

BOOSTACOM 

communication · digital · formation web

www.boostacom.fr

Métiers de l'immobilier

Acheteur, vendeur, loueur...
intégrer le digital dans sa stratégie



stratégie



digital



graphisme- media



formations web

LE CLIENT 3.0



BOOSTACOM 



2

L'immobilier est digital par la voix de ses clients



sont des
experts du digital.



92 % des projets immobiliers concrétisés
(achat, vente, location) débutent sur internet.

Et les Français encore plus
fortement !

Fréquence de consultations des
sites d'annonces immobilières :

- plus de **13 millions de visiteurs uniques par mois en France**
- moins de 7 millions en Allemagne et 5 millions au Royaume-Uni.

Qui est le client 3.0 ?



Des habitudes de consommation et des relations bouleversées



Un consommateur en quête d'une **nouvelle relation** avec les marques

Surinformé, expert

Zappeur, exigeant

Recherchant des **conseils**
et des **liens sociaux**

Préparant ses achats

Omnicanal, multitasking

82%¹ des internautes
sont membres d'au moins
un réseau social

77%² des internautes
préparent en ligne leurs
achats off-line

40%³ des tablo-nautes
utilisent les tablettes pour
préparer leurs achats off-line

22%⁴ des mobinautes
le font avec leur mobile

40%⁵ des mobinautes
surfer en magasin

BOOSTACOM

5

Le client 3.0 est hyper connecté – quel que soit son âge !



une **exigence d'accès**
en tout lieu,
à tout moment
et sur tous les terminaux.



Ex. hyper
connexion
sans limite
d'horaires

Ex.
connexion
en tous
lieux, travail
à distance

Ex. majorité
utilisent 2 à
3 appareils
par jours

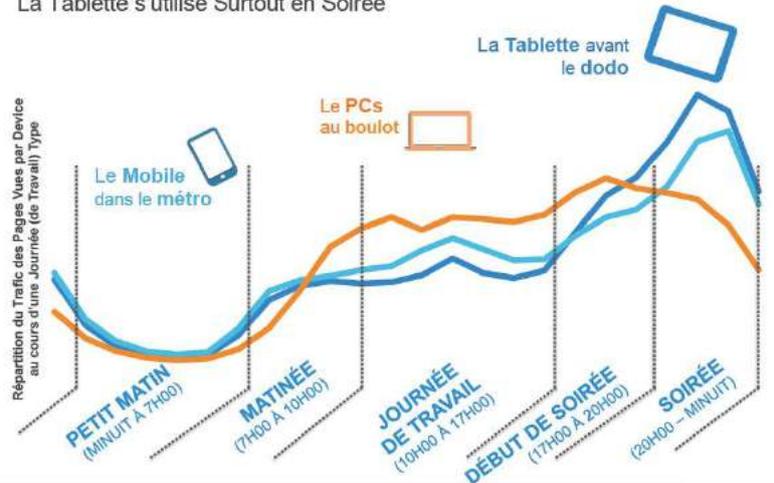
BOOSTACOM

6

Le client 3.0 se connecte toute la journée

Usage des Devices dans la Journée-Type des Français

La Tablette s'utilise Surtout en Soirée



BOOSTACOM

7

Le client 3.0 raconte ses expériences sur les réseaux sociaux !



Nombre d'inscrits en France sur 1 réseau

- Environ 80% des 12-17 ans
- Environ 90% des 18-24 ans
- Environ 80% des 25-39 ans
- Environ 40% des 40-59 ans
- Environ 25% des 60-69 ans
- Environ 10% des 70 ans et plus



Age moyen Facebook ? 42 ans !

- Cibler les bons réseaux en fonction de la tranche d'âge de ses cibles

BOOSTACOM

8

Le client 3.0 exprime son avis et donne des notes!



Stéphane Ghelfi
1 avis
★★★★★ il y a 2 mois
Merci a votre agence pour la conduite et la realisation de mon projet. Une pensee particuliere pour Pauline qui a fait preuve de tenacité et de professionnalisme. Je vous recontacterai pour un prochain projet. Bonne continuation.
👍 J'aime

Matthieu Bauquin
1 avis
★★★★★ il y a 10 mois
Equipe dynamique, réactive, qui tient ses engagements. Merci pour votre professionnalisme.
👍 J'aime

Stéphane Plaza Immobilier - Lyon 3ème
14 avis Google
Agence Immobilière à Lyon, France
Adresse : 102 Avenue Maréchal de Saxe, 69003 Lyon
Horaires : Ouvert - Ferme à 18:00
Téléphone : 04 78 42 71 27
Suggérer une modification

Vous connaissez ce lieu ? Répondez aux questions rapides

Questions et réponses
Ajouter toutes les questions (1)
Poser une question

L'importance du mobile



Le client 3.0 est mobile

1/4 DES FRANÇAIS QUI ONT UN PROJET IMMOBILIER UTILISENT QUOTIDIENNEMENT LEUR SMARTPHONE POUR LEURS RECHERCHES

40% DES RECHERCHES IMMO SE FONT UNIQUEMENT SUR SMARTPHONE

UN UTILISATEUR DE SMARTPHONE SORT SON TÉLÉPHONE DE SA POCHE EN MOYENNE **150X / JOUR**



Locuteur



Acheteur



Bâilleur



BOOSTACOM

11

La visibilité de l'agence sur mobile devient primordiale



Explosion des requêtes concernant l'immobilier sur smartphone



Importance du trafic sur les applis

(35 applis sur 1 smartphone pour 4 utilisées régulièrement.)

Février 2019 – Appli Logic-Immo

Visiteurs visites

34	Appli Mobile Logic-Immo.com	1 961 171	200 439
----	-----------------------------	-----------	---------

BOOSTACOM

12

Vous avez dit mobile ?

La mobilité n'est qu'une question de contexte,

- **Si vous n'êtes pas capable de satisfaire le besoin d'un mobinaute en 5 secondes, ... alors vous n'existez pas !**

Le parcours d'achat digitalisé



Tout commence et passe par internet

L'ACHETEUR

VISITE 5 SITES IMMOBILIERS
SA RECHERCHE DURE 69 JOURS

LE VENDEUR

VISITE 2,2 SITES IMMOBILIERS
SA RECHERCHE DURE 28 MINUTES

note: en moyenne
Source: Google

immobilier2.0
L'AVENIR DE L'IMMOBILIER EST ICI

BOOSTACOM

15

Le parcours client digitalisé en 5 étapes



BOOSTACOM

16

Le parcours n'est pas linéaire : il est long, fragmenté et « changeant »!



multi-**sessions**

=> Les gens viennent plusieurs fois sur votre site avant de convertir



multi-**écrans**

=> Ils le font depuis des écrans différents ce qui pose un problème de réconciliation



multi-**canales**

=> Ils vont avoir des interactions physiques

Le digital est plus puissant à chaque étape



des personnes ayant eu un projet
immobilier dans les 3 dernières années
ont utilisé Internet **une ou plusieurs**
fois par jour.

LE PROFIL COMPORTEMENTAL DES VISITEURS DE LA CATÉGORIE IMMOBILIER

4 %

des internautes sur les sites d'immobilier ont
l'**intention** de réaliser un achat immobilier dans les
12 prochains mois, soit **450 000 Français**

74 %

des internautes sur les sites d'immobilier sont
propriétaires, **23 %** sont locataires et **17 %**
possèdent une résidence secondaire

45 %

des internautes sur les sites d'immobilier
ont un **crédit** immobilier en cours

Source : Médiamétrie « L'immobilier sur Internet, les chiffres clés 2018 du secteur en France »

Et donc pour l'agence, important d'être « digitalisée » et de soigner sa communication à chaque étape



J'ai l'intention de...

- [Site internet, blog](#)
- Référencement, Adwords
- Réseaux sociaux
- Multi-annonces, portails
- Estimation en ligne
- Logo, carte de visite
- Signature de mail
- Prospectus, vidéo, diaporama

Je m'informe et compare

- [Site internet](#),
- [Réseaux sociaux](#)
- Référencement, Adwords
- Appli, chat bot
- Fiche du bien, géolocalisation
- Prospectus, catalogue
- Vidéo, diaporama, visite virtuelle
- Blog, inbound marketing
- Annonces, portails, comparateurs

Je visite, j'achète

- [Site internet](#),
- Visite virtuelle
- Vidéo
- Visite physique
- Agence
- Formulation de l'offre
- Fiche du bien

Je donne mon avis Je témoigne

- [Site internet](#),
- [Réseaux sociaux](#)
- Témoignage vidéo
- Blog étude de cas
- Fidélisation, parrainage
- Avis



19

Le digital pour mieux vendre



Les forces en présence



BOOSTACOM



21

Une concurrence accrûe ?



Le nombre de sources
d'information augmente.



Le métiers de l'immobilier
se décloisonnent.

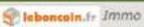
Quartier Agence Dufflot Conseil Estimation
Investissement **Immobilier** Portail
Mandataire Vente Achat Banque Pinel
Evolution Accompagnement

BOOSTACOM

22

Classement à mars 2018

PORTAILS IMMOBILIERS

Rang	Acteurs	Visiteurs uniques/mois	Couverture France Entière
1	 leboncoin.fr Immo *	11 223 000	17,9 %
2	 SeLoger	5 303 000	8,5 %
3	 pdp	3 531 000	5,6 %
4	 LOGIC IMMO.COM	2 859 000	4,6 %
5	 A vendre A louer	2 036 000	3,2 %

RÉSEAUX IMMOBILIERS

Rang	Acteurs	Visiteurs uniques/mois	Couverture France Entière
1	 Orpi	1 212 000	1,9 %
2	 Century 21	1 162 000	1,9 %
3	 Immobilier.com	871 000	1,4 %
4	 France Immobilier	580 000	0,9 %
5	 Neph	550 000	0,9 %

Source : Données de Mediametrie / NetRatings - Audience Internet Global France - Moyennes d'octobre 2017 à mars 2018.

Le Bon coin

plus de **11 millions de visiteurs uniques** chaque mois,

L'écart entre le leader Le Bon Coin et ses suiveurs semblent se creuser par rapport à l'an dernier : en mars, Leboncoin, [qui a mis la main sur A Vendre A Louer en octobre 2017](#), affichait plus de deux fois plus de visiteurs uniques mensuels que SeLoger.

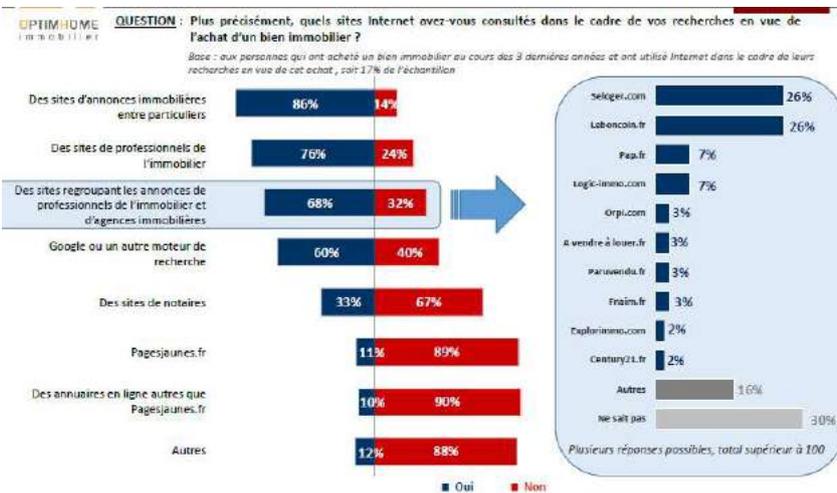
Top 5 des portails d'annonces en mars 2018

Rang	Portail	Audience globale* (Moyenne octobre 2017 / mars 2018)	Couverture France entière
1	Le Bon Coin Immo	11 223 000	17,9 %
2	SeLoger	5 303 000	8,5 %
3	Particulier à Particulier	3 531 000	5,6 %
4	Logic-Immo.com	2 859 000	4,6 %
5	A Vendre A Louer	2 036 000	3,2 %

* Audience Internet globale (ordinateur, mobile et tablette, en visiteurs uniques mensuels)



Quels sites consultez-vous pendant votre recherche ?



TOUT SE PASSE
AVANT L'ACTE D'ACHAT



Tout se passe AVANT l'acte d'achat

.....
57 % de la décision d'achat d'un client se fait avant même d'être entré en contact avec un commercial

... et donc sur Google !

Requêtes Google

- **3,3 milliards de requêtes sont effectuées chaque jour** (100 milliards par mois).
- **15% des requêtes sont de nouvelles requêtes (500 millions par jour)**
- 20 milliards de sites sont visitées (crawlées) par Google, chaque jour.
- 30 000 milliards de pages sont indexées par Google.

Part de marché Google

- Monde : 90,6% – Europe : 91,6% –
- **France : 91,5% –**
- Source : [StatCounter](#) (mai 2018)



> **Le but : être présent en première page et faire atterrir les requêtes sur mon site internet et mes annonces !**

Etre en 1ere position sur Google - 1



Budget mensuel
Coût au clic

Google

Tous Shopping Maps Actualités Images Plus Paramètres Outils

Environ 36 800 000 résultats (0,47 secondes)

Achat Appartement Neuf | Nos biens à Lyon | marignan-immobilier.com
[Annonce](#) [www.marignan-immobilier.com/Appartements/neufs](#)
 Pour habiter ou investir, découvrez nos Appartements Neufs à Lyon. Profitez des Avantages de nos Programmes Immobiliers. Sécurité. 45 ans d'expérience. Expertise. Une présence nationale. Services: Conseil personnalisé, Sécurité financière, Expertise de nos équipes.

Appartement à vendre Lyon 3e - Achat appartement - Bien ici
[Annonce](#) [www.bienici.com/Neuf](#)
 Trouvez votre futur logement neuf en quelques clics sur Bienici ! Vie du quartier, Recherche simplifiée, Localisation transport, Cartographie 2D et 3D, Vente et Location, Services: Trouver un logement, Achat Neuf, Achat Ancien, Informations quartier, Location immo., Achat - Neuf - Louer en France - Vos recherches en 3D - Investissement immobilier

T4 Lyon 3e - Achat appartement neuf 4 pièces Lyon 3e - Logic-Immo.com
[Annonce](#) [neuf.logic-immo.com](#)
 Un projet immobilier ? Choisissez parmi + de 40 000 logements Neufs ! Contactez les promoteurs. Tous les Programmes Neufs - Immobilier Neuf - Votre Appartement Neuf - Investissez dans le Neuf

Vente appartement Lyon 3ème (69) | acheter appartements à Lyon ...
<https://www.seloger.com/immobilier/achat/lyon-3eme-69/bien-appartement/>
 Lyon 3ème (69003) : Toutes les annonces de vente d'appartements. Tout pour acheter un appartement à Lyon 3ème avec nos agences immobilières et les ...
 Vente appartement studio 28 ... - Vente appartement 3 pièces ... - Part Dieu

Site – Annonces
Blog
Réseaux sociaux
Content marketing



Oui... mais comment ?

Un site internet Google Friendly

Ai-je fait un ciblage sémantique à la création de mon site ? Quelle est ma stratégie de référencement ?



Etre présent et valoriser son expertise avant la vente (blog / video / réseaux sociaux)

Les démarches modernes à suivre pour un déménagement efficace

Préparer son déménagement peut être une tâche ardue et chronophage. Cependant, en adoptant certaines démarches modernes, il est possible de simplifier le processus et de gagner du temps et de l'argent.

BOOSTACOM

Vscreen, SmartVisite

Top 5 des vidéos immobilières les plus consultées sur Youtube

Voici le classement des vidéos immobilières les plus consultées sur Youtube issu de l'interview de S. Schweickat avec Lionel Latham du blog "Marketing Immobilier pour les Pros"

Top 1	Top 2	Top 3	Top 4	Top 5
Vie locale	Annonce	Conseil de vente	Témoignage clients	Profil d'un agent immobilier
Quitter le marché immo local	Préparation d'un client	Dévo. France		

Source :

Importance des avis

LES AVIS CLIENTS UN IMPACT POSITIF



Régie immobilière César et Brutus

4.5 ★★★★★ 124 avis Google

Société de gestion immobilière à Lyon

Adresse : 57 Place de la République, 69002 Lyon



Des annonces bien rédigées !

Descriptif du bien
Photos, Plans & Visites Virtuelles
Situation & Carte



IMG_8313W ➤ Plus de photos






DESCRIPTIF GÉNÉRAL

Type de bien : **Villa 4 pièces**
climatisation, meublé, vue sur mer

Surface : 110 m² **Parking** : Garage simple, place en extérieur

Chambres : 3 **Extérieur** : Terrasse, Jardin.

Salle de bain : 1

Etat du bien : *Rénové*

Dépôt de garantie : 3 000 €

DESCRIPTIF DÉTAILLÉ ➤➤

DIAGNOSTICS ➤➤

ENREGISTREZ UNE ALERTE EMAIL

Recevez directement dans votre boîte mail toutes les annonces correspondant à votre recherche ... **C'est gratuit !**

Créer votre Alerte email ➤➤

A LOUER colocation possible villa avec jardin d'environ 800m² et garage dans les collines de l'estaque/St Henri, quartier très tranquille et calme, un salon de 35m² très lumineux avec cheminée ouverte/insert, une cuisine séparée et 3 chambres plus une chambre pouvant être utilisée comme chambre d'appoint ou bureau, villa rénovée, entièrement équipée, lave linge, lave vaisselle, plaque cuisson 5 feux, TV, cheminée, climatisation et chauffage électrique, à quelques minutes de l'accès à l'autoroute (A55) vers centre ville et vers aéroport marignane, et magnifiques aix en Provence, à 10mn de la plage et supermarché à 5mn, véhicule indispensable, charges 150 euros (provisions sur eau et électricité).

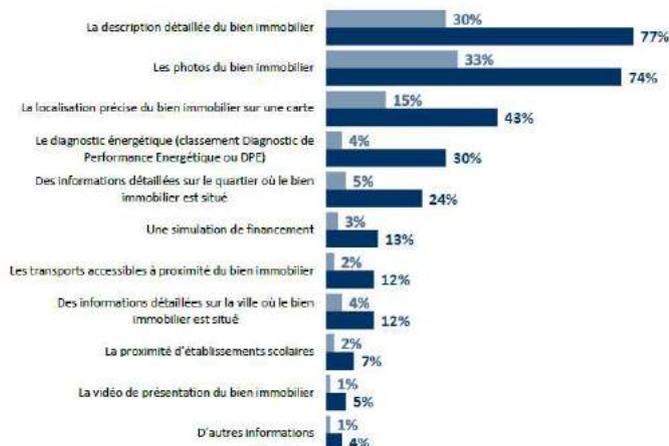
Les informations en ligne recherchées

OPTIMHOME

IMMOBILIER

QUESTION : **Hormis son prix, quels types d'informations recherchez-vous en priorité lorsque vous consultez sur Internet une annonce relative à un bien immobilier en vente ? En premier ? En second ? En troisième ?**

Base : aux personnes ayant acheté un bien immobilier après avoir consulté Internet ou prévoyant d'acheter un bien immobilier et de consulter Internet, soit 33% de l'échantillon



Rédiger mes annonces - 1

1 Un descriptif complet du bien

Impératif : enrichissez vos annonces pour vos clients et pour Google !

En plus du descriptif du bien, mettre des infos du types

Idéal pour (type d'activité / d'acheteur)

A proximité : (détailler toutes les commodités)

On aime : mettre un détail qui vous a frappé.

Disponible à partir de :

Remettre un petit argumentaire court, sur les points forts de l'agence à la fin.

Les annonces sur votre site doivent être plus détaillées que celles des portails. Penser référencement et répéter vos mots clés. Rédiger une annonce modèle type, qui servira de trame. Toutes vos annonces doivent être écrites de la même manière.

2 Un visuel impactant



Plusieurs visuels. Zoomer et recadrer si besoin. Prendre des détails en zoom : varier les cadrages pour avoir un album photo + vivant (un arbre, un détail de hauteur de plafond, un parking...) Visite virtuelle : peut se faire avec des images animées. Penser au drone. **Penser à la vidéo**

Ecrire mes annonces- 2

3 Des informations pour faciliter et personnaliser la prise de contact



Les informations de base à ne pas omettre sont le numéro de téléphone, l'adresse mail et l'URL de votre site Internet. Je vous encourage à mentionner le nom de l'agent en charge du mandat avec sa ligne directe. Ce détail permet « d'humaniser » le contact et d'instaurer une relation de confiance.

Penser digital et omnicanal dans sa stratégie



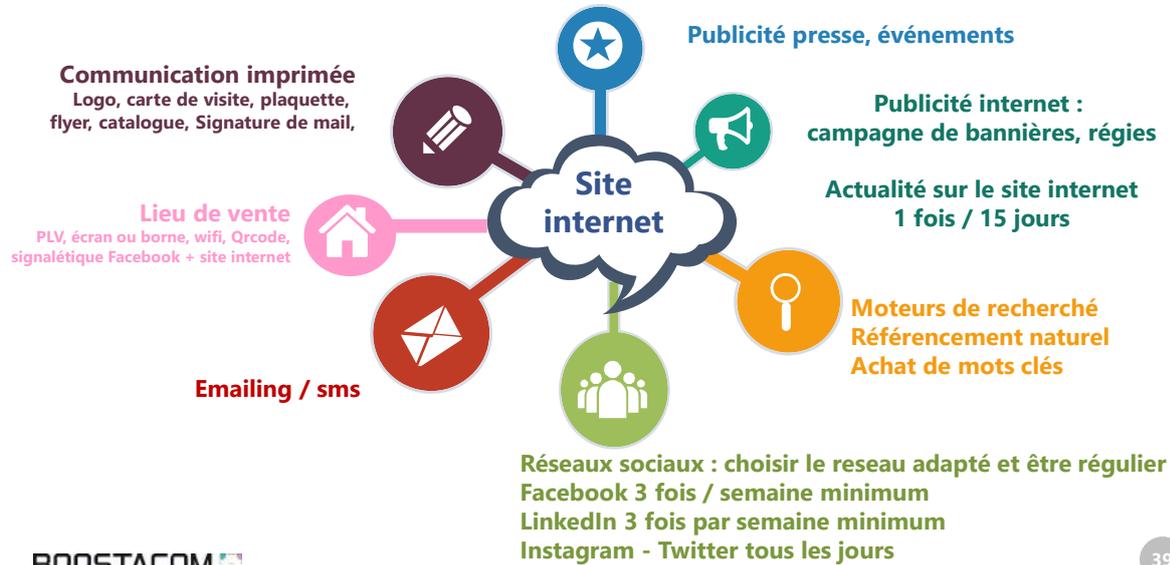
MeilleursAgents

La digitalisation perçue par les agents immobiliers



Résultat de l'Observatoire des Agents Immobiliers

Tisser sa toile



Oui, mais à quel coût ?

**Mix outils gratuits (prévoir un temps d'animation)
+ outils professionnels payants**

**Votre agence mérite une image de qualité
Il faut se donner les moyens de ses ambitions....**

Exemple de dispositif pour un projet immobilier

Projet immobilier : créer une identité de marque

Logo + charte graphique
+ signature email



<https://www.parcdesors.com/>



Site onepage
bien référencé
et design



BOOSTACOM

Plaquette 2 volets "qualité +"
Création sur-mesure 990 € HT
Impression 500 ex : 250 € HT



41

Les super pouvoirs



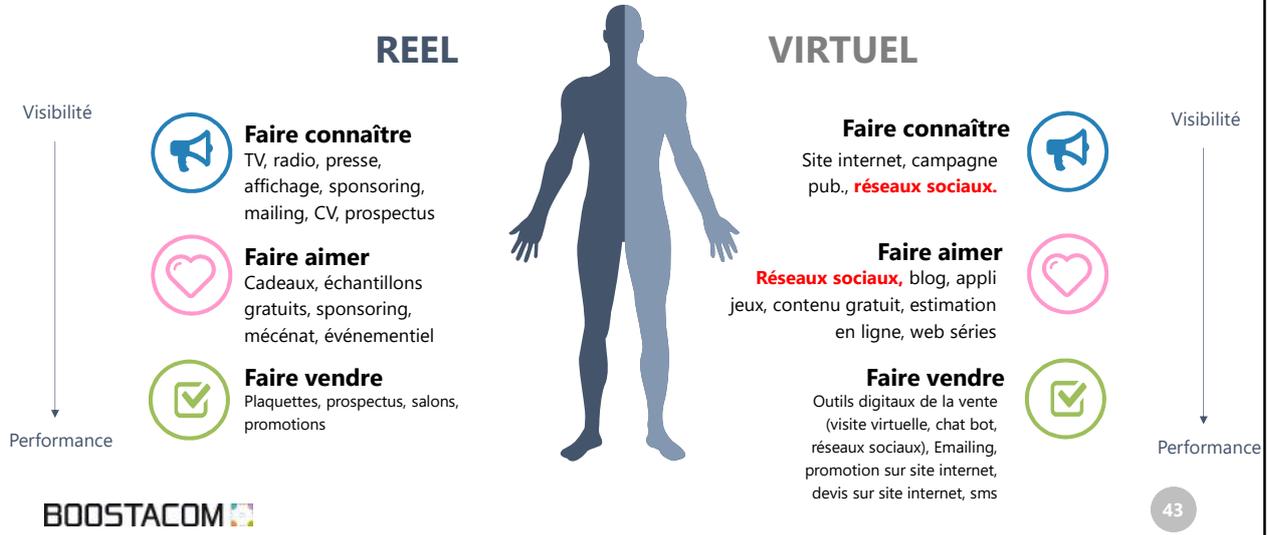
BOOSTACOM



42

Les 3 missions de la communication « omnicanal »

L'effet miroir qui est produit par la répétition des messages, augmente l'impact.
Tisser une relation plus émotionnelle



Le pouvoir des réseaux



Au-delà de l'aspect uniquement commercial,

- ✓ **Votre agence est une marque...**
- ✓ **Votre agence est un état d'esprit**
- ✓ **Votre agence est une équipe**

**... et gagne à être connue
comme telle !**



Les réseaux sociaux pour être vu !

The screenshot shows the mymarseille.com website interface. On the left, a search filter sidebar is visible with options for 'VENTE' and 'LOCATION', and various criteria like 'Type de bien', 'Nombre de pièces', and 'Budget mensuel'. A red circle highlights a vertical social media sharing bar on the left side of the search results area, containing icons for Facebook, Twitter, and a mobile phone icon. The main content area features a 'Recherche Simplifiée' section and a 'Recrutement' banner. Below the search filters, there are several real estate listings, including one for 'Maison - Location' in Saint-Henri, Marseille 16ème, priced at 1 500 €/m.

Etre sur les réseaux sociaux Pour tisser une relation plus émotionnelle



BOOSTACOM

47

Etre sur les réseaux sociaux Pour la viralité, le référencement et soigner sa e-réputation



BOOSTACOM

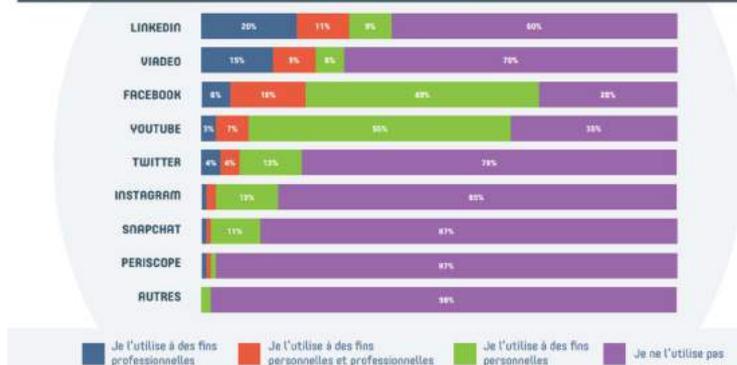
48

Et pourtant....

Immobilier et médias sociaux

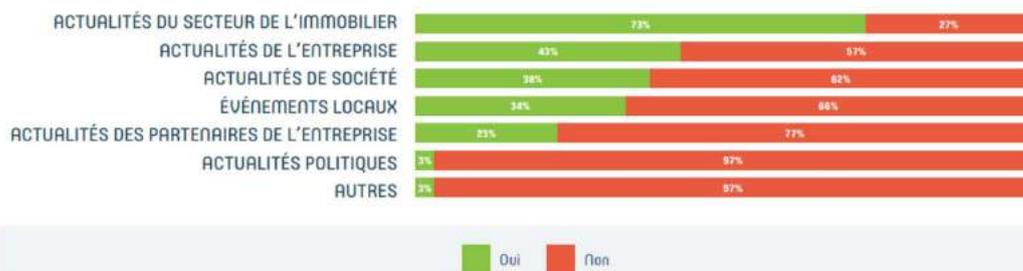


Ranking de l'utilisation des réseaux sociaux



Nature des publications

Nature des publications par les entreprises de l'immobilier



Le pouvoir de l'image



L'image au cœur de la transaction

- **90% des personnes consultent davantage les annonces immobilières avec photos.**
En moyenne **7 photos / annonce**
- **95% vont passer 20 secondes à regarder le premier cliché proposé.**
- De plus, proposer des visuels attire **8 fois plus de trafic** sur votre annonce et vous assure une vente dans **un délai de 21 jours**, en moyenne.
- Il suffit de s'équiper d'un bon appareil ou d'un bon Smartphone ou appel à des professionnels spécialisés.
Penser aux photos extérieures et intérieures



Astuces photos

- **Image de mauvaise qualité à transformer en dessin ?**
- **Penser aux photos intérieures et extérieures avec un drone.** Investissement drone à partir de 400 € HT
- **Travailler vos cadrages et lumières.** Outil gratuit iloveimg.com. N'oubliez pas de compresser votre image avant de la mettre sur votre site internet.
- **Transformer vos images en images animées pour les réseaux sociaux : . Gif ou mp4** Outil gratuit gify.com (ex porte qui s'ouvre)



Les super-pouvoirs de la vidéo



Le pouvoir de la video

4 milliards

C'est le nombre de vidéos visionnées chaque jour sur **Youtube**.



BOOSTACOM

55

Le pouvoir de la vidéo

Il y a effectivement une forte attente pour la vidéo :

85 % des potentiels acheteurs ou vendeurs préfèrent travailler avec un agence immobilière qui fait de la vidéo.

Il s'agit, en premier lieu, de proposer une visite du bien et ses extérieurs mais aussi de mettre en valeur le quartier, son âme, ses commodités...



BOOSTACOM

56

L'AGENT IMMOBILIER

4.0



L'agent immobilier 4.0

- **Rédige des contenus de qualité pour un bon référencement**

L'agent immobilier doit maîtriser les bonnes pratiques pour rédiger des contenus de qualité. Il doit impérativement savoir rédiger un descriptif d'annonce complet et bien construit, mais aussi choisir les bons mots-clés pour améliorer le référencement du site web de l'agence.

- **Anime les Réseaux Sociaux**

Désormais, le développement d'une agence immobilière passe également par une présence sur les réseaux sociaux, notamment par la création d'une page Facebook entreprise.



L'agent immobilier 4.0

- **Sait utiliser la méthode d'Inbound Marketing**
- Générer des contacts qualifiés en leur proposant des contenus spécifiques à forte valeur ajoutée à chaque étape du cycle d'achat/vente afin de favoriser la prise de mandats ; (livre blanc, conseils, diagnostics en ligne...)



L'agent immobilier 4.0

- **Sait « chatter » en ligne**

Les agences cherchent effectivement à faire évoluer l'expérience utilisateur de leurs clients via de nouveaux outils toujours plus adaptés, qui répondent aux nouvelles exigences. Les sites des agences immobilières commencent à proposer des outils comme le chat en ligne pour plus de conseils et de réactivité.

- **Soigne et gère sa E-reputation / avis**

Il devra également savoir susciter les avis clients, les prendre en compte et y répondre dans un souci de transparence. Les avis clients ont un double intérêt dans la mesure où ils permettent de contrôler l'image de l'agence, et également d'améliorer le référencement de son site.



L'agent immobilier 4.0

- **Suivi des projets en ligne**

Demain, chacun des clients disposera d'un tableau de bord connecté, accessible de n'importe quel endroit, via son ordinateur, smartphone, montre connectée, tablette ou autre support qui reste à inventer, pour suivre ses projets et tout son patrimoine.



- **Data / Optimiser le suivi du client (loi RGPD)**

BOOSTACOM 

61

BOOSTACOM 
communication · digital · formation web

**Boostons ensemble
nos talents : contactez-nous !!**

www.boostacom.fr

250 chemin de Seillères - 38160 Chatte



 06 26 94 14 19

 c.tabarin@boostacom.fr

 [/agenceboostacom](https://www.facebook.com/agenceboostacom)

 [/agenceboostacom](https://www.linkedin.com/company/agenceboostacom)