



FUSION 
PERFORMANCE DRIVEN MARKETING TEAM

AGENCES IMMOBILIÈRES

10 TACTIQUES POUR RÉCUPÉRER UN MANDAT EXCLUSIF

DÉCROCHER UN MANDAT EXCLUSIF DE VENTE EST UN GRAAL POUR TOUT AGENT IMMOBILIER.

Comme vous le savez déjà, lorsque vous décrochez un mandat exclusif de vente, le propriétaire s'interdit de **confier la vente de son bien à toute autre agence immobilière** pendant la période déterminée dans le mandat.

LES CHIFFRES SONT ÉLOQUENTS

Un bien confié sous mandat exclusif se vend en moyenne en **72 jours** contre **110 jours** pour un mandat simple.

Le taux de transformation est meilleur pour les mandats exclusifs, environ **70%** contre **15%** pour les mandats simples.

Dans la concurrence acharnée que se livrent les professionnels de l'immobilier, il ne suffit pas de savoir vendre, **il faut savoir dénicher les meilleurs biens !**

Mais comment convaincre le propriétaire ? Comment sortir du lot et se différencier face à 10 autres agences immobilières ?

J'ai répertorié **10 méthodes pour obtenir un mandat exclusif**. Certaines sont plus efficaces que d'autres, comme nous allons le voir et toutes ces techniques peuvent se cumuler pour remporter le mandat exclusif.

J'ai clairement une **préférence pour la technique n°9 l'inbound marketing**, la plus efficace notamment à long terme parce qu'elle vous alimente automatiquement en mandats exclusifs.

Bonne lecture de ce guide et à votre succès !



Christophe Prudent
LET'S KEEP IT GROWING!

Le bouche à oreille est le meilleur des médias.

Bill Bernbach

Même dans un monde digitalisé, le bouche-à-oreille est encore bien utile lorsqu'il s'agit de trouver une personne de confiance.

Vous avez vendu un bien sous mandat exclusif et votre client est satisfait de la rapidité à laquelle la vente s'est opérée ?

Il est certain que le vendeur ravi de sa transaction ne manquera pas de vous citer lorsque la discussion portera sur l'immobilier lors d'un prochain dîner entre amis ou avec ses collègues à son travail.

Technique efficace mais limitée à un nombre de contacts restreints, limitée dans le temps et totalement passive.

En tout cas, cela ne vous empêche pas de questionner le propriétaire, après la vente, sur des amis ou des voisins qui pourraient vendre leur bien dans quelques semaines ou quelques mois.

A noter que des **start-ups comme Lok-iz**, présente à Genève, rémunèrent les particuliers comme des apporteurs d'affaires !

Cultiver sa rareté revient à ne fonctionner qu'avec des mandats exclusifs.

C'est un pari pris par certaines agences.

Elles ne négocient pas avec le vendeur un mandat simple ou un mandat exclusif mais elles négocient directement la confiance du vendeur.

C'est une stratégie d'entreprise à développer.

Et pourquoi pas vous ?

Un cadeau fait toujours plaisir au début d'une relation !

Offrir des services habituellement facturés **en échange d'un mandat exclusif** peut fonctionner auprès de certains vendeurs.

VOUS POUVEZ AINSI PARFAITEMENT :

- offrir les diagnostics techniques obligatoires
- offrir les services d'un photographe professionnel
- offrir la visite virtuelle en vidéo ou à 360°
- offrir du home staging pour mettre en valeur le bien
- offrir le panneau publicitaire à la fenêtre
- offrir les frais de parution des publicités en ligne

Pour le propriétaire, c'est une dépense immédiate et indispensable en moins qui l'encouragera à accepter la signature du mandat exclusif !

Si le vendeur du bien immobilier n'est pas sensible aux cadeaux, faites appel à sa raison.

Montrez-lui pourquoi il a intérêt à vous confier l'exclusivité de la vente.

Si le bien constitue sa résidence principale et qu'il n'a pas encore déménagé, l'exclusivité va limiter le nombre de visites.

Au contraire, en multipliant les agences, chacune va effectuer un grand nombre de visites pour être la première à vendre, pour montrer son dynamisme...

QUELQUES ARGUMENTS À LUI DONNER :

L'exclusivité lui donne la tranquillité !

Une exclusivité est négociée pendant une période souvent courte, 1 à 3 mois. C'est l'assurance que vous allez tout faire pour réaliser la vente au bon prix pendant cette période.

L'exclusivité assure la rapidité !

Vous conservez une valorisation unique du bien. Il n'y a rien de pire que de voir la même maison proposée à 5 prix différents sur plusieurs sites.

Cela dévalorise le bien et pousse l'acheteur potentiel à contacter le moins-disant, ce qui entraîne une concurrence entre agences basée exclusivement sur le prix.

Avec un mandat exclusif, le vendeur a un interlocuteur unique pour faire le point sur son bien, le marché et les visites, sans dévaloriser son logement.

L'exclusivité promet donc également la simplicité et une vente sans stress !

L'ASSURANCE ET LA RÉASSURANCE

Après le cœur et la raison, jouez sur les émotions, en particulier sur ses craintes fondamentales.

Le vendeur a besoin d'être rassuré. Il met entre vos mains son patrimoine, son argent et son avenir.

En plus, il est nostalgique des bons moments passés dans cette maison ou son appartement, il a peur de ne pas les retrouver, peur de ne pas renouer avec ses voisins, peur de ne pas se sentir aussi bien dans un nouveau logement.

Vendre un bien immobilier est un acte important et effrayant (comme l'achat d'un logement, c'est parfois un acte unique dans toute sa vie !)

Vous êtes la personne adéquate pour vendre son bien au meilleur prix, et comme vous êtes un bon commercial, à vous de jouer !

N'hésitez pas à mettre par écrit les moyens que vous vous engagez à mettre en œuvre.

MONTREZ-VOUS DIGNE DE CONFIANCE EN METTANT EN AVANT :

- votre parfaite connaissance du marché immobilier local
- votre compréhension de l'âme du bien : vous identifiez les atouts du logement et savez les valoriser
- votre expérience sur ce type de biens et sur la cible d'acheteurs potentiels
- les dernières ventes que vous avez réalisées
- votre estimation remarquablement juste (*attention : de nombreux outils d'estimation en ligne de biens immobiliers vont challenger la fourchette de prix que vous allez proposer !*). Faites preuve de pédagogie en expliquant comment vous parvenez à ce prix (*statistiques démographiques, data sur les ventes et les cibles d'acheteurs, etc.*)
- votre réseau de partenaires pour faciliter la vente (*diagnostic, notaire*) mais aussi pour faciliter le futur achat (*banque, courtier, entreprise de travaux, etc.*). Votre rôle ne se limite pas à trouver un acheteur mais à concrétiser la vente !

TACTIQUE #6

LE DIGITAL

Montrez au vendeur que vous maîtrisez les outils digitaux.

Même sans avoir affaire à un geek, montrer de quoi sont capables des solutions de visualisation de données, cela impressionne toujours.

Proposer au vendeur, en échange de l'exclusivité, un partage des outils de statistiques dès la mise en vente :

- Nombre de recherches d'un bien similaire
- Nombre de visites
- Taux de clics sur l'annonce
- Nombre de visites du bien
- Etc.

En partageant ainsi un exemple de suivi d'un dossier, vous rendez concret tout votre travail.

Le propriétaire visualise ainsi ce que vous allez réaliser et à quel moment.

Montrez que le digital vous permettra d'être très réactif : le digital est le monde du "tout tout de suite" et de l'immédiat !

Assurer que chaque contact entrant est rappelé dans les 4 heures et non dans les 4 jours montre votre professionnalisme.

Votre parfaite maîtrise du digital peut aussi vous permettre de proposer des **services Premium réservés aux mandats exclusifs**

- Re-ciblage publicitaire d'annonces
- Mise en avant sur votre site
- Publications sur les réseaux sociaux adaptés à la cible
- Diffusion à votre base de données de Newsletter
- Etc.

Comme beaucoup de professionnels de l'immobilier, vous proposez sans doute une évaluation gratuite du bien.

C'est dès cette première rencontre qu'il vous faut nouer le bon relationnel pour obtenir le mandat exclusif.

On n'a jamais deux fois l'occasion de faire bonne impression.

DÈS VOTRE PREMIER CONTACT, ÉVALUEZ SI LE VENDEUR EST "CHAUD" :

- est-il vraiment décidé à mettre le bien en vente ?
- est-ce une intention à 3 mois ou à 2 ans ?
- est-ce simplement de la curiosité sur la valorisation de son **patrimoine** (dans un tout autre but : fiscalité, succession, donation, etc.) ?

S'il est chaud, c'est le bon moment pour le convaincre de signer une exclusivité sur le prix estimé !

LE CIBLAGE

Analysez vos ventes sur les 12 derniers mois. Votre CRM sera un bon point de départ.

Si vous vendez des studio à des jeunes primo-accédants, des appartements de 3 pièces à de jeunes parents ou si vous vendez des maisons à de futurs retraités, ce n'est pas pareil.

A partir de là, **vous devez générer des mandats exclusifs sur les biens que vous savez vendre le mieux**, ceux que vous vendez le plus fréquemment et dont la vente s'est terminée avec succès.

Inutile de vous épuiser essayer de prospecter et conquérir des mandats sur des biens que vous ne vendrez pas.

De plus, ce travail de ciblage vous servira d'études de cas, à ajouter à votre site Internet par exemple, ou à présenter au vendeur pour le rassurer sur vos capacités à vendre (**Tactique #5** de ce guide).

Ce qui vous permettra d'accroître la confiance du vendeur à signer avec vous un mandat exclusif.

L'INBOUND MARKETING *(MA FAVORITE !)*

L'immobilier est un monde hyper-concurrentiel. Il s'est digitalisé de manière standard aujourd'hui.

Dans ce monde digitalisé, **toutes les agences ne survivront pas à des crises** telles que ces récentes crises sanitaires, ou financières.

En période de crise, la surenchère de sollicitations peut devenir inutile et intrusive.

D'autant plus que, pour être franc, **certaines agences exploitent des méthodes agressives qui dégoûtent les particuliers** et les incitent à vendre eux-mêmes leurs biens.

Et les plateformes pour leur permettre de vendre eux-même sans passer par un agent immobilier sont de plus en plus fréquentes, ce qui contribue à faire croire au vendeur que "faire lui même sera facile".

Nous savons bien vous et moi que ce n'est qu'illusoire, mais cette concurrence existe pour vous, mieux vaut en être conscient !

L'inbound marketing est aujourd'hui le meilleur moyen de générer des mandats exclusifs de manière permanente, en mettant en œuvre toutes les facettes du digital pour faire venir le client et le vendeur vers votre agence, plutôt qu'en lui courant après ou de prospecter activement jusqu'à vous épuiser...

Attirer naturellement comme un aimant le propriétaire, utiliser ses émotions et sa raison pour le convertir en lead, et l'engager à conclure un mandat exclusif, puis en en faisant un client ambassadeur fidèle est le résultat d'une stratégie d'Inbound Marketing qui a réussie.

Les projets immobiliers, que ce soit pour l'achat ou pour la vente, commencent sur le web.

Vous devez donc y être visible, susciter la confiance et avoir une réputation numérique sans faille.

POURQUOI L'INBOUND MARKETING FONCTIONNE T'IL SI BIEN DANS L'IMMOBILIER ?

Le comportement de recherche d'une agence et de décision des vendeurs à changé avec Internet. **L'Inbound Marketing répond à ce nouveau comportement.**

L'INBOUND MARKETING CONSISTE À :

1. CRÉER DES CONTENUS PERTINENTS À CHAQUE ÉTAPE DE SA RÉFLEXION

Première recherche d'information sur la vente, estimation du prix, différentes étapes d'une vente, documents requis, conseils pour mettre en avant le bien, comparaison des avantages d'un mandat exclusif, etc. L'immobilier est un des secteurs où le vivier de contenus est le plus vaste !

2. RÉFÉRENCER CES CONTENUS ET LES DIFFUSER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les contenus Inbound Marketing, lorsqu'ils sont réalisés avec la bonne méthode, sortiront en tête des résultats sur les recherches faites par votre client idéal cible. Il serviront également de base à votre planning éditorial sur les réseaux sociaux, là où se trouvent vos vendeurs potentiels.

3. CAPTURER CES LEADS TRÈS TÔT DANS LEUR CYCLE DE RÉFLEXION

Non, il ne s'agit pas ici de votre formulaire de contact. Vous allez d'abord leur apporter une immense valeur en leur fournissant des contenus premium, accessibles pour eux en laissant leurs coordonnées, et vous ne les contacterez pas tant qu'ils ne sont pas prêts pour cela. C'est eux qui viendront vous solliciter tellement ils apprécieront ce que vous produisez pour eux.

4. AMENER CES LEADS À MATURATION DE MANIÈRE AUTOMATISÉE

Grâce à l'emailing, aux réseaux sociaux, et à la publicité, votre stratégie digitale va accompagner chaque lead de manière personnalisée, en fonction de ses centres d'intérêts, jusqu'à vous. Au moment où il vous contacte, le principal de la démarche est effectuée, il vous fait déjà confiance et signera votre mandat exclusif sans effort !

L'AVANTAGE DE L'INBOUND MARKETING EST ÉVIDENT

Vous travaillez sur le long terme, vous construisez votre réputation, vous créez la confiance, non pas une fois pour signer une vente mais pour toujours.

Ensuite, chaque propriétaire va, à son rythme, aborder vos contenus de différentes manières, picorer parmi toutes vos informations, et quand il est prêt, vous contacter ou vous transmettre ses coordonnées.

L'inbound marketing favorise l'acquisition de prospects qualifiés et l'augmentation de taux de transformation.

**Vous saurez parfois même avant lui
qu'il est prêt à vendre !**

LE POTENTIEL D'ACHETEURS

Cela fait directement suite à la tactique #9 de l'Inbound Marketing.

Ces techniques d'Inbound Marketing fonctionnent non seulement sur les vendeurs potentiels mais également sur les acheteurs.

Mettre en place une stratégie d'inbound marketing vous permet de créer un vivier d'acheteurs potentiels, déjà prêts à signer.

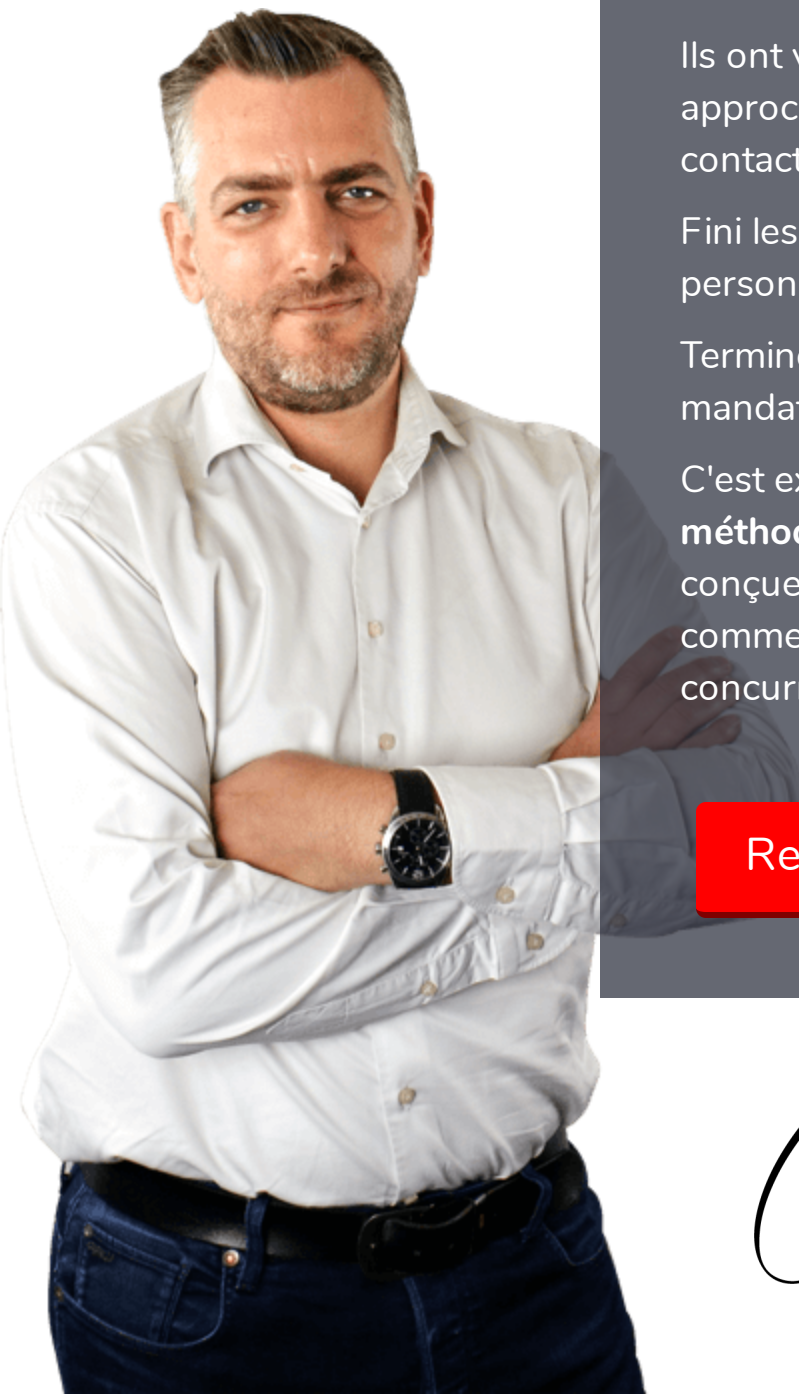
Ce vivier d'acquéreurs devient un élément décisif pour obtenir un mandat exclusif.

Quoi de mieux que d'arriver chez un propriétaire en lui disant que vous avez déjà 3 personnes prêtes à signer l'achat de sa maison ?

Il ne prend plus aucun risque à vous signer une exclusivité sur la vente que vous pensez conclure dans le mois !

Et ainsi, vous développez un réseau de vendeurs et d'acheteurs naturellement.

Bien sûr l'inbound marketing ne se résume pas à 3 articles de blogs et je vous conseille de vous faire accompagner pour mettre en œuvre une stratégie efficace et durable.



LA PLUPART DES AGENCES IMMOBILIÈRES ONT
BESOIN DE PLUS DE PROSPECTS ET DE CLIENTS...

JE RÉSOUS CELA.

Imaginez un système marketing pour votre agence
qui fonctionne à plein régime...

Chaque matin **vous découvrez de nouvelles
demandes d'informations**, car vos prospects vous
ont trouvé sur Internet.

Ils ont visité votre site et ont été séduits par votre
approche. Il n'en faut pas plus pour qu'ils vous
contactent

Fini les fastidieuses distributions de prospectus que
personne ne regarde !

Terminé les attentes angoissées du prochain
mandat !

C'est exactement ce que je vous propose avec mes
méthodes et stratégies de marketing immobilier
conçues pour vous faire gagner, en temps de crise,
comme en temps normal pour écraser vos
concurrents.

Rendez-vous de consultation gratuit

Christophe Prudent
LET'S KEEP IT GROWING!