



Certificat énergétique cantonal
des bâtiments

Astuces pour communiquer efficacement
avec ses clients dans le domaine de la
rénovation

Marion Bissig



Accueil et introduction



Objectifs de cette demi-journée

- Communiquer efficacement avec un ou plusieurs client·e·s en utilisant des arguments facilement compréhensibles et adaptés dans le cadre d'un conseil à la rénovation.
- Choisir les meilleures approches en matière de communication et de vente pour réussir dans cette démarche.
- Préserver l'éthique et refuser les CECB de complaisance.

Objectif principal : **renforcer les compétences en communication verbale**

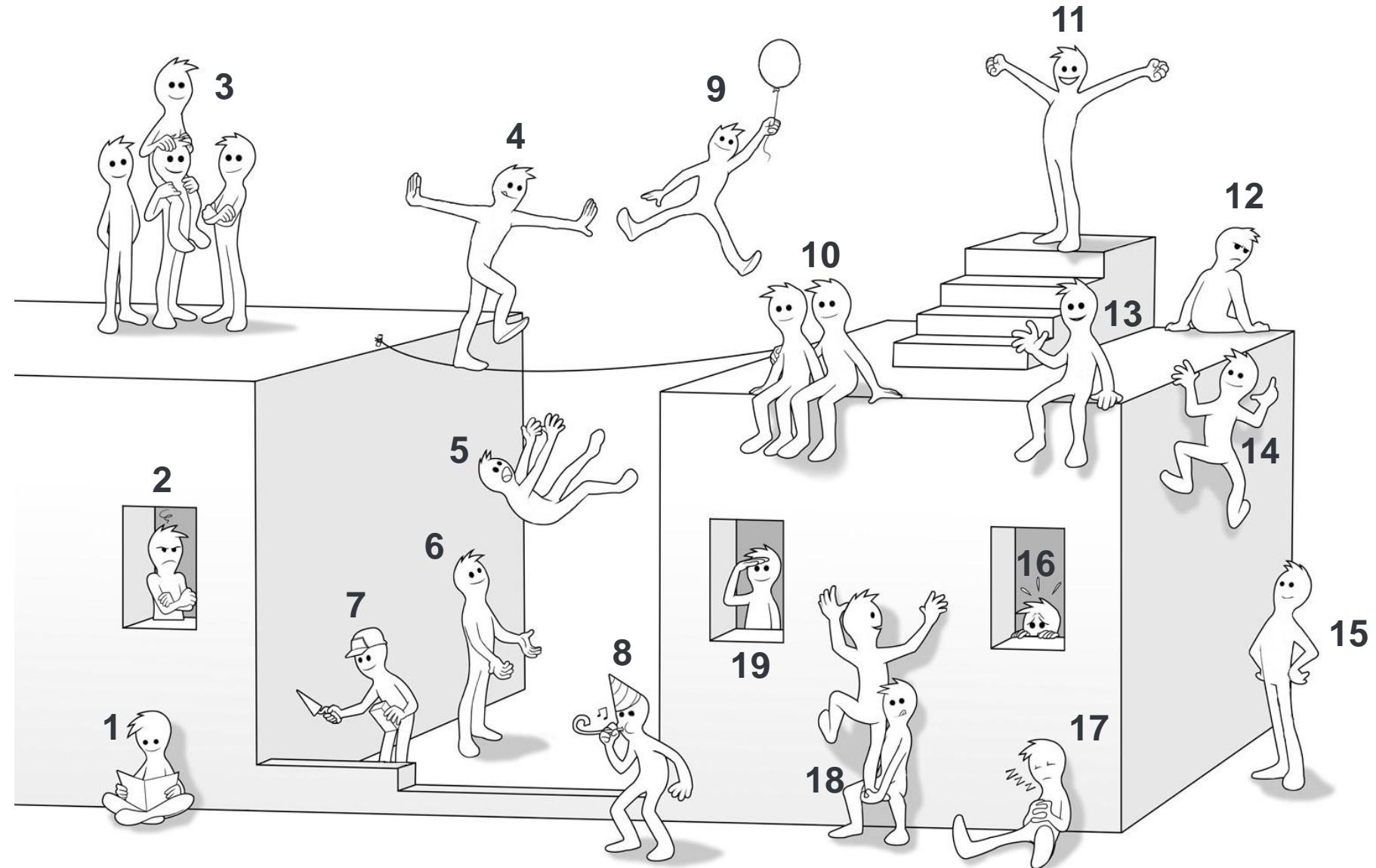
- a) Vulgariser le vocabulaire technique.
- b) Rédiger un pitch pour présenter le CECB au·à la client·e.
- c) Argumenter pour obtenir l'adhésion.
- d) Traiter les objections courantes.

- Respect
- Bienveillance
- Confidentialité
- Ouverture d'esprit
- Écoute active
- Partage d'expérience
- Instant présent





Le mur des humeurs





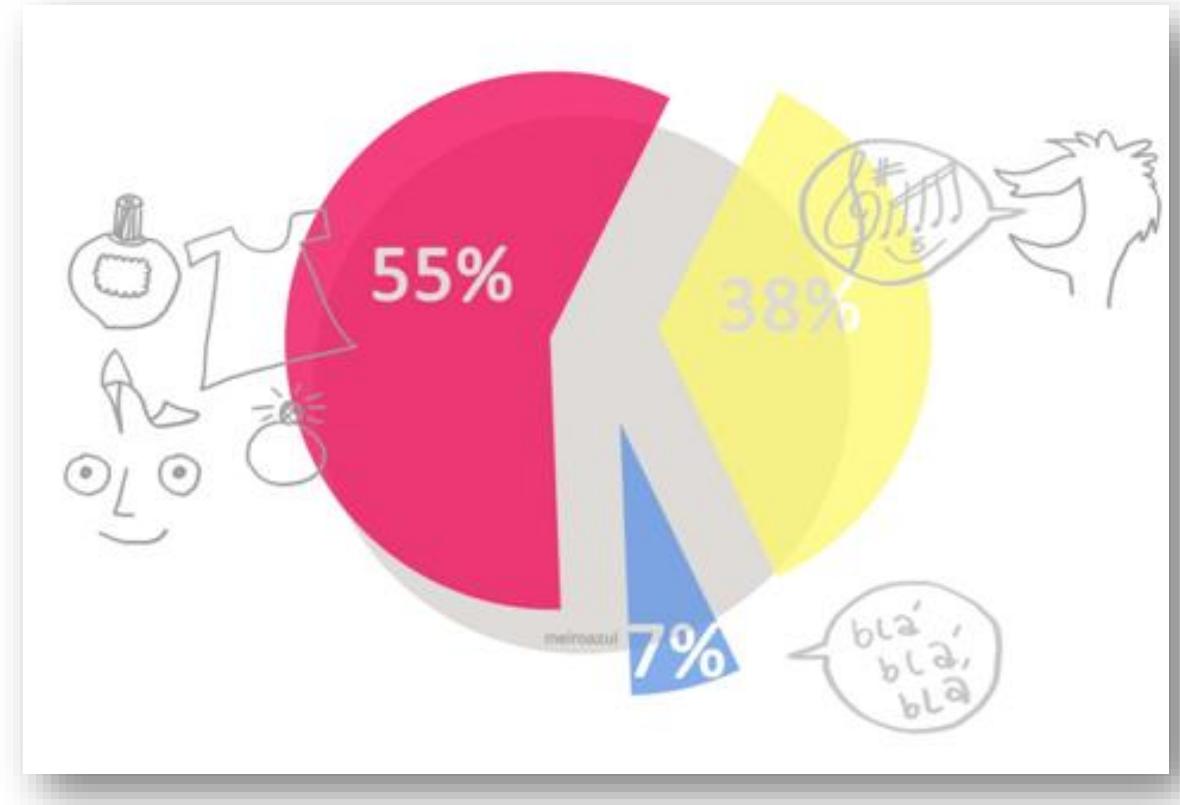
La communication

55 minutes



Les éléments de la communication

Visuel (regard, attitude, posture, gestuelle, mimiques, etc.)



Verbal
(mots)

Vocal
(voix, intonation, rythme...)



Le verbal : l'importance des mots

« J'ai fait un turn dans le sluff avant de dropper la cliffe. »

« Nous devons optimiser notre stratégie de contenu pour améliorer notre ROI et générer plus de leads qualifiés. »

« Si tu diminues le facteur de forme, tu fais aussi diminuer ton Q_h . »

- Conscientiser l'importance du choix des mots.
- Se mettre à la place de l'interlocuteur-trice.
- Adapter son discours, son vocabulaire en fonction de son interlocuteur-trice.



Elevator Pitch



Elevator pitch / argumentaire éclair – Plan

- 1. Impliquez votre interlocuteur-trice** en évoquant sa problématique → créez un lien

- 2. Présentez-vous** et présentez votre entreprise en faisant un lien avec la problématique :
 - Montrez que vous êtes la solution/l'expert·e dont il·elle a besoin.

- 3. Expliquez la plus-value** de votre solution :
 - Mettez en avant ce qui vous distingue (savoir-faire, tarifs, etc.).

- 4. Concluez avec une question ou une proposition** pour ouvrir la discussion/convenir d'un rendez-vous :
 - Pensez à toujours avoir des cartes de visite.





Elevator pitch / argumentaire éclair – Préparation

- Respectez le plan pour éviter d'être hors sujet.
- Parlez lentement et clairement.
- Enregistrez votre elevator pitch.
- Entraînez-vous jusqu'à ce que vous connaissiez votre pitch sur le bout des doigts.





Elevator pitch – Exemples pour attirer l'attention

- Parlez de statistiques : le taux de rénovation énergétique annuel est inférieur à 1 % en Suisse.
- Posez les bonnes questions : « Entendez-vous le vent siffler à travers des fenêtres ? Avez-vous des portes qui claquent ? De l'air froid sous les fenêtres ? ».
- Racontez une histoire – Storytelling.
- Misez sur les émotions : les enfants, les animaux, l'argent, ... « Les panneaux solaires ont divisé par deux ma facture d'électricité (700 à 350 pour deux mois) ».
- Personnalisez votre pitch avec vos expériences et vos connaissances.



Elevator pitch : exemple

1. Si je résume, vous souhaitez former un ou plusieurs de vos employé·e·s aux différents labels de construction suisses.
2. Je suis responsable de formation continue pour 3 labels reconnus par la Confédération et les cantons.
3. Nous organisons, à travers la Suisse romande, différentes formations continues traitant, entre autres, du confort thermique estival, de la rénovation énergétique, de la conception de quartiers écoresponsables, etc.
Nous proposons également des cours personnalisés pour les entreprises et nous nous déplaçons dans vos locaux si vous le souhaitez.
4. Par quels thèmes êtes-vous intéressé-e ?
Je suis à disposition pour vous présenter notre offre de cours détaillée ou pour vous transmettre une offre personnalisée. Voici mes coordonnées.



Elevator pitch : à vous de jouer !

Vous êtes à un mariage, votre voisin·e de table vous demande ce que vous faites dans la vie.

Vous répondez « des expertises CECB » et il vous demande « C'est quoi le CECB ? Tu entends quoi par expertise ? ».

- Vous avez 1 minute pour leur expliquer.
- Vulgarisez votre vocabulaire.
- Donnez-leur envie d'en savoir plus.
- Exercice en binôme, rédaction et échange → 10' .
- Partage en plénum → 2' max par groupe (volontaire)

Gardez en tête qu'il/elle ne sait pas ce qu'est le CECB et une expertise.

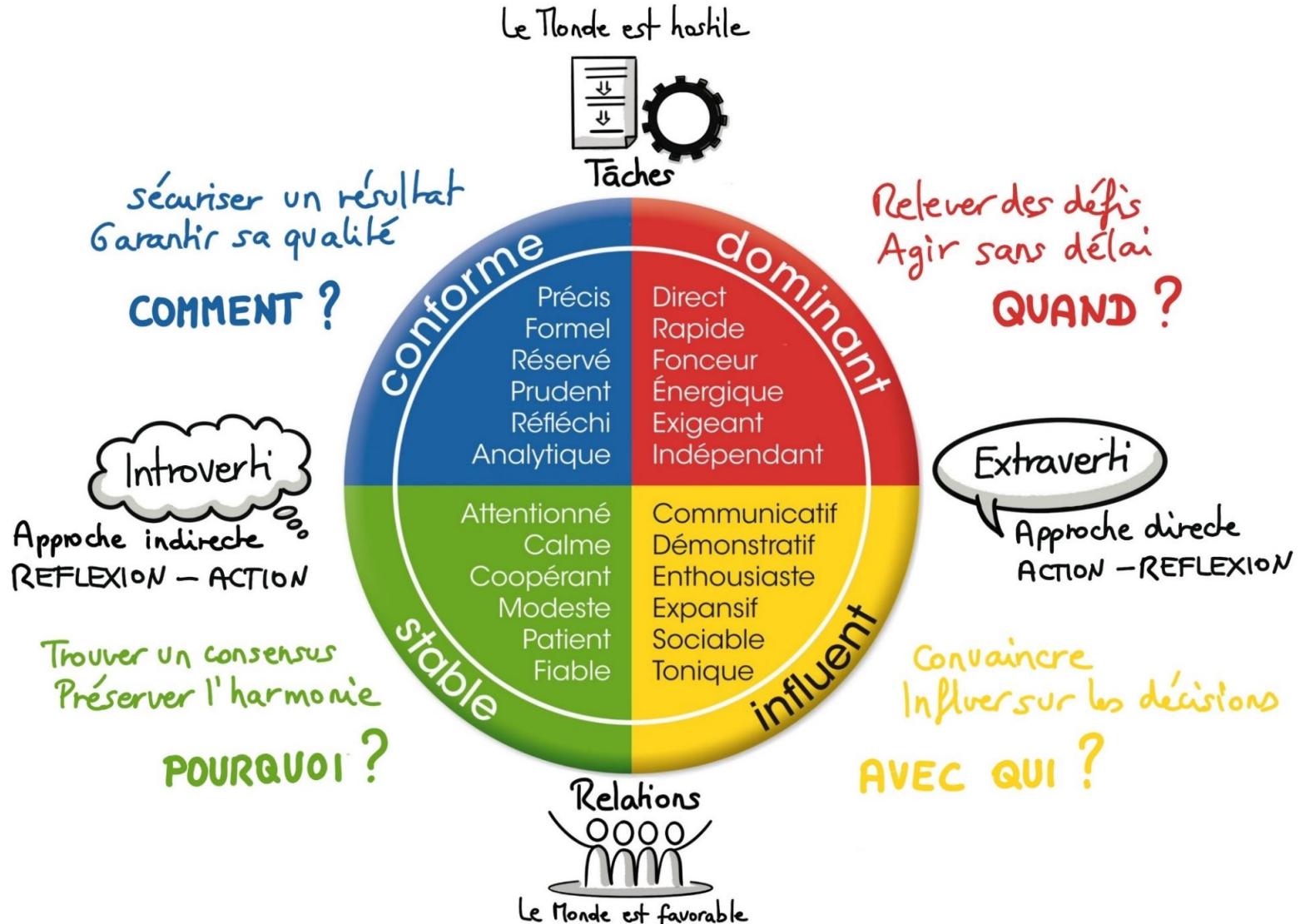


Argumentation

125 minutes



DISC



Face aux conflits



Les dominants aiment la confrontation. Les conflits ne les gênent pas. Bien au contraire ils les apprécient, voire les provoquent inconsciemment.



Les influents recherchent les ambiances détendues et la bonne humeur. Ils préfèrent minimiser les conflits, voire les ignorer.



Les stables ont besoin de calme et d'harmonie. Les conflits les traumatisent. Ils font de leur mieux pour les déminer, quitte à prendre sur eux et feindre d'oublier.



Les consciencieux font passer la logique avant tout et veulent avoir raison. Ils voient les conflits comme des mises à l'épreuve.

La pause-café



Le Dominant va droit au but. Il est dans l'action. Son café se doit avant tout d'être utile. Il le consomme sans s'attarder plus que nécessaire.



L'Influent voit la cafétéria comme un second bureau. Son café est un synonyme de convivialité. Il permet de tisser des liens, de traiter des dossiers de manière informelle et de se faire voir.



Le Stable voit la machine à café comme le point de ralliement de sa tribu, dont il s'assure que tous les membres vont bien.



Le Conscientieux, fidèle à lui-même, se concentre avant tout sur les détails et les procédures. La machine à café est un automate qu'il adore manipuler.

Quand l'ordi plante



Les dominants privilègient l'efficacité et l'action. Ils veulent des résultats tangibles et rapides. Ils peuvent se montrer impatients.



Les influents adorent la nouveauté. Ils n'ont aucun scrupule à délaisser un appareil jugé obsolète pour un modèle plus récent.



Les stables s'inscrivent dans le temps. Patients et attentionnés, ils préfèrent les outils qu'ils maîtrisent et dont ils ont l'habitude.



Les consciencieux adorent les règles et les procédures, qu'ils voient comme la garantie que tout se passera bien.

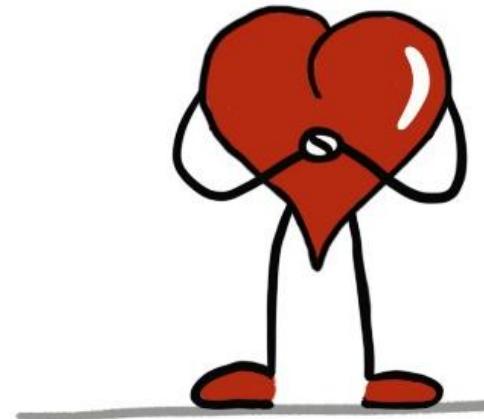


Argumenter pour obtenir
l'adhésion

« Pour convaincre, il suffit de parler à l'esprit ; pour persuader, il faut aller jusqu'au cœur »



CONVAINCRE fait appel à des arguments et sollicite la **RAISON**



PERSUADER fait appel aux **SENTIMENTS** et sollicite l'émotion.



« Argumenter pour obtenir le vote majoritaire en faveur d'une rénovation lors d'une assemblée de PPE »

Quelques astuces lorsque vous vous adressez à une assemblée de PPE :

- Assurez-vous de la disponibilité du matériel technique (beamer, câble, etc.)
- Passez en premier pour garantir le temps et l'attention.
- Rappelez-vous que l'argent est très souvent l'enjeu principal.
- Argumentez en visant les éléments vétustes en premier et ce que cela peut impliquer par la suite (nouvelle toiture → installation de panneaux solaires).
- Envoyez un questionnaire pour connaître l'état de chaque appartement (changement des fenêtres p. ex.).
- Partez du principe que rien n'est acquis et ciblez vos arguments pour convaincre ceux et celles qui ne le sont pas encore.
- Appuyez-vous sur les lois cantonales de l'énergie.



Travail en sous-groupes « Argumenter pour obtenir le vote majoritaire en faveur d'une rénovation lors d'une assemblée de PPE »

Situation

Bâtiment construit en 1962. Typologie béton et mur double en brique. Les combles non chauffés, faisant office de débarras, sont couverts par une toiture-charpente non-isolée.

Le sous-sol est entièrement occupé par des locaux techniques et caves. Les fenêtres sont en PVC avec un verre double, changées en 2000/2005. La production de chaleur est assurée par une chaudière à gaz datant de 1984 (derniers travaux dans la chaufferie), fonctionnant et ne donnant aucun signe de fatigue hormis sa vétusté. La diffusion de chaleur se fait par radiateurs munis de vannes thermostatiques.

Développez une argumentation pour :

- **convaincre**
- **persuader**

de réaliser les travaux de rénovation

- 4 sous-groupes (2 x convaincre, 2 x persuader)
- 1 feuille de flip-chart par groupe
- 15' de préparation – 4' de présentation par groupe



Les objections



Youpi une objection !

- Réjouissez-vous : un client indifférent n'a pas d'objection !
- Profitez de cette objection pour instaurer un dialogue, dans le respect bien entendu.
- Adoptez une attitude d'écoute active, montrez-vous calme, prenez des notes, acquiescez.
- Laissez le client exprimer toutes ses critiques, ne répondez pas à la première d'entre-elles car elle en cache peut-être une autre plus importante.
- Repérez les différentes catégories d'objections :
 - réelles → fondées ou non fondées
 - prétextes
 - tactiques

R	Respectez	Acceptez pleinement et sereinement l'objection du·de la client·e.
E	Ecoutez	Ecoutez son objection jusqu'au bout, sans l'interrompre, surtout s'il s'agit d'une objection avec une charge émotive.
M	Maîtrisez-vous	Ne montrez aucun agacement dans votre discours, sinon vous donnerez du poids à l'objection.
E	Evitez toute tension	N'entrez pas en conflit, ne contrariez pas le·la client·e.
D	Demeurez confiant·e	Ne paniquez pas, ne montrez pas d'empressement.
E	Enchaînez	Faites valoir votre argumentaire



Les objections dans le cadre du CECB

- Le·la client·e ne comprend pas les coûts d'établissement du CECB, il·elle se plaint des frais pour la réalisation des travaux :
 - Partez du principe que le client ne sait pas.
 - Rappelez-lui que le CECB Plus n'est pas un document d'appel d'offres.
 - Expliquez que votre travail prend du temps (annexe B, règlement des produits → étapes).
 - Consultez au préalable les subventions sur <https://www.francsenergie.ch/fr> pour renseigner le·la client·e
 - Vérifiez si la commune participe aux frais d'établissement du CECB, voire leur banque.

Établissez un devis écrit et faites-le signer !



Les objections dans le cadre du CECB

- Déception par rapport à la classe, pas d'accord avec le résultat du CECB :
 - Expliquez le résultat et conseillez-le sur les modifications principales à apporter en premier. S'il existe un RC, appuyez-vous sur le chapitre 4 ci-contre.
 - Faites un comparatif à l'aide de storytelling avec, par exemple, les étiquettes énergétiques des voitures, alimentation etc.
 - En dernier recours, proposez de demander une contre-expertise.

Résumé – Recommandation

4. Recommandation

Il est recommandé de réaliser la variante suivante:

4.1. Variante B: Modèle de rénovation Minergie

Les fenêtres seront remplacées et le plafond de la cave sera isolé. Installation d'une pompe à chaleur air-eau en remplacement du chauffage existant (également pour l'eau chaude). Une installation photovoltaïque (PV) sera installée sur le toit. Une ventilation de base sera installée afin de répondre aux exigences de la rénovation du système Minergie.

Surface chauffée	Besoin en énergie	Durée de construction	Investissement
173 m ² (+0 m ²)	9'204 kWh (-71%)	1 Mois	160'000.- CHF
	△ Efficacité de l'enveloppe du bâtiment	⚡ Efficacité énergétique globale	▷ Émissions directes de CO ₂
	+6 Classe(s)	+3 Classe(s)	+2 Classe(s)
Données clés ²			
Etat initial	110 kWh/(m ² a)	228 kWh/(m ² a)	38 kg/(m ² a)
Variante B	61 kWh/(m ² a)	62 kWh/(m ² a)	0 kg/(m ² a)
Variation	-45 %	-73 %	-100 %

La variante B est en principe recommandée. Le bâtiment pourra répondre aux exigences d'un standard énergétique moderne. Cette variante est globalement la plus attractive. Les frais d'entretien et d'exploitation ainsi que les charges administratives (contrôle de la combustion, ramonage, commande de mazout) sont considérablement réduites. De plus, l'électricité produite par une installation photovoltaïque sur le toit peut être utilisée à moindre coût. Avec un simple concept de renouvellement de l'air dans le sens d'une ventilation de base*, une certification Minergie pourraient envisagée, ce qui est une preuve d'efficacité et de confort ainsi qu'une garantie pour le maintien de la valeur du bâtiment.

* Avec une ventilation de base, l'air frais est réchauffé par un monobloc de ventilation équipé d'une récupération de chaleur. L'air fourni est ensuite introduit de manière centralisée dans le couloir. La distribution se fait par les portes ouvertes. L'air repris est évacué de manière analogue par la cuisine et les salles d'eau.

² Valeurs calculées sous utilisation standard. L'unité kWh/m²a signifie "besoin annuel en énergie par m² de surface chauffée".



Les objections dans le cadre du CECB

- Pas d'accord avec l'obligation d'établir un CECB. L'obligation réveille la peur d'une perte financière si l'étiquette est mauvaise :
 - Appuyez-vous sur la loi cantonale.
 - Expliquez que le·la futur·e acquéreur·euse a le droit de connaître la qualité énergétique de son futur achat, cela favorise la transparence du marché.
 - CECB Plus obligatoire pour l'obtention de certaines subventions → <https://www.francsenergie.ch/fr>



Une objection, vous pouvez aussi...

- **l'anticiper**, si elle revient régulièrement : « Vous allez me dire que... c'est normal car... » ;
- **l'affaiblir** pour atténuer sa portée : « Je n'aime pas cette couleur ! » → « Vous hésitez ? » ;
- **la reformuler** pour en faciliter le traitement : « Vous êtes plus cher que la concurrence. » → « Vous nous demandez ce que nous apportons en plus ? »
- **l'ignorer**, si elle vous dérange il serait dommageable de s'attarder sur certains sujets, écoutez votre client et continuez comme si de rien n'était ;
- **utiliser le témoignage** d'un autre client comme référence : « Contactez Monsieur X de ma part, j'ai établi son CECB il y a 1 an, il pourra vous dire ce qu'il a pensé de notre collaboration » ;
- **inverser les rôles**, faites-lui trouver la meilleure réponse pour se convaincre ;) : « Selon vous, que devrions nous faire pour... ? » ;
- **isoler l'objection** pour conclure : « C'est votre seule interrogation ou vous avez d'autres questions ? ».

→ **Plus le traitement est long, plus l'objection prend du poids aux yeux du client.**



CECB de vente / de
complaisance ?



Éthique : CECB de complaisance

- **Non-conformité aux réglementations** : *infractions aux réglementations en matière d'efficacité énergétique = des conséquences légales pour les professionnel·le·s impliqué·e·s dans l'évaluation (dépôt de plainte par les propriétaires).*
- **Manque de fiabilité des données** : *données incorrectes ou trompeuses = fausse représentation réelle de la performance énergétique du patrimoine bâti.*
- **Perte de confiance dans le processus d'évaluation** : *compromission de la confiance du public dans ce processus d'évaluation = répercussions sur d'autres initiatives visant à améliorer l'efficacité énergétique.*



Conclusion



Outils à prendre avec vous

- Astuces pour créer un ptich elevator rapide et efficace
- Observer et identifier les différents profils de personnalité
- Argumenter pour convaincre ou persuader
- Accueillir les objections et y répondre du mieux possible
- Conserver vos valeurs éthiques
- Aide-mémoire sous forme de Leporello





Certificat énergétique cantonal
des bâtiments

Votre aide à la décision