

4 QUESTIONS POUR CLARIFIER VOTRE POSITIONNEMENT

On n'attire pas les projets qu'on mérite.
On attire les projets à notre image.

VOTRE CLIENT NE JUGE PAS VOTRE ARCHITECTURE.

Un client qui vous confie un projet achète une promesse qu'il ne peut pas vérifier. Il n'a rien à comparer, aucun moyen de savoir à l'avance si le résultat sera à la hauteur. Alors il lit tout comme un indice : les projets que vous montrez, vos mots, vos images, votre délai de réponse.

C'est pour cette raison que le volume de communication ne corrige jamais une image floue — il l'amplifie. La cohérence, elle, fait le tri à votre place : elle éloigne les demandes qui ne vous intéressent pas, et rend évidentes celles que vous attendez.



Question 01

LE PROJET RÊVÉ

Quel type de projet voulez-vous que votre agence attire demain ? Soyez précis : un programme, un budget, un lieu, un type de client. Écrivez-le en une phrase.

317C, aujourd'hui SEVA Architecture. L'agence avait un seul beau projet réalisé. Tout a été construit autour de celui-là. Aujourd'hui, elle ne fait plus que des villas d'exception.



Question 02

LE CLIENT DE CE PROJET

Qui est la personne qui commande ce projet ? Que doit-elle comprendre dans les trente premières secondes passées sur votre site ? Et surtout : que doit-elle ressentir ?

Décrivez une personne, pas un segment. Si la réponse tient dans « les particuliers aisés », c'est que la question n'a pas encore été posée.



Question 03

L'INVENTAIRE

Ouvrez votre site, votre compte Instagram, votre dernière plaquette. Pour chaque élément ci-dessous, une seule question : est-ce que ceci parle du projet de la question 1 — ou d'autre chose ?

-
- | | |
|--|---|
| ☐ Les projets montrés | ☐ Le délai de réponse |
| ☐ La qualité des images | ☐ La fiche Google |
| ☐ Les premiers mots du site | ☐ La signature d'e-mail |
| ☐ La bio Instagram | ☐ Les panneaux de chantier |
-

Cochez ce qui parle du projet rêvé. Ce qui reste vide est ce qui vous tire ailleurs.



Le détail compte autant que le plan large : c'est la même main qu'on doit reconnaître partout.

Question 04

LA SOUSTRACTION

Qu'est-ce qui doit disparaître ? Les projets hors ligne éditoriale, le discours générique, les visuels faibles qui contaminent les forts. La question n'est pas « qu'ajouter ? » mais « que retirer ? ».

CE QUE JE RETIRE

**Mieux vaut six projets qui disent la même chose
que vingt qui disent tout.**



LA COHÉRENCE SE COMPOSE DANS LE TEMPS.

Chaque projet aligné attire des recommandations alignées — parce que vos clients montrent votre site avant de transmettre votre nom. La réputation se précise, d'année en année. Et un jour, l'agence choisit ses projets au lieu de les subir.

C'est un placement, pas une dépense : les agences qu'on accompagne depuis leurs débuts le prouvent cinq ans plus tard. Certaines ont démarré sans une seule photo de réalisation — des images 3D de qualité, cohérentes entre elles, ont suffi à attirer les bons projets. Encore, et encore.

LA QUALITÉ DE VOS IMAGES PÈSE LOURD.

Vos visuels sont parmi les tout premiers signaux que perçoit un client. Ils fixent, sans un mot, le niveau de projets auquel on pense pouvoir vous associer.

L'idéal reste évidemment de faire appel à un photographe professionnel sur chaque chantier livré. Mais ce n'est pas toujours possible — un projet qui n'a pas été shooté, un budget qui ne le permet pas, un client qui ne souhaite pas ouvrir sa maison. Et surtout, il y a toute la phase de conception : les mois pendant lesquels vous n'avez encore rien à photographier, alors que c'est précisément le moment où vous avez besoin de montrer quelque chose.

C'est pour ces situations que nous avons conçu **ArchiRise AI**, un outil de visuels d'architecture que nous utilisons nous-mêmes chez Polish pour nos clients. Il permet d'obtenir des images de qualité, cohérentes entre elles, sans y passer des heures de rendu.

OFFRE RÉSERVÉE AUX PARTICIPANTS DU WEBINAIRE

KALM50

50 % de réduction sur les trois premiers mois
Abonnement mensuel

KALM30AN

30 % de réduction sur la première année
Abonnement annuel



À saisir au moment du paiement, sur **archirise.ai**

DEUX FAÇONS DE CONTINUER.



01 — LE SIGNAL LE PLUS RAPIDE À CORRIGER

Un des points les plus rapides à améliorer dans votre image, c'est la qualité de vos visuels. ArchiRise AI est l'outil que nous avons conçu pour ça, et que nous utilisons pour nos propres clients — l'essai est offert, et les codes de la page précédente vous sont réservés.



02 — PASSER VOTRE IMAGE EN REVUE

Nous n'accompagnons que deux agences par mois. Si vous souhaitez passer votre image en revue avec nous, l'audit de vingt minutes est offert aux participants du webinaire. Vous repartez avec un diagnostic honnête, sans engagement.