



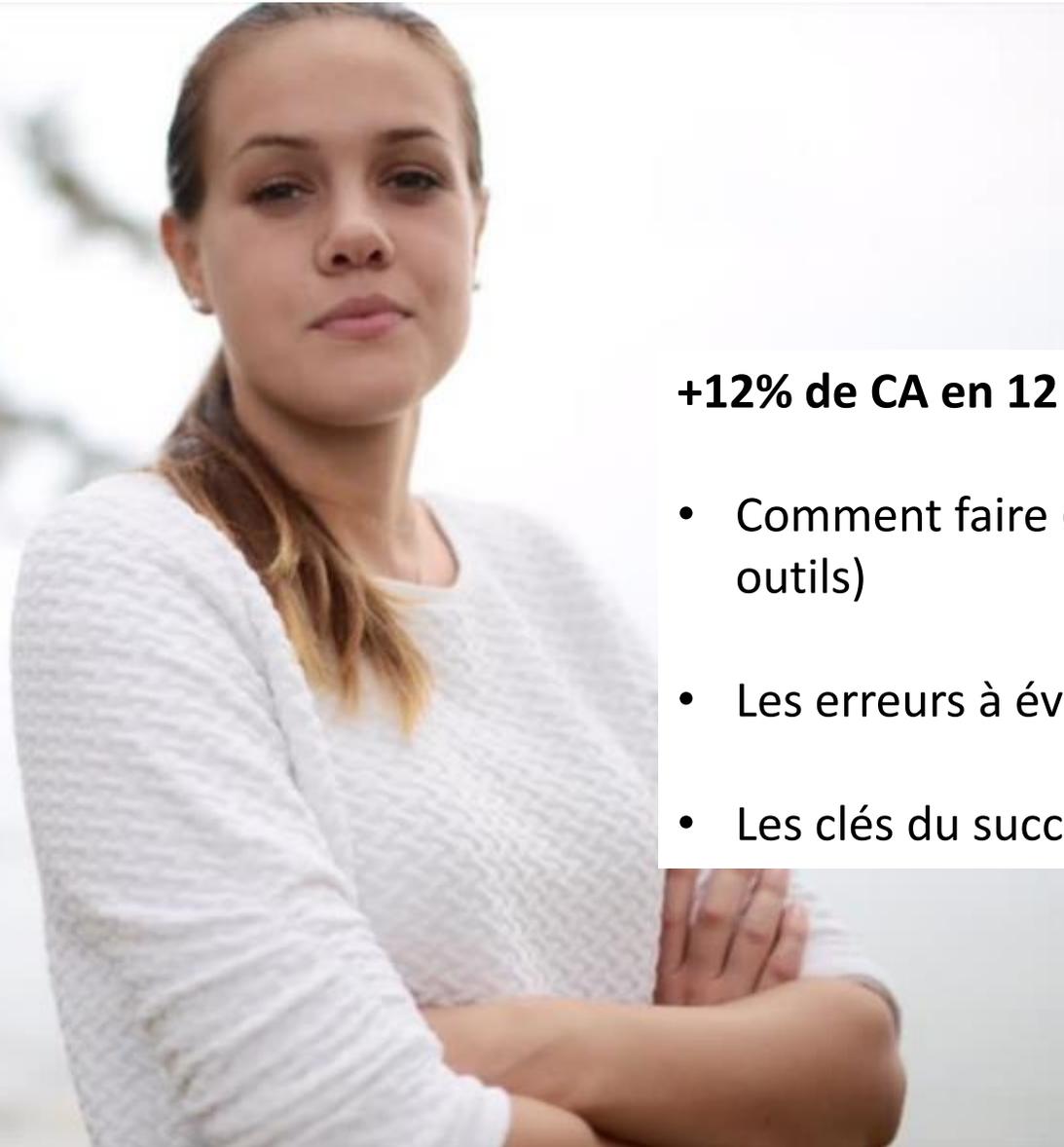
— ” —
Ces 4 ventes en plus,
ça a tout changé pour
l'agence

— ” —

SÉVERINE L.

AGENCE IMMOBILIÈRE
INDÉPENDANTE - 3 EMPLOYÉES

DÉCOUVREZ L'ÉTUDE DE CAS



+12% de CA en 12 mois

- Comment faire (méthode et outils)
- Les erreurs à éviter
- Les clés du succès

+12% de CA en 12 mois

- Optimisez vos profils sociaux pour préparer la croissance
- Créez du contenu pour attirer les bons prospects et asseoir votre expertise
- Réutilisez le contenu pour gagner du temps
- Commencez la publicité pour attirer des prospects vendeurs (et acheteurs)
- Les résultats



Voici quelques éléments pour vous permettre de bien comprendre la situation de départ, et ce qui a été réalisé

- Séverine possède une petite **agence indépendante** (ils sont 3) dans une ville de 25 000 habitants au Nord Est
- Elle n'est **pas à l'aise** avec la technologie, le digital, ni son équipe
- Elle dispose déjà d'outils qui pourraient l'aider mais elle ne sait pas s'en servir à 100%
- Son objectif est de faire **+10% de CA** (actuellement 150 000 € HT)
- Son budget publicité, sponsoring etc coutent 15 000€ environ (**10% du CA**), un loyer de 700€/mois, avec des charges de fonctionnement de 8 000€ environ, plus les salaires (assistante + commerciale + gérante)
- L'étude de cas s'est déroulée en 2021, avec les conditions de marché que vous connaissez
- Séverine a contacté notre agence DC-Lifestyle suite à une discussion lors d'un mandat commun avec Charles (copropriétaire de l'agence DC-Lifestyle qui a aussi son cabinet d'Expertise Immobilière)

+12% de CA en 12 mois

- Optimisez vos profils sociaux pour préparer la croissance
- Créez du contenu pour attirer les bons prospects et asseoir votre expertise
- Réutilisez le contenu pour gagner du temps
- Commencez la publicité pour attirer des prospects vendeurs (et acheteurs)
- Les résultats

L'APPROCHE

- 1^{ère} action a été de réaliser un **audit** des réseaux sociaux, website et référencement
- Ensuite, nous avons repris tous les **avis clients** de google + Facebook afin de voir quels mots ressortaient le plus souvent (astuce : utilisez [worditout](#) - gratuit)
- Les valeurs ressorties sont : écoute, enthousiasme, professionnalisme => Ce sont **les termes et le ton** que nous allons utiliser dans toutes les communications mais aussi pour le descriptif de la page Facebook professionnelle + GooglemyBusiness + website (objectif : être consistant sur chaque plateforme)

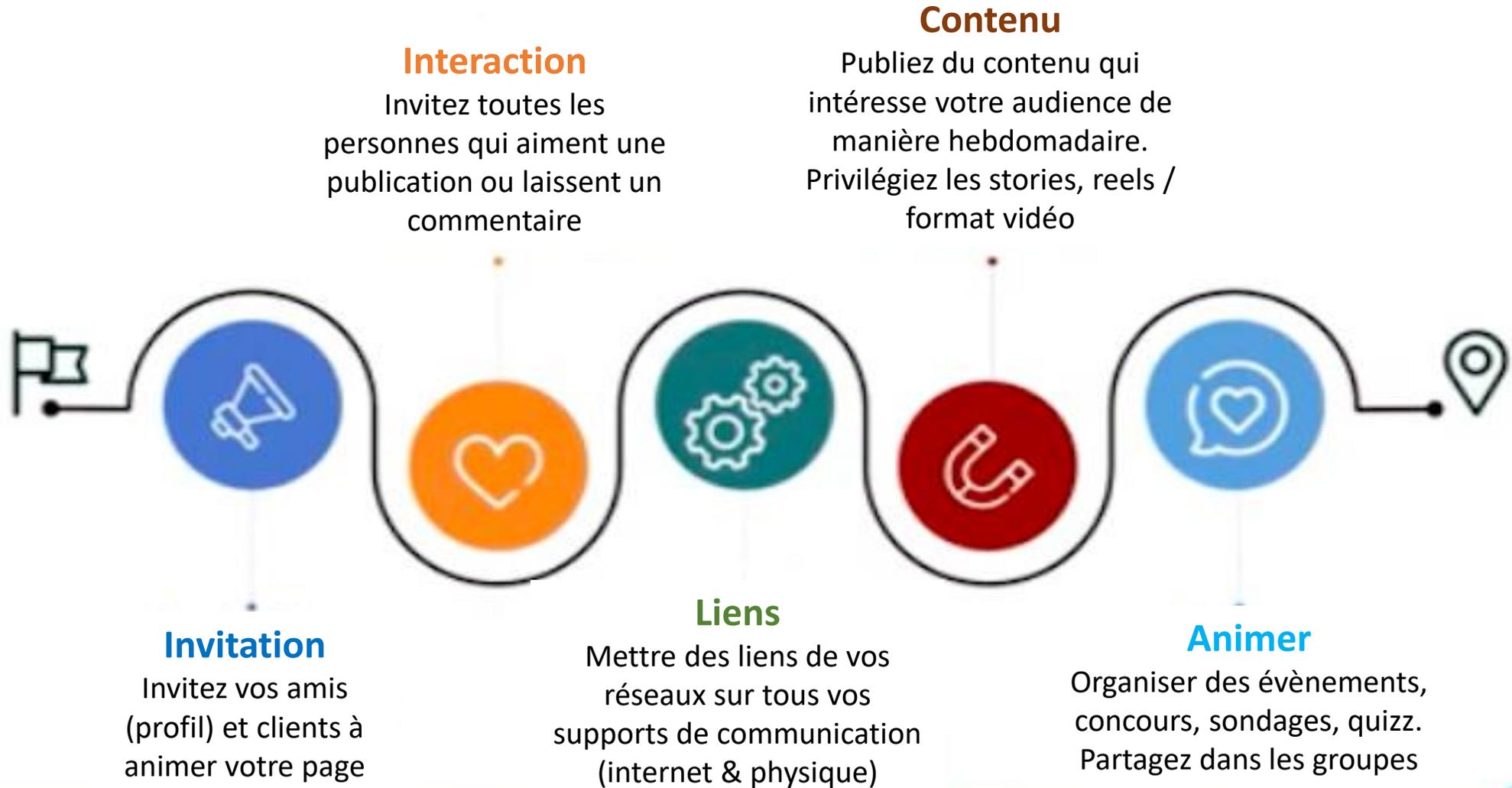
Ensuite, nous avons appliqué la **méthode de la pyramide** (4 piliers pour stabiliser l'activité):

- Optimisation du GooglemyBusiness ([check-list disponible ici](#))
- Optimisation du profil Facebook ([check-list disponible ici](#))
- Optimisation du website pour le rendre plus percutant ([check-list disponible ici](#))
- Optimisation des supports de communication de l'agence Immobilière de Séverine (vitrine, PLV etc)

+12% de CA en 12 mois

- Optimisez vos profils sociaux pour préparer la croissance
- Créez du contenu pour attirer les bons prospects et asseoir votre expertise
- Réutilisez le contenu pour gagner du temps
- Commencez la publicité pour attirer des prospects vendeurs (et acheteurs)
- Les résultats





LES RESULTATS OBTENUS

*attention, chaque ville a sa propre dynamique de marché, qui dépend de sa population, de son économie locale et de son pouvoir de marché.

- Certains contenus fonctionnent mieux que d'autres localement car ils touchent plus les locaux ou l'économie locale.
- Autrement dit, un jeu concours qui fonctionne à Bordeaux n'aura pas forcément la même efficacité qu'à Montardon (ndlr : le lot à gagner a aussi un impact clé sur la participation – une trottinette électrique à gagner sera plus attrayante en ville qu'en pleine campagne...)

Performances :

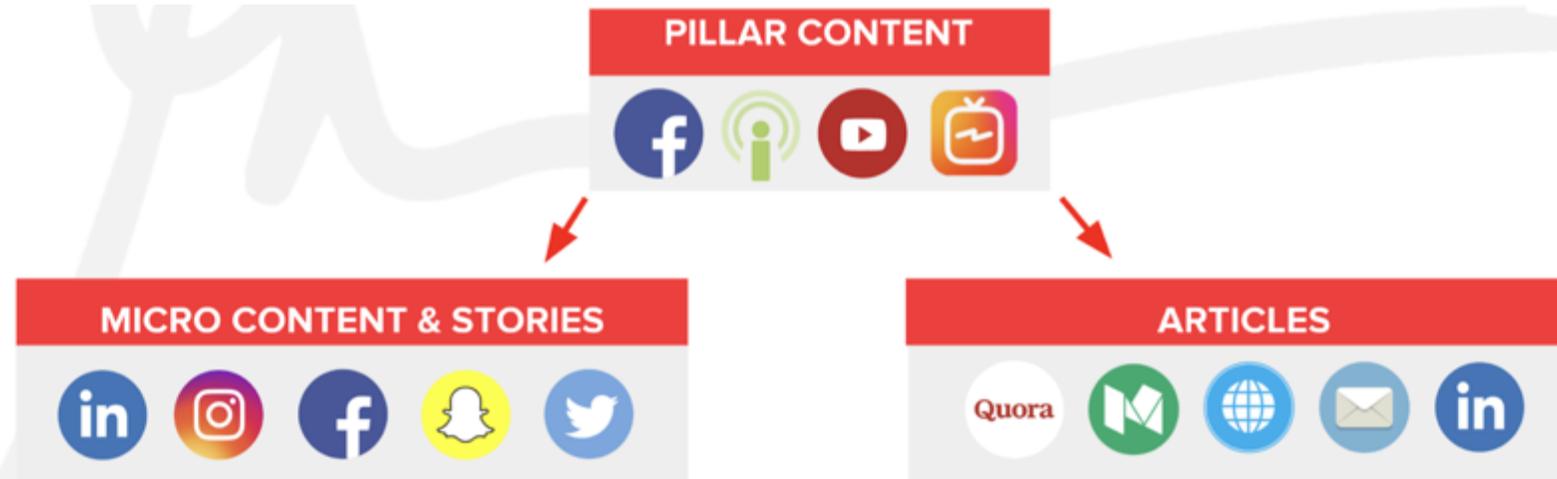


3 boosts pour attirer une audience « fraîche »

- Jeux concours pour St Valentin (76 fans)
- Partenariat avec ticket à gagner pour conférence locale (67 fans)
- Partage et avis d'expert sur les projets économiques locaux génèrent plus d'interactions

+12% de CA en 12 mois

- Optimisez vos profils sociaux pour préparer la croissance
- Créez du contenu pour attirer les bons prospects et asseoir votre expertise
- Réutilisez le contenu pour gagner du temps
- Commencez la publicité pour attirer des prospects vendeurs (et acheteurs)
- Les résultats



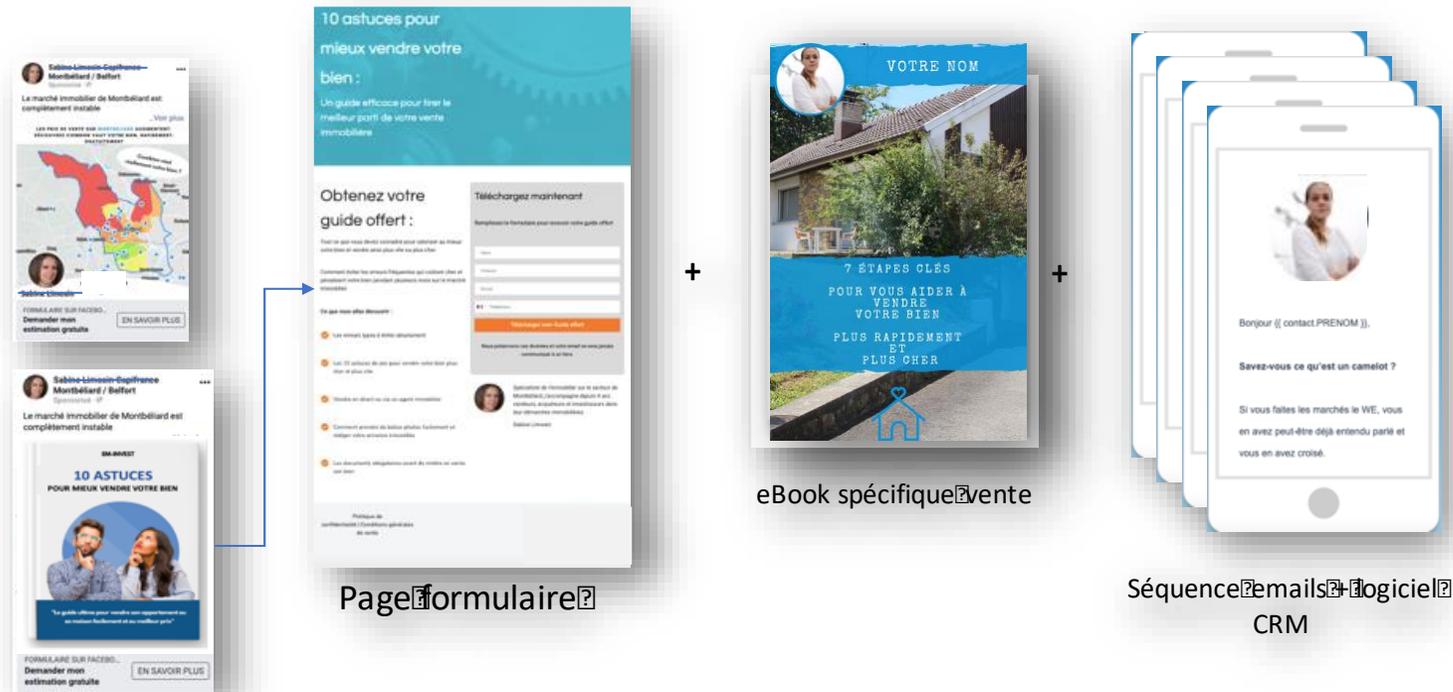
- Privilégier Vidéo – format portrait ou carré (15-30s) – Plus si pour présentation orientée « Marque »
- Format photo ok si permet capter l’attention – ok pour plusieurs photos type carousel
- Possibilité programmer les publications si approche « batching »
- Approche plus facile : Documenter ses journées via vidéos / photos et partager
- Astuce : Divisez vos contenus infographie/eBook en mini contenus pour les re-partager

+12% de CA en 12 mois

- Optimisez vos profils sociaux pour préparer la croissance
- Créez du contenu pour attirer les bons prospects et asseoir votre expertise
- Réutilisez le contenu pour gagner du temps
- Commencez la publicité pour attirer des prospects vendeurs (et acheteurs)
- Les résultats

L'APPROCHE

- Avant tout, nous avons créé une [infographie](#) sur le marché immobilier dans la zone de Séverine
- L'objectif est de partager des informations récentes du marché et des recommandations en tant qu'experte. En échange le prospect fournit son email & téléphone afin que la commerciale de Séverine fasse le suivi (schéma ci-dessous)



- L'objectif de la campagne Facebook = Conversion et nous utilisons le formulaire de capture intégré (Budget 10€/jour pour une audience ciblée autour de la ville)

LES OUTILS / RESSOURCES

- Exemples de publicités utilisées [ICI](#)
- Exemple d'infographie : (utilisez [Canva.com](#))
- Vous pouvez également offrir des
 - Check-lists
 - Guide
 - Rapports
 - Méthode
 - Conseils sur étape précise
 - etc



Exemple d'eBook





+12% de CA en 12 mois

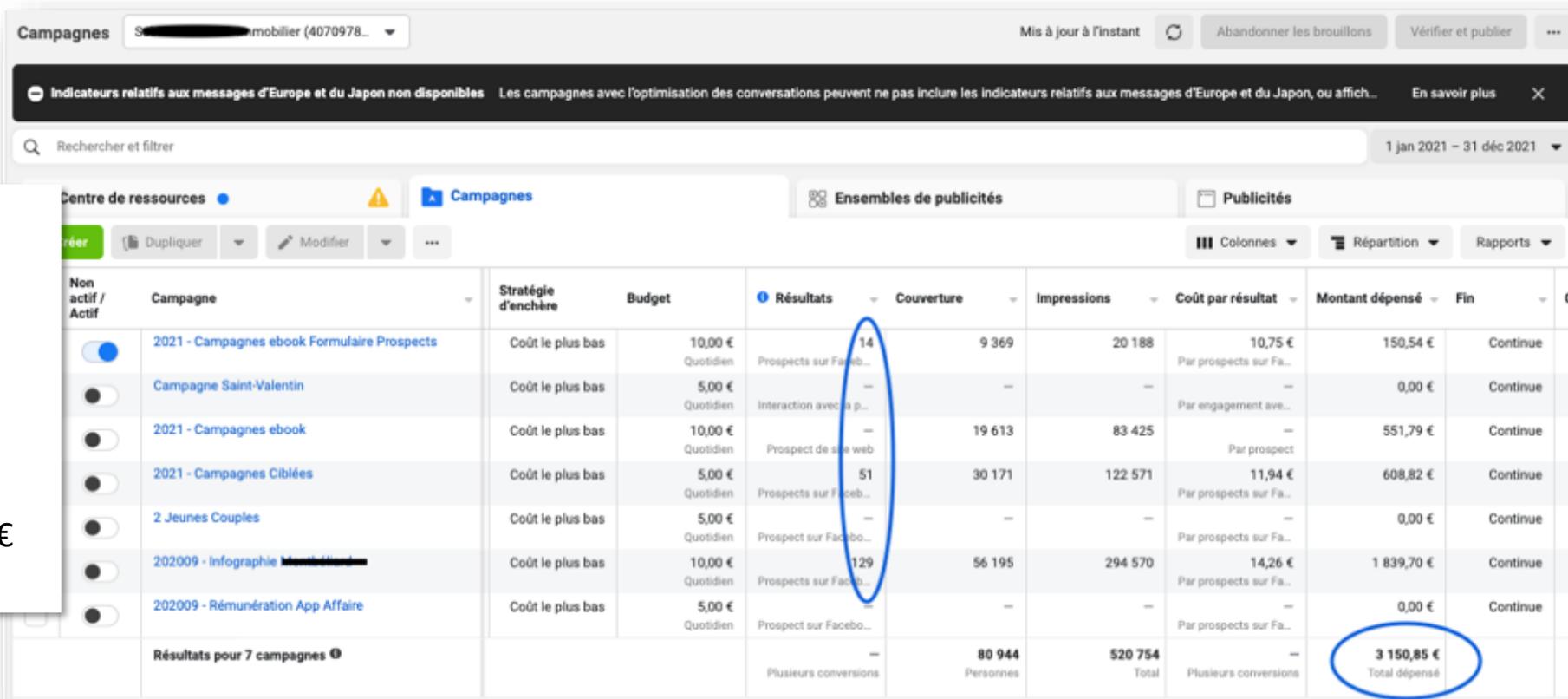
- Optimisez vos profils sociaux pour préparer la croissance
- Créez du contenu pour attirer les bons prospects et asseoir votre expertise
- Réutilisez le contenu pour gagner du temps
- Commencez la publicité pour attirer des prospects vendeurs (et acheteurs)
- **Les résultats**

LES RESULTATS OBTENUS

*attention, chaque ville a sa propre dynamique de marché, qui dépend de sa population, de son économie locale et de son pouvoir de marché.

- 2 publicités similaires dans 2 marchés différents peuvent ainsi avoir des performances (et donc un coût) différentes.
- Autrement dit, une publicité qui génère 15 prospects / mois à Dijon ne générera pas forcément 15 prospects à Avignon (il faut tester et trouver ce qui intéresse les locaux)

Performances :



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface for a campaign named 'S... immobilier (4070978...'. The table below summarizes the data presented in the interface.

Non actif / Actif	Campagne	Stratégie d'enchère	Budget	Résultats	Couverture	Impressions	Coût par résultat	Montant dépensé	Fin
<input checked="" type="checkbox"/>	2021 - Campagnes ebook Formulaire Prospects	Coût le plus bas	10,00 €	14	9 369	20 188	10,75 €	150,54 €	Continue
<input type="checkbox"/>	Campagne Saint-Valentin	Coût le plus bas	5,00 €	—	—	—	—	0,00 €	Continue
<input type="checkbox"/>	2021 - Campagnes ebook	Coût le plus bas	10,00 €	—	19 613	83 425	—	551,79 €	Continue
<input type="checkbox"/>	2021 - Campagnes Ciblées	Coût le plus bas	5,00 €	51	30 171	122 571	11,94 €	608,82 €	Continue
<input type="checkbox"/>	2 Jeunes Couples	Coût le plus bas	5,00 €	—	—	—	—	0,00 €	Continue
<input type="checkbox"/>	202009 - Infographie [redacted]	Coût le plus bas	10,00 €	129	56 195	294 570	14,26 €	1 839,70 €	Continue
<input type="checkbox"/>	202009 - Rémunération App Affaire	Coût le plus bas	5,00 €	—	—	—	—	0,00 €	Continue
Résultats pour 7 campagnes				—	80 944	520 754	—	3 150,85 €	

Chiffres clés

- 194 prospects générés
- 3 150€ dépensés soit 16,2€ par prospects
- 4 ventes générées = 18 000€ de commission

COÛTS DES PUBLICITÉS

Pour 10€/jour, sur 12 mois cela représente 3 150€ (il y a eu des pauses pendant les vacances)

Cela a généré 4 ventes (une maison, deux T2 et un T3) pour environ 18 000€ de commission

Retour sur investissement de 1:5

Ce qu'il faut retenir :

- Combien représentent 4 ventes moyennes pour vous ?
- Seriez-vous prêt(e) à investir plus pour obtenir plus de 4 ventes ?
- Vous n'avez pas forcément besoin d'une agence marketing et digitale, mais cela peut vous faire gagner du temps et vous permet de vous concentrer sur votre cœur de métier

+200%
notoriété
en 1 an

+12% de
CA en 12
mois

+ 4 ventes pour
3 150 € de pub
(Investissement
= 1:5)

NOTRE APPROCHE :

- Nos prestations sont déterminées en fonction de votre objectif et de vos ambitions.
- Vous voyez au travers de cette étude de cas qu'il faut du temps et de l'expérience pour obtenir des prospects, qui vont se transformer en visites, puis en mandat, puis en vente.
- Mais une fois mis en place, les résultats sont là et peuvent être reproduits.
- Vous pouvez très bien y arriver seul(e) si vous avez de l'expérience et du temps.
- Et si ce n'est pas le cas, [rejoignez les autres directeurs d'agence qui réussissent](#)

L'immobilier ce n'est pas que de la pierre qui prend de la valeur mais surtout des rencontres humaines et des projets.

[Faisons connaissance autour d'un café](#)

