

6 Secrets pour faire connaître son AGENCE IMMOBILIÈRE



Web Maniac



Présentation du créateur de l'agence

Je m'appelle Marc Koralt, créateur de l'agence Webmaniac, le plus important pour moi est d'exercer un métier qui me plaît, me lancer des défis et me sentir utile pour les autres.



C'est pourquoi dès tout jeune, j'ai toujours un projet en vue, toujours une idée à développer, toujours un projet à préparer...

Créer c'est, selon moi, donner une forme à son destin, et lorsqu'on a l'âme d'un créateur il n'y a qu'une issue

possible, plonger en envisageant l'avenir avec confiance et en s'engageant avec la volonté de réussir.

Ma véritable motivation est dans la satisfaction personnelle d'aider les entreprises à développer leur chiffre d'affaire grâce à Internet.

Mes débuts sur Internet remontaient à mes 14 ans où j'ai commencé à fréquenter les sites Freelancer qui m'ont permis de beaucoup m'améliorer dans le domaine du Web après des années.

Aujourd'hui, j'ai décidé de créer cette agence digitale avec une équipe compétente dans le but d'aider les entreprises à développer leur chiffre d'affaire grâce à Internet.

6 secrets pour faire connaître son agence immobilière!

Si vous pensez qu'il suffit d'ouvrir une agence immobilière, d'acheter quelques outils et de se faire un peu de publicité pour rencontrer le succès, vous êtes (malheureusement) loin du compte.

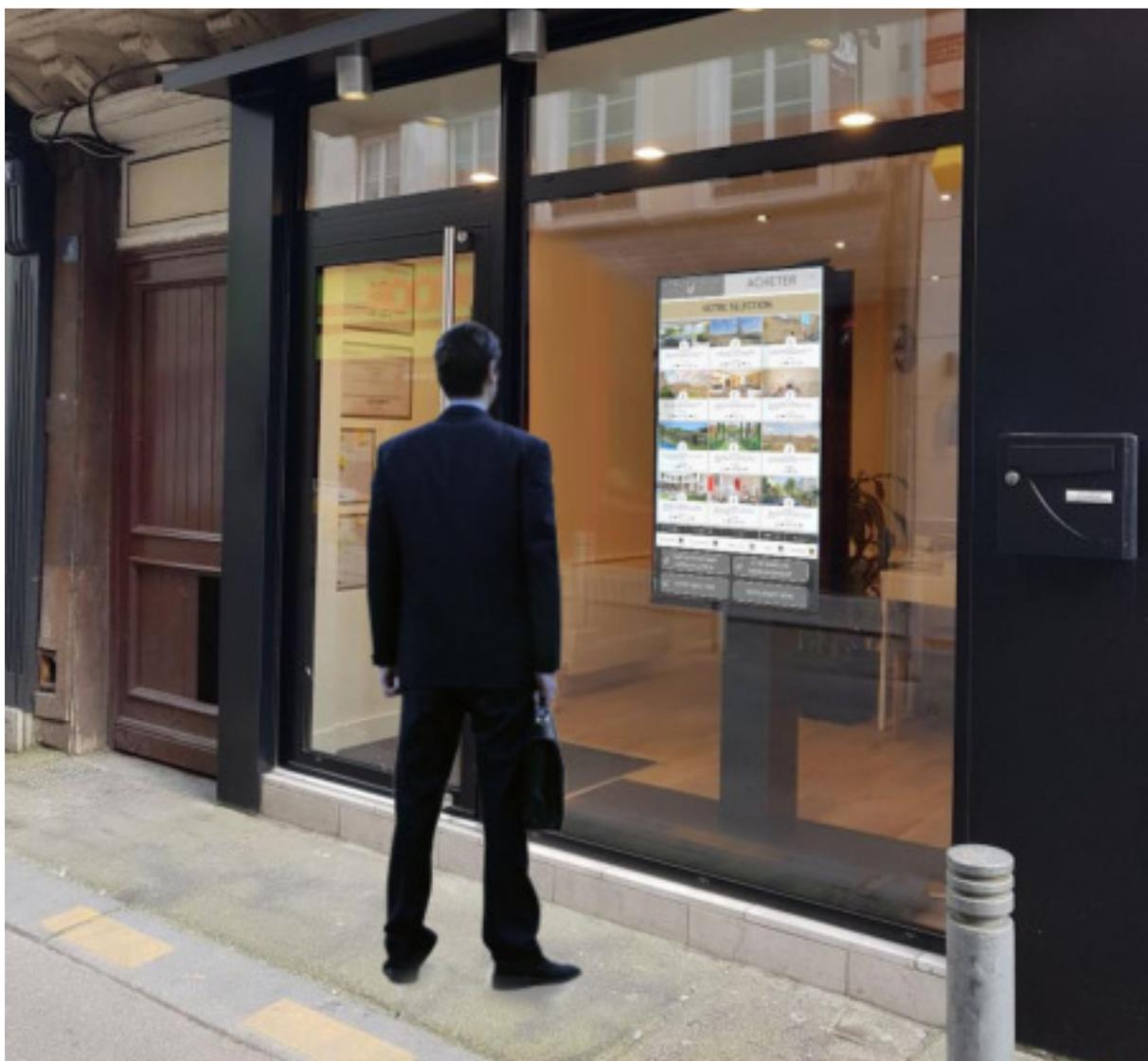
Autrefois, ces actions étaient peut-être suffisantes. Mais le monde a évolué et les habitudes des clients aussi.

Aujourd'hui, les gens viennent de moins en moins pousser votre porte d'agence par eux-mêmes. Vous devez les attirer à vous, leur démontrer votre expertise locale, vos compétences métiers. Vous devez combler vous-même vos besoins primaires : aller chercher des vendeurs pour rentrer des mandats. Car pour acquérir des clients acheteurs, il faut d'abord avoir des biens en catalogue – sinon, vous ne vendez que du rêve. Or, l'immobilier, c'est du tangible.

Nous avons déjà vu qu'il est indispensable de définir une stratégie commerciale avant même d'investir dans les outils et les dispositifs qui vous permettront d'atteindre vos objectifs.

Voici maintenant les 6 leviers que vous devez actionner pour lancer une communication immobilière (réellement) efficace!

Levier n°1 : Votre communication immobilière passe d'abord par votre vitrine physique et vos supports print



Certes, les outils digitaux ont pris une grande importance ces dernières années pour tous les professionnels de l'immobilier.

Pour autant, il ne faudrait pas oublier les fondamentaux. Et penser qu'on peut créer une agence immobilière sans s'appuyer sur une présence locale physique cruciale – pour avoir pignon sur rue, comme on dit. Après tout, votre agence est un commerce local, et vous vendez des services qui viennent soutenir des transactions importantes. Vos clients ont besoin d'avoir confiance en vous. Et la confiance, ça se travaille.

C'est pourquoi il est crucial de baser votre communication immobilière sur :

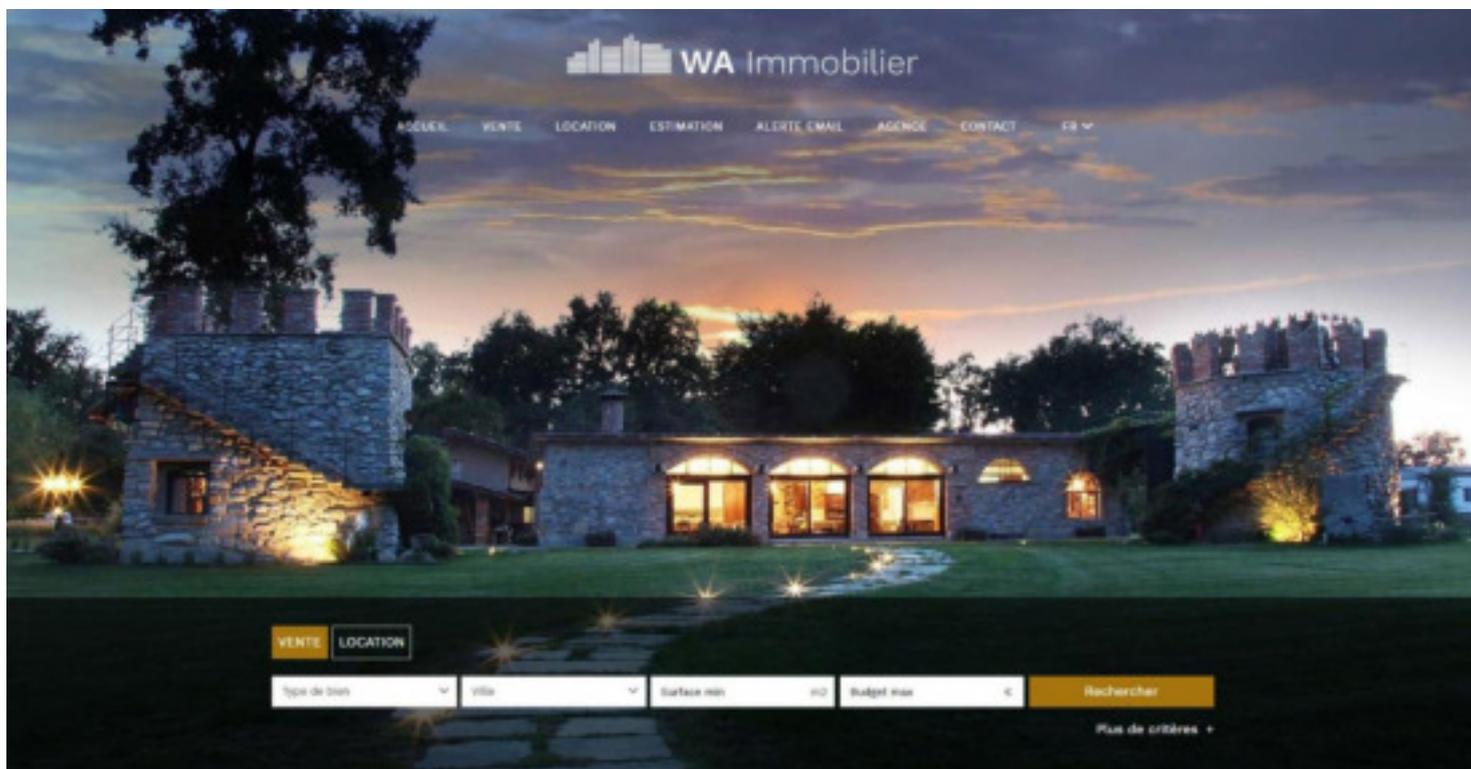
Votre vitrine physique. C'est elle qui va déclencher l'envie, chez votre client, de rentrer (ou pas) dans votre agence ; elle est donc essentielle pour maintenir un bon niveau de fréquentation. Des astuces toutes simples peuvent être mises en place pour l'optimiser : le choix des annonces affichées (la qualité doit primer sur l'exhaustivité) ; la valorisation de vos services, qui sont la véritable valeur ajoutée de votre agence (estimation gratuite, vente en VEFA, home staging, visites virtuelles...) ; l'adoption de technologies innovantes (des écrans plutôt que des fiches vitrine) ; ou encore la mise en valeur des fiches exposées grâce à un travail sur la lumière (une vitrine lumineuse peut générer une hausse de clientèle allant jusqu'à 37 %, selon une étude Ifop de 2012).

Vos supports print. Qui a dit que les flyers et autres prospectus n'avaient plus leur place dans une communication immobilière digne de ce nom ? Pensez à déployer de nombreux supports papier (flyers, supports publicitaires, panneaux de vente) et à y intégrer votre charte graphique. Car vos documents print véhiculent vos valeurs au moins autant que votre message promotionnel.

Les supports physiques restent des leviers de communication immobilière essentiels, même à l'heure du tout-digital.

En cause : le besoin qu'ont vos clients d'être rassurés, sécurisés par l'existence d'un local physique et de documents tangibles. Leur désir d'établir des relations de confiance avant de confier les clés de leur projet immobilier. Et leur tendance à juger du professionnalisme d'un prestataire au regard de sa façon de mettre en valeur ses services !

Levier n°2 : Créez un site web qui soit un vrai outil de communication immobilière



NOTRE SÉLECTION

 <p>Vente Appartement Vue mer exceptionnelle LA GRANDE MOTTE 480 000 €^{HT} <small>* Les honoraires d'agence seront intégralement à la charge du vendeur</small> 4 Pièces 86 m² Net 1400</p>	 <p>Vente Propriété Villa contemporaine ST GELY DU FESC 520 000 €^{HT} <small>* Les honoraires d'agence seront intégralement à la charge de l'acquéreur</small> 5 Pièces 4 Chambres 190 m² Net 1400</p>	 <p>Vente Propriété Domaine viticole LES MATELLES 950 000 €^{HT} <small>* Les honoraires d'agence seront intégralement à la charge de l'acquéreur</small> 10 Pièces 5 Chambres 380 m² Net 1400</p>
---	---	---

Votre site Internet d'agence immobilière est votre seconde vitrine. Dans certains cas, elle peut même être la première en termes d'acquisition de trafic.

Il s'agit donc d'un levier fondamental de votre communication immobilière à actionner au plus vite, une fois votre agence créée et votre stratégie commerciale bien définie. Et si vous pensez qu'une telle plateforme est surtout utile aux grandes agences, aux réseaux de mandataires ou aux franchises, détrompez-vous : une bonne partie de votre communication digitale va passer par le biais de votre site web.

Et en travaillant bien, vous pourrez même en faire rapidement un média à part entière, prêt à accompagner efficacement vos premiers pas dans le grand bain de l'immobilier professionnel indépendant !

Il faut néanmoins garder une chose importante à l'esprit : Ne cédez pas aux sirènes de la technologie innovante. Ne vous laissez pas embobiner par des commerciaux qui cherchent à vous vendre un produit que vous ne saurez pas utiliser. Optez pour un site immobilier qui soit réellement en adéquation avec :

- Vos besoins stratégiques,
- Vos objectifs commerciaux,
- Vos besoins en matière de notoriété locale,
- Les valeurs et les messages que vous désirez véhiculer.

Levier n°3 : Adoptez la méthodologie Inbound marketing pour engager vos prospects, démontrer votre expertise locale et accroître votre notoriété



Autre levier dont vous ne pouvez plus vous passer aujourd'hui : l'Inbound marketing.

Certainement, des gens autour de vous essaieront de vous en dissuader. Ils vous diront que l'Inbound marketing est une stratégie certes très efficace, réellement engageante – mais surtout utile quand vous avez déjà atteint votre rythme de croisière, pas dans les premiers temps de la création de votre agence. Ou uniquement lorsque vous dépassez un certain chiffre d'affaires.

Ne les écoutez pas. Pour une simple bonne raison :

Une stratégie Inbound donnera des résultats d'autant plus rapidement que vous l'adopterez dès le commencement de votre affaire. Parce que vous opterez ainsi pour des outils vraiment pertinents – par exemple un site Internet qui soit pensé SEO friendly dès l'origine – et que vous démarrerez votre travail de notoriété au plus tôt, notamment via les réseaux sociaux.

Grâce à l'Inbound, votre communication immobilière pourra s'appuyer sur des méthodes de mise en confiance :

- Pour créer de l'engagement, inspirer vos clients, faire en sorte que les gens viennent vous voir d'eux-mêmes,
- Pour démontrer votre expertise au niveau local (et pas seulement en proposant une estimation gratuite !),
- Pour accroître votre notoriété locale et tisser des liens de confiance toujours plus forts.

Levier n°4 : Organisez des événements pour faire le buzz



Les événements viennent naturellement s'insérer dans votre communication immobilière et dans votre stratégie Inbound événementielle.

Et ce, dès que vous avez créé votre agence immobilière !

Ça commence par l'inauguration de l'agence : pour fêter son ouverture, vous pouvez convier vos proches, les commerçants à proximité, les syndics, les conseillers municipaux – bref, toutes les personnes influentes du quartier et de la commune. Faites savoir que votre marque existe !

Vous pourrez ensuite agrémenter votre communication immobilière avec des événements réguliers durant l'année :

- À l'occasion des événements calendaires (le 14 juillet, la fête des pères et des mères, la fête des voisins, Halloween, Noël, etc.) ;
- À l'occasion d'opérations ponctuelles (des offres promotionnelles, un jeu concours, une journée portes ouvertes pour la visite d'un bien, le principe de l' Happy Hour adapté à votre agence, un système de parrainage, etc.).

Ces événements seront autant de leviers d'acquisition et de notoriété pour votre jeune agence !

Levier n°5 : Lancez des campagnes de communication parfaitement cadrées



La communication immobilière n'est pas un jeu à somme nulle. Chacune de vos actions va mettre en branle un grand nombre de ressources – humaines et technologiques. Chacune de vos campagnes marketing aura un coût.

Pour cette raison, toutes les données de votre stratégie doivent absolument être maîtrisées. Vous devez donc garder à l'esprit quelques fondamentaux de la communication immobilière :

- Chaque campagne doit servir à diffuser un message (évitez les opérations de communication fourre-tout) ;
- Chaque campagne doit avoir un début et une fin ;
- Toutes vos actions marketing doivent répondre à un objectif précis (acquérir plus de trafic, convertir un plus grand nombre de visiteurs en leads, rentrer plus de mandats) ;
- Les résultats de vos campagnes doivent être mesurés : c'est le seul moyen de corriger ce qui ne va pas, d'améliorer votre ROI (retour sur investissement) et de maîtriser votre budget ;

Toute action doit pouvoir être modifiée et savoir évoluer en fonction des changements dans votre stratégie (ce qui marche aujourd'hui aura peut-être besoin d'être modifié demain).

De sorte qu'il faut absolument penser sa communication immobilière en amont. Que vais-je faire le mois prochain ? Et celui d'après ? Pour quels résultats attendus ?

Levier n°6 : Animez vos équipes commerciales pour déployer une communication immobilière plus cohérente et plus efficiente

Bien sûr, vous ne pouvez pas faire tout ça en solitaire.

Bien sûr, votre communication immobilière doit être édiflée grâce aux compétences et aux talents de ceux qui vous entourent.

Votre équipe commerciale est aussi votre valeur ajoutée. Vous devez vous appuyer sur vos collaborateurs pour définir votre stratégie et vous donner les moyens d'atteindre vos objectifs.

Pour cela, vous devez animer vos équipes, dynamiser vos actions, créer de l'émulation au sein de votre agence. Et fournir à vos collaborateurs les outils et les dispositifs qui leur permettront de bien faire leur travail.

Par exemple : personne n'a envie de passer trop de temps à faire de la prospection ? Bâissez un environnement qui va contribuer à faire aimer la prospection à votre équipe, avec des idées et des instruments très simples (objectifs clairs, meilleure organisation, logiciel de prospection efficace, etc.).

Vous en tirerez en outre un autre bénéfice : un commercial qui n'est pas satisfait de son environnement de travail, et qui pour cette raison ne parvient pas à gagner sa vie, finit par partir. Le fait d'animer vos équipes et de leur offrir le meilleur vous assurera de pouvoir conserver leurs compétences à bord!

Vous souhaitez vous démarquer de vos concurrents ? Devenir un leader dans votre ville ?

Il y a plusieurs façons de générer plus de clients par mois grâce à votre présence sur Internet.

Avoir un site web est super important si vous voulez atteindre plus d'un million d'euros et qui est utilisé par les plus grandes entreprises qui existent en France. Ne suivez pas les perdants mais les gagnants pour réussir!

Maintenant, vous devez passer à l'action, mais vous avez 2 solutions qui s'offrent à vous.

Soit vous créez votre site web, vous essayez quelques techniques afin de ramener des clients mais malheureusement cela n'arriverait jamais si vous n'êtes pas un Webmarketer professionnel.

C'est là qu'intervient la 2^{ème} solution qui est d'être accompagné par une agence spécialisée dans la création d'un site web à son indexation dans la première page de Google et vers sa visibilité grâce aux réseaux sociaux.

Notre agence pourra vous créer un site web selon votre besoin et envie et ces professionnels pourront vous aider à développer votre site en visibilité sur Google et réseaux sociaux.

**Voici notre équation qui marche à tous les coups pour les entreprises que nous aidons :
Plus de clics → Plus de visiteurs → Plus de clients → Plus de ventes → Plus d'argent**

Vous pouvez créer votre site web grâce à notre agence Web Maniac ici :

[CRÉER MON SITE WEB MAINTENANT](#)

Si vous avez déjà un site web mais aucune visibilité malheureusement, notre agence mettra en place le SEO, Email Marketing, réseaux sociaux, publicité Facebook... pour multiplier votre nombre de clients ici :

[FAIRE CONNAÎTRE MON ENTREPRISE MAINTENANT](#)