



# CÉCILE DESNOUHES (EN HD)

Entrepreneure impressionniste

- [🏠](#) ANIMATION
- [COACHING](#)
- [CRÉATION](#)
- [EXPLORATION](#)
- [INFLUENCES](#)
- [À PROPOS](#)




### Articles récents

- [Modèle du bonheur ou bonheur du modèle ? Et en bonus : Fuck le pitch !!! \(pas la brioche\)](#)
- [À mon dîner idéal...](#)
- [Agences immos : réinventez-vous !](#)
- [Céline BOURA & Morgane SIFANTUS : « Âmes fortes et coeurs sensibles »](#)
- [Michel GUERARD : un vrai chef !](#)

### Commentaires récents

- Cecile\_Desnouhes dans [Céline BOURA & Morgane SIFANTUS : « Âmes fortes et coeurs sensibles »](#)
- Céline Boura dans [Céline BOURA & Morgane SIFANTUS : « Âmes fortes et coeurs sensibles »](#)

### Archives

- [avril 2016](#)
- [mars 2016](#)
- [février 2016](#)

### Catégories

- [Animatrice | Coach](#)
- [Créatrice | Exploratrice](#)
- [Influences](#)
- [L'aventure intérieure](#)
- [Personnalités HD](#)

### Méta

[Connexion](#)

Créatrice | Exploratrice

## Agences immos : réinventez-vous !

📅 mars 21, 2016 👤 Cecile\_Desnouhes 💬 0 Comment

- [G+ +1](#)
- [f partager](#)
- [tweet](#)
- [in partager](#)
- [Pin it](#)
- [mail](#)
- [i](#)

Propriétaire de votre logement ou bien locataire, vous avez forcément été un jour ou l'autre en relation avec une agence immobilière.



### Les agences immos ? ça sert à rien !

Vous l'avez déjà lu dans les journaux : le métier d'agent immobilier, tel qu'il existait il y a encore 5 ans, n'existera bientôt plus. Les derniers irréductibles de l'ère « anti-numérique », qui sont d'ailleurs bien souvent des « anti-numériques »...

[anti-numérique : mutant qui, dans les années 90, criait haut et fort qu'internet était une mode, qui allait passer aussi vite

qu'elle était apparue, et qui, pour éviter de se renier, a préféré devenir « contre » le numérique que de s'adapter à cette (r)évolution massive des modes de vie et de consommation.]

... ne subsistent qu'en travaillant avec d'autres « anti-numériques » ou de vénérables personnes âgées à qui l'on pardonnera de ne pas s'être encombrées de tous ces chamboulements.

Le problème des agents immobiliers, comme pour beaucoup d'autres professions d'ailleurs, tient à plusieurs facteurs :

- internet a fait exploser la manière de mettre en relation un acheteur avec un vendeur, pour se passer de plus en plus d'intermédiaires devenus inutiles et coûteux (avec LeBonCoin notamment) ;
- le rôle de l'agent immo s'est restreint, face à des **clients de mieux en mieux informés et de plus en plus autonomes** (accès facilité aux informations concernant le prix au mètre carré dans telle ville voire dans telle rue...);
- certains négociateurs pourrissent littéralement la réputation du métier, par leur incompétence et leur ignorance crasse du B.-A.-BA de la relation client et des lois de l'urbanisme (la plus grosse colère de ma vie ENTIÈRE, je la dois à un négociateur 😞)
- **la valeur ajoutée de l'agent immo** se réduit donc parfois seulement à avoir dans son portefeuille un bien que son propriétaire ne veut pas se charger de vendre par lui-même.

A cela s'ajoutent ceux qui viennent achever de **déstabiliser le marché** : les mandataires indépendants et autres agents immobiliers « à domicile », qui auraient bien tort de se priver d'exercer à des tarifs plus attractifs pour les clients, et les intermédiaires de publicité qui, comme SeLoger, vendent à prix d'or la vitrine numérique devenue obligatoire pour **espérer toucher les acheteurs**.

Et n'oublions pas les **nouveaux acteurs** que sont les start-ups décidées à révolutionner le marché immobilier en **réinventant** la façon de trouver son bien (tri, géolocalisation...), de le visiter (visites virtuelles), de le financer (nouveaux intermédiaires financeurs, dont le crowdfunding) ou de l'acheter (enchères...). Elles ouvrent de **nouvelles perspectives** aussi bien pour les acheteurs que pour les vendeurs, et se positionnent clairement en concurrentes des agences immos. Pourtant, à mon sens, la concurrence n'est pas réellement frontale. Agences immos et start-ups de l'immobilier s'adressent à des cibles souvent différentes. Elles pourraient même finir par travailler en parallèle, voire main dans la main pour leurs cibles communes, afin d'apporter **davantage de service sans déshumaniser** l'achat ou la vente d'un logement, qui reste un moment fort de vie.

#### La vraie question : prix et valeur ajoutée

La question centrale pour les acheteurs, comme pour les vendeurs, reste : **qu'est-ce qui justifie les commissions** parfois exorbitantes prises par les agences immos ? En plus d'un manque récurrent de lisibilité : travail au pourcentage ou au forfait, variation des taux ou des montants en fonction du prix du bien selon des barèmes pas toujours très compréhensibles, l'acheteur s'interroge sur la valeur ajoutée apportée par l'agence immo. Il a conscience que les agences immos ont des frais fixes : bureau-boutique, masse salariale (bien que la plupart des négociateurs soient aujourd'hui des agents commerciaux qui ne travaillent qu'à la commission), parutions des annonces dans les journaux ou sur les sites internet spécialisés. Mais il se demande si cela justifie une enveloppe de 20.000, 30.000 euros, surtout si le bien se vend rapidement. Le problème, c'est que pour un bien qui se vend rapidement, il y en a pour lesquels il faut faire faire des dizaines de visites avant d'avoir une proposition d'un acheteur, laquelle se situera alors souvent 20 ou 25% en-dessous du prix affiché.



Ne nous méprenons pas : le principe d'intermédiation, pour un achat aussi important qu'un logement, reste à mon sens valable et justifié,

si tant est que l'agence immo sorte un peu du lot, propose **un service différenciant**, soit représentée par de vrais professionnels de l'immobilier et non par des négociateurs à peine formés, possède **son propre positionnement marketing** et se concentre sur **ce que veulent les clients**.

Comme pour beaucoup de professions, la tendance est à l'**hyper-spécialisation**. Ça a un côté « pas fun », surtout pour quelqu'un comme moi qui aime bien l'idée de pouvoir s'assumer « pâtissier-magicien ». Mais c'est un fait, notamment s'agissant de métiers techniques, un professionnel pointu trouvera plus facilement ses clients et pourra revendiquer de meilleurs honoraires, parce qu'il est expert dans son domaine, sur une niche bien spécifique. On peut citer ici les avocats, dont certains, généralistes, peinent à trouver leurs clients, pour ne pas dire « galèrent », alors même que ceux spécialisés dans un domaine gagnent en général bien leur vie.

Quand on vend son logement, faire intervenir une agence immo, c'est, ou plutôt *ce devrait être* la garantie :

- de vendre son bien **au bon prix** : le bon prix étant celui auquel le vendeur accepte de vendre et l'acheteur accepte d'acheter (basique ? pas tant que ça...);
- de vendre rapidement son bien : une estimation efficace du prix, une bonne visibilité pour l'annonce, une annonce de qualité (texte ET photos), une capacité à piocher dans une base clients

[Flux RSS des articles](#)

[RSS des commentaires](#)

[Site de WordPress-FR](#)

pré-établie et à cibler les acheteurs qualifiés, une expertise dans la relation de négociation qui amène des acheteurs à se positionner tôt, une vérification en forme de pré-requis de leur capacité financière ;

- de ne rien avoir à gérer : aucune visite, aucun papier administratif, rien d'autre que ce qui ne peut pas être délégué : le suivi de la vente et des délais de réalisation est au moins aussi important que l'initiation de la vente ;

Pour un acheteur, passer par une agence immo, c'est ou *ce devrait* être la garantie :

- de **trouver rapidement le bien** qui correspond à son besoin : écoute active du besoin par l'agent immo, travail en agence des critères essentiels et optionnels du logement recherché (pour identifier un critère essentiel, travailler plutôt sur le mode de vie des acheteurs que sur des cases à cocher), présentation étayée des biens correspondants en amont des visites et finalement visites des biens retenus, capacité de l'agent immo à travailler **en collaboration avec d'autres agences** pour avoir une offre large, accompagnement dans le choix définitif du bien et conseil en aménagement ;
- d'acheter son logement au bon prix (voir plus haut) ;
- de n'avoir à gérer que ce qui ne peut pas être délégué : obtention d'un accord de prêt auprès de sa banque par exemple (l'agence immo pouvant travailler le financement avec l'acheteur grâce à des courtiers partenaires) ;

Agences immos : réinventez-vous !

Alors,



comment sortir du lot quand on est une agence immo ?

Encore une fois, je ne prétends pas tout connaître ni du fonctionnement des agences immos, ni du marché immobilier, je ne vous présente ici que mes convictions issues d'une expérience de plusieurs achats et ventes de logements.

Déjà, un premier bon point pour les agences immos qui ont fait **un gros boulot de différenciation produit**. Elles se sont créées **une niche cohérente** et qui correspond à une cible spécifique de clients. Elles avaient tout à y gagner : être plus efficace au côté de vendeurs et face à des biens aux caractéristiques communes, vendre mieux et plus vite auprès d'une cible qualifiée d'acheteurs qui recherchent des biens correspondant à ces critères particuliers. Clin d'oeil notamment à l'agence **Espaces Atypiques** et à notre amie et conseillère préférée Anne-Laure Echeveste, qui a vendu notre maison sur le Bassin en 5 jours : mise en ligne de l'annonce le jeudi soir, appel d'acheteurs ultra motivés (qui s'étaient mis une alerte mail) le vendredi au petit matin, 1ère visite le samedi, contre-visite le lundi et offre bouclée le mardi. Ici, le bien correspondait aux critères revendiqués par l'agence, il était au prix juste : premier visiteur, premier acheteur. La franchise Espaces Atypiques est d'ailleurs reconnue pour son dynamisme. D'autres acteurs, parfois précurseurs, ont également compris l'intérêt de se positionner sur un segment spécifique de produits : c'est le cas par exemple de **Lofts & associés** ou de **AvecTerrasse.com**, qui possèdent une vraie valeur ajoutée pour un acheteur qui cible ces critères, et donc forcément pour des vendeurs soucieux de vendre efficacement leur bien.

On pourrait très bien **développer cette logique de la spécialisation par le produit**. Voici quelques exemples de positionnements que j'ai imaginés :

- Uniquement des biens en-dessous de 100.000 euros : pour des accédants ou des investisseurs ;
- Uniquement des biens avec travaux, dans un esprit « AvecTravaux.com », pour des accédants bricoleurs amoureux de l'ancien ou des investisseurs pragmatiques ;
- Uniquement des biens très lumineux : pour ceux qui, comme moi, aiment suivre la course du soleil ;
- Uniquement des biens au pied des commerces : pour ceux qui détestent les quartiers résidentiels et veulent aller chercher leur pain à pied ;
- Uniquement des biens avec les écoles à moins de 10 minutes à pied...

On peut tout imaginer, pourvu que cela corresponde à un besoin récurrent des acheteurs !

Mais en en discutant avec mon maaaaari Franck, qui est fort d'une longue expérience des clients dans les magasins qu'il a dirigés (et qui a la même expérience immo que moi puisqu'on l'a vécue ensemble), il est allé plus loin dans la réflexion et je trouve la démarche intéressante. Nous l'avons travaillée ensemble ce matin. C'est donc 2 créateurs-explorateurs que vous avez aujourd'hui pour le prix d'un 😊 et voici une synthèse de notre échange.

Pourquoi ne pas développer un axe de différenciation dans la démarche de vente des biens ? Ce qui est coûteux pour un agent immo, c'est finalement la même chose que ce qui est coûteux pour un vendeur ou pour un acheteur. Perdre du temps à vendre un bien à un prix hors marché, c'est aussi faire perdre du temps à son propriétaire et aux acheteurs potentiels. Penser que les prix sont négociables, c'est se torturer en se demandant de combien il va bien pouvoir descendre. Un agent immo perd un temps considérable autour du prix du bien. Un vendeur voit fondre comme neige au soleil l'espoir qu'il avait de rentrer la somme d'argent prévue initialement. Un acheteur se demande quelle proposition va bien pouvoir passer ; si elle est acceptée tout de suite, il se dira qu'elle était trop haute, il pensera qu'il aurait pu demander davantage de rabais, qu'il a perdu de l'argent ; si elle est trop basse, il prend le risque d'essayer un refus du vendeur et de voir le bien lui passer sous le nez.

On en revient donc à cette idée de « bon prix » ou encore de « **prix juste** ». Le bon prix, c'est celui auquel le vendeur ne se sentira pas floué de céder son bien et où l'acheteur n'aura pas l'impression de faire une mauvaise affaire. Pas d'arnaqueur arnaqué ni de gagnant triomphateur, juste deux interlocuteurs contents d'avoir scellé l'affaire au bon prix, sans prise de tête.

« **Prix affiché, prix définitif** », me dit Franck.

\_ Ha oui, c'est bien ça, ça sonne comme une baseline (slogan en Français dans le texte). On pourrait appeler cette agence : « **Non négociable** », ai-je rajouté dans un sourire.

J'aime bien l'idée d'une marque un tantinet provoc'. C'est pas pour rien que mon agence de com' s'appelait « C'est du joli » 😊 Je rêve aussi d'une assurance qui s'appellerait « Sans astérisque » (je vous laisse en déduire pourquoi).

L'idée, ce serait donc une agence immo, qui travaillerait selon ses conditions, ou refuserait de prendre le bien. C'est un pari risqué, à l'heure où on entend les agents affirmer tous les jours qu'il y a une pénurie de biens. Mais **ce pourrait bien être payant**. *Ok, donc voilà le bien que vous voulez vendre. Je vous propose qu'on l'affiche à tel prix. Ce prix est non négociable. Ni par vous, ni par l'acheteur. Si cela ne vous convient pas, ce n'est pas grave, je préfère ne pas prendre le mandat, parce que je sais que je ne le vendrai pas à un prix supérieur dans l'état actuel du logement et du marché. Si ce prix vous convient, alors je prends le mandat, un mandat exclusif, sinon toute la démarche tombe à l'eau. Les acheteurs qui viennent chez nous savent que le prix est non négociable, tout le monde gagne donc un temps considérable. C'est comme dans une grande surface : le beurre est à tel prix, ou vous l'achetez, ou vous le laissez en rayon, mais ce n'est pas négociable.*

On pourra penser que le principe n'est pas viable, parce qu'on n'achète pas un logement comme on achète un bien de consommation courante. La vraie question c'est : est-ce qu'on négocie par plaisir de négocier (alors autant s'offrir quelques jours dans un souk et là on joue à la négo pour le plaisir) ou bien parce qu'on a l'impression que les prix des biens sont quasi systématiquement plus élevés que le prix juste du bien ? Justement parce que les agents savent que les acheteurs vont négocier et qu'ils acceptent donc de gonfler le prix en-dessous duquel le vendeur ne voudra pas vendre, pour au final obtenir ce prix-là (j'espère que je ne vous ai pas perdus en route !?). **Poser un prix supérieur pour faire plaisir à un vendeur, ce n'est rendre service à personne**. Plus le bien va rester longtemps à la vente, plus il va se déprécier dans l'esprit des acheteurs potentiels qui scrutent les annonces et penseront que le bien a un problème puisqu'il ne se vend pas. Tandis que si les choses sont dites, claires, précises, tout le monde sait où il va.

On pourra penser que l'agent immo n'a pas la science infuse. Certes, mais si c'est un vrai pro, c'est son métier, il connaît son marché. Lui donner un mandat, c'est **lui accorder une confiance** pour ce qu'il est : un expert de l'immobilier. Si un vendeur n'a pas confiance dans la capacité de l'agent à poser le bon prix, il ferait mieux d'en consulter un autre.

Un service supplémentaire pourrait être **l'analyse de ce qui freinera les acheteurs potentiels**. L'agent immo de « Non négociable » pourrait ainsi refuser de prendre un mandat tant que telle ou telle réparation ou tel réaménagement n'aurait pas été fait. On est ici entre le home staging et le diagnostic immobilier. Bien sûr, les vendeurs n'ont pas toujours les fonds pour faire des travaux. Mais ce pourrait être le rôle de l'agent immo de dire à des vendeurs : « investissez 20.000 euros pour réparer ça et ça, sinon au mieux votre bien se vendra 50.000 euros en-dessous du prix que vous obtiendriez après réparations » et refuser de prendre le mandat si les réparations ne sont pas faites. Si le vendeur est en capacité de faire les travaux, il vaudra souvent mieux qu'il les fasse, plutôt que de laisser l'acheteur tirer le prix de vente vers le bas, selon une baisse plus conséquente que le prix réel des travaux.



Enfin, je suis persuadée qu'on se rend trop vite sur place. Les agents immos sont dans une course effrénée à la visite, sans vérifier ni la capacité des acheteurs à acheter un bien à ce prix-là, ni que le bien qu'il va leur montrer correspond à leurs besoins. Évidemment, un agent immo n'a pas tout de suite la possibilité de vérifier la solvabilité d'un acheteur, avec certitude. Néanmoins il pourrait lui proposer d'échanger sur le sujet, avant de faire une quelconque visite. Idem sur les critères de choix du logement. **Les agents ne reçoivent plus les acheteurs potentiels dans leurs agences.** Pourtant, ils

payent un loyer, souvent conséquent, qui ne peut pas trouver de rentabilité dans le seul affichage en vitrine des annonces que les acheteurs ont déjà vues et revues sur internet...

Vous l'avez compris, le marché de l'immobilier m'intéresse, pour ne pas dire me passionne. C'est un truc que j'ai toujours bien aimé travailler. C'est beau, un logement. C'est un lieu de vie. Il s'y passe tellement de choses. C'est tout sauf anodin. Déjà dans mes études j'avais choisi une option « Business immobilier » en dernière année 😊 Peut-être qu'un jour j'y aurai un pied dedans, en vrai, qui sait ?

En attendant, si ça vous intéresse de travailler le sujet, que vous soyez agent immo ou start-up de l'immobilier, appelez-moi !

← Céline BOURA & Morgane SIFANTUS : « Âmes fortes et coeurs sensibles »

À mon dîner idéal... →

### 👍 You May Also Like



« Happy feminism »

📅 mars 10, 2016 💬 0



Idée d'application pour révolutionner les voyages

📅 février 12, 2016 💬 0

À mon dîner idéal...

📅 mars 27, 2016 💬 0

### Laisser un commentaire

Votre adresse de messagerie ne sera pas publiée. Les champs obligatoires sont indiqués avec \*

Commentaire

Nom \*