

# DIGITAL

## 5 scénarios pour mieux négocier

	UNE BONNE IMPRESSION SUR LE WEB	2
	L'INTERVIEW DU NÉGO	2
	NÉGO ET DIGITAL : 5 SCÉNARIOS	3
	LES ACTUS D'IMMONOT	4
	INTERVIEW DE LAURENCE PARIS	4

### Bonne rentrée immobilière !

En immobilier, il est capital de mettre les bouchées doubles au dernier trimestre de l'année pour débiter la nouvelle avec sérénité et brio. C'est pourquoi on a pensé à vous cet été et nous avons été studieux. En effet, nous avons travaillé pour vous aider dans votre métier de négociateur et booster vos ventes. De grosses campagnes de communication sont en effet en cours à la télévision (sur France 3) et sur le site Le Bon Coin pour faire connaître l'activité de négociation immobilière. Voilà de quoi développer votre notoriété afin que le grand public fasse appel à vos services. Nous avons aussi revisité le site 36himmo de ventes interactives (ventes immobilières en ligne avec un système d'enchères). Plus intuitif, plus ludique, c'est le seul site immobilier notarial à proposer autant de fonctionnalités (points d'intérêts relatifs au bien, visite virtuelle, déco 3D...). Tout est mis en œuvre pour mettre le bien en avant et pour vous faciliter la vie (demande d'agrément en ligne, calendrier des visites...). Plus d'excuses, testez ce nouveau système de transactions qui cartonne (page 4)...





# SUR LE WEB

## Comment faire une bonne impression ?

**La première impression est souvent la bonne ! Une bonne image sur le web ce n'est pas qu'une vitrine, mais surtout un booster de trafic. Soignez cet outil de communication pour être sûr de vendre à tous les coups.**



### Un bon référencement

L'internaute doit trouver l'annonce facilement sur Google. Le référencement est alors primordial. Le secret ?

Des phrases bien construites et écrites en français. Mieux vaut donc éviter les abréviations comme "sdb" pour salle-de-bains et "3 p" pour 3 pièces. Efficacité rime alors avec simplicité pour être bien référencé ! Le particulier y verra d'ailleurs beaucoup plus clair.

### Une jolie photo

C'est une photo "qui donne envie". On doit pouvoir se projeter ! D'ailleurs, sans photo ce n'est pas la peine. Les photos doivent être de qualité pour mettre au maximum en valeur le bien. Question de bon sens pour les photos de notre mannequin vedette. S'il s'agit d'une maison : volets ouverts, photo par beau temps et surtout une vue d'ensemble de la façade. Pour un appartement : mettez la photo de la pièce principale, qui doit être rangée et surtout dépersonnalisée. Pensez aussi à la vidéo ou la visite virtuelle.

### Être visible de partout

Pour une diffusion optimale, il faut se doter des meilleurs supports de communication pour vos annonces.

Grâce à la multidiffusion, vous serez incontournable sur internet. Sites internet, magazines immobiliers de notaires, portail immobilier notarial Immonot, il existe toute une panoplie de supports qui parlent de Vous et mettent en avant votre métier. Ils vous permettent de créer du lien avec vos clients et de diffuser vos annonces.

C'est une vitrine indispensable.

### Un site "au top" pour l'étude

Au risque de se répéter, votre site est à la fois une vitrine, mais en plus il est générateur de contacts.

À vous de "mettre le paquet" pour vous faire connaître auprès d'un large public et ensuite (pour les pêcheurs quand ça mord à l'hameçon) fidéliser les clients. Les outils pour "ramener votre prise" sont : un bon référencement, un graphisme soigné et des articles juridiques aux côtés des annonces immobilières.

# L'INTERVIEW DU NÉGO

## Ingrid CRABOILLER, négociatrice et expert certifié Rev TEGoVA en Charente-Maritime



### Comment mettez-vous à profit le web et le digital pour faire connaître vos produits ?

La profession étant très encadrée, la marge de manœuvre est restreinte. En revanche, dès lors que nous avons un mandat, les possibilités sont nombreuses : en plus des sites dédiés à la profession, nous faisons également paraître nos annonces sur les sites classiques de l'immobilier, mais également les sites à succès tel que « Leboncoin », un incontournable. D'autres sites ayant « pignon sur rue » nous servent également de support comme « Seloger » ou « Explorimmo ».

Les systèmes d'alerte acquéreur que proposent « Explorimmo » ou « à vendre à louer » génèrent également beaucoup de contacts qu'il faut cependant épurer.

La page facebook de l'étude n'est pas non plus à négliger, puisqu'elle mélange les annonces avec les actualités juridiques. Afin de dynamiser la page, nous n'hésitons pas à programmer des actualités et activités de la ville et de sa région.

### Que pensez-vous de l'efficacité de ces outils ?

S'il était question de faire un classement, les sites internet sortiraient grands vainqueurs des générateurs de contacts, tous aussi efficaces les uns que les autres. Le magazine Immonot reste un outil très apprécié des

locaux et il n'est pas rare de voir un acquéreur ou un vendeur débarquer à l'étude avec un magazine à la main ! La vitrine interne de l'étude attire également l'œil des clients de passage qui, souvent, découvrent notre service, sans oublier les panneaux qui profitent aux vendeurs et à l'étude.

Il ne faut donc surtout pas hésiter à mélanger les sites généralistes et spécialistes et à diversifier les outils de diffusion pour cibler un panel de clients potentiels le plus large possible.

### Que préconisez-vous à vos collègues négociateurs pour communiquer sur le digital ?

Le secret est d'assurer un suivi constant, régulier et efficace. Pour ce faire, notre service

négociation a misé sur l'aide précieuse d'une assistante commerciale qui assure tout l'administratif et la commercialisation des mandats, sans compter le reste !!!

Le maître-mot : « faire vivre vos annonces » pour ne pas les laisser périr. N'hésitez pas à changer régulièrement l'ordre des photos (sans oublier que les 3 premières sont les plus pertinentes) et de faire des photos de qualité. Le petit « plus » pour les biens de prestige serait de réaliser des visites virtuelles. Notre service étudie cette prestation : offrir un service d'exception pour des biens d'exception ! Le Bien en vaut Bien la chandelle...

*Propos recueillis en sept. 2018*





# NÉGOCIATION ET DIGITAL

## 5 scénarios pour envahir les écrans

**Si les annonces immobilières circulent largement sur internet, reste à faire la différence auprès des internautes pour espérer totaliser un nombre important de vues et déclencher des contacts intéressants. Pour obtenir le succès mérité, rien de tel que des solutions digitales pour dévoiler le bien immobilier sous son meilleur aspect. Dans ces conditions, vos publicités vont sûrement s'afficher sur un maximum d'écrans !**

Si les fameux smartphones nous permettent d'être ultra connectés, ils nous invitent donc à consommer de plus en plus d'informations. Dans cet univers ultra concurrentiel, comment les internautes peuvent-ils s'y retrouver et sélectionner les sites de qualité ? En repérant les contenus à valeur ajoutée, ceux qui permettent d'en savoir plus, qui offrent des fonctionnalités intéressantes, des services performants. Des atouts que les acquéreurs immobiliers apprécient et mettent dans leurs favoris.

En matière d'annonce immobilière, immonot a déjà mis en marche cette "digitalisation" pour offrir des services particulièrement innovants. En proposant une multidiffusion sur des sites à fort trafic, en permettant de réaliser des visites vidéo du bien ou encore en procédant à une séance de home staging virtuel... Autant de solutions qui donnent la possibilité à l'annonce de "crever l'écran". Découvrons toutes les solutions qui vont faire de vous un héros de la communication digitale.

### La multidiffusion

Voici une solution qui nous réserve un scénario à rebondissement ! À partir d'un seul site internet, l'annonce se voit diffusée sur d'autres portails ciblant un plus large public. Avantage : ce n'est pas nécessaire de se connecter à différents espaces annonceurs pour alimenter ces sites satellites.

C'est une stratégie qu'immonot s'est employé à développer en nouant des partenariats avec des sites tels que Leboncoin, Seloger... Bref, l'union fait la force !

Épilogue : chaque site bénéficie de son propre référencement. En multidiffusant ses annonces, on élargit leur visibilité, donc leur efficacité.

### Le home staging

Réputés pour se produire à la télé, les home stagist réalisent également de véritables prouesses avec les annonces immobilières sur internet.

Des acteurs, comme Rhinov, proposent en effet une séance de mise en valeur du bien à partir des photos existantes. De quoi laisser aux hommes de l'art toute latitude pour imaginer un intérieur

plus pratique et plus tendance.

Des images de synthèse permettent donc de visualiser le logement une fois rénové et même remeublé.

Épilogue : l'annonce s'offre une nouvelle dimension et permet à l'acquéreur de se projeter. Ce qui aide beaucoup de personnes à se décider.

### La séance shooting

"Le poids des mots et le choc des photos", le célèbre slogan se prête de plus en plus à vos annonces immobilières. On pourrait y ajouter "l'immersion en vidéo" puisque des services existent pour obtenir des clichés de qualité et des vidéos sans défauts. Par exemple, Ouiflash réalise des reportages pour mettre en valeur des biens immobiliers.

Ce qui se justifie complètement sur les sites et sur les mobiles de plus en plus utilisés par les internautes.

Épilogue : l'annonce se contemple plus qu'elle ne se lit, par conséquent la photo doit être la plus valorisante et informative possible.

### La prise de lumière

Les bons metteurs en scène attachent un soin particulier à

l'éclairage, comme les acquéreurs s'intéressent à l'exposition et à l'ensoleillement d'un bien immobilier. Ces informations peuvent compléter avantageusement vos annonces immobilières. En effet, une start up, Solen, délivre un certificat comprenant le nombre d'heures d'ensoleillement par jour, la luminosité effective de la pièce suffisante pour lire un livre. Épilogue : ce critère participe à la valeur du bien, autant le faire figurer dans vos annonces pour "éclairer" les acquéreurs !

### La scène internationale

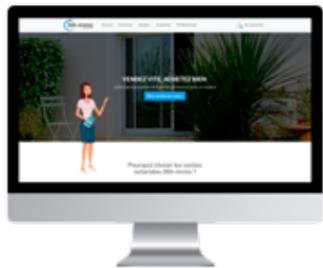
Si, par définition, internet n'a pas de frontières, les sites bénéficient cependant d'un référencement pour cibler un public spécifique. En matière d'immobilier, certains portails autorisent de passer les frontières sans contrôle !

Immonot peut se prévaloir de proposer une passerelle vers Franimo et ses 120 sites internationaux partenaires. Ce qui autorise une visibilité des annonces auprès des internautes néerlandais, belges, anglais, américains, allemands et suisses.

C'est l'occasion de trouver des contacts supplémentaires pour des produits d'exception ou de faire connaître son activité vis à vis d'une autre clientèle...

Épilogue : les biens ciblant une clientèle étrangère doivent être boostés grâce à des sites spécialisés et référencés en conséquence. Pour plus d'informations sur ces outils digitaux, contactez votre conseiller clientèle immonot.





### Le nouveau site 36h immo révolutionne les ventes interactives

La nouvelle plateforme 36h immo va vous simplifier la vie ainsi que celle de vos clients acheteurs. Plus intuitive, elle propose de nouvelles fonctionnalités pour faciliter la gestion de vos ventes interactives. Parmi les nouveautés :

- un calendrier de visites en ligne est disponible,
- les demandes d'agrément peuvent se faire en ligne,
- les acquéreurs sont relancés automatiquement.

Vous pourrez ainsi suivre les offres en toute sérénité. Vos biens sont mis en avant grâce à nos partenaires qui proposent des prestations innovantes. Ce sont de véritables boosters de vente.

Nous vous proposons par exemple :

- des photos professionnelles et des visites virtuelles,
- de la déco 3D
- des plans en 3D
- des certificats d'ensoleillement
- une vaste diffusion de vos annonces sur les plus grands sites immobiliers nationaux et internationaux : Le Bon Coin, A Vendre A Louer, Se Loger, Belles Demeures, Immonot, Top Annonces, Franimm, Listglobally, Le Figaro, RightMove...

De plus, des points d'intérêt (POI) sont également mis à disposition des internautes en fonction de l'adresse du bien : écoles, transports, commerces, autant de critères déterminants.

36h immo est le seul acteur de l'immobilier notarial à proposer ce genre de fonctionnalités



### Immonot à fond dans la com' 3<sup>e</sup> campagne sur le bon Coin pour Immonot

Depuis mi-septembre et jusqu'à la fin de l'année, Immonot a relancé une grande campagne de communication sur le site Le Bon Coin. Habillage national de la homepage sur plusieurs jours en septembre, vagues d'epubs classiques sur une majeure partie de la France jusqu'à fin octobre. Immonot.com sort le grand jeu sur le site Le Bon Coin durant toute la fin de l'année.

Objectif : développer la notoriété du site immobilier notarial et mettre en lumière le notaire négociateur. L'activité de négociation étant trop peu connue du grand public.



### Immonot continue de parrainer la météo sur France 3

Après la Normandie en avril, le Nord en mai, immonot, le site immobilier des notaires, sponsorise la météo sur France 3 en Bretagne en septembre, puis en Picardie en octobre. Avec un message simple et dynamique, immonot fait savoir que le notaire vend des biens immobiliers... par tous les temps et dans toute la France. Cette campagne à destination du grand public est centrée sur la valorisation du notaire en tant qu'expert immobilier. Un dispositif digital complète l'opération sur le site météo France et touchera les internautes locaux dans ces régions en même temps.

## 4 QUESTIONS À LAURENCE PARIS, CONSULTANTE ET COACH

Laurence Paris est diplômée notaire.



**Elle a choisi de conseiller, de former et de coacher les notaires. Zoom sur cet accompagnement sur mesure.**

### Quel est votre métier ?

Ma mission est d'accompagner mes clients vers l'atteinte de leurs objectifs.

Dans un monde en perpétuel mouvement et connecté, il est nécessaire de s'adapter. Les notaires n'échappent pas à cette évolution.

La mission du notaire ne se résume pas à sa seule qualité d'officier ministériel. Il est aussi un chef d'entreprise et ce sont ses compétences entrepreneuriales que Real impact a pour mission de développer.

Mes clients notaires manifestent de manière croissante le besoin d'être accompagnés dans leur fonction de chef d'entreprise, notamment sur les thèmes du management et de la communication.

### Quel intérêt les notaires peuvent-ils trouver à se faire accompagner par un coach ?

Le coaching est un style de management et une technique d'accompagnement qui a fait ses preuves depuis longtemps dans l'entreprise. Il ne s'adresse pas seulement aux personnes éprouvant des difficultés. Il vise aussi à améliorer la performance, à aider ceux qui sont « bons » à devenir meilleurs, à trouver rapidement une solution à une problématique identifiée. Par exemple, il va permettre au notaire de mieux gérer son stress, de développer un management efficace, de fidéliser ses collaborateurs, de développer une communication positive et constructive avec ses associés, de prévenir et résoudre les conflits, ... à faire plus vite, mieux et à moindre coût. Quand j'accompagne une équipe, il va permettre d'optimiser les processus et les modes de fonctionnement collectifs, de développer sa maturité et d'accroître ses performances collectives. Notre ADN est de partir des forces vives de nos clients, et non des problèmes exclusivement, pour en faire des atouts décisifs des réussites.

### Qui sont vos clients ?

J'accompagne les petites, moyennes et grosses structures notariales principalement en zone urbaine, en Île-de-France et en province. Les demandes sont de plus en plus nombreuses, notamment avec les regroupements d'Offices et l'arrivée des nouveaux notaires, suite à la loi croissance. Je réponds également aux besoins provenant des instances de la profession (Chambres, conseil régionaux...).

### Comment voyez-vous le notaire de demain ?

Je suis d'une nature optimiste ! Malgré les différentes attaques faites au statut, la menace du modèle anglo-saxon, je crois profondément en la capacité des notaires à se réinventer, à accepter de faire autrement. Mon rêve, au-delà de sa performance juridique, est qu'il devienne un chef d'entreprise accompli ayant la capacité de mettre l'humain au cœur de sa stratégie. L'entreprise notariale 3.0 est en route : elle sera collaborative, créative et responsable. Elle saura gérer la complexité, le mouvement et les jeunes générations (X et Y). Elle saura être perçue comme une opportunité bien plus que comme un passage obligé.

Plus d'infos : [www.real-impact.fr](http://www.real-impact.fr)

### Laurence Paris

Fondatrice de Real Impact  
Consultante, formatrice et coach certifiée HEC  
Tél. 06 12 80 43 40  
mail : [laurenceparis@real-impact.fr](mailto:laurenceparis@real-impact.fr)



## À VOS AGENDAS : FORMATIONS

Formez-vous en novembre à Paris Pour développer vos connaissances et booster votre activité de négociation, nous vous proposons 2 jours de formations à Paris jeudi 15 et vendredi 16 novembre 2018.

Vous pourrez choisir parmi 6 thèmes de formation adaptées à vos problématiques quotidiennes :

- S'organiser pour être plus efficace et serein
- Les vendeurs et la rentrée de mandats
- Optimiser la communication du service de négociation et utiliser les nouvelles techniques de ventes
- Management : comment devenir un notaire coach ? (pour les notaires exclusivement)

- Comment gérer les clients difficiles grâce aux techniques de communication persuasive
- La démarche qualité du suivi client

Le forfait est de 560 € ht par jour et par personne pour 7 heures de formation. (Hébergement et repas non compris)

+ d'infos sur le site [immonotpro.com](http://immonotpro.com)  
Inscription avant le 31 octobre 2018 (nombre de places limité)

Tél. 05 55 73 80 13  
[info@immonot.com](mailto:info@immonot.com)

