vous en sentez pas de recourir à un professionnel, ou d'utiliser un logiciel de post traitement classique.

Je vous invite à essayer, pour découvrir les fonctionnalités, qui sont très intéressantes. Cette application est rapide et facile à utiliser (et gratuite).

Le choix des photos est très important

Nous l'avons évoqué rapidement un peu plus haut dans le livre, mais une astuce très puissante pour obtenir des réservations, c'est de choisir la photo qui sera vue en premier par le locataire potentiel, en fonction des photos que vos concurrents présentent.

Si vous vous situez en Bretagne par exemple, vous constaterez que la plupart des photos de locations de vacances présentent généralement une maison, vue de face, avec un jardin.

Si vous arrivez à prendre une photo de votre maison sur le côté pour voir un bout de piscine et de vue, vous aurez tout gagné :

- car vous aurez à la fois réussi à vous démarquer de vos concurrents ;
- ce qui incitera le locataire potentiel à cliquer pour réserver ;
- et vous aurez également mis en avant quelques atouts principaux de votre maison ;
- qui correspondent aux critères de recherche de votre locataire.



L'ordre des photos est également fondamental

D'un point de vue statistique, ce sont les 5 à 7 premières photos qui sont regardées par les locataires, les photos suivantes étant très peu vues. Vous devez donc mettre l'accent sur ces premières photos, elles doivent mettre en valeur les atouts de votre logement.

L'idéal est de raconter une histoire à travers vos photos.

Vous pouvez commencer par :

- montrer une vue générale ;
- puis le détail de certaines pièces emblématiques de votre logement ;
- puis vous passez à vos extérieurs, à la vue, et aux environs.

Le plus simple est de vous poser la question de savoir comment visiter la maison, si vous la faisiez visiter à votre meilleur ami. Faites pareil pour la visite virtuelle que vous allez mettre en place grâce à vos photos.

Pour la philosophie générale qui vous permettra d'obtenir toujours plus de réservations : considérez votre locataire comme un ami.



À travers vos photos, suscitez l'imagination de vos clients potentiels pour les amener à se projeter dans votre hébergement, puis à le réserver.

Faut-il avoir des photos parfaites ?

Même si vous mettez en œuvre tous les conseils du présent chapitre, et ceux du chapitre dédié aux photos, vous n'arriverez jamais à obtenir des photos parfaites.

Le mieux étant l'ennemi du bien, il faut savoir vous arrêter à un moment donné, et vous contenter du fait que vous disposez de photos très belles, sans vouloir pousser jusqu'à ce qu'elles soient parfaites.

Car le temps que vous allez passer à obtenir des photos parfaites, ne sera pas investi à rédiger les différents aspects de votre annonce, et au final le résultat sera contraire à vos attentes.



Ce panneau illustre parfaitement le besoin de recherche compris entre le « mieux » et le « bien ».

Faut-il mettre un maximum de photos dans une annonce ?

Airbnb vous incite à mettre un maximum de photos, faut-il vraiment le faire ?

À partir de 24 ou 25, Airbnb considère que vous avez fait le maximum. C'était aussi la limite d'acceptabilité de la part des locataires potentiels. Si vous mettez plus de 25 photos, les locataires vont se lasser, ils ne les regarderont pas, et ils pourront même se détourner de votre annonce.

Nous conseillons donc de mettre 25 photos maximum dans votre annonce.

Des astuces pour séduire les locataires grâce à vos photos

Il ne faut pas que vous pensiez que les locataires potentiels vont regarder l'intégralité des éléments de votre annonce avant de réserver. Le choix se fait souvent sur une première impression, en très peu de temps.

À savoir: votre annonce est en concurrence avec en moyenne six à sept autres annonces.

Alors, dans ce cas, pourquoi ne pas regrouper tous vos éléments au même endroit ? Nous savons que les locataires regardent les photos, et passent significativement plus de temps sur cet aspect que sur les autres appels de la description.

Nous vous conseillons en conséquence de prendre en photo :

- certains de vos commentaires élogieux ;
- un plan d'accès à votre logement ;
- des transports en commun ;
- une carte des environs.

L'idée est de les mettre dans votre enchaînement de photos (à la fin de l'enchaînement). Cela permettra en même temps de masquer d'éventuels commentaires plus nuancés.

Légendez les photos

Les légendes des photos sont importantes pour Airbnb, qui prend en compte dans les critères de classement de son algorithme, mais elles sont également importantes pour les locataires, qui veulent savoir où ils se trouveront dans leur futur logement.

Ainsi, si vous avez une maison avec six chambres, les locataires vont voir défiler les photos des chambres les unes après les autres,

sans pouvoir se situer. Il faudra donner un descriptif clair et précis de chacune des pièces, en indiquant où se situe la chambre en question, et quelle est sa spécificité.

Attention toutefois, la légende pour chaque photo devrait tenir en une ligne maximum :

- à la fois pour des raisons esthétiques ;
- mais aussi en termes de visibilité et d'affichage sur les tablettes et les Smartphones.

Les légendes aident vos futurs locataires à se projeter dans votre logement

Placez le voyageur dans les photos pour qu'il puisse se projeter dans votre hébergement

Si vous avez une piscine, mettez-la en scène avec quelqu'un qui trempe ses pieds dans l'eau, ou des personnes qui jouent à l'intérieur.



Les voyageurs apprécieront plus la photo d'une piscine mise en scène dans laquelle ils peuvent imaginer leurs prochaines vacances, qu'une photo plus classique ou artistique.

D'une manière générale, il faut faire en sorte que votre locataire se voie dans le logement, pour lui donner envie de réserver, et lui montrer qu'il est attendu pour y séjourner.

Pour les chambres, vous pouvez entrouvrir la couette, pour donner envie de s'y glisser. Dans la cuisine, sortir quelques ustensiles pour préparer un bon repas peut être utile. Dans le salon, dans les extérieurs, mettre en scène une table avec un verre de champagne en apéritif peut également être très pertinent.



Chapitre 5

Un titre d'annonce accrocheur et efficace

Prêtez une attention particulière à la première partie de votre titre

Bien que nous conseillions par ailleurs d'utiliser la totalité des caractères à disposition pour le titre de votre annonce, soit 50 caractères, vous devez accorder une attention particulière à la première moitié de ce titre.

La raison est purement pragmatique. Le titre est coupé sur les affichages des téléphones mobiles, et plus de 50 % des réservations se font désormais par ce biais.

Prenez cette contrainte plutôt comme un atout, car cela vous incitera à réfléchir de manière plus approfondie sur les qualités essentielles de votre logement, et sur ce qui va plaire vraiment aux locataires (ou non).

Une fois que vous aurez déterminé ces éléments fondamentaux, cela vous donnera un atout important par rapport à la concurrence, car :

- vous pourrez décliner ces éléments non seulement dans votre titre ;
- mais également dans votre descriptif ;
- vos photos ;
- et dans tous les éléments relatifs à la communication au sujet de votre annonce.

Utiliser un symbole émoticône pour attirer le regard

Comme nous l'avons évoqué au début de ce livre, le fait de mettre une émoticône dans votre titre :

- attire le regard,
- et incite fortement à cliquer.

C'est toujours la même logique qui consiste à vous différencier, de manière positive, par rapport aux autres annonces.

Les études montrent que le titre d'un e-mail qui contient un émoticône, attire près d'un quart de clics supplémentaires par rapport à un titre qui en est dépourvu. Il en est de même avec le titre des annonces Airbnb.

Il serait dommage de vous priver d'une telle manne de réservations supplémentaires possibles, non ?

Attention, n'abusez pas non plus, l'effet se retournerait contre vous !

Utiliser les 50 caractères à votre disposition pour écrire le titre

Ce n'est pas en contradiction avec les éléments décrits plus haut, mais vous devez utiliser la totalité des 50 caractères qui sont à votre disposition pour rédiger votre annonce Airbnb.

En effet, il s'agit de l'un des multiples critères qui entrent en ligne de compte pour le classement de votre annonce, via l'algorithme de Airbnb.



D'une manière générale, retenez qu'il faut utiliser au maximum le nombre de mots qui vous est alloué sur Airbnb, dans toutes les rubriques, à la limite de mettre la goutte d'eau qui fait déborder le vase...

Pour être clair, si vous utilisez la totalité des 50 caractères à votre disposition pour rédiger le titre de votre annonce, vous serez mieux classé dans les résultats. Cela ne va pas révolutionner votre classement, il ne faut pas rêver, mais cela va vous donner un petit coup de pouce, qui, alimenté par d'autres petits plus, pourrait bien vous faire passer devant la concurrence.



Utilisez les mots-clés qui plaisent à vos locataires

Il ne faut jamais oublier que votre annonce n'est ni plus ni moins qu'un mini site Internet, mis en ligne sur le gros site Internet Airbnb.

Les voyageurs vont non seulement rechercher une location via l'interface de Airbnb elle-même, mais également en tapant directement dans Google, ou dans un autre moteur de recherche, un mot-clé associé à Airbnb.

Pour prendre un exemple : un locataire qui cherche à louer une résidence en Bretagne pourra très bien taper : « Bretagne + Airbnb » dans le moteur de recherche Google. Dans ce cas-là, si dans le corps de votre annonce et/ou dans le titre du descriptif de votre annonce, vous avez fait figurer précisément le mot-clé tapé, en l'occurrence « Bretagne », vous avez plus de chances d'apparaître dans les premières positions.

Par ailleurs, Airbnb analyse le texte de vos différentes annonces, et lorsqu'il reconnaît un mot qui est en rapport avec la localisation où vous vous situez, et qui plaît beaucoup aux locataires, il aura tendance à favoriser votre classement.

Mais comment trouver ces mots-clés si précieux ?

Il existe une multitude d'outils, que nous appelons outils SEO (Search Engine Optimization). Ils sont à la disposition des professionnels de l'Internet pour améliorer le référencement de leur site Internet.

Attention, ne pensez surtout pas que vous pouvez trouver ces mots-clés tout seul.

Certes, certains mot-clés par rapport à votre destination peuvent sembler évidents, mais :

- il y a probablement des mots-clés que les locataires recherchent ;
- et qui ne vous viennent pas à l'esprit ;
- car ils sont trop basiques pour vous.

Il me vient à l'esprit l'exemple de cette entreprise de chaussures de luxe, qui a fait appel à un professionnel international du référencement sur Internet pour créer son propre site. Le PDG voulait absolument que le mot « soulier » soit le mot mieux référencé du site. En effet, dans le monde de la maroquinerie, une chaussure de grande qualité est appelée un « soulier ». Mais pour le grand public, « un soulier », cela ne veut pas dire grand-chose. Lorsque vous et moi, nous cherchons à acheter une paire de chaussures, nous tapons tout simplement « chaussures » dans Google. Et pourtant, le mot-clé « chaussures » n'était pas venu à l'esprit des dirigeants de cette grande marque.

Je vous conseille donc d'utiliser des outils gratuits dédiés à la recherche de mots-clés pertinents.

Le premier outil, le plus simple, est la **suggestion automatique de Google**. Vous avez probablement remarqué que, lorsque vous lancez une recherche dans Google et que vous tapez un mot-clé, il y a des suggestions qui s'affichent en dessous. Ces suggestions regroupent des mots-clés intéressants et pertinents pour vous. Commencez donc par taper « location appartement + le nom de votre ville » dans Google, et regardez les suggestions.

Ensuite, le deuxième outil est le moteur de recherche Adwords de Google. Adwords peut être utilisé gratuitement, mais il faut s'inscrire comme si vous aviez envie de lancer une campagne marketing payante. Vous aurez ensuite accès à la totalité des fonctionnalités.

Parmi ces fonctionnalités, la recherche de mots-clés vous permet en tapant un mot particulier :

- de sortir tous les mots-clés correspondants,
- avec une fréquence de recherche,
- et la concurrence qui y est liée.

Une fois que vous aurez croisé ces données, vous pourrez déterminer quels sont les mots-clés les plus tapés par vos locataires. Ceux qui valent le coup d'être inclus dans votre descriptif et dans votre titre.

N'utilisez pas d'adjectifs génériques

Il ne faut pas céder aux effets de mode, ou nécessairement copier ce que l'ensemble des autres propriétaires font. Ce n'est pas parce que la plupart de vos concurrents font une certaine action, qu'il vous faut faire la même. Tout simplement parce que ce n'est pas forcément efficace.

Il en va ainsi des adjectifs utilisés dans les titres, pour décrire les annonces des propriétaires : c'est une mode, mais cela ne veut pas dire que c'est utile.

Un peu partout, on voit fleurir de très nombreux adjectifs qui ne sont pas précis, et qui finalement ne veulent rien dire.

Parmi ces adjectifs génériques à ne plus utiliser, je pourrais vous citer :

- cosy ;
- confortable ;
- pratique ;
- charmant ;
- rénové ;
- studio ;
- T2 ;
- maison ;
- appartement.

Avec tant d'autres dans la même veine.

Pourquoi est-ce que je vous déconseille d'utiliser ces termes génériques ? Tout simplement, parce qu'ils ne sont pas assez précis.

Si un locataire cherche une maison à louer dans le Pays Basque, il est bien évident que, si vous indiquez dans le titre de votre annonce qu'il s'agit d'une maison, cela ne va rien lui apprendre, puisque les filtres de Airbnb se sont déjà chargés de lui sélectionner uniquement des maisons, conformément à sa demande.

De la même manière : pour tout ce qui est confortable, luxueux, ou encore cosy, il est évident que le propriétaire qui a posté son annonce veut la mettre en valeur et la présenter sous son plus beau jour.

Comme le voyageur se doute bien que vous valorisez votre annonce, ces termes génériques ne lui évoquent pas grand-chose.

Il vaut mieux faire passer des messages et des expressions beaucoup plus précises, par exemple :

- décrire un matelas de haute qualité ;
- des draps intissés avec une densité très forte ;
- des descriptions qui vont suggérer le mot luxe, sans le dire directement.

Ayez en tête qu'il vaut mieux créer des émotions chez le locataire, qui vont lui parler, plutôt que de lui donner directement des termes vus et revus qui ne lui évoqueront rien de particulier.

Ainsi, votre « logement de luxe » ne va pas éveiller un intérêt démesuré auprès des voyageurs, tandis que si vous décrivez une immense piscine chauffée, et des draps moelleux, cela aura beaucoup plus d'impact.

Comprenez-vous mieux maintenant pourquoi je souhaite bannir ces termes génériques des titres des annonces que je vois ?

Citez les meilleurs équipements de votre hébergement

Dans la même veine qui consiste à analyser les éléments qui vont le plus plaire à vos locataires, vous devez vous interroger sur les équipements que vous pouvez mettre à disposition de vos locataires, et qui vont déclencher une réservation.

Pour vous aiguiller, il y a deux types d'équipements qui vont vraiment plaire dans une location saisonnière, pour des vacances.

Dans la cuisine tout d'abord, car les gens aiment passer du temps à cuisiner pendant qu'ils sont en vacances. Ainsi, si vous citez une liste d'équipements de cuisine très complets avec des choses précises comme : un Thermomix (marque déposée), un mixeur, en lave-vaisselle... cela pourra avoir un impact maximum.

Dans la chambre, également, où vous devrez plutôt proposer des équipements liés au confort de vos invités : oreillers supplémentaires, draps de grande qualité, couette douillette, rangements, etc.

Vous pouvez également regarder les commentaires des concurrents, et exploiter ce que vous disent les locataires eux-mêmes, en direct. Ces commentaires sont souvent riches d'indications pour déterminer quels sont les éléments et les équipements de location saisonnière que les voyageurs attendent dans votre location en courte durée.

Je vous renvoie également vers le chapitre correspondant, qui liste les équipements indispensables à inclure dans votre location saisonnière.

Pour aller plus loin, rendez-vous sur le site d'Eldorado Immobilier, et consultez l'article intitulé : *Les 14 équipements les plus recherchés pour une location courte durée.*

Ne mettez pas de MAJUSCULES dans votre titre : c'est agressif !

Certains propriétaires trouvent intéressant de mettre tous leurs titres, ou certains mots de leur titre, en majuscules, pour attirer le regard des voyageurs.

Cela part d'un bon sentiment, celui de se différencier des concurrents. Mais c'est une erreur. Et en l'occurrence, l'usage de majuscules est plutôt mal vu sur le Web, puisqu'il suggère que vous êtes en train de hurler.

En effet, sur Internet, on utilise les majuscules pour crier après quelqu'un.

ET VOUS NE VOULEZ PAS QUE VOS LOCATAIRES AIENT L'IMPRESSION QUE VOUS LEUR CRIEZ APRÈS, N'EST-CE PAS ?

Trouvez un autre moyen pour faire passer vos messages, et bannissez les majuscules de vos titres.

Ne mentionnez pas les environs dans votre titre

Autant il est intéressant, pour l'expérience de voyage de vos locataires, que vous puissiez leur dire que vous pouvez les guider dans les environs pour leur faire une présentation des spécificités de la région et faciliter leur séjour, autant c'est beaucoup trop prématuré de détailler les attractions touristiques au niveau du titre de votre annonce.

Vous vous doutez bien que, si un locataire cherche un logement à proximité de Briançon, c'est qu'il voudra visiter quelque chose

à proximité de Briançon, et pas ailleurs ! Si votre logement est à Briançon, un locataire qui est intéressé par la visite de Paris ne tombera jamais dessus.

Il est donc assez inutile, et contre-productif, d'utiliser de précieux caractères de votre titre pour parler des environs, alors que le locataire sait déjà où vous êtes situé géographiquement. D'autant plus qu'il y a une carte à disposition dans Airbnb, pour localiser les logements.

Il y a une exception à cela, c'est si vous bénéficiez d'un environnement exceptionnel.

Si vous vous situez sur la Côte d'Azur, et que votre maison donne directement sur la Promenade des Anglais, vous pouvez bien entendu le citer. Mais dans ce cas, il ne s'agit pas de parler des environs, mais plutôt de mettre en avant l'un des atouts majeurs de votre location.

Vous comprenez la différence dans le raisonnement ?

N'utilisez pas le titre pour différencier vos différentes annonces

C'est une pratique qui commence à fleurir avec la professionnalisation de la location saisonnière et la multiplication du nombre d'annonces tenues par un seul propriétaire. Il est désormais courant de faire gérer ses logements par une conciergerie, ou de posséder 10, voire 100 appartements dans la même ville.

Pour le propriétaire vient alors le problème de s'y retrouver parmi toutes ses annonces. Il est donc tentant de mettre un numéro dans l'annonce, pour repérer facilement de quel appartement il s'agit lorsqu'il reçoit une demande de réservation.

C'est pour cela que l'on voit fleurir les annonces qui s'appellent par exemple :

- appartement #1 à Carpentras
- appartement #6 à Carpentras
- ...

Le gros problème, c'est qu'en faisant cela, vous ne parlez pas du tout aux locataires. Vous vous coupez complètement des possibilités que vous avez, à travers le titre, d'accrocher le regard des voyageurs. Vous n'avez intégré que des informations qui vous sont utiles à vous, et en aucun cas à vos locataires.

Vous devez donc absolument trouver un autre moyen de différencier vos locations, peut-être au travers des photos, ou simplement en prenant un peu plus de temps, et en ayant vos différents titres d'annonces sous les yeux dans un tableau Excel.

Faut-il mettre en valeur les événements locaux ?

Les avis sont extrêmement partagés à ce sujet.

Certains propriétaires font remonter qu'ils ont plus de réservations lorsqu'ils mettent en avant un événement local, comme le festival d'Avignon par exemple. Il est vrai qu'il s'agit d'une pratique relativement efficace, et qui va droit au but. Dans l'objectif de mettre en valeur l'atout principal de votre logement.

Le gros problème avec cette stratégie, c'est que vous vous privez de certaines réservations qui auraient lieu en dehors de la période du festival.

Un locataire qui tomberait sur une annonce intitulée « Festival d'Avignon », se dira sûrement que le logement n'est loué que

pendant la période du festival, et que la maison n'est donc pas louée en dehors, alors que ce n'est pas forcément le cas. Si vous utilisez la référence d'un événement local, ce sera donc uniquement pour boucher les trous, ou augmenter vos tarifs pendant cette période.

Cela implique que vous le fassiez sur un laps de temps très court, que vous acceptiez de perdre des réservations hors de cette période, et que vous soyez très réactif pour rétablir le titre initial une fois que la période de festivité sera passée.

Pour reprendre l'exemple du Festival d'Avignon, force est de constater que de nombreuses annonces sont encore visibles en septembre-octobre, avec l'intitulé « Festival d'Avignon », alors que celui-ci est déjà terminé depuis longtemps...

Cela renvoie dans ce cas une image extrêmement négative de vous en tant que propriétaire, suggérant que vous n'êtes pas capable de mettre à jour votre location, et que vous risquez donc de ne pas prendre soin de vos locataires, de la même manière que vous ne prenez pas soin de votre annonce...



Vous avez peut-être un festival qui est un événement majeur de votre région qui attire beaucoup de voyageurs, mais tous ne viennent pas forcément pour cela, et au même moment.

Chapitre 6

Comment avoir un descriptif d'annonce bon et pertinent

La plupart des propriétaires se focalisent essentiellement sur les photos, sur le fait de remplir les différentes cases des catégories de Airbnb, et c'est bien... mais... pas suffisant, loin de là !

Résultat, les propriétaires négligent bien souvent de travailler le descriptif de leur annonce, souvent simplement par faute de temps.

Pourtant, il s'agit d'un des éléments de votre annonce qui sera le plus lu par les locataires potentiels. En effet, à part les voyageurs qui cherchent absolument à réserver en quelques secondes chrono, les autres recherchent un bien qui corresponde parfaitement à leurs attentes.

Dans ce cas, ils vont forcément jeter un œil à votre descriptif.

Nous allons donc voir comment adapter le descriptif de votre annonce :

- pour qu'il soit le plus pertinent possible ;
- pour pousser les locataires potentiels à l'action ;
- et les amener à réserver votre logement.

Allez à l'essentiel, n'enrobez pas

Les gens disposent de peu de temps, ou ne veulent disposer que de peu de temps, pour réserver un logement (ce qui revient au même pour vous).

Pour vous aider à être aussi clair et lisible que possible : utilisez les puces. Un excellent moyen d'aller droit à l'essentiel et de rester extrêmement lisible, c'est d'utiliser des puces pour lister les éléments importants de votre location.

Votre descriptif d'annonce doit aller à l'essentiel, et ne pas perdre les lecteurs dans les méandres d'un texte trop long et rabat-joie. Il est donc très important que vous puissiez être synthétique, ce qui n'est pas toujours facile.

En effet, il est plus facile d'écrire de très longs textes, plutôt que de les synthétiser.

Partez donc des atouts principaux de votre logement, et mettez-les en valeur au fur et à mesure des paragraphes de votre description, de manière simple et concise.

« L'auditoire peut supporter un mauvais texte s'il est court, mais ne supporterait pas un bon texte s'il est long » - Mark Twain.

Ne vous répétez pas à longueur de temps

Toujours dans cette logique d'aller à l'essentiel, évitez de rabâcher sans cesse la même chose.

Si votre logement a une vue sur la mer, mettez en valeur cette vue en la mettant en avant dans le titre, dans le premier paragraphe de votre description et dans les photos. Ce n'est pas la peine, en plus, de le répéter tout au long de la description, car cela va lasser le lecteur, et lui donner l'impression que vous voulez masquer certains défauts de votre location, en mettant en avant de trop nombreuses fois cette qualité principale.



Essayez de vous démarquer de la masse des autres annonces, sans en faire trop, en lui donnant un maximum d'informations, sans la noyer non plus.

Avant la réservation, ne communiquez que les infos indispensables

Je reviens sur ce point, que nous avons détaillé un peu plus haut. Il est absolument nécessaire que vous ne noyiez pas le lecteur dans une multitude d'informations. Pour cela, sélectionnez le type d'informations que vous donnez aux différentes étapes de la réservation.

Par exemple, il est inutile de décrire l'emplacement de votre boîtier à clés, ainsi que son code, à une personne qui n'a pas encore réservé votre logement...

Mettez en valeur un ou deux commentaires représentatifs de votre logement

Afin de faire gagner du temps à votre voyageur, vous pouvez sélectionner quelques commentaires élogieux et représentatifs de votre hébergement, et les copier-coller dans le texte de votre descriptif.

Cela n'empêchera pas le voyageur d'aller voir les commentaires par ailleurs, mais cela lui donnera un avant-goût de ce que les autres voyageurs pensent de votre logement, et le confortera dans son choix pour bloquer la réservation.

Chapitre 7

Ajustez vos tarifs au plus rentable

Le fait d'avoir des commentaires élogieux c'est très bien, mais l'objectif final, c'est tout de même d'avoir une rentabilité excellente, et le plus vite possible. Pour cela, le prix est le nerf de la guerre, il vous faut donc l'ajuster le mieux possible.

La possibilité d'externaliser via un channel manager

C'est une facilité, pas un conseil absolu. Ce n'est pas indispensable. Vous pouvez très bien gérer vos prix tout seul comme un grand.

Toutefois, passer par un channel manager vous permettra d'avoir un ajustement automatique des prix, à la hausse comme à la baisse, surtout si vous possédez plusieurs annonces et êtes présent sur plusieurs plateformes d'annonces en simultané. Cela peut être un confort intéressant.

Ne faites jamais confiance aux suggestions de Airbnb au niveau des prix

Visiblement, les bases de données sur lesquelles s'appuie Airbnb sont quelque peu lacunaires. Ainsi, les prix suggérés sont très en-dessous du prix du marché, et ne sont bien souvent même pas rentables par rapport à une location à l'année.

Il vaut mieux étudier directement la concurrence, pour déterminer les prix les plus justes, plutôt que de suivre les suggestions proposées par Airbnb.

Utilisez judicieusement les frais supplémentaires

Vous pouvez proposer des frais supplémentaires pour beaucoup de choses, comme la mise en place de draps, mais également pour les frais de ménage.



Les frais supplémentaires liés au ménage sont parmi ceux les mieux acceptés.

Cela n'apparaît pas lorsque les voyageurs recherchent une location, mais à la fin, au moment de boucler définitivement la réservation. C'est le même principe que pour les frais d'envoi lorsque vous commandez quelques articles sur Internet.

Il est vrai que le locataire, une fois qu'il aura sélectionné votre logement, sera plus enclin à valider un prix plus élevé si des frais supplémentaires viennent se rajouter au dernier moment.

S'il décline, il devra recommencer tout le processus avec une autre annonce, et généralement il ne le fera pas.

Attention toutefois au retour de bâton, car ce type de pratique altère la confiance que vous tissez avec vos voyageurs.

Vous devez trouver un moyen de compenser par ailleurs, généralement en mettant l'accent sur les petites attentions que vous pouvez lui réserver pour améliorer son arrivée.

Les frais supplémentaires peuvent être un moyen judicieux et efficace d'augmenter artificiellement les tarifs de votre location.

Entrez un tarif de base diminué de 15 %

Définissez votre ratio idéal : prix/occupation, par rapport à la concurrence.

L'objectif est de fixer le tarif le plus élevé possible, tout en restant compétitif. Pour cela, vous pouvez regarder les prix proposés par la concurrence, et les ajuster au jour le jour de votre côté.

Il vous suffit :

- de rentrer les dates sur lesquelles vous avez des disponibilités ;
- pour voir les prix de vos concurrents ;
- et d'ajuster les vôtres en conséquence.

Pour booster vos prix au mieux, d'autres ressources encore plus poussées sont à votre disposition sur Eldorado Immobilier :

- Comment ajuster au mieux le tarif de votre location saisonnière
- Comment éviter les mauvais locataires en fixant le prix de votre location ?



Chapitre 8

Comment optimiser les commentaires de votre annonce

**Vous devez répondre
à tous les commentaires**

**Très peu de propriétaires répondent aux commentaires.
C'est parce qu'ils se trompent de logique.**

La plupart des propriétaires pensent que le fait de répondre à un commentaire, c'est s'adresser directement au client qui a rédigé le commentaire. Du coup, ils n'y voient pas un grand intérêt.

En effet :

- soit les clients ont posté un commentaire excellent, et ils reviendront probablement via une réservation en direct ;
- soit ils ont posté un commentaire mauvais, et ils ne reviendront jamais.

C'est une regrettable erreur de raisonnement.

Répondre aux commentaires montrera l'engagement que vous avez auprès de vos locataires, et l'intérêt que vous portez à leurs avis.

Il est inutile de s'engager dans une discussion stérile avec un locataire mécontent, mais il est beaucoup plus constructif de rédiger une réponse qui s'adresse aux futurs locataires. Je vous conseille donc de répondre absolument à tous les commentaires que vous recevez, qu'ils soient positifs ou négatifs.

Trop de propriétaires font l'erreur de ne répondre qu'aux commentaires négatifs. Le problème, c'est que vos réponses attireront encore plus le regard de vos potentiels locataires. En répondant à tous les commentaires, vous avez un effet bénéfique indirect, qui est de noyer dans la masse les commentaires négatifs que vous pouvez recevoir.

Répondre à un commentaire, c'est avant tout vous adresser aux futurs locataires de votre logement.

Essayez d'être toujours présent pendant des check-in

Si vous suivez le blog Eldorado Immobilier, l'affirmation présentée dans le titre peut vous étonner. En effet, je suis le chantre de l'automatisation. Mais cela n'est pas incompatible avec le fait d'être présent, directement ou indirectement, à l'arrivée des locataires.

Dans la mesure du possible, il est vrai que rencontrer physiquement vos locataires sera toujours un plus, car vous pouvez avoir une chance supplémentaire de faire une bonne première impression.

Mais avec un système automatisé, et de petites attentions bien distillées, vous pouvez également être présent lors des check-in, même si vous ne l'êtes pas physiquement.

Ce qui est vraiment important, c'est :

- que l'arrivée se passe de manière très fluide ;
- que le locataire n'ait pas de problème pour pouvoir entrer dans votre logement ;
- et qu'il trouve de petites attentions particulières à son entrée.

Ne laissez jamais les locataires entrer trop tôt dans votre logement

Il arrive régulièrement que des locataires vous demandent à entrer de manière prématurée dans votre logement.

Par exemple, si vous avez fixé un check-in à 18 heures minimum, et que votre locataire arrive avec le train de 14 heures, il peut être tenté (il sera tenté) de vous demander de déposer ses valises dans le logement dès son arrivée, puis d'en prendre possession un peu plus tard.

La difficulté de ce type de situation, c'est que vous êtes partagé entre:

- d'une part, le fait que vous souhaitiez faire plaisir votre locataire ;
- mais d'autre part, que vous soyez réticent sur le ménage qui ne sera pas parfait dans le logement.

Or, même si le locataire vous a promis qu'il ne fera pas attention à l'état du logement lorsqu'il posera ses valises, il le fera tout de même obligatoirement.

Et bien sûr, vu que le ménage ne sera pas fait, la première impression si importante qu'il aura sur votre logement ne sera pas optimale. C'est pour cela que nous conseillons de ne pas céder à la tentation de faire plaisir à votre locataire, en lui permettant de déposer ses valises tôt dans votre logement, lorsque le ménage n'aura pas été achevé.

En pensant vouloir bien faire et obtenir les bonnes grâces de votre locataire, vous obtiendrez vraisemblablement l'effet inverse. Alors, autant lui expliquer gentiment que le timing ne peut pas être modifié, et l'orienter vers des solutions autres, comme une consigne pour ses bagages.

Vous n'avez qu'une seule chance d'obtenir
une bonne première impression.

Permettez l'accès à votre location saisonnaire 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7

Les dispositifs de serrure connectée, ou de boîtier à clé, permettent à votre locataire de pouvoir accéder simplement et à tout moment à votre logement.

Pourquoi vous en priver ?

Cela peut vous paraître peut-être choquant au premier abord, si vous avez l'habitude de rencontrer physiquement chacun de vos locataires. Mais, si vous prenez un peu de recul, vous verrez que le système automatisé est excellent pour tout le monde.

Du point de vue du locataire, il n'aura plus aucun stress :

- s'il est pris dans les bouchons ;
- si son avion a du retard ;
- ou si tout simplement il a eu envie de faire un détour.

Il sait que, dans tous les cas, il pourra accéder au logement à n'importe quelle heure.

De votre côté, vous n'avez pas besoin :

- d'être présent sur place pour toutes les arrivées de vos locataires ;
- de poireauter, pendant des heures, si jamais votre locataire tarde à arriver et a oublié de vous prévenir ;
- de vous déplacer s'il a trouvé une réservation plus intéressante et qu'il a décidé de vous poser un lapin...

Pour vous y retrouver dans les différents modèles de gestion automatique d'entrée dans votre Airbnb, vous pouvez aller consulter en ligne les articles inspirants d'Eldorado Immobilier :

- *La clé du paradis pour votre location saisonnière*
- *Boîtier à clé contre serrure connectée, le match pour automatiser votre LCD*

Demandez toujours la permission d'entrer

D'une manière générale, vous ne devriez presque jamais avoir à entrer dans votre logement pendant que des locataires sont présents.

Mais des situations où cela peut se produire sont quand même relativement récurrentes.

Cela peut être :

- de permettre le travail d'un artisan ;
- le passage d'un représentant de la copropriété ;
- ou tout simplement pour déposer ou reprendre des affaires.

Quelle que soit la situation, le degré d'urgence, vous devez toujours demander la permission de votre locataire pour pouvoir entrer dans votre logement. Outre le fait que vous pourriez vous retrouver dans une situation pour le moins compromettante, il s'agit tout simplement du respect du domicile de votre locataire...

Le non-respect de cette règle essentielle se traduira immédiatement par des commentaires exécrables, et à juste titre.



Toquez toujours à la porte avant d'entrer, même si vous n'avez pas de locataire : un réflexe qui pourra vous sauver de situations compromettantes...

Mettez en avant les points négatifs de votre logement

Vous vous dites peut-être que je suis devenu fou en vous conseillant de mettre en avant les aspects négatifs de votre hébergement. Pas tant que ça, je vous rassure.

En effet, si une fois que vous avez fini de faire votre travail de mise en valeur de votre annonce à travers :

- les photos ;
- les titres ;
- la description ;
- et l'optimisation par rapport aux critères de recherche l'algorithme de Airbnb.

Vous n'avez plus beaucoup de raisons d'obtenir des mauvais commentaires.

En fait, la seule raison résiduelle pour obtenir un avis négatif, c'est qu'il y ait un trop grand décalage entre la façon dont le locataire se sera projeté en fonction de l'aspect de votre location saisonnière, et la réalité.

Quelquefois, lorsque les locataires viennent en vacances chez vous, ils pensent que votre logement est quelque chose d'extraordinaire, alors qu'il s'agit d'un appartement classique. Lorsqu'ils ont fait la réservation, ils avaient des étoiles dans les yeux, et ils ont fantasmé sur leur logement idéal, au tarif du vôtre...

C'est pour cela qu'il est intéressant de mettre les points négatifs de votre logement dans l'annonce :

- afin que votre locataire ne soit pas trop surpris à son arrivée,
- et qu'il ne vous tienne pas rigueur des petites difficultés ou déconvenues qu'il pourrait rencontrer.

C'est une astuce toute bête, mais qui sert à de nombreux propriétaires, pour décrocher le statut de super host, et surtout qui leur permet de le garder.

Envoyez un message pour fixer les modalités de l'arrivée quatre jours avant la réservation

Ceci bien sûr pour les réservations faites longtemps à l'avance... Ajustez le timing en fonction de la date de réservation.

D'une manière générale, vous devez informer votre locataire des modalités de l'arrivée, que ce soit pour :

- vous rencontrer ;

- récupérer les clés ;
- se garer ;
- trouver le code du Wi-Fi
- etc.

Ce message vous permet aussi de lui montrer que vous vous préoccupez de lui, et vous ferez une bonne impression avant même l'arrivée du locataire.

Envoyez un message six heures après le départ des locataires

C'est le délai moyen qu'utilise Airbnb pour vous envoyer une demande de rédaction de commentaires, suite au départ de vos locataires.

Dans le message que vous enverrez à votre (désormais ancien) locataire, n'hésitez pas à lui dire que vous êtes satisfait de son séjour, et que vous allez lui mettre une bonne appréciation.

Cela l'incitera à être plus clément avec vous.

Si un problème se présente, résolvez-le immédiatement

C'est dans l'adversité que l'on voit les vrais amis. Si votre locataire a un gros problème :

- dépannez-le immédiatement ;
- trouvez-lui une solution ;
- pour qu'il ne vous tienne pas rigueur des difficultés qu'il rencontre.

Cette réactivité peut même permettre de retourner la situation en votre faveur.

Une année, nous avons reçu un appel d'un locataire qui nous disait :

- à minuit ;
- le 31 décembre (si, si...)
- que le chauffe-eau venait d'exploser ;
- ... (si, si...).

Nous avons pu tout éponger, et trouver un plombier pour réparer le lendemain. Finalement, l'appréciation des locataires a été une note de cinq étoiles, en disant :

- qu'ils avaient rencontré un impondérable dans le logement ;
- mais que notre réactivité et notre gentillesse avaient compensé cet aspect, même un jour férié ;
- et qu'ils avaient ainsi appris à mieux connaître l'hospitalité française !

Comme quoi rien n'est jamais perdu !

Demandez un commentaire cinq étoiles

C'est tout bête, mais très peu utilisé. Plutôt que de :

- attendre que le commentaire tombe du ciel ;
- ou demander simplement un commentaire ;
- ou mieux, un commentaire positif ;
- demandez carrément un commentaire cinq étoiles.

Il suffit d'oser, vous verrez, cela fonctionne plutôt correctement.

Prétextez le fait que Airbnb ne considère que les commentaires cinq étoiles pour mettre les annonces en valeur (c'est vrai, en plus).



Comment obtenir un maximum de commentaires cinq étoiles ? C'est super compliqué : il faut demander !

Travaillez les six catégories qui décomposent un commentaire Airbnb

Il faut savoir que les notes des commentaires sur Airbnb se décomposent en six sous-catégories :

1. Précision
2. Communication
3. Propreté
4. Emplacement
5. Arrivée
6. Qualité-Prix

Il ne suffit pas d'avoir le maximum dans une de ces catégories pour avoir un commentaire global de cinq étoiles. En effet, le locataire devra remplir chacune de ces catégories, et il ne peut pas vous mettre une note supérieure à la note maximale pour l'une d'entre elles.

Concrètement : si le rapport qualité-prix de votre logement est exceptionnel, vous aurez une note de cinq étoiles pour cet

item mais pas plus, et cela ne pourra pas venir pondérer à la hausse la moyenne des autres items, s'ils sont moins bons.

Ainsi, si au niveau de la propreté vous n'obtenez que deux étoiles, vous aurez tout de même un commentaire mauvais au global. Regardons dans le détail les six sous-catégories de commentaires Airbnb.

La précision de l'annonce

C'est là qu'entre en jeu notre fameuse technique des points négatifs. Pour avoir une annonce la plus précise possible, soyez clair et transparent sur les plus, mais également sur les aspects négatifs de votre location.

La communication

Il faut jouer la réactivité. Il faut répondre sous une heure maximum à toute demande d'information de vos locataires. Pour améliorer votre note de communication, vous pouvez également donner des informations plus précises sur le check-in et check-out.

La propreté

Attention : il s'agit de la plainte numéro un des locataires.

Pour ne pas rencontrer de difficultés réelles, vous ne devez pas laisser de place à l'erreur. Vous devez avoir un processus :

- clair ;
- précis ;
- mis en place conjointement avec votre prestataire.

Et une erreur est très vite arrivée...

Il nous est arrivé de trouver, dans l'un de nos hébergements, un évier rempli d'une eau très sale, avec un balai qui trônait dedans...

Tout simplement parce que la personne qui s'occupait du ménage était passée à autre chose, et avait oublié de vider l'évier.

D'autres fois, de manière très régulière, le micro-ondes était resté sale et n'avait pas été nettoyé du tout, par oubli. Pourtant, le prestataire de ménage était très bon mais, pressé par le temps, ou souhaitant passer à un autre problème plus important, il avait négligé ces points. Et cela aurait été fatal au niveau des commentaires.

Il est donc important que vous ayez une check-list, que votre prestataire puisse suivre et cocher à chaque fois qu'il fait le ménage. Comme cela, il n'oubliera rien, cela vous rassurera, et cela le rassurera également.

Vous pouvez également charger votre prestataire de ménage de rechercher activement tous les problèmes qu'il peut rencontrer dans le logement, et qui résulteraient de dégradations faites par les précédents voyageurs.

Il doit également vous prévenir dès que les consommables arrivent en dessous de 25 % de stock.

L'emplacement

Soyez transparent sur la localisation, ne cherchez pas à rendre votre bien plus beau qu'il ne l'est. Un livret d'accueil des informations locales pourra également compléter votre panoplie pour plaire à vos locataires.

L'arrivée

Là encore, il est temps de communiquer du mieux possible.

Le rapport qualité-prix

Pour obtenir un meilleur rapport qualité-prix, vous pouvez soit baisser votre tarif, soit proposer des équipements en plus de ceux proposés par vos concurrents.

Obtenir de vrais-faux commentaires ?

Certains propriétaires s'arrangent avec leurs amis pour réserver des nuitées chez eux, ce qui permet d'obtenir des commentaires... faux... C'est une pratique qui est fortement prohibée par Airbnb. Déconseillé.



De petites attentions à l'arrivée, comme une corbeille de fruits, une propreté intraitable, et la transparence dans le descriptif de votre annonce, sont des clés incontournables pour obtenir régulièrement de bons commentaires.

Chapitre 9

Les trucs et astuces pour plaire à l'algorithme de Airbnb

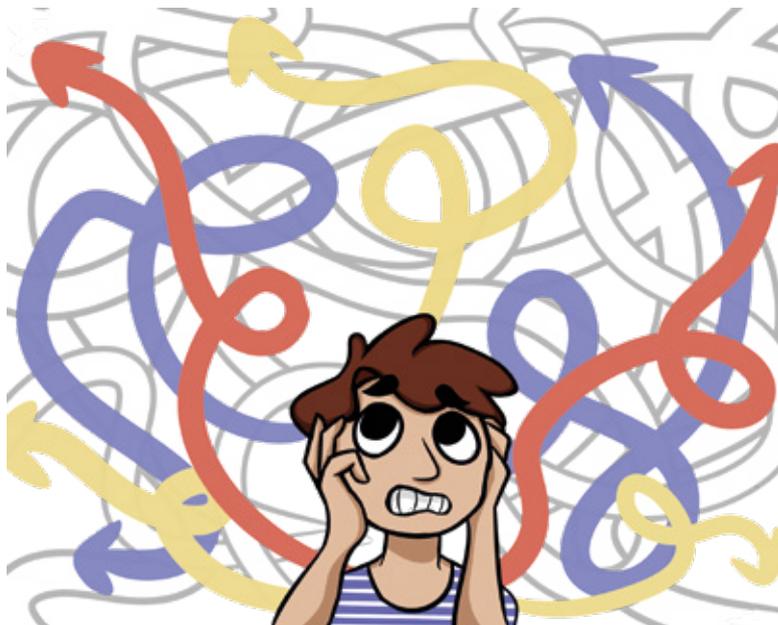
Voici à nouveau un chapitre qui vaut largement le prix du livre !

En effet, après des années d'expérience, de tests, et de recherche sur l'algorithme de Airbnb, nous avons pu mettre au point un classement des critères qui sont plus ou moins importants pour que votre annonce soit bien classée.

Je vous conseille vivement de lire attentivement ce chapitre, car il va vous révéler de nombreuses surprises, que vous ne soupçonniez même pas.

Votre annonce aura beau être la meilleure du monde, si vous n'avez pas rempli toutes les bonnes cases pour plaire à l'algorithme chargé de classer les annonces Airbnb, vous vous retrouverez en bas des classements, et vous n'arriverez pas à louer.

Les idées reçues sur les critères de pondération de Airbnb sont légion, et bien souvent trompeuses. Au fur et à mesure de la lecture de ce chapitre et des suivants, vous verrez que certains détails paraissent anodins au premier abord, mais sont pourtant essentiels pour obtenir un bon classement de votre annonce.



Ne partez pas dans tous les sens avec des idées préconçues. Prenez comme support les check-lists fournies avec ce livre, et progressez en partant des critères les plus importants pour Airbnb.

En effet, le positionnement de votre annonce dans les moteurs de recherche de Airbnb dépend uniquement d'une formule mathématique.

Une formule mathématique composée de très nombreuses variables, que l'on appelle l'algorithme.

C'est le même type de formule mathématique qui est utilisé par Google, et les autres moteurs de recherche, pour classer les sites Web entre eux.

mettra tout de même de passer devant des annonces qui étaient initialement mieux classées que la vôtre.

C'est ce que nous vous expliquons dans ce chapitre. Nous allons envisager successivement la plupart des critères qui entrent en ligne de compte dans la formule mathématique qui constitue l'algorithme de Airbnb. Nous vous les présenterons par ordre d'importance.

Pour avoir un bon classement sur Airbnb, il ne suffit pas d'être *Superhost*, très loin de là, il suffit bien souvent d'être pragmatique, et de cocher les bonnes cases.

Les critères de classement incontournables

La satisfaction client

Jusque-là, c'est très logique. Il vous faut (et Airbnb aussi) séduire sans cesse de nouveaux voyageurs, et pour cela, il faut que les anciens soient satisfaits.

Ainsi, si vous cumulez les commentaires cinq étoiles, les remarques élogieuses, et ce, en grande quantité, vous serez inévitablement classé parmi les meilleures annonces.

Le prix le plus bas de la région

Pour Airbnb, offrir un excellent rapport qualité-prix est une marque de fabrique. Ce n'est peut-être pas pour rien que les suggestions de prix que vous fait Airbnb sont très très basses, bien

souvent plus basses que ce que le même appartement vous rapporterait en location à l'année. Ainsi, si vous affichez un prix inférieur à la moyenne des prix des annonces similaires de votre région, vous aurez un gros bonus dans le classement de votre annonce.

Vous pouvez donc faire des tests afin de déterminer le prix idéal pour avoir un bon classement, tout en gardant de la rentabilité. Je suggère de faire des tests sur des périodes de 7 jours, pour mesurer l'impact que vous aurez en termes de nombre de réservations, en fonction de l'importance de la baisse de prix que vous proposez.

Astuce N°1 : fixez un prix de base inférieur à 15% de votre tarif réel.

Vous avez la possibilité d'entrer un tarif de base, qui s'applique lorsque les locataires recherchent un logement, sans entrer des dates précises. Ce prix de base ne s'appliquera donc quasiment jamais aux réservations réelles.

Rien ne vous empêche donc d'afficher un prix de base beaucoup plus bas que ce que vous espérez, pour appâter les voyageurs. Ensuite vous leur proposez un tarif normal lorsqu'ils rentreront leurs dates précises de réservation.

Astuce N°2 : Mettez en place une réduction de 1%

Airbnb aime les propriétaires qui pratiquent des prix très bas! Vous pouvez mettre en place des réductions, pour certaines durées de location. N'hésitez pas à le faire, mais sans vous ruiner : en mettant une réduction d'un pour cent !!

Ce n'est pas grand-chose, mais cela vous permettra de vous positionner un peu mieux que vos concurrents aux yeux d'Airbnb. Ensuite, vous conservez bien entendu la possibilité d'enlever cette réduction de 1% pendant les périodes de haute saison.

Le nombre de mots dans votre annonce

Plus surprenant ! Je suppose que ce critère a acquis de l'importance au fil du temps, au fur et à mesure que les concepteurs de l'algorithme de Airbnb, se sont rendus compte que plus un propriétaire mettait de mots dans son annonce, dans son descriptif, et dans les autres rubriques, plus il avait accordé de temps et de soin à rédiger son annonce, et donc plus il était sérieux et à même d'héberger professionnellement ses invités.

N'hésitez donc pas à remplir toutes les cases de votre annonce, à prendre le temps d'utiliser tout l'espace de texte disponible pour rédiger votre annonce, c'est un critère d'importance majeure.

La durée minimum de séjour

L'objectif d'Airbnb est bien entendu d'enregistrer un maximum de commissions. Et plus vous aurez de réservations, plus Airbnb enregistrera de commissions. Ainsi, plus vous autoriserez les séjours courts dans votre logement loué en courte durée, plus vous serez récompensé par l'algorithme de Airbnb.

Là encore, il s'agit d'un critère de classement majeur, ce qui doit vous amener à réfléchir à votre stratégie. Les propriétaires qui font le choix, par exemple, de ne louer qu'à la semaine perdent nombre de réservations, car il peut s'écouler plusieurs jours entre plusieurs réservations à la semaine. Ce sont autant de réservations perdues.

Tandis que les propriétaires qui louent à la nuitée sont à même d'atteindre des taux de remplissage de 100 %, voire plus en cas d'annulation, ce qui se produit régulièrement.

En termes de rentabilité, c'est à vous de calculer votre seuil de rentabilité pour un court séjour, même d'une nuit. Si vous avez

des frais de ménage et de remise en location qui vous reviennent par exemple à 30 € par nuit, vous pouvez fixer un tarif de location à 60 € par nuit, ce qui vous préserve tout de même une marge confortable.

Certes, ce sera peut-être une marge moins importante que si vous aviez loué à la semaine, mais ce sont généralement avec ces réservations à la nuitée, qui sont là pour boucher les trous, que l'on arrive à générer un maximum de rendement pour une location courte durée.

Cette stratégie est tout bénéfice pour Airbnb, qui vous récompense en classant plus que correctement votre annonce.

Les critères de classement très importants

L'activation de la réservation instantanée

Ce n'est pas pour rien que Airbnb vous harcèle pour vous forcer plus ou moins la main à cocher la case « réservation instantanée », et qu'il est si difficile ensuite de revenir en arrière !

Cela donne de la flexibilité pour les locataires, qui n'ont pas besoin d'échanger avec vous, de perdre du temps, et d'être incertains de la réalité de leur réservation. C'est le modèle marketing qui a été utilisé avec succès par Booking.com, et que Airbnb cherche à reproduire. Si vous faites le choix de ne pas activer la réservation instantanée, vous devez avoir conscience que vous faites une croix sur un critère important de classement.

Le nombre de commentaires

Vous vous en doutez, et vous avez raison, l'un des critères les plus importants pour le classement de votre annonce concerne les commentaires.

Mais les commentaires n'entrent pas forcément en ligne de compte de la manière dont vous le pensez.

Ce n'est pas forcément la note moyenne qui est importante dans vos commentaires, mais surtout la quantité des commentaires obtenus. Cela s'explique assez simplement, par le fait que l'objectif ultime de Airbnb est de générer un maximum de réservations, et donc de commissions.



Faites l'expérience, en regardant une quantité statistiquement représentative d'annonces sur Airbnb. Vous constaterez systématiquement que ce n'est pas forcément l'annonce qui est classée cinq étoiles sur tous les commentaires, qui apparaît tout en haut du classement. C'est plutôt l'annonce qui aura un maximum de commentaires.

En effet, plus une annonce a de commentaires, plus elle a engrangé de réservations, qui ont engendré à leur tour des commissions pour Airbnb. Et plus cette annonce sera susceptible

d'enregistrer également des réservations et des commissions, dans un avenir proche.

Il vaut donc mieux privilégier la fidélité à Airbnb, en accumulant le nombre de réservations sur des périodes courtes, pour avoir un maximum de commentaires, et obtenir un très bon classement. C'est très surprenant, mais vous pouvez le vérifier dans de nombreuses annonces. Bon, il vous faudra tout de même des moyennes supérieures à 4/5, sinon gare à vous.

La stratégie qui consiste à n'avoir que des notations cinq étoiles, avec un classement *Superhost*, mais en limitant le nombre de réservations pour être sûr que ce que chaque séjour soit parfait, n'est donc pas la stratégie la plus payante sur Airbnb.

L'intégration dans un maximum de *Wish Lists*

Un autre critère très important, et pourtant ignoré par de nombreux propriétaires, est le fait de voir votre annonce apparaître dans ce que l'on appelle les *wish lists*. Ce sont les petits cœurs qui apparaissent en haut de l'annonce.



Vous n'y avez pas forcément fait attention, mais le petit cœur en haut de l'image principale des annonces est très important pour vous sur Airbnb.

Les voyageurs peuvent cliquer sur ces petits cœurs, pour ajouter votre annonce à ce que l'on appelle une Wish list, ou liste de destinations de rêve. Plus votre annonce sera présente dans de nombreuses Wish lists, plus votre classement sera intéressant (et c'est un critère important).

La plage de réservation

Airbnb est une plateforme qui cherche à vous rendre captifs. À ce titre, Airbnb aimerait bien que vous ne passiez que par son intermédiaire pour louer votre hébergement.

C'est pour cela que, plus vous ouvrez à la réservation sur une longue période, au moins un an, et moins vous avez de plages de réservations bloquées en dehors des réservations obtenues par Airbnb, plus l'algorithme vous donnera des points, pour remonter votre annonce dans le classement.

Les critères de classement importants

Le nombre d'équipements

Les équipements présents dans votre logement sont recensés sous forme de cases à cocher lorsque vous remplissez le descriptif de votre annonce sur Airbnb. Plus vous cochez de cases, et donc plus vous avez d'équipements différents, plus votre note sur ce critère augmente, la pondération de ce critère est forte.

Il y a des choses toutes bêtes, comme :

- le shampoing ;
- le gel douche ;
- les serviettes ;

qui sont autant d'éléments que vous n'êtes peut-être pas tenté de cocher, qui vous semblent évidents car vous les fournissez automa-

tiquement, et que vous en avez déjà parlé dans votre descriptif avec vos propres mots. Mais il ne faut surtout pas oublier de les cocher, car sinon vous perdez de précieux points dans l'algorithme.

Les équipements de sécurité sont aussi très importants. Vous devez cocher bien entendu les détecteurs de fumée, mais vous avez également tout intérêt à installer un détecteur de monoxyde de carbone, même si votre logement ne présente pas de cheminée, ou de chauffage d'appoint. La présence d'un lave-vaisselle est particulièrement recherchée dans une location de courte durée



C'est un investissement minime qui vous permet d'avoir une case de plus de cochée par rapport à vos concurrents, et qui vous fera passer en tête dans la compétition.

Le nombre de photos

Plus vous aurez de photos de bonne qualité chargées dans votre interface Airbnb, plus votre classement remontera. Bien entendu, cela ne veut pas dire qu'il faut charger tout et rien comme photos ! Mais vraiment, la quantité et la bonne qualité des photos est un critère important dans le classement de votre annonce, vous ne devez pas négliger cet aspect.

Le statut Superhost

Certes, vous retrouvez le statut Superhost dans les critères importants du classement de votre annonce, mais n'êtes-vous pas surpris de le retrouver plus haut ? En fait, le statut de Superhost n'a pas de réel avantage par rapport à une annonce qui ne possède pas ce statut. Cela procure un petit plus, mais ce n'est pas la panacée non plus.

Le temps de réponse

Quoi qu'il arrive, débrouillez-vous pour répondre le plus vite possible à tout message envoyé par votre locataire. Plus votre temps de réponse sera faible, plus vous aurez un regard bienveillant de la part de l'algorithme de Airbnb, si tant est qu'un algorithme puisse avoir un regard bienveillant sur quelqu'un. En général, si vous répondez en moins d'une heure à toute sollicitation, vous aurez un excellent classement sur ce point.

Une astuce consiste à répondre par quelques mots, du style « je vous répondrai un peu plus tard, je suis en train de conduire », ce qui vous permet de répondre rapidement à une sollicitation, et de vous poser ensuite un peu plus tard pour donner des éléments plus précis à votre locataire potentiel.

La capacité d'accueil

Plus vous pourrez héberger de personnes, plus vous aurez un classement important dans Airbnb. Ainsi, n'hésitez pas à troquer votre canapé contre un clic-clac ou un convertible, un BZ, ou un autre dispositif permettant d'obtenir plus de couchages. Même s'il ne s'agit que de couchages d'appoint pour des enfants, vous le préciserez dans l'annonce, ce qui sera transparent et clair pour les locataires potentiels. Mais pour Airbnb, vous aurez la possibilité de déclarer plus de personnes supplémentaires pouvant être accueillies.

De la même manière, les **chauffeuses** sont un excellent moyen de créer à la fois :

- de la décoration ;
- un couchage d'appoint ;
- d'augmenter votre score dans l'algorithme de Airbnb ;
- d'optimiser vos revenus ;
- de vous démarquer de la concurrence.



Il est important de pouvoir afficher un nombre maximum de couchages dans votre annonce Airbnb. C'est pourquoi opter pour un clic-clac ou un canapé convertible, combiné avec une chauffeuse, est un bon système pour obtenir un peu plus de réservations et de rentabilité.

La durée maximale de séjour

Certains propriétaires limitent la durée maximale de séjour, pour éviter d'avoir ce que l'on appelle des réservations passeports. Il s'agit de personnes qui font des réservations, mais ne viennent jamais, simplement pour pouvoir justifier d'un domicile en France.

Je ne sais pas si cette astuce fonctionne, mais nous en avons déjà été victimes, ce qui rend difficile la location pendant cette période, qui bloque le calendrier. Toutefois, cette situation est

extrêmement rare, et votre contact chez Airbnb sera souvent compréhensif, tentera de joindre les locataires, et annulera la réservation s'il y a des doutes. À ce sujet, je vous invite à regarder le chapitre sur les meilleurs moyens de contacter Airbnb, qui figure un peu plus loin dans ce livre.



Les réservations « passeport » existent et sont ennuyeuses, mais ne vous compliquez pas la vie pour une situation qui se produit très rarement.

En résumé, je vous conseille donc de mettre la durée de réservation maximale possible, ce qui entre en compte dans le classement de votre annonce dans Airbnb.

L'utilisation de votre lien spécifique

Dans votre profil, vous constaterez que vous pouvez obtenir un lien spécifique pour votre annonce. **Il s'agit d'une URL particulière, qui renvoie directement sur votre annonce.**

Nous parlons ici en fait de référencement Internet classique, que vous pouvez appliquer à votre annonce Airbnb. Les sites Internet les plus populaires ont de nombreuses connexions en direct,

c'est-à-dire que des lecteurs ne vont pas passer par les moteurs de recherche pour trouver le site Internet, mais qu'ils cliquent directement sur un lien qu'ils gardent en mémoire. Par exemple, lorsque vous vous connectez à Google.com, vous tapez probablement directement « google.com » dans la barre des URL, sans passer par un moteur de recherche.

Pour votre annonce, vous pouvez obtenir des connexions en direct, en distillant votre lien personnel :

- sur des flyers ;
- sur des signatures d'e-mails ;
- auprès de vos amis et anciens locataires ;
- ou sur tout autre support.

Si un nombre significatif de personnes cliquent sur ce lien direct :

- votre annonce sera considérée par les moteurs de recherche comme étant pertinente,
- et remontera mécaniquement dans les moteurs de recherche. Car ils lui donneront plus d'importance.

Les critères de classement à considérer

Nous changeons de rubrique dans les critères qui entrent en compte dans l'algorithme de Airbnb. Autant il est vraiment conseillé de remplir un maximum de critères édités ci-dessus, autant ceux qui viennent après sont moins importants. Mais moins important ne veut pas dire négligeable.

Si par exemple vous avez fait l'impasse sur la réservation instantanée et le statut de *Superhost*, vous pouvez largement vous rattraper en cumulant de bonnes notes sur les critères de moindre importance que nous vous allons vous expliquer ci-après.

L'hôte est une entreprise

Airbnb privilégie de plus en plus les propriétaires qui sont de véritables professionnels de location courte durée. Dans votre profil, vous avez la possibilité d'indiquer un numéro de SIRET, ce qui vous permettra d'affilier votre profil à une entreprise, cela vous donnera un petit coup de pouce.

Votre annonce est adaptée aux professionnels

Il s'agit d'une case à cocher dans le descriptif de votre annonce, n'oubliez surtout pas de la biffer. Que faut-il pour être adapté aux entreprises ? Généralement, pas grand-chose. Une table sur laquelle vous pouvez déposer un ordinateur portable et une connexion Internet à haut débit me semblent parfaitement suffisantes.

Cochez la case « adapté aux événements »

D'une manière générale, je vous conseille à nouveau de cocher un maximum de cases. Mais la case « adapté aux événements » est particulièrement sensible et regardée par Airbnb, qui est en train de développer une plateforme dédiée à ce type d'activité, qui s'appelle Peerspace.

Pour l'instant, Peerspace est en phase bêta, et disponible uniquement dans certaines villes de par le monde (dont Paris). Si cette nouvelle plateforme fonctionne, elle sera bien entendu généralisée. En cochant la case « adapté aux événements », vous vous positionnez d'ores et déjà, et Airbnb vous donnera probablement du crédit grâce à cela.

L'option « checking par soi-même » dans votre annonce

D'abord réticent à cette méthode, il semble que Airbnb change désormais d'avis, en espérant une professionnalisation de la location courte durée.

Il est donc maintenant conseillé d'avoir un boîtier (mini coffre-fort à la base, très utilisé pour les camping-cars), une serrure connectée, ou tout autre système de votre invention qui vous permette de donner à vos locataires l'accès à votre logement lorsque vous n'êtes pas présent.

C'est en plus une nouvelle case à cocher, qui présente un réel intérêt :

- à la fois améliorer le classement de votre annonce ;
- mais également et surtout vous faciliter la vie ;
- ainsi que celle de vos locataires.

La quantité d'autres annonces que vous possédez

Plus vous possédez d'annonces sur Airbnb, plus le classement relatif de chacune d'entre elles va monter. Là encore, il semble qu'il s'agisse de la volonté de Airbnb de pousser les professionnels en avant, pour offrir une expérience toujours plus agréable à ses locataires.

Le nombre de lits

Non, il ne s'agit pas de doublon avec l'un des critères précédents : la capacité d'accueil. Il y a deux cases différentes à remplir dans

Airbnb. Ainsi, plus votre capacité d'accueil est importante, mieux c'est. Et également, plus le nombre de lits que vous possédez est important, mieux c'est. Il vaut donc mieux disposer de deux lits simples, plutôt que d'un lit double.

Mais il n'est pas non plus indispensable de pousser cette logique jusque dans son extrême, voire même jusqu'à l'absurde. Pensez d'abord au confort de vos locataires. Toutefois, un point extrêmement important est de ne pas négliger de remplir la case correspondante. De nombreux propriétaires n'indiquent que le nombre de lits, ou le nombre de personnes pouvant être accueillies. Prendre en compte qu'il s'agit de deux éléments différents vous permettra d'avoir un meilleur classement pour votre annonce.

Par ailleurs, la cohérence entre les deux chiffres est étudiée par Airbnb, veillez à ne pas vous pénaliser sur ce point.

La politique d'annulation

Vous pensez peut-être que ce critère apparaissait beaucoup plus haut dans la pondération d'Airbnb. Eh bien non. Donc, n'ayez pas trop de scrupules à mettre en place une politique d'annulation stricte, car l'impact sur votre notation est beaucoup plus limité que celui d'autres critères cités plus haut.

Bien sûr, plus vous êtes **souple**, plus Airbnb est satisfait, car vous obtiendrez plus de réservations. D'accord, vous pouvez être planté au dernier moment par un locataire qui ne vient pas... mais dans la majorité des cas, Airbnb conserve les frais d'annulation de dossier. Si vous ne faites pas le choix d'opter pour des conditions d'annulation flexibles, et vous pouvez tout à fait le faire, vous devez avoir en tête que vous vous pénalisez un peu dans le classement.

D'une manière générale, Airbnb a de toute façon tendance à assouplir régulièrement les conditions d'annulation, même les plus

strictes. Ainsi, désormais la plateforme permet à tous les locataires de pouvoir annuler leur réservation 48 heures après avoir validé leur séjour.

Cochez toutes les cases qui apparaissent dans Airbnb

Vous l'avez constaté, ou vous le constaterez, Airbnb vous envoie régulièrement des notifications. Certaines notifications vous indiquent que de nouveaux équipements sont disponibles, et dans ce cas vous devez vous précipiter pour les cocher... car cela apportera « des points » à votre classement. Mais il arrive également que de nouvelles notifications apparaissent, sans que vous en soyez avisé.

Vous devez donc aller régulièrement consulter votre annonce, et regarder si une nouvelle case à cocher n'est pas apparue depuis votre dernier passage.

Il y a par exemple une case qui est apparue pour indiquer :

- si votre logement est favorable aux ordinateurs portables,
- et une autre qui certifie que les gens qui nettoient votre appartement disposent d'un salaire décent.

Bien entendu, le fait de cocher ces cases, ce qui peut se faire facilement, vous apportera un petit plus par rapport aux annonces des autres comptes.

Le ratio hommes/femmes de voyageurs que vous accueillez

Aussi étonnant que cela paraisse, la plupart des forums traitant d'Airbnb semblent formels sur le point que les dirigeants d'Airbnb reconnaissent prendre en compte cette donnée. Pour autant qu'il soit difficile de tester ce critère, je vous le livre tout de même ici. N'allez pas me demander comment faire pour accueillir autant

d'hommes que de femmes dans votre logement... toujours est-il que cela a son importance...

Les critères de classement à faible impact

Encore une fois, attention à ne pas lire trop vite le titre de ce cet article. Un critère est un critère, même si sa pondération n'est pas importante. Le fait de répondre positivement à l'un de ces critères, même s'il ne va pas donner un coup de pouce énorme à votre annonce, est peut-être la petite goutte d'eau qui fait déborder le vase, et vous permet d'arriver en pole position, en dépassant vos concurrents.

C'est d'autant plus important si vous êtes dans une région qui a une très forte concurrence entre annonces, comme Paris, la Martinique, la Guadeloupe, le Lubéron, la Bretagne, et tant d'autres...

Et même si vous êtes dans une région où la concurrence n'est pas si élevée, elle pourrait bien le devenir à très court terme, avec l'essor exceptionnel de l'engouement pour la location saisonnière.

La présence d'animaux dans le logement

Attention : si vous louez votre propre appartement ou votre propre maison, et qu'il y a un animal qui est présent à l'intérieur, vous aurez un petit point négatif. Par contre, si vous acceptez les animaux, vous allez toucher une catégorie supplémentaire de propriétaires, qui sont particulièrement intéressants.

En effet, les propriétaires d'animaux :

- se sentent vraiment concernés par leur animal de compagnie ;

- sont plus à même de mettre des commentaires excellents si le séjour s'est bien passé ;
- sont prêts à payer plus cher.

Il y a tellement de propriétaires qui refusent les animaux dans leur location, que si vous avez de petites attentions, comme :

- une gamelle pour le chien ;
- quelques croquettes pour le chat ;
- ...



Les animaux de compagnie divisent encore fortement les propriétaires, profitez-en pour maximiser vos réservations !

Vous n'aurez aucun mal à vous attirer immédiatement la sympathie du propriétaire de l'animal de compagnie en question, ce qui vous amènera une clientèle que vous ne touchiez pas forcément jusque-là.

Une clientèle qui a souvent un pouvoir d'achat plus fort que la moyenne.

En plus, cela vous permettra de cocher une case supplémentaire !

L'article *Comment accepter les animaux pour louer plus ?*, disponible sur notre blog, vous donnera des informations expertes sur l'accueil des animaux dans votre location.

L'ancienneté de l'annonce

C'est l'une des raisons pour lesquelles il ne faut pas envisager de supprimer votre annonce pour en publier une nouvelle, dès lors que vous recevez un ou plusieurs mauvais commentaires. L'ancienneté de publication de votre annonce joue un rôle non négligeable tout de même.

Cela peut venir du fait que les concepteurs de l'algorithme viennent du Web, et que sur Internet, c'était un site Web d'une importance négligeable ; cela peut aussi venir d'une réflexion qui dit que plus un propriétaire a publié une annonce il y a longtemps, plus il est expérimenté, et si son activité s'est pérennisée jusqu'à maintenant, c'est que c'est un bon propriétaire.

De plus, vous pouvez mettre à jour votre annonce au moindre changement. Les débats font rage sur l'impact de la mise à jour régulière de votre annonce sur le classement de celle-ci. Certains soutiennent qu'il faut mettre à jour son annonce au moins une fois par semaine, pour obtenir un bonus dans le classement de votre annonce. Nous n'avons jamais réussi à prouver ce point, ni même à l'observer. Ce qui est certain en tous cas, c'est que votre annonce doit être sans cesse remise au goût du jour, au moindre changement.

De toute façon, les changements sont positifs en général, alors pourquoi ne pas parler de :

- la mise en place d'un canapé convertible à la place du canapé classique ;
- l'installation d'une nouvelle télé ;
- des jeux de société...

Vous auriez tort de vous priver d'expliquer cela dans votre annonce. Alors, dans le doute, mettez à jour votre annonce dès que possible, au moindre changement, cela ne peut être que bénéfique, et en tous cas cela ne va pas faire de mal.



Si votre logement tolère les fumeurs

Cela vous permet de cocher une case supplémentaire, mais également d'attirer un public spécifique dans votre logement.

Cela ne vous empêche pas de mettre en place un règlement strict, en imposant de fumer uniquement à la fenêtre, et en mettant à leur disposition des désodorisants très efficaces pour annihiler l'odeur de la fumée, afin de ne pas incommoder les locataires suivants qui peuvent détester la cigarette.

Dites-vous bien de toute façon que si vous avez affaire à un fumeur invétéré, vous aurez beau présenter votre logement comme 100% interdit à la fumée, cela ne l'empêchera probablement pas de s'en griller une...

La description de votre annonce contient des mentions sur les environs

Airbnb développe de plus en plus ce que l'on appelle les *Expériences*, et d'une manière générale fait tout pour le bien-être des voyageurs... tout comme vous !

Vous avez à votre disposition un **guide des voyageurs**, où vous pouvez indiquer les différentes activités et attractions touristiques à proximité de votre hébergement. Prenez le temps nécessaire pour remplir de manière exhaustive et complète cette rubrique.

Vous pouvez également remonter un peu plus dans ce livre, pour revenir sur les paragraphes qui traitent de la recherche de mots-clés. Cela vous sera également utile ici, pour trouver les mots-clés qui parlent vraiment aux locataires, pour ensuite les citer dans le guide des voyageurs qui leur est destiné.

Cela vous fera une occasion supplémentaire d'obtenir des recherches en direct pour votre annonce Airbnb, tout en ayant un texte qui parlera beaucoup plus aux locataires, que si vous l'aviez rédigé directement avec vos propres mots.

Sur le blog Eldorado Immobilier, vous trouverez un exemple de guide prêt à l'emploi et téléchargeable gratuitement dans l'article intitulé : *Comment créer un livret d'accueil pour votre location : exemple de livret de bienvenue gratuit à télécharger.*

La description de votre annonce contient le mot « vue »

Cela fait partie des mots les plus recherchés par les locataires qui scrutent les locations des vacances. Une belle vue sur la mer, sur les montagnes...

Ainsi, si vous indiquez simplement le mot « vue » dans le descriptif de votre annonce, vous aurez un petit peu plus de vues...

Vous parlez plusieurs langues

Dans le descriptif de votre annonce, vous pouvez utiliser la traduction automatique de Google, pour traduire votre texte dans autant de langues que vous le souhaitez.

Ensuite, même si vous baragouinez telle ou telle langue, que ce soit l'anglais, l'allemand, l'espagnol, n'hésitez pas à l'indiquer, cela vous donnera quelques arguments supplémentaires pour louer auprès des étrangers.

Vous êtes présent sur le forum de la communauté Airbnb

N'hésitez pas à intervenir de temps en temps, à poser des questions sur le forum de Airbnb. Airbnb apprécie les hôtes qui se sentent concernés par la communauté, et vous aurez un petit coup de pouce indirect dès que vous aurez posté quelques commentaires dans le forum de la communauté, en mettant bien sûr votre annonce en avant. C'est un bon moyen de promouvoir encore un peu plus votre offre.

C'était également un bon moyen d'obtenir un petit coup de pouce pour le référencement naturel de votre annonce, comme nous avons pu le voir précédemment pour d'autres techniques (création de liens).

Vérifiez régulièrement la position de votre annonce

Surpris par l'ordre des critères qui entrent en jeu dans l'algorithme d'Airbnb pour le classement de votre annonce ? Vous avez découvert des critères qui vous semblaient inconnus jusque-là ? Au travail, à vous de modifier votre annonce en conséquence, et d'obtenir plus de réservations !

Et n'oubliez pas : vous n'êtes pas seul dans votre coin en cas de problème, je peux vous aider à améliorer votre annonce, Airbnb peut également vous conseiller si vous constatez que votre annonce, extrêmement bien placée il y a quelques mois, a dégringolé ces derniers temps.

Il peut y avoir un souci dans le référencement de votre annonce par Airbnb, et dans ce cas n'hésitez pas à les contacter. Pour cela, reportez-vous au chapitre relatif pour contacter efficacement Airbnb.



Check-list des critères à remplir pour que votre annonce plaise à l'algorithme de Airbnb

Les critères de classement de votre annonce dans l'algorithme de Airbnb	Degré d'importance pour un maximum de réservations	L'avez-vous fait? Cochez les cases si oui
Intérêt majeur		
Satisfaction voyageur		
Prix le plus bas		
Nombre de mots de l'annonce		
Durée minimum de séjour		
Intérêt important		
Réservation instantanée		
Nombre de commentaires		
Enregistré dans des wish lists		
Intérêt fort		
Nombre d'équipements		
Nombre de photos		
Superhost?		
Temps de réponse		
Capacité d'accueil		

Les critères de classement de votre annonce dans l'algorithme de Airbnb	Degré d'importance pour un maximum de réservations	L'avez-vous fait? Cochez les cases si oui
Important mais pas capital		
L'hôte est une entreprise		
Adapté aux pros		
Nombre d'autres annonces		
Nombre de lits		
Politique d'annulation		
Ratio de voyageurs homme femme		
Entre en jeu mais pas important		
Présence d'animaux dans le logement		
Nb de lits par capacité d'hébergement		
Ancienneté de l'annonce		
Autorise les fumeurs		
La description contient des mentions sur les environs		
La description contient le mot «vue»		

Légendes	
Exceptionnel	
Très important	
Important	
Le petit plus	

Chapitre 10

La décoration est-elle importante pour votre annonce Airbnb ?

Plus votre logement est beau, plus les tarifs sont hauts, et plus la basse saison est performante.

Étant donné que les photos sont le principal critère de décision pour la réservation d'un hébergement, il est logique que si votre meublé de tourisme dispose de magnifiques photos, et donc d'une magnifique déco, il aura plus de réservations.

Par ailleurs, avec l'essor d'Instagram notamment, les gens réservent de plus en plus leur location de vacances en fonction de leur potentiel de partage de photos sur ce réseau social. **Vos locataires veulent partager des souvenirs, et faire rêver leurs amis.**



Si vous parvenez à marquer les esprits avec votre décoration, vous avez de grandes chances d'obtenir beaucoup plus de réservations et de faire fonctionner le bouche-à-oreille.

Si la décoration que vous avez mise en place parvient à atteindre cet objectif, vous avez tout gagné. Par ailleurs, toujours dans la logique des réseaux sociaux, vous aurez plus d'engagements dans le partage des photos de votre annonce, si elles sont belles. C'est logique, mais encore faut-il de faire !

Les astuces pour améliorer vos décorations sans dépenser beaucoup d'argent

Vous pouvez mettre en place des plantes artificielles, les orchidées artificielles étant le meilleur rapport qualité-prix.

Vous pouvez également choisir un thème de décoration pour votre hébergement. Des meubles originaux peuvent également faire la différence. Par exemple, au sein d'une décoration assez classique, un meuble Louis XIV ou Louis XVI, qui détonne et apporte du cachet, peut faire toute la différence. De grands tableaux, un peu originaux, peuvent également être performants. Non seulement la taille des tableaux permet d'agrandir la pièce dans laquelle vous les mettez, mais en plus ils vont attirer le regard.



Chapitre 11

Assurer une propreté irréprochable

Comment assurer une propreté irréprochable pour votre location en courte durée ?

Rappel : la propreté est le sujet de plaintes numéro un des locataires.

S'il y a bien un point sur lequel l'exigence des locataires est absolument énorme, c'est la propreté. Et cette exigence va croissante. Il y a quatre ou cinq ans, personne ne vous aurait fait la moindre remarque, au sujet d'un cheveu dans la douche. Aujourd'hui, c'est un motif d'insatisfaction profonde, qui choque des locataires.

En fait, les locataires n'attendent plus simplement de la location saisonnière un contact privilégié avec le propriétaire, ils attendent les mêmes prestations que celles d'un hôtel de luxe, mais au meilleur prix...

Vous en pensez ce que vous voulez, toujours est-il que c'est une réalité, et il faut vous adapter ! Par conséquent, vous devez accorder une attention vraiment énorme à la propreté de votre logement.

Ne lésinez pas sur le budget propreté et externalisez

La propreté est un point :

- qui prend beaucoup de temps ;
- qui demande beaucoup d'attention ;
- et de rigueur.

Pour cela, nous vous conseillons de mettre en place une check-list de tout ce qu'il y a à faire dans le logement après le départ de chacun des locataires, et de confier le nettoyage à un prestataire extérieur. Cela allégera votre temps de travail, et vous permettra d'avoir des retours positifs.

Vous pourrez vous consacrer aux autres tâches stratégiques de votre location saisonnière, en dormant sur vos deux oreilles en ce qui concerne la propreté.

Vous devez mettre en place un processus fiable et reproductible, pour être certain qu'il n'y ait jamais d'erreur.

Mais quel est le prestataire idéal pour nettoyer votre location saisonnière ?

Maintenant que nous avons parlé de prestataire pour externaliser, c'est bien beau, mais encore faut-il trouver un prestataire qualifié pour s'occuper de votre location saisonnière.

Cela devient plus facile avec le temps, car la notion de Airbnb se démocratise.

Il y a quelques années, les prestataires que je démarchais me regardaient avec des yeux ronds. Ils étaient incrédules lorsqu'ils comprenaient que je louais des appartements à des gens pour

une nuitée, ou quelques nuitées seulement... Toujours est-il que, pour trouver un prestataire idéal, celui-ci doit correspondre à plusieurs critères (compliqués) :

1. Le prestataire doit être disponible tout le temps

Eh oui, les locataires peuvent arriver tous les jours de l'année, y compris les jours fériés. Votre prestataire doit donc être disponible tous les jours, ou alors vous devez être très clairs ensemble, pour déterminer quelles sont les plages de réservations que vous ne pouvez pas louer.

2. Le prestataire doit fournir les consommables

C'est un poste qui coûte cher en temps, et qui a peu de valeur ajoutée. C'est également un poste qui s'anticipe, et seul votre prestataire a les informations en temps réel à ce sujet.

Ainsi, l'achat du gel douche, du shampoing, du papier toilette, du sopalin... tous ces consommables doivent être fournis par le prestataire, ce qui vous garantira plus de réactivité, de tranquillité d'esprit.

Si vous gardez pour vous-même la fourniture de ces consommables, vous devez être clair avec le prestataire, pour qu'il vous informe dès que le niveau de stock atteint moins de 25 % de l'optimal, afin que vous puissiez avoir le temps de vous retourner, et n'ayez pas à agir dans l'urgence.

3. Le prestataire de ménage doit gérer le linge

Qu'il passe en sous-traitance avec un pressing, ou qu'il s'occupe du linge en direct, cela a peu d'importance au final. Ce qui est

important, c'est de responsabiliser votre prestataire de nettoyage avec la gestion du linge, et qu'il puisse tout faire en même temps :

- nettoyer l'appartement ;
- le rendre agréable pour les locataires ;
- et aussi installer le linge de maison nécessaire.

All inclusive !

4. Le prestataire doit faire une recherche active des dégâts pour que vous puissiez le notifier aux locataires inconvenants

Il est important qu'après chaque départ de locataire, votre prestataire de nettoyage puisse :

- faire le tour complet de votre logement ;
- et déceler tous les dégâts qu'un locataire peut avoir occasionnés.

Cela nécessite :

- un peu d'attention ;
- et de sortir de la routine du ménage pur et dur.

C'est très important que vous puissiez être notifié de tous les défauts de votre appartement, afin que vous puissiez vous retourner auprès du locataire inconvenant, et vous faire rembourser. Pour cela, l'idéal est de passer par des photos, via un Smartphone.

Mettez en place une check-list idéale et reproductible pour chaque nettoyage

En parlant de nettoyage, tout peut changer. Votre prestataire de nettoyage peut changer, et même si vous gardez le même

prestataire, les personnes qui interviennent dans votre logement peuvent changer.

Vous devez donc vous assurer d'avoir une procédure reproductible, et parfaitement claire et exhaustive, pour le nettoyage de votre logement.

En effet, un raté, une seule fois, cela peut arriver, mais cela va avoir des conséquences importantes pour vos commentaires. Nous vous conseillons donc, une nouvelle fois, de mettre en place une check-list de tout ce qu'il y a à faire pour que votre logement soit agréable et propre, avec des cases à cocher systématiquement par le prestataire.

Vous améliorerez cette check-list avec des nouveaux points à chaque problème que vous rencontrerez, afin qu'il ne se reproduise pas à nouveau.

D'ores et déjà, les points les plus sensibles sont souvent :

- la poussière sur les lampes ;
- un micro-ondes qui n'a pas été lavé ;
- un plan de travail qui n'est pas désinfecté ;
- un frigo dans lequel il restait des consommables, ou des moisissures ;
- des volets qui ne sont pas ouverts.

En ce qui concerne les volets, cela peut paraître anodin, mais en fait c'est très important. Le fait d'avoir des volets ouverts permet de faire rentrer un maximum de lumière dans l'appartement, de le faire paraître sous son meilleur jour. Sans parler de dévoiler une vue magnifique, s'il y a lieu.

Lorsque vos locataires entrent dans un logement alors que les volets sont fermés, ils vont se concentrer sur les détails, sans regarder la vue à l'extérieur, ce qui va diminuer l'impact de la première impression que vous allez exercer auprès de votre locataire.



Petit détail qui fait une grosse différence : votre prestataire pour le nettoyage doit être capable de mettre en valeur votre appartement pour améliorer la première impression qu'en ont les locataires. Cela passe par des volets ouverts, mais aussi pourquoi pas la mise en route d'un diffuseur de parfum, ou le réglage optimal du chauffage ou de la climatisation.

L'astuce en plus : la propreté est tellement importante que j'ai rédigé un guide complet que vous pouvez consulter en ligne sur le Blog Eldorado Immobilier, pour aller encore plus loin sur ce sujet : *Comment nettoyer en profondeur votre location.*

Chapitre 12

Les conditions d'annulation d'une réservation

J'ai décidé de créer un chapitre à part pour ce thème, tout simplement parce qu'il est extrêmement important. Il s'agit d'un chapitre court, mais que vous devez absolument avoir en tête. Je ne reviendrai pas en long, en large et en travers sur les conditions d'annulation, qui, vous le savez, amélioreront votre classement (si elles ont de la souplesse).

Si vous choisissez des conditions d'annulation strictes, vous pénalisez légèrement votre annonce, et vous devez le faire en toute connaissance de cause.

Pensez toutefois à votre confort. Si vous ne vous sentez pas en accord avec :

- le fait de valider des réservations en instantané ;
- de permettre une annulation à tout moment ;
- même juste avant l'arrivée de votre locataire ;
- alors ne faites pas le choix d'opter pour des conditions extrêmement souples.

Mais si je vous parle ici des conditions d'annulation, c'est surtout pour vous parler du cas de l'annulation d'une réservation confirmée.

Quoi qu'il se soit passé,

- que vous ayez été négligent ;
- qu'il y ait eu un problème avec votre Channel manager ;
- qu'il y ait eu deux réservations faites exactement en même temps ;
- que vous ayez un dégât des eaux ;
- peu importe.

Tout cela n'a pas vraiment d'importance. Ce qui est important, c'est que vous ne devez jamais, au grand jamais, annuler une réservation qui a d'ores et déjà été confirmée.

Faites tout ce que vous voulez (pouvez) :

- suppliez à genoux votre locataire ;
- trouvez une chambre alternative que vous réservez à prix d'or ;
- mais faites en sorte que Airbnb ne sache jamais que vous avez annulé une réservation confirmée.

Si jamais cela se produit, vous aurez à la fois : un commentaire négatif, une pénalité de 100€, mais surtout, votre annonce sera pénalisée sur le très long terme dans l'algorithme de recherche, et vous mettrez vraiment longtemps à vous en relever.



Peu importe la raison ou le contexte, n'annulez jamais une réservation approuvée.

Si jamais vous deviez tout de même annuler une réservation pour cas de force majeure, alertez immédiatement Airbnb en les contactant (cf. le chapitre correspondant pour contacter efficacement Airbnb), expliquez-leur en long, en large et en détail, pourquoi vous annulez cette réservation, et suppliez-les de ne pas vous en tenir rigueur. Si possible, proposez des solutions alternatives pour reloger vos locataires.

L'annulation est une situation à éviter au maximum.

Chapitre 13

Comment automatiser vos messages pour être beaucoup plus efficace ?

Nous avons décidé de consacrer un chapitre complet à l'automatisation des messages, car il s'agit d'un domaine vraiment stratégique.

Pour certains propriétaires, le mot automatisation est complètement tabou, car il implique dans leur esprit une dépersonnalisation de la relation avec le locataire, ce qui va amoindrir l'expérience des voyageurs.

Mais si l'automatisation est bien faite :

- non seulement l'expérience du locataire sera conservée ;
- voire même améliorée ;
- mais en plus cela va vous dégager du temps pour mener des actions beaucoup plus stratégiques ;
- moins chronophages, et moins répétitives que celle d'envoyer toujours le même message.

Choisissez soigneusement les informations que vous envoyez

Ainsi, le premier conseil que nous pouvons vous donner, et que nous avons déjà donné dans ce livre, est de donner uniquement les informations nécessaires aux clients avant la réservation.

Les informations qui ne sont pas indispensables à ce stade, mais qui sont nécessaires après la réservation, ne doivent pas être données aux locataires trop tôt, au risque de confusions et d'oublis.

Par ailleurs, il faut que vous sachiez que les gens lisent très peu. Ainsi, aucun message de plus de 100 mots ne devrait être envoyé, ce qui est relativement court.

Si vous avez besoin de donner plus d'informations que 100 mots, créez un e-book ou un PDF avec toutes les informations nécessaires que vous souhaitez partager, y compris avec des photos parlantes.

Ainsi, le locataire verra votre message relativement court :

- il ne prendra pas peur ;
- il le lira ;
- et il ira jeter un coup d'œil au PDF lorsqu'il en aura besoin.

N'envoyez pas de message automatique si vous avez une mauvaise expérience avec un locataire

Bien entendu, l'automatisation a ses limites. Si vous sentez que le locataire avec lequel vous êtes en train de converser va vous poser problème, ou vous a déjà posé problème, reprenez la relation en direct avec lui, et suspendez l'envoi des messages automatiques.

Dans ce cas précis, la réception de messages automatiques pourrait se révéler désastreuse.

Donnez un sentiment d'urgence pour concrétiser facilement les demandes de réservations

C'est du marketing assez simple, mais qui fonctionne toujours, et fonctionnera probablement toujours. Les gens ont tendance à procrastiner, à remettre toujours au lendemain ce qu'ils pourraient faire aujourd'hui.

Pour éviter cet écueil, vous pouvez donner un sentiment d'urgence à votre locataire potentiel, en lui disant qu'il y a déjà d'autres demandes pour les mêmes dates, et qu'il faut donner une réponse très rapidement.

Dans ce cas, il sera plus à même de prendre sa décision dans les meilleurs délais, et de finaliser la réservation. Dans le cas contraire, il pourrait tout simplement abandonner son voyage, le reporter, passer à une autre annonce... bref, en tous cas, ne pas réserver chez vous !

Répondez immédiatement à tous les messages

Avoir des séquences de messages préprogrammés et automatisés ne signifie pas couper tous les ponts avec vos locataires. Vous devez répondre à tous leurs messages, à toutes les questions qu'ils vous posent. Et ceci de manière systématique et rapide.

Il s'agit de l'un des critères importants pour Airbnb, qui va influencer le classement de votre annonce. Si vous répondez systématiquement dans les cinq minutes, vous serez comme un propriétaire professionnel et actif, ce qui améliorera votre position dans les algorithmes de Airbnb.

Quand je dis répondre à tous les messages, c'est vraiment tous les messages.

Cela vaut également pour les spams que vous pouvez recevoir, ces publicités non sollicitées que vous recevez via les demandes d'informations sur Airbnb. Vous ne vous pouvez pas les ignorer, car Airbnb ne sait pas que c'est de la publicité et des spams.

En parallèle du fait que vous allez signaler ces messages à Airbnb pour que cela ne se reproduise que le moins souvent possible, vous devez répondre également immédiatement à ce type de message, afin de conserver un très bon taux de réponse.

Répondre rapidement aux messages ne veut pas dire pour autant laisser en plan ce que vous êtes en train de faire, pour fournir une réponse poussée.

Une réponse type peut tout simplement être :

« OK, j'ai bien reçu votre message, je suis actuellement en train de conduire, je vous donne des informations détaillées dès que possible »

Vous avez ensuite tout le temps nécessaire pour apporter une réponse réelle et complète par la suite.

La succession type de messages préprogrammés que vous pouvez envoyer en automatique à vos locataires

1. La demande initiale d'informations

Lorsque vous recevez une demande d'informations, vous pouvez avoir un message tout préparé, qui permet de renseigner les locataires.

2. Les demandes de réservations

À la réception d'une demande de réservation, vous pouvez informer votre locataire automatiquement que vous allez lui envoyer prochainement des informations pour trouver facilement le logement, et visiter les environs.

3. La confirmation de réservation

Lorsque votre réservation est confirmée, vous pouvez envoyer quelques questions supplémentaires :

- avec les dates ;
- les heures d'arrivée ;
- et de départ ;
- afin de fixer les choses ;
- et de ne pas laisser de place au hasard.

4. Les informations sur le check-in

À ce moment de l'échange avec le locataire, vous pouvez envoyer toutes les informations nécessaires pour que le check-in se passe bien, et qu'il trouve facilement l'appartement.

5. Un jour après l'arrivée

Une fois que votre locataire est installé, vous pouvez lui demander si tout va bien, s'il a besoin de la moindre chose. En effet d'une part, cela va préparer le terrain pour obtenir de bons commentaires, car le locataire ne sera pas surpris quand vous lui demanderez de vous mettre un commentaire cinq étoiles, mais également, cela permet de désamorcer certains conflits, ou non-dits.

C'est un fait, certains locataires trouveront toujours quelque chose à redire dans votre logement, que ce soit pour un point important ou non. Mais si le locataire n'ose pas vous en parler, et préfère le dire dans les commentaires...vous avez tout perdu.

Il faut donc provoquer l'échange :

- que le locataire puisse vous dire ce qui ne va pas dans son logement ;
- pour que vous puissiez le corriger pendant qu'il est présent ;
- et ainsi désamorcer un éventuel conflit.

6. Le check-out

Un jour avant le départ du locataire, vous pouvez lui envoyer un nouvel e-mail lui indiquant que vous allez bientôt procéder au check-out, pour vérifier avec lui :

- l'horaire de départ ;
- les modalités de restitution des clés ;
- le ménage.

7. Après le check-out

Ce message est important, et doit arriver un petit peu avant celui de Airbnb qui va solliciter un commentaire. Il vous permet d'avoir le retour du locataire sur son appréciation finale sur le logement, et de devancer un commentaire négatif en permettant au locataire de se défouler une première fois si nécessaire...

Vous pouvez également informer votre locataire que vous lui mettrez une excellente note sur Airbnb, ce qui le mettra dans les meilleures conditions possibles pour faire de même.

8. Rappel pour obtenir un commentaire

Si votre locataire ne vous a pas mis de commentaire immédiatement, vous pouvez le relancer pour obtenir un commentaire, sans être trop lourd...

9. Envoi d'une promotion pour lui-même et ses amis

Quelques jours, quelques semaines après son départ, vous pouvez envoyer une promotion à votre locataire, un bon de réduction pour son prochain séjour, ou le séjour de l'un de ses amis. **Cela vous permettra d'obtenir plus de réservations en direct.**

Chapitre 14

Comment doper la qualité de votre profil sur Airbnb ?

Là encore, il s'agit d'un élément qui est bien souvent négligé de la part des propriétaires. Pourtant, **le profil est l'un des éléments les plus consultés par les locataires**. L'explication est plutôt simple, et réside dans le secret de l'attractivité de Airbnb.

Il ne faut pas oublier que Airbnb est à la base un service de mise en relation entre particuliers. Il permet de louer des propriétés qui sont originales, uniques, et au cœur de la ville où vous résidez.

Les gens veulent donc généralement :

- **apprendre à vous connaître,**
- **à connaître votre histoire,**
- **ce qui vous a amené à devenir propriétaire de location saisonnière.**

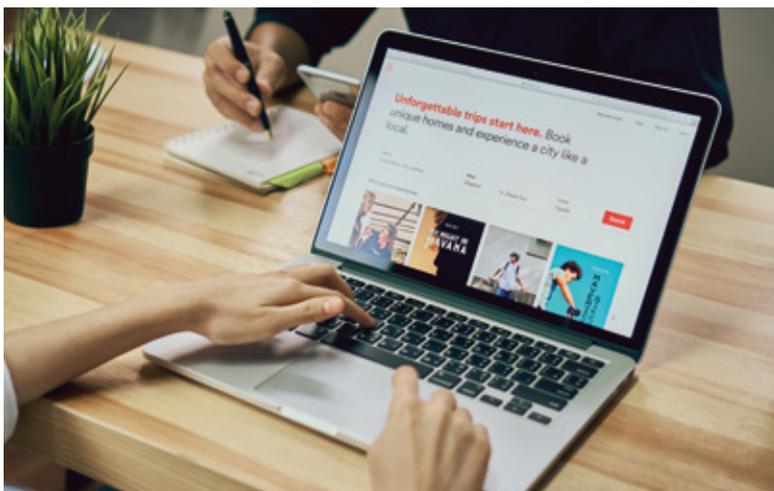
Ainsi, un profil complètement rempli avec soin inspirera confiance. Pour cela, vous avez à votre disposition environ 75 mots.

Avec ce faible espace, je vous conseille de détailler les différents éléments suivants :

- origine ;
- personnalité ;
- niveau d'études et/ou travail exercé ;
- centres d'intérêts ;
- voyages.

Dans ce descriptif, une fois que vous aurez rédigé une première trame, vous devrez la retravailler, pour **essayer de ressembler à votre locataire**. Qui se ressemble s'assemble... Plus vous saurez parler à votre locataire potentiel, plus vous aurez de chances d'obtenir des réservations supplémentaires.

C'est pour cela aussi que la **notion de client idéal**, notion directement issue du marketing, prend tout son sens dans la location saisonnière.



Vos invités aiment les histoires : faites-leur plaisir à travers votre histoire personnelle mise en valeur dans votre profil.

Il vous faut le plus rapidement possible identifier quel type de locataires vous souhaitez attirer, et le type de locataires qui sont le plus attirés par votre logement, pour pouvoir vous adresser directement à eux.

- Est-ce que ce sont plutôt les familles qui résident dans votre logement ?
- Est-ce que ce sont des sportifs qui circulent sur une vélo route à proximité ?
- Est-ce que ce sont des gens de passage pour les vacances ?
- Des propriétaires disposant d'animaux de compagnie ?
- Des ouvriers sous-traitants dans une grosse usine voisine ?

En fonction des types de locataires recherchés, vous pourrez adapter votre profil pour leur parler, et faire en sorte qu'ils se trouvent des points communs avec votre histoire personnelle.

Dernier point, au sujet de votre profil : vous devez vous vendre, et expliquer à votre locataire potentiel ce qui vous motive, et comment vous envisagez, de manière philosophique, l'accueil des locataires. Profitez-en pour vous démarquer par rapport à la concurrence, ce qui vous donnera un avantage stratégique certain.

En quelques mots, parlez de l'expérience que vous délivrez en tant qu'hôte, et des services supplémentaires que vous proposez par rapport à vos concurrents.

Chapitre 15

La meilleure stratégie pour lancer votre nouvelle annonce

Si vous êtes débutant sur Airbnb, que vous allez poster votre première annonce, forcément, elle aura moins de chances d'être bien classée que des annonces plus anciennes. Il en va de même si vous êtes expérimenté, mais que vous postez une toute nouvelle annonce pour un bien différent.

Toutefois, vous pouvez mettre toutes les chances de votre côté en utilisant une stratégie simple :

- qui vous permettra de booster votre annonce ;
- pour obtenir des résultats très rapidement.

Commencez par accepter un maximum de séjours très courts

Le fait d'obtenir des séjours très courts vous permettra de multiplier les chances d'obtenir un excellent commentaire.



Étape 1. Obtenir très vite d'excellents commentaires.

Bichonnez vos locataires, plus que vous ne le feriez habituellement, et combinez cela à la stratégie tarifaire que nous verrons un peu plus bas.

La multiplication des courts séjours vous apportera l'occasion d'obtenir vos premiers commentaires cinq étoiles, le seuil critique pour vous permettre d'avoir des commentaires qui sont reconnus par Airbnb.

En effet, en dessous de trois commentaires, ceux-ci ne sont pas affichés sur votre profil Airbnb, ils ne sont donc pas consultables par les locataires potentiels, Airbnb jugeant, probablement à juste titre, qu'ils sont encore trop peu nombreux pour être représentatifs.

N'accordez pas trop d'attention aux statistiques Airbnb

Lorsque vous êtes un tout nouveau propriétaire qui met sa maison en location sur Airbnb, vous aurez tendance à scruter tous les indicateurs possibles pour savoir si votre annonce cartonne (ou non).



Or Airbnb met à votre disposition des indicateurs qui semblent tout faits, et justement adaptés pour savoir si votre annonce fonctionne : **les statistiques**.

Malheureusement, ces statistiques sont peu fiables, et ne représentent pas vraiment le nombre de vues, et le nombre de clics sur votre annonce.

Pour vous en convaincre, faites le test de comparer vos statistiques entre une consultation de votre annonce depuis votre ordinateur de bureau, et une autre consultation depuis votre Smartphone.

Généralement, vous obtiendrez des résultats différents... Toutefois, je dois pondérer mes propos avec la notion de Superhost.

Les profils Superhost disposent de statistiques beaucoup plus évoluées, peut-être un outil en test, dont Airbnb les fait bénéficier en premier.



Étape 2. Gardez en tête votre objectif : obtenir des réservations, et ne vous laissez pas distraire.

C'est d'ailleurs, à mon avis, le principal intérêt de vouloir décrocher à tout prix le statut de Superhost, qui n'apporte malheureusement pas grand-chose dans les résultats de recherche vis-à-vis de l'algorithme Airbnb (et, en tous cas, pas à la hauteur des attentes, nous le verrons un peu plus loin).

Baissez vos prix de référence de 20 à 30 % par rapport à ceux des concurrents

L'objectif ici est d'obtenir un maximum de réservations en un minimum de temps, pour obtenir très rapidement vos 3 commentaires cinq étoiles.

Pour vous assurer une réussite exemplaire, vous pouvez baisser vos tarifs, de manière ponctuelle, de 20 à 30 % par rapport aux tarifs des annonces qui sont concurrentes à la vôtre.

De cette manière :

- vous apparaîtrez certes moins dans les résultats de recherche qu'une annonce plus ancienne ;
- mais vous verrez que votre annonce agira comme un aimant pour les voyageurs qui font un peu de recherches ;
- et qui ne se contentent pas des trois premières annonces qui s'affichent sur leur écran.

Bien entendu, une fois que vous aurez obtenu un nombre suffisant de commentaires excellents, vous pourrez revenir vers des tarifs plus compétitifs.



Étape 3. Acceptez de faire quelques sacrifices au début, ils seront largement récompensés ensuite.

Offrez des services supplémentaires pour assurer de bons commentaires

Lorsque vous vous lancez, nous vous recommandons de faire une petite étude de marché, pour savoir quels sont les atouts et les faiblesses de vos concurrents.

Profitez des faiblesses de vos concurrents, pour proposer :

- des équipements ;
- ou des services supplémentaires (complémentaires) à vos locataires.

Lorsque vous aurez combiné :

- ces services supplémentaires ;
- un tarif bas ;
- la possibilité de réserver une nuitée seulement,

Les résultats deviennent peu aléatoires, et vous obtiendrez probablement les fameux commentaires cinq étoiles.



Étape 4. Gardez toujours en tête l'hospitalité et l'expérience voyageurs. Vos invités vous rendront vos attentes souvent de manière plus importante que vous ne l'auriez espéré.

Parmi les services supplémentaires que vous pouvez proposer, il y a :

- le portage de courses à domicile ;
- des bons de réduction pour un institut de beauté voisin ;
- le fait de proposer une navette depuis l'aéroport ou depuis la gare ;
- l'accès à Netflix ou une console vidéo ;
- la mise à disposition de linge de maison supplémentaire ;
- ou le fait d'accueillir les animaux ;
- après, c'est infini !

Cette liste reste quasiment déclinable à l'infini, elle n'a de limites que celles de votre imagination. Cette stratégie concourt à **l'expérience voyages**, votre arme secrète... vous en saurez beaucoup plus dans le chapitre consacré à cette notion un peu plus avant dans ce livre.

Chapitre 16

Comment atteindre facilement le statut de *Superhost*

Comme je vous l'indique un peu plus loin dans cet ouvrage, le statut de *Superhost* n'est pas un Graal en tant que tel.

Les avantages ne sont pas aussi grands que ceux que vous pourriez espérer. Le fait d'obtenir le statut de *Superhost* ne vous propulsera pas tout en tête des annonces, par contre, il vous donnera accès à un filtre spécifique qui tend à être pas mal utilisé par les locataires, et vous permettra également d'accéder à des statistiques beaucoup plus faibles qu'avec un profil classique.

À première vue, obtenir le statut de *Superhost* semble vraiment très exigeant. Mais il y a des éléments clés qui vous permettront d'y parvenir beaucoup plus facilement.



*Les conditions à réunir pour décrocher et conserver le statut de **Superhost** sont exigeantes. Est-il possible de faciliter la vie d'un propriétaire qui veut atteindre cet objectif?*

Prévoyez tous les équipements standards et quelques surprises

Vous ne devez pas sur vendre votre logement, ni ses équipements.

Par contre, vous devez être en capacité de cocher toutes les cases des équipements suggérés par Airbnb, pour :

- bien référencer votre annonce ;
- être sûr que vous allez répondre aux attentes des locataires.

Prévoyez également quelques surprises, qui ne seront pas indiquées dans votre annonce, pour provoquer ce que l'on appelle un « **effet waouh** », une première impression exceptionnelle à l'arrivée de votre locataire.

Cela peut être des petites attentions :

- comme une bouteille d'eau au frais l'été ;
- ou encore un panier de fruits frais ;
- des légumes locaux ;
- un petit mot manuscrit ;
- ou une combinaison de tout cela, c'est encore mieux !

1. Le cas de la bouteille de vin

Le cas de la bouteille de vin est un peu particulier, car tout le monde n'apprécie pas l'alcool. Alors certes, si vous êtes dans une région viticole, faire un cadeau d'une bouteille de vin sera toujours bienvenu, et le locataire qui n'aime pas l'alcool pourra toujours conserver la bouteille pour l'offrir à son tour.

Mais cela semble tout de même un petit peu risqué, car si locataire ne profite pas du vin que vous avez mis à sa disposition, que vous lui avez offert, vous perdez une partie de l'effet de surprise. Votre locataire n'aura pas la sensation agréable d'avoir été tout spécialement considéré à sa juste valeur.

2. Prévoyez également quelques équipements hors normes

Ce sont uniquement ces équipements que vous allez mentionner dans votre descriptif.

Si vous possédez un lave-vaisselle standard, contentez-vous de cocher la case correspondante dans le descriptif, par contre, si vous possédez un lave-vaisselle avec une vitesse supersonique et très silencieux, vous pouvez le mentionner.

L'idée sous-jacente est que le locataire qui s'intéressait à un propriétaire au statut de Superhost connaît déjà assez bien le fonctionnement d'Airbnb.

Ce ne sont pas les nouveaux arrivants sur Airbnb qui vont être à la recherche de ce statut.

Ils vont pouvoir naviguer facilement dans les différentes rubriques de votre annonce, pour voir si vous disposez des équipements nécessaires à leur confort. Par ailleurs, le fait de ne pas survendre vos équipements vous permettra de ne pas créer de distorsion entre l'imaginaire du locataire, et la réalité. Ainsi, le locataire verra que vous disposez d'un lave-vaisselle, et ne va pas s'imaginer qu'il s'agit d'un lave-vaisselle hors normes.

C'est très important, car une fois que vous avez assuré la propreté, de petites attentions qui surprendront votre locataire, la seule source de déception qui peut subsister, c'est un écart entre réalité et imagination par rapport à votre annonce.

Oui, nous en avons déjà parlé, mais « la répétition fixe la notion » !

Chapitre 17

Quelles actions mener en cas de mauvais résultats de votre annonce sur Airbnb ?

Tout ne peut pas toujours se passer pour le mieux dans le meilleur des mondes. Vous pouvez avoir raté quelque chose, et obtenir plusieurs mauvais commentaires de suite. Vous pouvez également tomber sur un locataire peu scrupuleux. Toujours est-il que, d'une manière ou d'une autre, votre annonce peut être déclassée, et vos résultats peuvent baisser. Que faire dans ces cas-là ?

Si votre déclassement est soudain : ajustez le prix

Dans l'immense majorité des cas, si vous obtenez moins de réservations quasiment d'un jour sur l'autre, c'est probablement votre prix qui est en cause.

Vous êtes peut-être passé d'une période de haute saison à une période de basse saison, sans que vous vous en soyez vraiment rendu compte, ou que vous en ayez pris conscience.

Dans ce cas, adaptez-vous. Baissez vos prix en regardant quels sont les prix pratiqués par vos concurrents.

Si votre baisse de résultat est régulière, revoyez complètement tous les points

Dans ce cas, il ne vous reste plus qu'à reprendre l'intégralité du livre ici présent, et à revoir l'ensemble de tous les points en les mettant en œuvre les uns après les autres.

C'est pour cela que j'ai résumé toutes les astuces à votre disposition pour améliorer votre classement, dans une check-list. Pour vous faciliter la vie et vous permettre de vous y retrouver, tout en hiérarchisant les actions par priorités.

Vous pouvez tout d'abord vous concentrer sur les points les plus importants, qui vous amèneront un meilleur classement, puis vous diversifier vers les points un peu moins importants, mais qui font quand même la différence sur le long terme.

Changez le titre de l'annonce

Peut-être que votre titre est passé de mode, et n'est plus pertinent. Dans ce cas, je vous renvoie au chapitre correspondant du présent livre.

Optez pour un système automatisé et fiable de prix dynamique

Si vous en avez assez de vous laisser piéger par les variations de prix tout au long de l'année, vous pouvez opter pour un système qui s'ajuste seul, de manière automatique. Il s'agit d'un channel manager, il y en a plusieurs sur le marché. Nous n'en utilisons aucun, nous serions donc bien en peine de vous conseiller le meilleur !

Revoyez votre description tous les six mois

C'est une action qui agit à la fois en préventif et en curatif. Cela vous permettra de vous mettre à jour par rapport aux nouveautés de Airbnb, et de vérifier que vous restez au goût du jour tout court.

Changez votre photo de couverture

Comme nous avons pu le voir, la première photo est la plus importante. C'est celle qui va déclencher l'envie de réserver chez vous, ou non. Peut-être que votre photo est trop classique. Elle n'est peut-être pas assez représentative des atouts de votre propriété. Peut-être qu'elle ne passe pas bien sur les Smartphones, et qu'elle est coupée lors de l'affichage sur Airbnb.

Dans tous les cas, regardez les photos de vos concurrents, ajustez la vôtre en conséquence pour vous démarquer (en mieux).

Mettez à jour l'ordre des photos

Dans le chapitre consacré aux photos, nous avons vu que l'ordre des photos est important. Revoir l'ordre des photos vous permet de vous constituer ce que l'on appelle une **légende personnelle**.

Vous allez raconter une histoire à travers vos photos, et les gens aiment les histoires. Cela vous permettra d'obtenir plus d'empathie auprès de vos locataires.

Éditez vos photos en post traitement

Vos photos sont peut-être fades et passablement lumineuses. Si tel est le cas, c'est le moment de vous pencher sur un logiciel de post traitement, que ce soit :

- Snapseed, l'application que nous avons conseillée un peu plus haut ;
- Gimp ;
- ou Photoshop ;
- ou autre... il y en a beaucoup.

Ajoutez une photo de bons commentaires en cinquième position

Pour avoir un effet plus percutant auprès des locataires, nous avons déjà indiqué que les cinq à sept premières photos sont celles qui sont le plus vues.

Mettez donc une photo d'un commentaire excellent que vous avez obtenu en cinquième position, de manière à ce que de nombreux propriétaires puissent consulter ce commentaire.

Devenez ami avec d'autres propriétaires

La plupart des propriétaires vivent volontairement en autarcie, et essaient de ne pas partager leurs bons plans, leurs astuces avec leurs collègues propriétaires à proximité. C'est le jeu classique de la concurrence.

Toutefois, vous avez tout intérêt à tisser des liens avec les propriétaires qui sont à proximité de votre location.

Cela vous permettra d'échanger des réservations, lorsque les autres seront complets, et que vous, vous ne le serez pas. Cela pourra vous sauver en cas de surbooking, ce qui peut toujours arriver, et qui est désastreux en termes de commentaires. Bien entendu, il vous faudra aussi renvoyer l'ascenseur régulièrement.

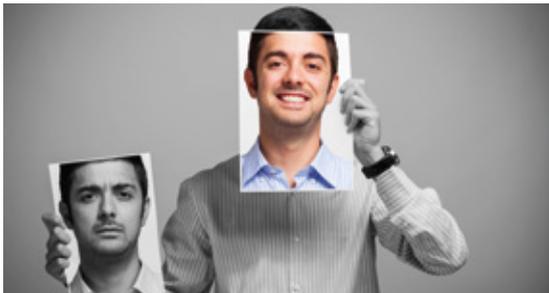
Chapitre 18

Comment gérer les mauvais locataires ?

Lorsque vous surferez sur Internet, vous trouverez de très nombreux sites qui vantent l'aspect positif des commentaires déposés par les locataires.

Ils vous diront que les commentaires sont plutôt positifs d'une manière générale, car les gens sont gentils, et que les commentaires ne sont pas forcément représentatifs de la qualité d'un logement, et que, par conséquent, il faut toujours prévoir le pire lorsque vous voyez un commentaire positif. C'est vrai que généralement, la gentillesse des gens est remarquable.

Toutefois, il ne faut pas se leurrer, les mauvais locataires existent, si si, ils existent vraiment.



Statistiquement, vous allez croiser sa route à un moment ou à un autre : « le méchant locataire ».

Les gens malhonnêtes existent aussi :

- ceux qui vont vous demander une ristourne ;
- ou carrément le remboursement de leur séjour ;
- sous prétexte que sinon ils vont vous mettre un mauvais commentaire ;
- alors même qu'ils ont passé un agréable séjour dans votre logement ;
- cela existe vraiment.

Sur toute la durée de vie de votre annonce, vous rencontrerez à coup sûr ou presque à coup sûr, un ou plusieurs de ces mauvais locataires. C'est statistique, cela n'arrive pas qu'aux autres.

Dans ce type de situation, vous devez toujours rester poli et chercher à trouver des solutions

Parfois, vous aurez l'impression qu'il s'agit d'un mauvais locataire, de mauvaise foi, alors qu'il ne fait que soulever un problème que vous rencontrez réellement dans votre location, mais dont vous n'avez pas encore pris conscience.

Nous avons tous des perceptions différentes de la propreté par exemple.

Un lieu qui vous paraît extrêmement propre, paraîtra peut-être un peu moins propre à un professionnel hospitalier, qui a l'habitude de travailler en bloc opératoire...

Par conséquent, quoi qu'il arrive :

- respectez toujours votre locataire ;
- ne vous énervez jamais ;
- et cherchez toujours à trouver des solutions pour éviter le conflit.



Il vaut mieux ravaler votre fierté, trouver la résolution amiable, et éventuellement rembourser une partie d'une location, plutôt que d'obtenir un mauvais commentaire « bêtement ».

Car les gens qui liront votre annonce, eux, ne sauront pas que le commentaire qu'ils lisent résulte d'un chantage ou d'une mauvaise foi incroyable.

Toutefois, si la mauvaise foi de votre locataire est objective :

- que vous avez les moyens de le prouver ;
- par des échanges de mails ou de SMS ;
- ou encore mieux, des échanges via l'interface de Airbnb ;
- vous pouvez toujours contacter Airbnb, pour demander de l'aide.

À titre personnel, il nous est arrivé qu'un locataire nous demande le remboursement, en prétextant que (en ne prétextant rien, en fait), et en ayant dit à l'oral qu'il souhaitait un remboursement tout simplement pour payer moins cher...

Malheureusement pour lui, il avait déjà demandé un remboursement partiel via l'interface avant même d'être arrivé dans le logement, et il a ensuite eu des échanges plutôt étonnants avec nous, par le même mode de communication. Par ailleurs, nous avons mis ses propos par écrit dans un message qui lui était destiné, et il n'avait pas démenti. Sur notre sollicitation, ce comportement bizarre a éveillé les soupçons de Airbnb, qui n'a pas mis en doute notre bonne foi, et annulé le commentaire catastrophique de ce locataire indésirable, qui avait mis sa menace à exécution après avoir fait pression sur nous.

Écoutez les retours sur expériences

Parfois, un locataire vous semblera de mauvaise foi, mais finalement ses remarques seront plutôt justifiées. C'est uniquement

avec du recul, en prenant de la hauteur, et en regardant la situation d'un regard froid, que vous arriverez à trouver les bonnes améliorations qui vous permettront d'éviter d'avoir à gérer la situation à nouveau.

Apprenez également à prendre un peu de recul.



Vous êtes le pilote aux commandes de votre activité de loueur en meublé, vous devez avoir une vision globale, savoir relativiser comme si vous survoliez la situation avec un hélicoptère.

Chapitre 19

Contacteur Airbnb France

Tous les propriétaires de location saisonnière qui ont déposé une annonce sur Airbnb se sont un jour posé une de ces questions. Mais voilà... Cela paraît simple, mais en fait ce n'est pas si évident de prendre contact avec Airbnb !

Si vous avez déjà eu une urgence, vous avez dû connaître les grosses gouttes de sueur qui perlent sur votre front pendant que vous cherchez désespérément une solution pour vos locataires, sous le regard désapprobateur de votre conjoint(e) qui vous soupçonne de vouloir gâcher ses vacances...



Vous avez déjà essayé de contacter Airbnb? Pas toujours facile, c'est le moins que l'on puisse dire... Voici quelques astuces !

Sur le principe, Airbnb France est joignable au téléphone entre 9h et 22h. Le petit souci, c'est qu'on dirait que le numéro est secret tellement il est difficile à trouver. C'est celui-ci :

- si vous appelez de France : 01 84 88 40 00
- si vous appelez de l'étranger : +33 184 884 000.

Le seul bémol ? C'est que l'attente est souvent longue, et ça, c'est dans le cas où quelqu'un finit par vous répondre un jour... Et puis, bien sûr, généralement les problèmes vous arrivent en dehors des heures d'ouverture !

Nous allons donc passer en revue, dans cet article de Eldorado Immobilier, tous les moyens pour joindre Airbnb. Vous verrez que, d'après nos tests, le plus efficace n'est pas forcément celui auquel on pense en premier !

Contacter Airbnb par téléphone

Le téléphone, c'est le moyen roi, celui que les propriétaires sont tentés d'utiliser en premier, surtout en cas d'urgence.



Le numéro est celui indiqué ci-dessus : 01 84 88 40 00 (indicatif +33 sans le 0 ensuite si vous appelez de l'étranger). Sur le site Internet de Airbnb, il est indiqué un délai d'attente maximum de 10 minutes (c'est déjà pas mal), et dans les faits, vous serez

souvent basculé sur le numéro de téléphone américain de Airbnb (souvent San Francisco) , le +1 855424 72 62. Du coup, ça aide de parler anglais !

Petite astuce, vous pouvez passer par Airbnb Canada, ils sont bilingues français / anglais. Voici le numéro : +1 855 424 7262. Une autre astuce pour contacter Airbnb par téléphone? Voici le numéro du standard du siège à Paris : 01 45 23 36 76.

Notre avis sur une prise de contact avec Airbnb par téléphone : si vous souhaitez contacter Airbnb par téléphone plus rapidement ou en dehors des horaires, appelez directement le numéro à San Francisco ou celui au Canada.

Nous mettons 5/10 à cette solution, et 7/10 pour Airbnb Canada en cas d'urgence.

Contacteur Airbnb par e-mail

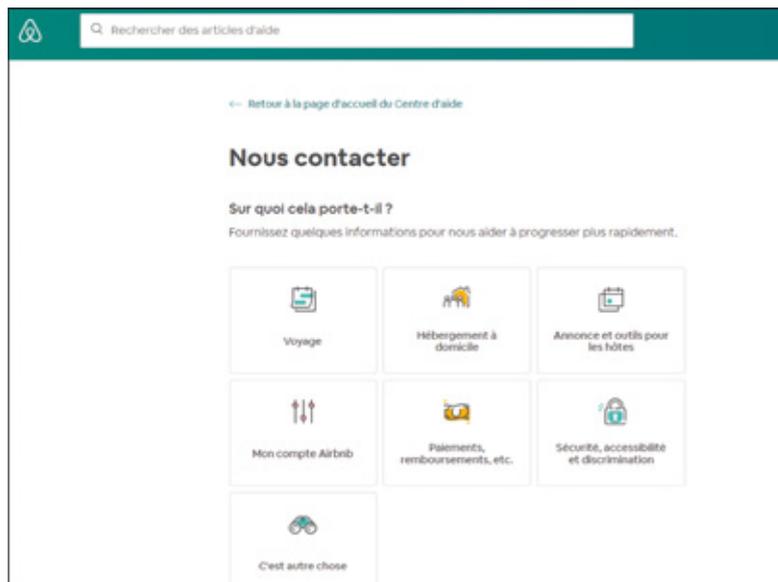
Nous avons cherché longtemps un e-mail pour contacter Airbnb France. Nous avons fini par trouver, mais notre test d'envoi de mail n'a pas donné de résultat. Nous vous donnons quand même le contact : terms@airbnb.com

Notre avis sur une prise de contact avec Airbnb par mail: pas de bras, pas de chocolat. Impossible de joindre Airbnb par ce biais, donc nous mettons 0/10.

Contacteur Airbnb par l'interface de résolution des problèmes

C'est le moyen que Airbnb souhaite vous voir utiliser pour poser vos questions. Tout est automatisé. Mais inutile de vous dire que

c'est vite prise de tête. Si vous voulez contacter Airbnb par l'interface dédiée, vous tapez « aide Airbnb » dans Google, ou directement l'URL suivante: https://www.airbnb.fr/help/contact_us. Puis, vous vous laissez guider dans les menus.



Visuel de l'interface de résolution des problèmes sur Airbnb.

Notre avis sur une prise de contact avec Airbnb par l'interface d'aide : De quoi devenir fou si vous avez une demande précise. Vous parlez à un robot, et ça se voit. Notre note sur cette solution : 2/10.

Contacteur Airbnb par courrier postal

Écrire à une entreprise entièrement numérique par courrier classique a un certain panache. À réserver pour les soucis importants et officiels, car bien entendu la réactivité d'obtention d'une réponse via le service client d'Airbnb ne sera pas au rendez-vous.

Voici d'adresse postale que vous recherchez :

Airbnb France
3 rue Montyon
75 009 Paris

Pour contacter Airbnb par courrier, au niveau du siège européen, il faut utiliser l'adresse suivante :

Airbnb Ireland
The Watermarque building
South Lotts Rd.
Ringsend, DUBLIN 4

Notre avis sur une prise de contact avec Airbnb par courrier : nous espérons que vous n'aurez jamais à le faire ! Note de ce moyen : 2/10.



Contacteur Airbnb France par Twitter

On vous avait annoncé que vous seriez peut-être surpris. Nous ne nous sommes pas trompés n'est-ce pas? Eh oui, le meilleur moyen pour contacter Airbnb et avoir une réponse rapide et pertinente, c'est d'envoyer un message sur le compte Twitter d'Airbnb.

Voici les coordonnées : @Airbnb_fr

Concrètement, voici les étapes pour contacter Airbnb via Twitter avec succès :

- 1/ Créez-vous un compte twitter
- 2/ Rendez-vous sur le compte Twitter de Airbnb (@Airbnb_fr)
- 3/ Cliquez sur « suivre »

- 4/ Posez votre question en message privé (bouton rouge en dessous de la description), ou dans le fil d'actualité
- 5/ Vous recevrez une réponse sous quelques minutes.

Vous pouvez également poser votre question directement en cliquant sur « Twitter » et en citant le compte de Airbnb, mais dans ce cas tous vos abonnés verront votre question, ce qui peut être un peu gênant quand même.



Cliquez sur le bouton message privé en dessous du logo

Notre avis sur une prise de contact avec Airbnb via Twitter: bonne réactivité. Note de ce moyen : 8/10.

Contacter Airbnb par Facebook

Bien sûr, Airbnb France a un compte Facebook. Malheureusement, la réactivité n'est pas au rendez-vous. Notre avis sur une prise de contact avec Airbnb via Facebook : bof, pas réactif. Note de ce moyen : 3/10.

Contacteur Airbnb par téléphone à l'étranger

Bien sûr, Airbnb a un numéro de contact dans la plupart des pays dans le monde.

Nous vous faisons grâce de la liste exhaustive ici, mais nous vous donnons une astuce efficace pour contacter Airbnb à l'étranger.

Vous allez jouer sur la sécurité, Airbnb ne rigole pas avec ça.

Vous allez donc dans la page d'aide de Airbnb :

https://www.airbnb.fr/help/contact_us.

Puis cliquez sur les rubriques successives de l'interface :

- Hébergement
- Sécurité
- Questions de sécurité
- Sécurité physique
- et enfin sur « Téléphone Urgent ».

Comment contacter directement Airbnb en cas d'urgence ? La synthèse

Nous vous conseillons d'essayer d'appeler Airbnb France au téléphone, puis de passer sur le numéro du Canada si nécessaire. En parallèle, un message sur Twitter sera également très réactif. Il se pourrait bien que vous ayez la réponse via Twitter quand vous serez encore en attente au téléphone...

Chapitre 20

Et les autres plateformes ?

Ne soyez pas dépendant de Airbnb

Il est vraiment fou ce Pierre de Eldorado Immobilier, il écrit un livre sur Airbnb, et il me dit de ne pas me concentrer à 100 % dessus ?

La vie s'est compliquée, tout n'est pas tout blanc, tout n'est pas tout noir. Il faut trouver sa voie. Certes, ce livre est consacré à Airbnb, car il s'agit de la principale plateforme de location en ligne, d'une des plus efficaces, et de certainement la plus médiatique de toutes. En mettant en œuvre les conseils de ce livre, vous arriverez très certainement à louer avec succès votre location courte durée.



Airbnb est une plateforme de location géniale, mais vous pouvez obtenir des réservations de bien d'autres manières complémentaires.

Toutefois, vous n'êtes jamais à l'abri d'un coup de malchance, de travaux très importants dans votre rue, par exemple, qui vont vous entraîner des commentaires négatifs et qui vont, par suite, entraîner votre radiation sur Airbnb (qui est plutôt intraitable sur ce point).

Il peut exister tout un tas de situations, même complètement indépendantes de votre bonne volonté, mais qui feront que vous ne pourrez plus apparaître sur Airbnb. Par ailleurs, Airbnb peut tout à fait être racheté par un autre groupe, qui aura une politique complètement différente, et pourra ne pas vous accepter. Vous devez donc toujours vous poser cette question : **que se passera-t-il pour vous le jour où Airbnb disparaîtra ?**



Et si Airbnb était dynamité par un concurrent ? Démantelé par les gouvernements comme certains envisagent de le faire pour les GAFA ? Ou si tout simplement Airbnb vous déniait le droit de publier votre annonce sur son site ? Avez-vous une solution de repli, ou allez-vous disparaître en même temps ?

Il est toujours très négatif de dépendre uniquement d'une seule source de revenus, d'une seule et unique plateforme de réservation en ligne. Cela vous paraît fou ? Inenvisageable ? Déraisonnable ?

Posez-vous la question et faites des recherches : combien d'entreprises mastodontes et leaders dans leur secteur il y a 30 ans sont

encore présentes et leaders aujourd'hui ? Le chiffre va vous faire peur, il est vraiment, vraiment très faible.

En fait, il n'y a quasiment plus aucune entreprise leader de son marché qui existe encore.

Vous devez donc penser à vous diversifier, et à le faire bien, sur des bases solides, comme vous pouvez l'apprendre sur Eldorado Immobilier, que ce soit via les articles gratuits, ou les formations.

L'idéal est de ne plus pouvoir dépendre des plateformes de réservation en ligne.

Ne mettez pas tous vos œufs (appartements)
dans le même panier, diversifiez !

Obtenez des réservations en direct

Cette stratégie demande plus de travail pour amorcer la pompe, c'est évident, il s'agit d'une stratégie de moyen/long terme. Mais les propriétaires qui sont parvenus à l'accomplir ne reviendront jamais en arrière, car cela leur a apporté du confort, et une sécurité dans leurs revenus. C'est un chemin plus dur et c'est un atout, car peu de propriétaires l'emprunteront. Ces derniers, quand ils réussissent, n'ont aucune pression par rapport aux nouvelles exigences de plateformes de réservation en ligne.

Ces propriétaires échappent à la concurrence.

Récemment, nous avons séjourné chez un propriétaire qui possède une cinquantaine de logements dans le Lubéron. **Son histoire est inspirante et reproductible.** Le Lubéron est l'une des régions de France les plus concurrentielles, en particulier en haute saison. Lorsque vous voulez réserver dans le Lubéron, vous avez l'embarras du choix, et du type de logement possible.

Ce propriétaire a fait le choix :

- d'avoir un site Internet ;
- de le référencer correctement ;
- de n'avoir aucune annonce en ligne sur des plateformes (que ce soit Airbnb ou une autre).

Il a mis un an et demi à mettre en place cette stratégie, à raison de quelques heures par semaine. **Et désormais il est totalement indépendant, et ce n'est pas le seul à le faire, loin de là... Si vous saviez !**

Sur Eldorado Immobilier, avec la communauté des propriétaires qui se bougent, un de nos objectifs principaux, est de chercher à obtenir l'indépendance complète par rapport aux grands groupes, et je vous invite d'ores et déjà à créer votre propre site Internet, ou à demander nos conseils pour vous y aider.

Une fois que vous aurez créé ce site Internet, ce n'est qu'un début. Mais un début extrêmement important. Vous devrez ensuite appliquer les stratégies que nous vous enseignons pas à pas, facilement, pour pouvoir référencer correctement votre site, obtenir des réservations par ce biais, et pouvoir tout gérer en automatique.

Les réseaux sociaux peuvent également être d'excellents relais, que ce soit Facebook, Twitter, Pinterest, ou encore Instagram. Ils feront d'ailleurs l'objet d'un prochain livre. Google est également un intermédiaire qui s'implique de plus en plus dans la location saisonnière. Ainsi, une présence de votre location saisonnière sur Google My Business semble presque incontournable désormais.

Par ailleurs, même si vous ne vous sentez pas prêt pour avoir une stratégie d'indépendance par rapport aux grands sites de réservation, le simple fait de posséder votre propre site Internet vous donnera plus de crédibilité auprès des locataires potentiels, et vous permettra de mettre le pied à l'étrier. Votre site Internet et votre présence sur les réseaux sociaux, vous permettront d'insérer votre lien personnel vers votre annonce Airbnb, ce qui poussera sa visibilité, et augmentera son référencement naturel.

Rien ne se perd, tout se crée et concourt à votre succès sur Airbnb ! Vous voyez que toutes ces stratégies sont interdépendantes, et combinées les unes aux autres, elles vous permettront d'avoir un succès de longue durée dans la location saisonnière, quoi qu'il arrive, sereinement, facilement.



Apprenez à créer un réseau qui alimente sans cesse vos réservations et la pérennité de votre activité de location en courte durée. Nous pouvons vous y aider sur Eldorado Immobilier, n'hésitez pas à nous y laisser un message dans les commentaires.

Chapitre 21

Votre arme fatale pour cartonner sur le long terme avec votre location courte durée : l'expérience voyageurs

L'expérience voyageurs : c'est le **secret** pour faire revenir les voyageurs encore et encore dans votre hébergement.



Pour vous passer de Airbnb, Booking et Aritel, devenir un propriétaire libre... ou tout simplement remplir à 100% vos locations... Vous devez avoir des réservations en direct. Cela passe par la création d'une excellente expérience voyageurs.

C'est l'une des bases de notre engagement à tous, et le socle de votre réussite : l'Expérience invité.

Cette notion est fondamentale pour avoir plus de réservations, en direct et récurrentes. Elle a beaucoup évolué, en parallèle avec les exigences des voyageurs.

Alors, que vous reste-t-il à faire pour être au niveau ? Êtes-vous sûr que vous maîtrisez ce qui se cache derrière cette notion d'apparence simpliste : **l'expérience voyageurs?**

Une vision opposée entre propriétaires et voyageurs

Les propriétaires parlent de leur hébergement

Si vous parlez à des gestionnaires de locations saisonnières et que vous leur demandez ce qui fait revenir un locataire dans leur établissement, vous obtiendrez une gamme de réponses variées.

Certains gestionnaires de chambres d'hôtes vous diront qu'il s'agit de la qualité de leur propriété, certains diront que c'est le service, ou que c'est peut-être le prix. Toutes ces réponses sont parfaitement plausibles.

Si votre propriété ou votre service n'est pas à la hauteur, vos invités ne pourront jamais réserver une seconde fois. Si vous ne faites pas bien les éléments ci-dessus, cela signifie que les personnes qui sont passées par votre chambre d'hôtes... ne reviendront jamais !

Mais qu'est-ce que vous devez faire pour que vos locataires souhaitent revenir une nouvelle fois ? Quel est le secret pour que le

bouche-à-oreille (classique ou via les réseaux sociaux) fonctionne pour vous ?

Les voyageurs parlent de leur ressenti, de leur expérience

Si vous posez maintenant la même question aux voyageurs, vous découvrirez facilement pourquoi un invité a réservé dans le même établissement année après année.

Les voyageurs vous diront que tout tourne autour de leur « **Expérience** » de location courte durée.

Ce n'est pas seulement la propriété, ni même le service – c'est une combinaison de tout cela. Et cela ne signifie pas seulement dans votre propriété, cela signifie **l'expérience que les voyageurs auront tout au long de leur voyage**. Que ce soit quand ils séjournent chez vous, mais également lors de leurs visites, leurs dîners au restaurant ou même le temps qu'il a fait pendant leur séjour!



Vous pensez que vous ne pouvez rien faire contre la pluie? Détrompez-vous! Vous pouvez tout de même agir sur l'expérience voyageurs pour que vos invités passent un bon séjour chez leur hôte !

Les voyageurs souhaitent une expérience personnalisée

Cette vision globale d'un séjour pourrait vous sembler hors de votre contrôle. En plus de vous assurer que votre propriété soit propre, ce qui sonne comme une évidence, et d'être à portée de main pour aider vos invités à résoudre tout problème, tout cela pour un tarif raisonnable, que pouvez-vous faire de plus pour faire en sorte que vos invités passent un bon moment ?

Le meilleur gestionnaire de chambre d'hôtes ne peut pas empêcher la pluie de tomber sur sa région !

Et, même si vous pouviez ajouter quelque chose qui fasse la différence pour l'expérience des voyageurs, comment pouvez-vous trouver le temps de le faire pour chaque invité ?



Vous pensez que vous n'y pouvez rien si le cuisinier du restaurant où vos invités sont allés les a rendus malades ? Détrompez-vous, vous pouvez les guider dans le choix des meilleurs restaurants, et ainsi contribuer à leur expérience voyageurs !

L'enjeu c'est que **les clients recherchent une expérience personnelle et personnalisée pour chaque séjour** dans une location de vacances.

Ils ne veulent pas être enregistrés, anonymes comme dans le cas d'un hôtel, mais ils veulent bénéficier de la connaissance et de l'assistance du concierge.

Les invités veulent **des conseils, des recommandations et des astuces d'initiés**. Cela pourrait être encore possible si vous avez plusieurs propriétés dans la même zone, mais qu'en est-il si vous êtes une conciergerie qui gère plusieurs centaines de propriétés, réparties entre plusieurs villes, voire pays ? Il est impossible d'être disponible pour chaque invité et chaque propriété.

La technique traditionnelle, mais désormais ancienne et éculée, de gérer ce problème, a consisté à créer un mini-guide ou un pack de bienvenue. Je suis sûr que vous connaissez ce classeur rempli de feuilles photocopiées et le tas de quelques cartes de restaurants locaux avec les prospectus de certains musées jetés au milieu d'une corbeille en osier !



Les voyageurs apprécient de pouvoir se reposer sur un expert qui les conseillera pour passer un excellent séjour.

Une connaissance fine de votre région et une capacité d'adaptation

Mais, pour gérer l'expérience des invités et obtenir des réservations répétées, vous devez combiner cette technique usée jusqu'à la corde avec vos connaissances personnelles, jusqu'à connaître les événements et les actualités de votre région, presque à la minute, puis les adapter aux goûts et aux intérêts spécifiques de chaque client.

Alors, comment pouvez-vous vous assurer que vos invités obtiennent les bonnes informations, quand ils le souhaitent ?

La gestion de l'expérience des invités signifie que vos invités aient accès à l'information et aux services qu'ils ne sauraient pas trouver sans connaissances ou connexions locales. Cela signifie aller **au-delà de l'accueil et de l'hébergement traditionnels**. Actuellement, vos locataires peuvent se promener et aller dans les restaurants locaux, ou rejoindre la file d'attente des meilleures attractions sans aucune aide de votre part.

C'est là que nous en sommes tous actuellement. Comme tout bon gestionnaire de propriété le reconnaîtra. Mais imaginez ce qu'il en serait si vous aviez la possibilité de donner à vos invités :

- Des circuits exclusifs qui sortiraient agréablement des sentiers battus,
- ou une **chance de réserver un menu de dégustation dans le meilleur restaurant de la ville** qui est peut-être déjà complet pour plusieurs mois ?

L'avenir de la location de courte durée consiste à pouvoir faire plus que se contenter de réfléchir à la rédaction de quelques pages d'un guide.

Les locations de vacances qui auront un succès continu seront celles qui fourniront un socle à une expérience voyageurs complète et hors du commun.

Certains propriétaires ont déjà compris que l'expérience des voyageurs est fondamentale



Apprenez à maîtriser les détails qui vont faire la différence entre un souvenir de votre location courte durée et une expérience pleine et entière.

Pour illustrer ces propos, j'essaie de vous restituer les termes employés par le propriétaire d'un immense château dans la Loire, qui me semblent éclairants pour définir l'expérience des voyageurs.

Jean Louis: « J'ai constaté que, peu importe les instructions détaillées que vous donnez aux gens, certaines personnes ne manqueront pas de les lire correctement et de se perdre, et les invités perdus sont vraiment susceptibles d'être agacés. Ils pensent que je leur ai donné de mauvaises indications. Finalement, accueillir les voyageurs à la gare est ce qui les rend le plus heureux et c'est ce qu'ils retiennent de leur séjour. »

Voici également un commentaire Airbnb pour un petit appartement à Paris qui n'a pourtant pas de charme particulier en tant que tel :

« Olivier est un hôte fantastique et a créé une carte sur le mur qui indique tous les meilleurs restaurants / cafés / magasins dans ce quartier bien situé, qui est coordonnée avec un livre annoté de recommandations qu'il a créé pour les clients qui cherchent à explorer Paris à la fois sur ET hors des sentiers battus. Je donne 20/20. »

Typiquement, c'est ce type d'expérience qui fait revenir les invités année après année, et vous permet de louer plus.

Et, en plus de créer des clients récurrents, ces invités satisfaits se transforment

- en avocats de votre hébergement ;
- en véritables VRP ;
- créant un magnifique système de bouche à oreille ;
- qui vous assure de nouvelles réservations.

Et sans efforts particuliers !



Le bouche-à-oreille n'est pas mort... au contraire, avec les réseaux sociaux il est extrêmement puissant !

Synthèse sur l'expérience voyageurs : vous devez retenir 7 astuces

1. Mettez-vous à la place des voyageurs
2. Vos hôtes recherchent une Expérience, pas une chambre d'hôtel
3. Pour satisfaire vos invités, devenez un expert de votre région
4. Attirez les réservations avec un site Internet informatif...
5. ... tout en donnant une expérience inoubliable aux personnes que vous hébergez
6. ... ils deviendront les VRP de votre location courte durée,
7. et vous n'aurez aucun problème pour afficher complet toute l'année !

Check-list des astuces pour louer plus avec Airbnb

Et bingo, deux astuces qui remboursent le livre à elles seules :)	Degré d'importance pour un maximum de réservations	L'avez-vous fait? Cochez les cases si oui
Ajouter un emoji dans le titre (25 % de vues en plus!)		
Ajouter un appel à l'action dans le texte de l'annonce		
Comprendre la philosophie de Airbnb		
Comprendre que Airbnb est basé uniquement sur des connexions et de la confiance		
Êtes-vous prêt à publier sur Airbnb ?		
Avez-vous fait des expériences sur les prix, les photos et les textes?		
Créez une annonce complète		
Obtenez un profil vérifié par Airbnb		
Remplissez votre profil		
Comportez-vous comme un professionnel		

N'hésitez pas à déléguer le travail à un prestataire extérieur		
Soyez assuré dans toutes vos actions		
Ne faites pas des promesses en l'air		
Une présentation générale efficace pour une annonce qui plaît		
Les 3 clefs de votre annonce: accrocheuse, entraînante-captivante, approfondie		
Un maximum d'informations, très facilement lisibles		
Donner des informations au bon moment, et uniquement des infos utiles au voyageur		
La photo principale a l'unique objectif d'attirer le regard et les clics		
Indiquer les points positifs et négatifs pour faire correspondre l'imagination et la réalité		
Des photos pour faire rêver et inciter à réserver		
Ne prenez jamais une photo sans avoir décoré la pièce		
Prenez des multiples photos sous différents angles pour choisir ensuite les meilleures		
Connaissez-vous RAW et HDR ?		
Jouez-vous avec la lumière ? (lumière rasante et artificielle)		
Placez-vous toujours la source lumineuse derrière vous ?		
N'attendez pas d'avoir LA photo parfaite		
Utilisez l'application Snapseed (ou équivalent) pour le post traitement de vos photos		

Vos photos sont-elles lumineuses et d'aspect professionnel ?		
Choisir la photo principale en fonction de celles des concurrents, pour être différent		
Les 5 à 7 premières photos sont les plus importantes : les choisir variées et les meilleures		
Créer une visite virtuelle et une histoire avec l'ordre des photos		
25 photos maximum pour ne pas lasser les voyageurs		
Prenez en photo vos meilleurs commentaires, un plan du métro, une carte des environs		
Prenez en photo un plan du métro, ou des transports en commun		
Prenez en photo une carte des environs		
Des légendes précises et explicatives		
Légende en une seule ligne (esthétique)		
Placer le voyageur dans les photos pour qu'il puisse se projeter dans votre hébergement		
Le titre de votre annonce est essentiel		
La première partie du titre est la plus importante (la suite elle sera coupée sur les mobiles)		
Utilisez un symbole émoji pour inciter à cliquer		
Utilisez les 50 caractères du titre, Airbnb classera mieux votre annonce		
Faites une recherche des mots-clefs essentiels qui plaisent à vos locataires potentiels		

Ne pas utiliser d'adjectif générique: cozy, confortable, pratique, charmant, luxueux, rénové, studio, T2, maison, appartement, ...		
Citer les meilleurs équipements de votre hébergement		
Pas de majuscules, c'est agressif		
Ne pas mentionner les environs, c'est inutile à ce stade		
Ne pas utiliser le titre pour différencier vos différentes annonces		
Mettez en valeur les événements locaux?		
Le descriptif de votre annonce n'est pas à négliger		
Aller à l'essentiel, ne pas enrober		
Ne pas se répéter		
Être aussi clair et lisible que possible (liste avec des puces)		
Uniquement des infos nécessaires avant la réservation		
Mettez en valeur un ou deux commentaires représentatifs dans le texte		
Trucs et astuces pour plaire à l'algorithme de Airbnb		
Votre classement tient compte du nombre de commentaires positifs, avec un effet boule de neige		
Les Wish lists (destinations de rêve) sont importantes, débrouillez-vous pour y apparaître!		
Ajouter tous les équipements de sécurité: votre classement dépend du nombre d'équipements!		
Politique d'annulation flexible = meilleur classement		

Check-list des astuces pour louer plus avec Airbnb

Autoriser les très courts séjours		
Fixez un prix de base (qui ne s'applique jamais) 15 % inférieur à votre prix réel		
Pas de durée maximum de séjour		
Ouvrir à la réservation sur la plus longue période possible, plus de 12 mois à l'avance		
Baisser vos prix (tests par tranche de 7 jours)		
Ajouter des sites d'intérêt dans le guide des environs (populaires, et avec adwords)		
Optez pour un clic clac ou un convertible pour accueillir plus de voyageurs		
Mettez votre annonce à jour au moindre changement		
Cochez toutes les cases qui apparaissent dans Airbnb sans que vous soyez informé (espace favorable aux ordis portables, les gens qui nettoient l'appartement ont un salaire décent...)		
Jetez régulièrement un oeil sur la position de votre annonce sur la carte et signalez les problèmes		
Faites en sorte que des gens se connectent à votre annonce avec votre lien spécifique		
Fumeurs admis		
Cochez « adapté aux événements »		
Développez votre présence sur le forum de la communauté Airbnb		
Ajoutez une option de check in par soi-même		

Acceptez les animaux		
Parlez plusieurs langues		
Une réduction de 1% (et l'enlever en haute saison)		
Mettez en valeur vos équipements		
Assurez-vous que votre Airbnb propose les équipements basiques d'une location saisonnière		
Obtenez un maximum d'équipements « cochables »		
Devenez voyageur d'affaire « friendly »		
Dormez une nuit dans votre Airbnb pour voir ses atouts et faiblesses		
Ajustez vos prix au plus rentable		
Possibilité d'externaliser via un channel manager	au choix	
Ne jamais faire confiance aux suggestions de prix de Airbnb		
Utilisez judicieusement les frais supplémentaires		
Entrez un tarif de base diminué de 15% qui sera montré aux gens qui recherchent sans dates		
Définissez votre ratio prix / occupation par rapport à la concurrence le prix le plus élevé possible tout en restant compétitif		
Pour optimiser les commentaires		
Toujours répondre à tous les commentaires (montre engagement et dilue les mauvais)		
Essayez d'être présent au moment des check in		

Check-list des astuces pour louer plus avec Airbnb

Ne laissez pas les locataires entrer trop tôt dans votre appartement (ménage)		
Permettre l'accès à votre location saisonnière 24 heures sur 24		
Demandez toujours la permission d'entrer		
Mettez en avant aussi les points négatifs de votre hébergement dans votre annonce		
Envoyez un message pour fixer les modalités de l'arrivée 4 j avant		
Envoyez un message 6 h après le départ		
Si un problème arrive, résolvez-le immédiatement		
Informez le voyageur que vous allez laisser un commentaire positif		
Demandez un commentaire cinq étoiles		
Travaillez les 6 sous-catégories d'un commentaire Airbnb		
Précision annonce: soyez clair et transparent sur les + et -		
Communication: répondre sous 1 h ou moins, infos sur check in et out		
Propreté: une procédure précise et constante		
Localisation: soyez transparent, livret accueil et informations locales		
Arrivée: communiquer avant		
Obtenir de vrais-faux commentaires ?		
Rapport qualité / prix: baissez tarif ou donnez des équipements en plus		

Quelles actions en cas de mauvais résultats de votre annonce ?		
Si c'est soudain : ajuster le prix		
Si progression régulière : revoir complètement tous les points		
Changer le titre		
Optez pour un système plus fiable de prix dynamiques		
Revoir la description tous les 6 mois		
Changer photo de couverture		
Mettre à jour l'ordre des photos		
Éditer les photos en post traitement		
Ajouter une photo de bons commentaires en 5 ^e place		
Passez en revue tous les paramètres de l'annonce (vérifiez qu'il n'y ait pas d'options supplémentaires à cocher)		
Pensez à mettre à jour régulièrement votre calendrier		
Pensez à mettre à jour régulièrement votre annonce		
Devenez amis avec d'autres propriétaires (échange de réservations)		
Soyez prêt pour les événements locaux		
Apparaissiez dans de plus nombreux résultats de recherche		
La décoration est-elle importante pour votre annonce Airbnb ?		
Plus c'est joli, plus les tarifs sont hauts et la basse saison est meilleure		
Cela crée de meilleures photos et plus d'engagement		

Astuces: une orchidée artificielle, choisir un thème, meubles originaux, grands tableaux		
Attirez les animaux de compagnie (et leurs propriétaires)		
C'est une niche marketing, moins de compétition		
Les propriétaires d'animaux restent plus longtemps et laissent plus de commentaires positifs		
Indiquez les espaces pour animaux dans le guide des environs		
Assurez une propreté irréprochable		
Le sujet de plainte n°1, faites en sorte que ce ne soit pas votre cas		
Ne lésinez pas sur le budget propreté et externalisez		
Prestataire idéal: disponible en tout temps, fournit les consommables et gère le linge		
Astuce: appelez les hotels pour leur demander leur meilleur prestataire		
Faire une recherche active des dégâts et les notifier aux locataires inconvenants		
Les prestataires vous préviennent dès que la réserve de consommables est en-dessous de 25%		
Mettre les fournitures aux bons emplacements		
Ouvrir les volets après le ménage pour un maximum de lumière à l'arrivée du locataire		
Laver tout ce qui est sale		
Nettoyage four et micro-ondes, ainsi que du frigo		

Désinfecter plans de travail		
Automatisez vos messages pour être plus efficace		
Donnez uniquement des infos nécessaires avant la réservation		
Pas de message de plus de 100 mots. À la place, un e-book		
N'envoyez pas de messages automatiques si mauvaise expérience avec le locataire		
Donner un sentiment d'urgence pour les demandes (une autre demande pour les mêmes dates)		
Répondez immédiatement à tous les messages		
La succession type de messages :		
• Demande initiale d'information		
• Demande de réservation		
• Confirmation de réservation		
• Check in infos		
• Un jour après arrivée		
• Pré check out		
• Après le check out		
• Rappel pour obtenir un commentaire		
• Offre promotionnelle pour amis et famille		
Les meilleures stratégies pour booster une nouvelle annonce		
Prenez un maximum de séjours très courts jusqu'à avoir 3 commentaires excellents		
N'accordez pas trop d'attention aux statistiques Airbnb, elles sont peu fiables		
Baissez les prix de 20 à 30 % par rapport aux concurrents		

Offrez des services en plus pour de bons commentaires		
Comment doper votre profil ?		
Un profil complet va inspirer confiance, et sera très lu		
Avec 75 mots environ, détaillez: origines, personnalité, niveau d'études ou travail, centres d'intérêt, voyages		
Essayez de ressembler à votre locataire		
Vendez-vous: parlez de l'expérience que vous délivrez en tant qu'hôte, et les services supplémentaires que vous offrez		
Atteindre sans difficulté le statut de Superhost		
Prévoir tous les équipements standards + des surprises		
Première impression effet Whaou et un cadeau		
N'indiquez pas vos équipements dans le descriptif à moins qu'ils ne soient hors normes		
Les conditions d'annulation		
N'annulez pas des réservations confirmées		
Des conditions d'annulation souples améliorent le classement de votre annonce		
Gérer les mauvais locataires		
Les mauvais locataires existent, soyez toujours polis et cherchez à trouver des solutions		
Gardez à l'esprit qu'il y a des locataires malveillants qui cherchent à être remboursés		

Écoutez les retours sur expérience		
Contactez Airbnb, ils sont à l'écoute si vous êtes sérieux		
Et les autres plateformes ?		
Peerspace pour les pros (à surveiller, uniquement sur Paris pour l'instant)		
Ne soyez pas dépendants de Airbnb		
Obtenez des réservations en direct		
Promotion de votre annonce sur Google, Facebook et Instagram pour un meilleur référencement		
Déposer votre annonce sur un site concurrent de Airbnb pour un backlink supplémentaire		
Secrets supplémentaires pour faire des économies		
Ajouter un code de référence UBER pour gagner des courses gratuites		
Saisissez votre e-mail en bas de la rubrique «éditer le profil» pour un crédit de 20€		

Légendes	
Exceptionnel	
Très important	
Important	
Le petit plus	

Check-list des astuces pour louer plus avec Airbnb



Chapitre Bonus

Les 38 conseils pour prendre de meilleures photos pour votre Airbnb

Parce que par souci de synthèse nous n'avons pas pu tout vous dire dans la rubrique du livre consacrée aux photos, nous avons choisi de vous livrer ce chapitre, très complet et qui fourmille d'astuces. Vous avez le choix de le lire pour vous en imprégner et manager efficacement le travail du photographe professionnel que vous engagerez, ou alors pour vous améliorer vous-même dans vos prises de vues. Les photos sont essentielles pour une annonce en ligne de location courte durée entre particuliers. Pour nous c'est un atout, car en dehors de la location saisonnière et de la rencontre des voyageurs, la photo et les voyages sont deux autres de nos passions.

Pour apprendre la photo, il n'y a pas beaucoup d'alternatives, il faut se renseigner et pratiquer. Mais c'est comme pour l'investissement locatif immobilier : des astuces permettent de gagner du temps, d'éviter les erreurs les plus communes, et d'être très efficient.

C'est pourquoi, au fil des années, nous posions toujours la même question aux photographes chevronnés que nous rencontrions : « Comment puis-je prendre de meilleures photos ? »

Et ironiquement, l'une des questions les plus fréquentes que les lecteurs du blog Eldorado immobilier nous posent est : « Comment puis-je améliorer les photos de ma location de vacances ? »

Donc, nous vous livrons quelques conseils pour que vos **locataires potentiels soient hypnotisés par les photos de votre gîte**, de meublé de tourisme, de votre hôtel ou de votre chambre d'hôtes.

1. Approchez-vous pour photographier l'essentiel

Si vous sentez que vos images ne sont pas parlantes et sont trop fades, faites un pas ou deux en avant et approchez-vous de l'élément de votre location meublée que vous souhaitez mettre en valeur dans votre photo.

Remplissez le cadre avec votre sujet, et regardez le résultat : il y aura moins d'espace gaspillé. Également, plus vous êtes proche du sujet, plus vous pourrez montrer des détails.



Sur cette photo, le fait de s'approcher et de prendre en gros plan la suspension de fleurs peut surprendre pour une photo de location meublée. Mais en y réfléchissant, elle illustre immédiatement le soin que vous apportez à la décoration et à l'entretien de votre appartement à louer.



Le principe est le même avec cette photo d'un détail de la porte d'entrée d'un gîte. Elle évoque une histoire : la location de courte durée est probablement un ancien commerce dont on a conservé les éléments architecturaux qui lui donnent le charme de l'ancien.



2. Prenez des photos chaque jour : le meilleur entraînement

La meilleure façon de perfectionner vos compétences est de **pratiquer**. Beaucoup. Appuyez sur le déclencheur autant de fois que vous le pouvez – cela n'a pas vraiment d'importance.

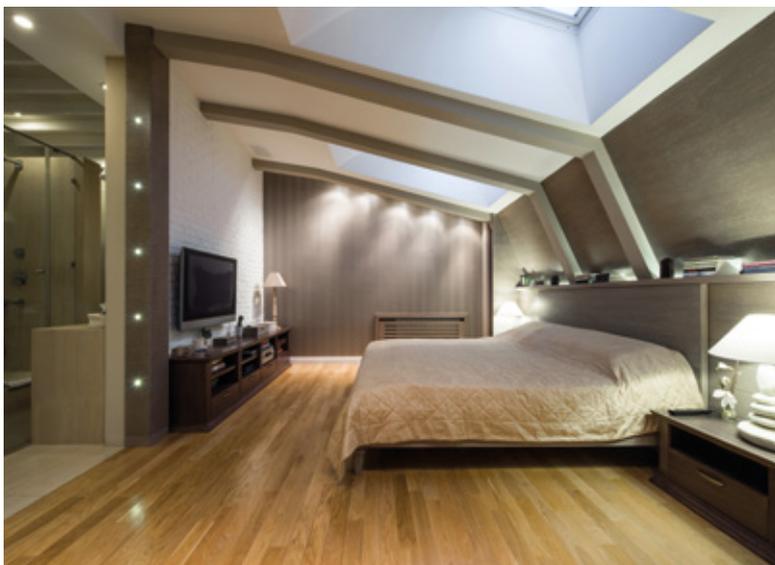
Passez des heures et des heures derrière votre appareil photo, à **photographier vos logements sous toutes les coutures**. Mais aussi à vous balader et **photographier les environs de votre gîte** pour pouvoir le présenter dans son contexte à vos voyageurs.

Comme vos compétences techniques s'améliorent avec le temps, votre capacité à les exploiter pour raconter des histoires le devrait aussi. Raconter des histoires, faire appel à l'imaginaire de vos locataires est très important.

Plus vous aurez du recul sur vos prises de vues, plus vos clichés seront authentiques. Et c'est cela que les locataires recherchent : vivre une expérience authentique, comme un autochtone. C'est ce que Airbnb met si bien en valeur dans ses slogans et ses campagnes de publicité.

3. Apprenez à capter la lumière et les ombres dans vos photos de locations

Avant de soulever votre **appareil photo**, observez soigneusement d'où vient la **lumière**, et utilisez-la à votre avantage.



Dans cette chambre, le simple fait d'avoir allumé les lampes de chevet donne un relief complètement différent à cette photo qui, sinon, aurait été fade.

Que ce soit :

- la lumière naturelle provenant du soleil,
- ou une source artificielle comme une lampe.

Posez-vous les questions suivantes avant d'appuyer sur le déclencheur de votre appareil photo :

- Comment pouvez-vous utiliser la lumière pour améliorer vos photos ?
- Comment la lumière interagit-elle avec la composition de chaque pièce de votre location saisonnière, et pas seulement du jardin (loin de là) ?
- La lumière permet-elle la mise en évidence d'une zone, ou de faire apparaître des ombres intéressantes ?

Ce sont toutes ces choses que vous pouvez utiliser pour faire d'une photo ordinaire une photo extraordinaire, et rendre votre photo hypnotique pour vos locataires.

4. Photos de vos locataires : demandez l'autorisation

Certaines photos de votre propriété avec des locataires heureux, cela peut avoir un effet énorme pour vous permettre de louer plus. Nous vous avons déjà parlé de l'effet d'une vidéo de remerciement d'un de vos locataires. Toutefois, le droit à l'image n'est pas à prendre avec réserves. Le mieux est de demander un accord écrit.



Cette photo met en mouvement la piscine d'un gîte, elle sera donc très appréciée des locataires potentiels et des voyageurs. Toutefois ayez bien en tête que la visibilité de votre photo est illimitée sur le Web, et il est donc indispensable de recueillir l'accord express des parents du jeune garçon ainsi mise en valeur.

5. Utilisez le flash pendant la journée

Vous pourriez penser que vous ne devriez utiliser le flash que la nuit ou à l'intérieur, mais ce n'est pas du tout le cas. Si c'est un jour extrêmement lumineux dehors, alors le soleil crée des ombres dures dans les pièces de votre propriété. Dans ce cas, qui se produit souvent vu que vous choisissez logiquement un jour de grand beau temps pour prendre de merveilleuses photos de votre location saisonnière, **allumez votre flash**. En forçant la lumière supplémentaire sur les meubles de vos pièces, vous serez en mesure d'effacer ces ombres très peu esthétiques et de créer une **exposition uniforme**.

6. Découvrez la magie de l'ISO pour vos photos



Le choix du bon ISO est déterminant pour que vous puissiez obtenir de belles photos dans des conditions de lumière qui ne sont pas idéales. En effet, il est quand même difficile de choisir sa séance photo pour votre meublé de tourisme pile-poil le meilleur jour de l'année pour la météo...

Apprenez à vous poser des questions avant de prendre un cliché. À chaque fois, vous devez prendre une décision à propos du **choix de l'ISO** le plus adapté à la pièce où vous prenez votre **photo**.

À quelle heure de la journée photographiez-vous ? Si vous prenez des photos en **plein air pendant le milieu de la journée, vous devrez utiliser un ISO faible, par exemple 100 ou 200.**

Si vous prenez des photos pendant la nuit sans trépied, vous devrez augmenter l'ISO à un nombre très largement supérieur pour pouvoir capter de la lumière sur le capteur de l'appareil photo. Soit dit en passant, une photo de votre maison de vacances avec le ciel étoilé au-dessus peut être du meilleur effet ! Entre les deux, si votre scène est **trop sombre, vous devrez utiliser un ISO plus élevé, par exemple 800 ou 1600.**

Voulez-vous une image nette ou une image avec plus de mouvement ?

L'utilisation d'une vitesse d'obturation élevée pour capturer un mouvement rapide peut signifier que vous devez utiliser un ISO élevé pour compenser. De même, si vous utilisez une vitesse d'obturation lente pour capturer le flou, vous aurez besoin d'un ISO faible pour compenser. N'oubliez pas, l'augmentation de votre ISO augmente la taille de grain ou de pixel dans votre photo. Donc, ne pas utiliser un ISO de 3200 ou 6400 si vous ne voulez pas une photo avec beaucoup de « bruit numérique ».

7. Ouverture du diaphragme f/4 pour vos photos



Sur cet exemple de l'extension d'une terrasse d'un chalet de montagne, la barrière en bois évoque immédiatement le chalet, et est rassurante. La neige en arrière-plan n'a pas besoin d'être nette pour affirmer sa présence, et du coup le voyageur se concentre sur la projection mentale qu'il se fait de votre propriété.

Si vous utilisez une ouverture large avec un objectif long (200-400mm), vous pouvez séparer le sujet de l'arrière-plan. L'ouverture f/4 permet cela. C'est une technique très efficace pour que le regard de vos voyageurs se porte sur un point intéressant de votre meublé de tourisme ou de son environnement. Cela s'apparente également au flou d'arrière-plan.



8. Soyez de bonne humeur durant votre séance photo

De la même manière que le sourire se « voit » au téléphone, si vous êtes de bonne humeur lorsque vous prenez des photos, cela se ressentira dans le rendu final de la composition de votre image.

9. Achetez des livres, pas des appareils sophistiqués

Avoir un appareil photo coûteux ne signifie pas que vous prendrez de bonnes photos. Je pense que vous avez en tête des images absolument étonnantes prises avec un appareil photo tout à fait basique. D'ailleurs, des photographes de génie comme Robert Doisneau prenaient des photos sublimes sans avoir notre matériel moderne.

Prenez plutôt le parti de vous inspirer du travail de photographes portés sur l'architecture ou le voyage, pour vous donner des idées de mises en scène afin de valoriser votre location à la semaine entre particuliers.

10. Lisez le manuel de votre appareil photo

La meilleure façon de savoir quoi faire avec votre appareil photo, c'est de lire le manuel. Cela peut paraître évident, mais qui lit le manuel de son appareil ?

Tant de gens ratent cette étape vraiment importante pour progresser facilement et rapidement dans les voyages photographiques. Chaque appareil photo est différent, donc en lisant le manuel vous parviendrez à exploiter son potentiel au maximum de ses possibilités, et cela pourra également être une source d'inspiration épatante pour vous.

11. Ralentissez

Prenez le temps de réfléchir à ce qui se passe dans le viseur avant de presser le déclencheur. Comment allez-vous composer la scène de l'image ? Comment allez-vous l'éclairer ? Ne confondez pas vitesse et précipitation. Seul le résultat compte !

12. Arrêtez d'admirer votre travail photographique, et poursuivez la séance

C'est une mauvaise habitude que les photographes développent depuis que l'ère du numérique a pris le pouvoir en photo.

Regardez-vous le petit écran à l'arrière de votre appareil dès que vous avez pris une photo ? En faisant cela, vous perdez votre concentration et vous êtes perturbé dans votre travail de recherche de la meilleure composition, des meilleurs réglages et de la meilleure lumière possible.

13. La technique de l'encadrement à travers une fenêtre

C'est une technique à utiliser lorsque vous voulez **attirer l'attention** sur quelque chose dans votre photo.



Avec la technique de l'encadrement, le regard de votre locataire potentiel sera porté sur l'élément de votre choix et ne pourra pas le manquer.

En encadrant une scène ou un sujet, par exemple avec une fenêtre ou une arcade, vous dirigez l'œil du spectateur vers le point focal principal.

Vous êtes ainsi certain à la fois :

- d'attirer le regard du voyageur vers un atout essentiel de votre propriété ;

- mais aussi qu'il trouvera votre photo originale ;
- et donc qu'il s'en souviendra au moment de décider quel meublé de tourisme il va finalement retenir pour ses vacances.

14. Façonnez la lumière pour mettre en valeur votre appartement

Ne prenez jamais de photos avec le soleil directement derrière vous. Il crée une lumière ennuyeuse et plate. Préférez prendre des photos avec une source de lumière sur le côté, cela rendra votre photo plus intéressante, avec un jeu d'ombres plus inhabituel et recherché.

15. Oubliez les filigranes sur vos photos de locations

Trop souvent encore, nous voyons des photos d'annonces de location gâchées par la date et l'heure qui s'affichent dans un coin ou encore le nom de la location qui s'affiche également, même en petit.

La réalité, c'est que ces filigranes n'empêcheront pas vos images de se faire voler, et ne rapporteront pas de clients supplémentaires.

Ils ne font que **distraire vos locataires potentiels** de l'image fabuleuse que vous avez créée, car une fois que vous avez greffé un filigrane partout, c'est tout ce que le spectateur recherchera dans chacune de vos photos.

16. Jouez sur les couleurs vives



Pour louer plus, utilisez des couleurs vives, vous allez attirer le regard des visiteurs de votre location courte durée.

C'est ancestral, l'œil humain est attiré par les couleurs vives. C'est une question de survie dans la nature. Mettez cette caractéristique à votre profit pour louer plus !

17. Flou ou net : la vitesse d'obturation

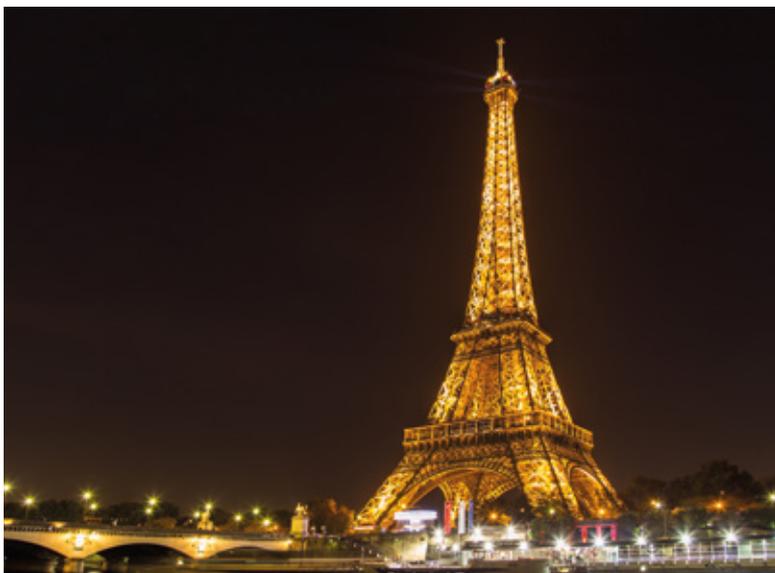
Être conscient de votre vitesse d'obturation signifie que vous connaissez la différence entre prendre une photo floue et une photo nette. Généralement, pour la plupart des photos utiles à votre location saisonnière, vous pouvez opter pour une vitesse d'obturation classique.

Mais par exemple, si vous possédez une cabane dans les arbres en pleine nature, vous aurez peut-être envie de photographier un écureuil en pleine action, perché sur votre cabane. Dans ce cas, pour capturer une action rapide, vous devrez utiliser une vitesse d'obturation rapide, supérieure à $1/500^{\text{ème}}$ de seconde, ou de $1/1000^{\text{ème}}$ à $1/2000^{\text{ème}}$.



Une vitesse d'obturation rapide vous permettra d'immortaliser la visite d'un écureuil dans votre cabane dans les arbres. Un excellent moyen de donner envie aux citadins en manque de nature, n'est-ce pas ?

À l'opposé, si vous possédez un appartement à Paris avec vue sur la Tour Eiffel, vous voudrez certainement capturer une image de la Tour, la nuit lorsqu'elle clignote. Vous devez dans ce cas changer la vitesse d'obturation de votre appareil photo, pour passer à une longue exposition. Cela pourrait être une seconde, dix secondes, ou même plus.



Une vitesse d'obturation lente vous permettra non seulement de parfaitement mettre en valeur la vue que vous avez sur la Tour Eiffel depuis votre appartement dans le centre de Paris, mais également, vous pourrez ainsi supprimer la plupart des lumières parasites du trafic.

18. Chargez vos batteries

Cela ressemble à un simple conseil idiot de débutant mais à peu près tous les photographes, même les plus professionnels, s'y sont fait prendre. À commencer par nous bien sûr, dans une location à 100 km de notre résidence principale ! Tout va bien !

L'astuce consiste à mettre la batterie sur son chargeur dès que vous arrivez à la maison et que vous sortez de votre séance photo. Cela doit devenir un réflexe. Par contre, il faut alors vous souvenir de remettre la batterie chargée dans l'appareil photo, sinon c'est encore plus frustrant !

19. Ne vous amusez pas trop avec la longueur focale et donc le zoom

Restez simple. Ne jouez pas trop avec les zooms. Choisissez un objectif qui vous convient, et tenez-vous-y. Dans votre location meublée, rien n'est à une distance telle que vous ayez besoin d'avoir beaucoup d'objectifs différents. Calez-vous sur une focale type, comme 28mm ou 35mm, et passez plus de temps sur la créativité de photos que sur l'usage du zoom.

20. Faites partie d'une communauté de propriétaires photographes

C'est en partie l'objectif du club VIP de Eldorado Immo. Cela vous permettra d'échanger avec d'autres propriétaires qui se bougent, pour progresser à vitesse grand V et ne pas tâtonner pendant des années pour trouver les meilleures astuces et des exemples très efficaces.

Vous pouvez ainsi apprendre de nouvelles choses pour vous aider à améliorer votre technique, et vous pourriez même vous faire de nouveaux amis propriétaires de gîtes.

21. Créez-vous une représentation mentale de votre photo avant de la prendre

C'est ce que font la plupart des grands athlètes. Ils visualisent mentalement la compétition avant qu'elle ne se déroule, avant d'anticiper tous les accrocs qui peuvent se passer, et comment aborder la piste au mieux.



Faites pareil avant votre séance photo.

Représentez-vous une image idéale de votre maison de vacances, et décidez quels angles de vue sont les plus appropriés pour mettre en valeur les caractéristiques de votre bien immobilier qui font la différence avec les autres annonces.

22. Rendez service à vos voisins

En plus de la notion très importante de bon voisinage. Tant de propriétaires d'Airbnb sont ennuyés car leurs voisins ne supportent pas le moindre bruit des locataires de courte durée. Vous pouvez également tirer parti photographique de votre amabilité. En effet, peut-être que vos voisins ont une vue superbe sur votre balcon, sur votre jardin ! Ce serait dommage de ne pas en profiter pour mettre votre propriété en valeur.

23. Ayez toujours un appareil photo sur vous

Une lumière extraordinaire, un meuble déplacé qui vous inspire, une scène de convivialité avec des voyageurs particulièrement sympathiques ? Dommage de ne pas pouvoir les prendre en photo... si vous n'avez pas d'appareil photo sous la main !

24. Connaissez-vous l'heure d'or ?

Les photographes savent pertinemment que certains moments de la journée sont beaucoup plus propices aux belles photos. Ainsi, le lever et le coucher du soleil sont des moments « en or », où

la lumière est rasante et rend beaux tous les paysages et tous les recoins de votre maison. Profitez-en !

25. Un élément principal par image, soyez simple

N'essayez pas « d'emballer » trop d'éléments dans votre image. La seule chose que vous parviendrez à faire, c'est de donner une **impression désordonnée** de votre propriété. Si vous photographiez juste une partie de pièce, voire un simple détail, les visiteurs regarderont ce que vous jugez utile pour leur donner envie de réserver, et ils ne se disperseront pas !

26. Ne vous laissez pas embourber par l'équipement

Nous avons tous vu ces photographes, dehors et environs, qui ont généralement trois ou quatre appareils photos différents attachés autour de leur cou, avec un sac pour les objectifs et tout un tas de gadgets dont on ne sait même pas à quoi ils servent. En réalité, il n'y a probablement pas besoin de tout ce matériel. Restez libre de vos mouvements pour capturer des angles de vue intéressants.

27. Variez les perspectives

C'est contre-intuitif, mais les perspectives sont plus attrayantes quand vous êtes :

- accroupi ;
- couché ;
- en position élevée (sur un escabeau par exemple).

Faites des essais, et regardez comment changer votre perspective peut changer le langage visuel et la dynamique implicite de puissance de votre image.

28. Soyez conscient de l'environnement

Souvent, le sujet principal de votre photo va être « pollué » par un élément juste à côté :

- un tableau ;
- un grain de poussière ;
- un reflet ;
- un rayon de soleil rasant...

N'hésitez pas à vous déplacer ou à déplacer ce qui vous gêne pour obtenir une composition parfaite, et éliminer cette chose qui enlaidit votre photo. L'ombre peut être votre meilleure amie pour cela. Elle peut masquer beaucoup de choses, y compris un trop grand ensoleillement. Il vous suffit de vous placer à l'ombre, et cela change tout dans la photo finale.

29. L'immuable règle des tiers

C'est l'un des conseils les plus courants que vous trouverez quand il s'agit d'améliorer vos photos. Vous coupez votre cadre en tiers en utilisant des lignes horizontales et verticales. Vous placez ensuite votre point d'intérêt sur les sections transversales de la grille.

30. Maîtrisez l'exposition

Encore un terme de photographie barbare qui fait peur. Mais en fait, il vous faut avoir une règle simple en tête pour maîtriser l'exposition :

- Si le soleil est derrière vous et éclaire votre pièce ou votre jardin, vous pouvez régler la compensation d'exposition sur « **sous-exposer** ».
- Lorsque le soleil est derrière la fenêtre que vous voulez photographier de face, ou derrière la portion de jardin que vous vous apprêtez à immortaliser : vous devez « **sur exposer** ».

31. Dosez bien le temps passé en post traitement

Si cela vous prend plus de dix minutes pour modifier votre photo, pensez peut-être à revenir dans votre propriété pour en faire une nouvelle. En effet, les logiciels comme Gimp ou Photoshop sont vraiment géniaux pour améliorer une photo, et nous ne nous en privons pas. Mais lorsqu'il y a trop de travail, le rendu est souvent artificiel, et c'est dommage. Parfois pire que la photo initiale...

Réservez donc le post traitement pour les trois cas suivants :

- éliminer quelques imperfections minimales ;
- ajuster la luminosité et le contraste ;
- utiliser le format HDR pour voir parfaitement à travers une baie vitrée ou une fenêtre.

32. Les variations

La variation est la clé. Vous devez faire vos photos comme si vous racontiez une histoire. Vous devez chercher :

- des plans ou des scénarios ;
- des interactions ;
- des actions ;
- des détails ;
- des plans moyens ...

À force d'imaginer des positions, mises en scène variées, vous allez trouver le moyen de réaliser des photos vraiment marquantes et accrocheuses.

33. Fusionnez avec votre appareil photo

Faites en sorte que l'appareil photo soit le prolongement de votre main et de vos yeux et que la force soit avec vous.

34. Tenez votre appareil photo correctement

Vous pourriez ne pas le savoir, mais il y a une bonne façon et une mauvaise façon de tenir un appareil photo réflex. La bonne façon est de **soutenir l'objectif, en mettant votre main en dessous**. Ceci est généralement fait avec la main gauche, votre main droite saisissant le boîtier de l'appareil photo. Cela aide à empêcher le bougé de l'appareil photo.

Si vous prenez votre appareil photo avec vos mains de chaque côté du boîtier de l'appareil photo, rien ne supporte l'objectif, et vous pourriez vous retrouver avec des photos floues. Pour obtenir une position encore plus stable, pliez vos coudes sur le côté de votre corps.

35. Limitez votre palette de couleurs

Ce n'est pas en contradiction avec ce que nous avons vu plus haut. Tout est une question de dosage. Lorsque les photos ont

trop de couleurs, elles sont souvent difficiles à regarder. Sauf si c'est la photo d'un arc-en-ciel ou du carnaval. Essayez de vous concentrer pour n'avoir qu'une ou deux couleurs principales figurant dans votre photo. La composition sera plus agréable à l'œil et aidera à définir le ton de l'image.

36. L'inspiration sous toutes ses formes, éventuellement copiez les meilleurs

Regardez sur tous les supports, toutes les photos de **locations de vacances que vous trouverez**. Sur les grands sites comme Airbnb, à la télévision, dans des revues.

Mais ne regardez pas passivement. Analysez les différents styles. Travaillez ce que vous aimez ou n'aimez pas à leur sujet. Regardez les éléments techniques des images, et pensez à la façon dont elles ont été créées, ce que le photographe a essayé de dire, de montrer.

37. Soyez patient et persévérez

Ne vous limitez pas à une seule séance photo. Renouvelez régulièrement l'expérience. Vous aurez un recul sur :

- ce que veulent vos locataires ;
- une luminosité différente ;
- la technique ;
- d'autres idées que vous aurez vues ailleurs, etc.

Avec le temps, la patience et la persévérance, vous obtiendrez toujours mieux !

38. Brisez les règles

Maintenant que vous connaissez pas mal de règles qui permettent aux meilleurs propriétaires de location saisonnière de se distinguer via leurs photos et qui louent plus que vous par ce biais, tout un monde doit s'ouvrir à vous !

Vous pouvez désormais briser ces règles pour faire votre propre expérience, en y prenant du plaisir.

Conclusion et BONUS GRATUITS juste pour vous

Cela a été un plaisir de partager avec vous nos connaissances acquises avec plusieurs années de tests et d'expériences sur Airbnb. J'espère que la lecture vous a plu, réfléchissez sur chacun des points, même ceux qui vous ont paru évidents...

Si les techniques du livre vous semblent utiles, n'hésitez pas à mettre dès maintenant un commentaire complet et cinq étoiles *** sur Amazon (Amazon ne comprend et ne met en valeur que cette note !).**

Vous verrez, si vous mettez en œuvre tous les conseils du livre, vous verrez vos résultats progresser spectaculairement sur Airbnb.

N'oubliez toutefois pas que vous êtes au début du chemin, ne pensez pas que vous allez être le roi du pétrole juste avec votre maîtrise de Airbnb !

La location saisonnière évolue vite, très vite, il faut vous adapter et vous diversifier.

Pour rester au goût du jour, rejoignez la communauté des propriétaires qui se bougent sur votre blog Eldorado Immobilier et recevez **GRATUITEMENT** les guides :

- **Les 12 qualités des propriétaires qui louent à plus de 100% toute l'année**
- **Le guide complet pour investir dans la location saisonnière**

Il vous suffit pour cela de vous rendre sur le blog Eldorado Immobilier.

Je vous dis à très bientôt et au plaisir d'échanger avec vous !

Vous êtes libre de nous contacter en laissant un commentaire sur le site ou via eldorado_immobilier@yahoo.fr.
Nous nous ferons une joie de vous répondre rapidement et du mieux possible pour vous aider.

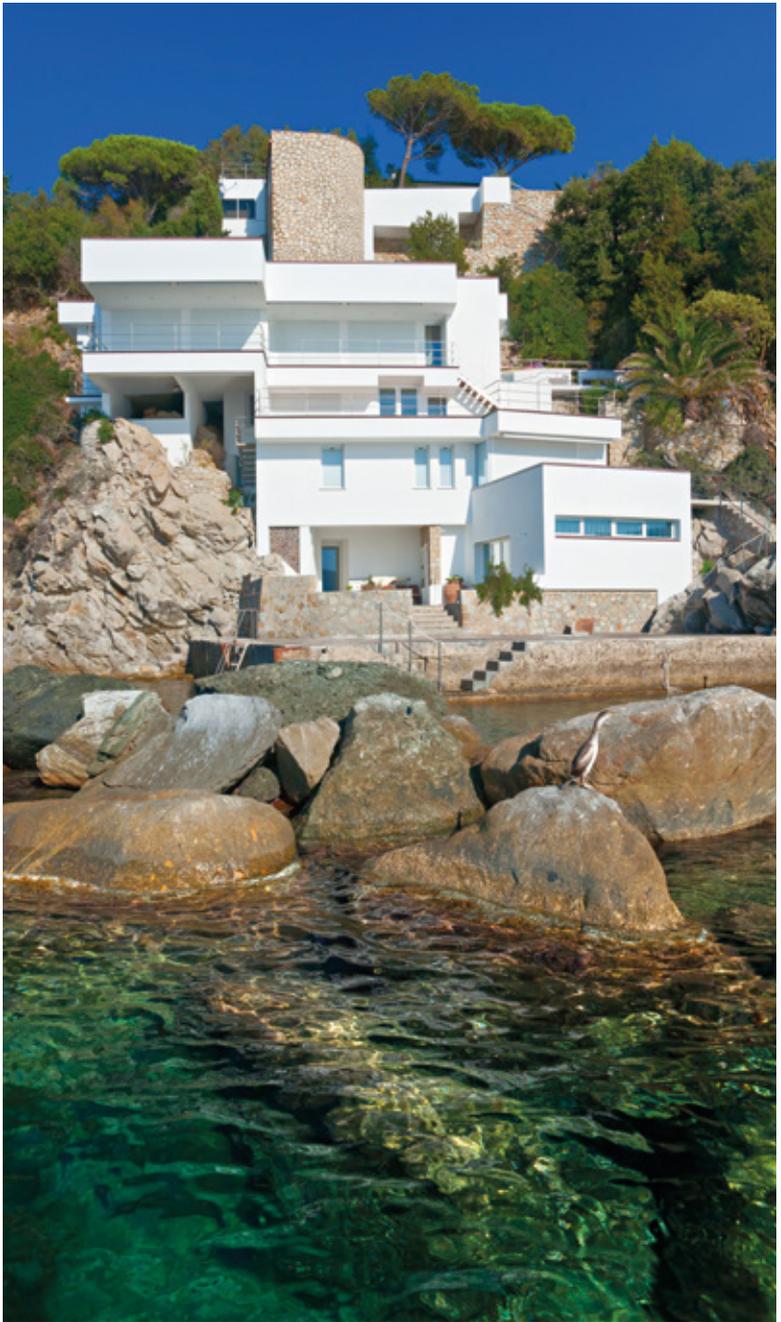


Table des matières

Introduction générale.....	11
Qui suis-je ?.....	11
Pourquoi un livre sur Airbnb ?.....	12
Pourquoi pas un livre général sur la location courte durée ?.....	13
Comment est organisé ce livre pour vous permettre de louer plus sur Airbnb?.....	15
1. Comprendre puis maîtriser la philosophie de Airbnb.....	19
L'hospitalité n'est pas fondamentalement le cœur du commerce de Airbnb.....	20
Airbnb met en avant ses Expériences et cherche à faire de l'up-selling.....	21
Airbnb recherche des propriétaires professionnels.....	22
2. Deux astuces qui valent le livre à elles seules.....	27
Astuce géniale N°1 : Ajoutez un emoji dans le titre de votre annonce.....	28
Astuce géniale N°2 : Ajoutez un appel à l'action dans le texte de votre annonce.....	29

3. Une annonce efficace pour plaire immédiatement à vos clients potentiels	31
Les 3 axes clés d'une annonce réussie	31
Aérez le texte, pensez à la lisibilité de votre annonce	32
Distillez vos informations progressivement, au bon moment ..	33
Une seule photo pour attirer le regard et les clics des locataires	34
Indiquez les points positifs et négatifs de votre annonce pour faire correspondre l'imaginaire à la réalité.....	37
4. Des photos pour faire rêver et inciter à réserver votre bien sur Airbnb.....	39
Ne prenez jamais une photo sans avoir décoré la pièce que vous shootez	40
Prenez de multiples photos sous des angles différents pour ensuite choisir les meilleures	41
Connaissez-vous les formats RAW et HDR ?.....	42
La gestion de la lumière est fondamentale pour de belles photos.....	43
Une application magique pour traiter vos photos.....	44
Le choix des photos est très important	44
L'ordre des photos est également fondamental	46
Faut-il avoir des photos parfaites ?.....	47
Faut-il mettre un maximum de photos dans une annonce ?.....	48
Des astuces pour séduire les locataires grâce à vos photos.....	49
Légendez les photos	49
Placez le voyageur dans les photos pour qu'il puisse se projeter dans votre hébergement	50
5. Un titre d'annonce accrocheur et efficace.....	53
Prêtez une attention particulière à la première partie de votre titre	53
Utiliser un symbole émoticône pour attirer le regard.....	54
Utiliser les 50 caractères à votre disposition pour écrire le titre	55

Utilisez les mots-clés qui plaisent à vos locataires.....	57
N'utilisez pas d'adjectifs génériques.....	59
Citez les meilleurs équipements de votre hébergement.....	61
Ne mettez pas de MAJUSCULES dans votre titre : c'est agressif !.....	62
Ne mentionnez pas les environs dans votre titre	62
N'utilisez pas le titre pour différencier vos différentes annonces.....	63
Faut-il mettre en valeur les événements locaux ?	64
6. Comment avoir un descriptif d'annonce bon et pertinent	67
Allez à l'essentiel, n'enrobez pas	68
Ne vous répétez pas à longueur de temps.....	68
Avant la réservation, ne communiquez que les infos indispensables.....	69
Mettez en valeur un ou deux commentaires représentatifs de votre logement.....	70
7. Ajustez vos tarifs au plus rentable	71
La possibilité d'externaliser via un channel manager	71
Ne faites jamais confiance aux suggestions de Airbnb au niveau des prix	72
Utilisez judicieusement les frais supplémentaires.....	72
Entrez un tarif de base diminué de 15 %.....	73
8. Comment optimiser les commentaires de votre annonce.....	75
Vous devez répondre à tous les commentaires	75
Essayez d'être toujours présent pendant des check-in.....	76
Ne laissez jamais les locataires entrer trop tôt dans votre logement.....	77
Permettez l'accès à votre location saisonnière 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.....	78

Demandez toujours la permission d'entrer.....	79
Mettez en avant les points négatifs de votre logement.....	80
Envoyez un message pour fixer les modalités de l'arrivée quatre jours avant la réservation.....	81
Envoyez un message six heures après le départ des locataires.....	82
Si un problème se présente, résolvez-le immédiatement.....	82
Demandez un commentaire cinq étoiles.....	83
Travaillez les six catégories qui décomposent un commentaire Airbnb.....	84

9. Les trucs et astuces pour plaire à l'algorithme de Airbnb.....

Quels sont les critères pris en compte, et avec quelle pondération?.....	91
Les critères de classement incontournables.....	92
Les critères de classement très importants.....	95
Les critères de classement importants.....	98
Les critères de classement à considérer.....	103
Les critères de classement à faible impact.....	108
Vérifiez régulièrement la position de votre annonce.....	115

Check-list des critères à remplir pour que votre annonce plaise à l'algorithme de Airbnb.....

10. La décoration est-elle importante pour votre annonce Airbnb?.....

Les astuces pour améliorer vos décorations sans dépenser beaucoup d'argent.....	120
--	-----

11. Assurer une propreté irréprochable.....	123
Comment assurer une propreté irréprochable pour votre location en courte durée ?	123
Ne lésinez pas sur le budget propreté et externalisez.....	124
Mais quel est le prestataire idéal pour nettoyer votre location saisonnière ?	124
Mettez en place une check-list idéale et reproductible pour chaque nettoyage	126
 12. Les conditions d’annulation d’une réservation	129
 13. Comment automatiser vos messages pour être beaucoup plus efficace ?.....	133
Choisissez soigneusement les informations que vous envoyez.....	134
N’envoyez pas de message automatique si vous avez une mauvaise expérience avec un locataire	134
Donnez un sentiment d’urgence pour concrétiser facilement les demandes de réservations.....	135
Répondez immédiatement à tous les messages.....	135
Quand je dis répondre à tous les messages, c’est vraiment tous les messages.....	136
La succession type de messages préprogrammés que vous pouvez envoyer en automatique à vos locataires.....	137
 14. Comment doper la qualité de votre profil sur Airbnb ?	141

15. La meilleure stratégie pour lancer votre nouvelle annonce.....	145
Commencez par accepter un maximum de séjours très courts	145
N'accordez pas trop d'attention aux statistiques Airbnb.....	146
Baissez vos prix de référence de 20 à 30 % par rapport à ceux des concurrents	149
Offrez des services supplémentaires pour assurer de bons commentaires.....	150
16. Comment atteindre facilement le statut de <i>Superhost</i>.....	153
Prévoyez tous les équipements standards et quelques surprises	154
17. Quelles actions mener en cas de mauvais résultats de votre annonce sur Airbnb ?.....	157
Si votre déclassement est soudain : ajustez le prix	157
Si votre baisse de résultat est régulière, revoyez complètement tous les points.....	158
Changez le titre de l'annonce.....	158
Optez pour un système automatisé et fiable de prix dynamique.....	159
Revoyez votre description tous les six mois.....	159
Changez votre photo de couverture	159
Mettez à jour l'ordre des photos	160
Éditez vos photos en post traitement.....	160
Ajoutez une photo de bons commentaires en cinquième position.....	160
Devenez ami avec d'autres propriétaires.....	161
18. Comment gérer les mauvais locataires ?.....	163
Dans ce type de situation, vous devez toujours rester poli et chercher à trouver des solutions.....	164

Écoutez les retours sur expériences.....	166
19. Contacter Airbnb France.....	169
Contacter Airbnb par téléphone	170
Contacter Airbnb par e-mail	171
Contacter Airbnb par l'interface de résolution des problèmes.....	171
Contacter Airbnb par courrier postal.....	172
Contacter Airbnb France par Twitter.....	173
Contacter Airbnb par Facebook	174
Contacter Airbnb par téléphone à l'étranger	175
Comment contacter directement Airbnb en cas d'urgence ? La synthèse.....	175
20. Et les autres plateformes ?	177
Ne soyez pas dépendant de Airbnb.....	177
Obtenez des réservations en direct.....	179
21. Votre arme fatale pour cartonner sur le long terme avec votre location courte durée : l'expérience voyageurs.....	183
Une vision opposée entre propriétaires et voyageurs.....	184
Les voyageurs souhaitent une expérience personnalisée	186
Une connaissance fine de votre région et une capacité d'adaptation.....	188
Certains propriétaires ont déjà compris que l'expérience des voyageurs est fondamentale.....	189
Synthèse sur l'expérience voyageurs : vous devez retenir 7 astuces.....	191
Check-list des astuces pour louer plus avec Airbnb	193

Chapitre bonus: Les 38 conseils pour prendre de meilleures photos pour votre Airbnb	207
1. Approchez-vous pour photographier l'essentiel.....	208
2. Prenez des photos chaque jour : le meilleur entraînement...	211
3. Apprenez à capter la lumière et les ombres dans vos photos de locations.....	211
4. Photos de vos locataires : demandez l'autorisation.....	213
5. Utilisez le flash pendant la journée.....	214
6. Découvrez la magie de l'ISO pour vos photos.....	214
7. Ouverture du diaphragme f/4 pour vos photos.....	216
8. Soyez de bonne humeur durant votre séance photo.....	218
9. Achetez des livres, pas des appareils sophistiqués.....	218
10. Lisez le manuel de votre appareil photo.....	218
11. Ralentissez.....	219
12. Arrêtez d'admirer votre travail photographique, et poursuivez la séance.....	219
13. La technique de l'encadrement à travers une fenêtre.....	220
14. Façonnez la lumière pour mettre en valeur votre appartement.....	221
15. Oubliez les filigranes sur vos photos de locations.....	221
16. Jouez sur les couleurs vives.....	222
17. Flou ou net : la vitesse d'obturation.....	222
18. Chargez vos batteries.....	224
19. Ne vous amusez pas trop avec la longueur focale et donc le zoom.....	225
20. Faites partie d'une communauté de propriétaires photographes.....	225
21. Créez-vous une représentation mentale de votre photo avant de la prendre.....	225
22. Rendez service à vos voisins.....	227
23. Ayez toujours un appareil photo sur vous.....	227
24. Connaissez-vous l'heure d'or ?.....	227
25. Un élément principal par image, soyez simple.....	228
26. Ne vous laissez pas embourber par l'équipement.....	228
27. Variez les perspectives.....	228
28. Soyez conscient de l'environnement.....	229

29. L'immuable règle des tiers.....	229
30. Maîtrisez l'exposition	229
31. Dosez bien le temps passé en post traitement.....	230
32. Les variations.....	230
33. Fusionnez avec votre appareil photo.....	231
34. Tenez votre appareil photo correctement	231
35. Limitez votre palette de couleurs	231
36. L'inspiration sous toutes ses formes, éventuellement copiez les meilleurs.....	232
37. Soyez patient et persévérez.....	232
38. Brisez les règles.....	233
 Conclusion et BONUS GRATUITS juste pour vous	 235

Mes notes

A series of horizontal dotted lines for writing notes, spanning the width of the page.

Crédits photos

© MaleWitch – © AlesiaKan – © Mr.Whiskey – © MicroOne – © Andrey_Popov
© Artazum – © Matt Gibson – © Jacob Lund – © AVN Photo Lab – © ConstantinosZ
© bezikus – © Hadrian – © amasterphotographer – © Africa Studio
© 3d imagination – © dourleak – © kasahasa – © SKORIKOVA TATIANA
© Phonlamai Photo – © Georgejmclittle – © inna f. photography – © Breadmaker
© Daniel Krason – © Photographee.eu – © sitthiphong – © vulcano
© alphaspirt – © LanKogal – © Dragon Images – © Banana Oil – © Minerva Studio
© PinkyWinky – © Natee Meepian – © SGM – © Archiwiz
© Supphachai Salaeman – © ArchiVIZ – © Olena Chukhil – © Zapp2Photo
© Mostovyi Sergii Igorevich – © 13_Phunkod – © Alexander Chaikin
© Carlo Vivi – © curioussnapshots – © alexandre zveiger – © foamfoto
© Neirfy – © Kuvamajuri – © madorf – © Adisa – © irishka5 – © Marcin Krzyzak
© Luciano Mortula - LGM – © wavebreakmedia / Shutterstock.com

© Reisefreiheit_eu – © Akshay93 – © harshahars – © stevepb – © quinntheislander
© johnhain – © gewalt – © MMillustrates – © Ben_Kerckx – © StockSnap
© jackmac34 – © calimiel – © TayebMEZAHDIA – © Tumisu – © Free-Photos
© TeroVesalainen / Pixabay.com

Pierre Tellep

AIRBNB MASTER

Les 200 secrets des nouveaux
millionnaires de la location courte durée

Airbnb est la plateforme incontournable de la location courte durée. Elle permet à des dizaines de milliers de propriétaires de se constituer un revenu complémentaire. Vous découvrirez dans cet ouvrage les 200 techniques pour échapper à la concurrence et positionner votre annonce en numéro 1 sur Airbnb. L'objectif : maîtriser les secrets de Airbnb pour maximiser la rentabilité de vos locations.



Pierre Tellep est le spécialiste français de la stratégie et du marketing de la location courte durée. À travers la location meublée et saisonnière, il a découvert un eldorado immobilier qui lui a permis de se constituer en quelques années et sans apport, un patrimoine hors du commun, tout en y consacrant un temps

très limité. Ses biens immobiliers rapportent tous des rendements NETS compris entre 10% et 25%. Pierre a également créé la communauté des « propriétaires qui se bougent », qui compte à ce jour plus de 10 000 propriétaires actifs sur le site eldorado-immobilier.com.

Prix: 47 €

ISBN: 978-3-907156-08-7

