

Gecina, leader de la relation client

LA CHARTE "ENGAGEMENTS" GECINA RÉSIDENTIEL

Fruits d'une démarche itérative conduite depuis cinq ans, les quatre engagements retenus incarnent les actions pérennes du Groupe sur l'ensemble de son parc immobilier résidentiel pour optimiser la qualité de sa relation client.

- **Engagement n° 1** : la qualité des résidences et des appartements ("votre style de vie nous tient à cœur").
- **Engagement n° 2** : la maîtrise des charges (efficacité de gestion, professionnalisme).
- **Engagement n° 3** : l'accueil, l'écoute et la prise en charge des demandes (professionnalisme, efficacité, réactivité, transparence, culte du client).
- **Engagement n° 4** : le développement durable (entreprise citoyenne).

Cette charte d'engagements constitue une véritable "promesse commerciale" qui répond aux attentes des clients, et une "vitrine de marque" pour nos parties prenantes : les actionnaires, les investisseurs, les collaborateurs, les collectivités locales, les prospects et les partenaires. C'est aussi un contrat de confiance passé entre les locataires et Gecina qui réaffirme ses valeurs dans l'exercice quotidien de son métier. La charte s'appuie sur des actions déjà réalisées, en cours de réalisation ou à venir. Élaborée en 2009, elle va faire l'objet d'une communication spécifique en 2010 : une PLV affichée dans tous les bureaux d'accueil des résidences, une plaquette détaillant les quatre engagements au travers de "marques preuves" destinée aux clients, aux prospects et à tous les partenaires du Groupe. Ce document sera également téléchargeable sur le site de Gecina.

LE BAROMÈTRE DE LA RELATION CLIENT

En remplacement des enquêtes locataires "en place", Gecina mesure désormais la satisfaction de cette typologie de clients via un baromètre bisannuel. Réalisées par téléphone par l'institut Aviso auprès d'un échantillon représentatif de 500 locataires, les questions concernent deux thématiques : les prestations dans les parties privatives et les parties communes, les relations avec le gardien et les services du siège.

Les points positifs et à valoriser qui ressortent de la première étude menée fin décembre 2009 :

- 80 % de clients très satisfaits ou satisfaits de l'ensemble des prestations Gecina. Un bon taux de satisfaction globale des "clients en place", une cible où traditionnellement le niveau de contentement est plus difficile à maintenir ;
- 91 % de clients satisfaits de leur logement ;
- 90 % de clients satisfaits de leur immeuble ;
- 79 % des locataires satisfaits des échanges avec leur gardien (amabilité, disponibilité, qualité de la réponse apportée).

Enfin, 8 locataires sur 10 recommanderaient Gecina à leur entourage.

MISE À L'IMAGE/RÉNOVATION DES BUREAUX D'ACCUEIL

Point névralgique d'informations et d'échange avec les clients, l'ensemble des bureaux d'accueil des gardiens sera rénové entre 2009 et 2010. Cette "mise aux couleurs" de Gecina résidentiel vise à renforcer la visibilité du lieu et de la marque et à améliorer le confort des clients et des gardiens : nouvel habillage extérieur, nouveau mobilier, présentoirs et écrans plats pour diffuser de l'information sur la résidence et le Groupe, éclairages basse consommation, salon d'attente quand cela est possible.

De plus, l'accessibilité des espaces a été optimisée :

- si l'infrastructure le permet : création de pentes ou installation d'un système de marches rétractables, agrandissement des portes d'accès ;
- sinon : bouton extérieur d'appel accessible.

Par ailleurs, les gardiens seront début 2010 spécifiquement formés à l'accueil des personnes handicapées.

GARDIENS/CLIENTS/ÉQUIPES DU SIÈGE : DES ÉCHANGES PLUS RÉACTIFS ET PROACTIFS

Afin de faciliter la gestion au quotidien des clients et d'optimiser les relations avec le siège, Gecina a mis en place en 2009 un suivi automatisé des réclamations écrites. L'objectif : traiter les demandes clients de façon réactive et proactive. En 2010, un nouvel espace collaboratif sera mis en ligne : l'espace des gardiens. Ses principales fonctionnalités : des rubriques pour fluidifier et intensifier les échanges entre les équipes du siège et les gardiens, des documents de communication actualisés téléchargeables.

ENQUÊTE PARTICIPATIVE ÉCO-QUARTIER DE VILLE-D'AVRAY (92)

À Ville-d'Avray, Gecina dispose d'un parc de 12 bâtiments au sein de la résidence de la Ronce, regroupant 711 logements, soit 20 % de la population totale de la commune. Pour dynamiser la rénovation du site (requalification d'une galerie commerciale de +/- 4 500 m² SHON, construction d'un ensemble de logements de +/- 8 000 m² SHON certifiés H&E*, label BBC**), le Groupe s'est engagé dans une démarche d'éco-quartier – c'est-à-dire conçue pour limiter l'empreinte écologique – inédite pour un opérateur privé sur un site existant. La concertation et l'implication de toutes les parties prenantes (pouvoirs publics et résidents en particulier) sont des étapes essentielles pour la réussite du projet. C'est pourquoi Gecina a mené en décembre 2009 une grande enquête en ligne au travers d'un site Internet

Gecina intervient sur l'ensemble du parcours résidentiel

Les stratégies de gestion innovantes incrémentées depuis 2004 placent le Groupe en position de répondre aux besoins différenciés de ses clients via :

- le logement étudiant développé sous la marque Campuséa depuis 2007 ;
- un dispositif original d'échange d'appartements accompagnant l'agrandissement ou la réduction de la cellule familiale ;
- un programme d'adaptation des parties privatives et communes pour répondre à la problématique

du vieillissement et du maintien à domicile (initié fin 2009). Ces référentiels qui vont au-delà des obligations légales, résultent du travail de diagnostic et de réflexion mené en 2009 dans le cadre de la convention signée avec l'Association pour la Recherche sur la Ville et l'Habitat (ARVHA) ;

- des prestations spécifiques de Locare destinées aux clients naturellement candidats à l'accession (environ un tiers des clients du parc résidentiel locatif de Gecina).

* Habitat & Environnement.

** Bâtiment Basse Consommation.

dédié. La centaine de questions ouvertes concernait les thèmes suivants : énergie, gestion des déchets, déplacements, offres commerciales de proximité. Le taux de participation exceptionnel (53 %) témoigne de l'intérêt que les locataires portent à l'avenir de leurs résidences et à l'amélioration de leur cadre de vie.

À retenir parmi les principaux enseignements :

Profil des répondants : plus de 70 % ont entre 30 et 60 ans, 22 % ont plus de 60 ans et seulement 8 % ont moins de 30 ans. Il s'agit d'une population familiale (près de 64 % occupent un logement de 3 pièces) et particulièrement active, puisque 70 % déclarent avoir une activité professionnelle, les autres étant retraités (17 %) ou sans profession.

Environnement et cadre de vie : l'environnement actuel offre de multiples espaces verts qui renforcent l'attractivité du domaine : 80 % des répondants, très attachés à leur environnement et à sa mise en valeur, déclarent se promener souvent ou très souvent dans la forêt et près des étangs alentour. On note une forte adhésion des habitants aux aménagements allant dans le sens du développement durable et d'une diminution des charges locatives. Ainsi, plus de 9 locataires sur 10 seraient favorables au recours à des espaces végétalisés économes en eau ou à des systèmes de récupération d'eau de pluie pour l'arrosage des plantes et l'entretien de la voirie.

Concernant la maîtrise de l'énergie : 95 % des locataires seraient favorables à un plan de réduction des consommations énergétiques des parties communes, 85 % à l'installation sur les bâtiments de panneaux solaires thermiques ou photovoltaïques, et 57 % à une baisse du chauffage de 1°C au sein de leur logement pour réduire d'environ 7 % la consommation énergétique.

Enfin, 72 % des plus de 60 ans se disent intéressés par la possibilité de louer un logement spécialement équipé pour personnes âgées.

L'analyse détaillée des réponses orientera les grandes lignes du projet futur (livraison prévue en 2012). Un travail de longue haleine mené en collaboration avec la collectivité locale, le cabinet d'architecture Ateliers 234 et CapTerre, le prestataire qui accompagne le Groupe sur les sujets spécifiques au thème du développement durable.

"Styles de vies", la nouvelle newsletter clients

Étape supplémentaire dans la relation client, Gecina réalise trois fois par an une lettre d'information destinée à ses locataires. Diffusée pour la première fois en janvier 2009 à 14 000 exemplaires, elle met à la une l'actualité et les savoir-faire du Groupe. La ligne éditoriale fait la part belle aux produits et services proposés, à la vie au sein des résidences et aux innovations en matière architecturale ou environnementale.



Piloter une démarche qualité orientée client

C

Convaincue de l'importance d'une bonne relation client pour pérenniser les activités locatives, la direction résidentielle s'est dotée en 2004 d'une fonction marketing/qualité/communication. Deux questions à Véronica Basallo-Rossignol, responsable de l'entité.

Quelles ont été les principales initiatives prises depuis cinq ans pour développer durablement la relation client, donc la fidélisation ?

Nous avons mené de façon systématique et sur l'ensemble de notre parc, y compris les résidences Campuséa, des enquêtes de satisfaction auprès des locataires entrants et sortants. Ces enquêtes, très riches d'enseignements, approfondissent notre connaissance du parcours résidentiel de nos clients, évaluent le niveau de nos prestations et de nos performances à la fois en parties privatives et en parties communes, et mesurent la qualité de notre relation client. Entre 2004 et 2008, nous avons également réalisé des enquêtes

approfondies de locataires "en place" dans la totalité de nos résidences. Fin 2007, nous avons souhaité approfondir, à travers des tables rondes, les attentes de nos clients en matière, notamment, de prestations produits et services et de développement durable. À cette occasion, nous avons testé nos nouvelles idées, comme par exemple la mise en place d'une newsletter ainsi qu'une liste de dix propositions d'engagements à sélectionner en fonction de l'expérience vécue au sein d'un logement Gecina. L'ensemble de ces initiatives est décliné en quatre engagements, objet d'une future charte élaborée en 2010 (cf. p. 58).

De quelle manière le Groupe traduit-il concrètement les résultats des différentes enquêtes ?

Pour chaque résidence, nous diffusons une plaquette présentant l'ensemble des résultats et les plans d'action qui y seront déployés. Nous communiquons également régulièrement nos initiatives via les sites Internet de Gecina, Locare et Campuséa. Depuis 2008, tous les clients entrants sont informés des diagnostics propres à leur

logement, y compris ceux relatifs à la performance énergétique. Ils reçoivent par ailleurs un livret locataire à la signature du bail détaillant les principes de leur relation avec le gardien du site et les services centraux de Gecina. L'année 2009 a été particulièrement dense en matière d'outils d'optimisation de la relation client, notamment le déploiement de deux dispositifs novateurs sur le marché locatif : la réception qualité des appartements avant relocation et la charte architecturale pour les appartements rénovés (cf. p. 18/19). En 2010, Gecina va communiquer sur sa charte "Engagements Qualité", déployer un réseau de vidéoprotection sur l'ensemble de son parc ainsi que des indicateurs qualitatifs d'accueil téléphonique.



Véronica Basallo-Rossignol, Responsable marketing/qualité/communication.

