



ÉTÉ
2025

CAHIER DE VACANCES IMMOBILIER

INTROSPECTION MARKETING

**APPROFONDISSEMENT
STRATÉGIQUE**

**STRATEGIE ET
PLANNIFICATION**

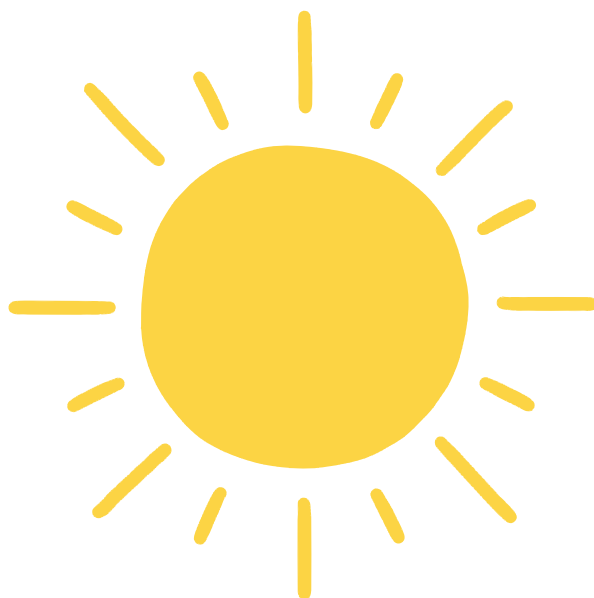
**ANALYSE APPROCHE
COMMERCIALE**

NEGOCIATION ET INFLUENCE

**BONUS. : QUIZ QUEL AGENT
IMMOBILIER ES-TU ?**

ICONIK

IMMOBILIER

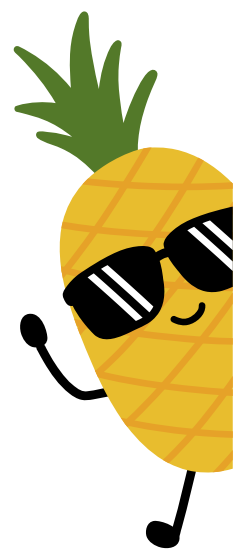


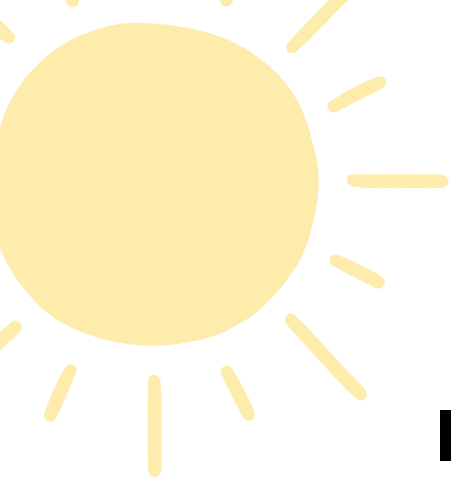
1

DIAGNOSTIC DE VOTRE MARKETING ACTUEL



ÉTÉ 2025





INTROSPECTION MARKETING

Ces questions vous aideront à identifier les forces et faiblesses de votre approche marketing actuelle.

Quels sont les moyens marketing que vous utilisez actuellement ?

- | | | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|
| ☐ Facebook | ☐ Instagram | ☐ LinkedIn | ☐ Site web |
| ☐ Emailing | ☐ SnapChat | ☐ Tik Tok | ☐ Prospection |
| ☐ Meta Ads | ☐ Blog | ☐ Flyers | ☐ WhatsApp |

Quels sont les moyens que vous utilisiez avant la crise ?

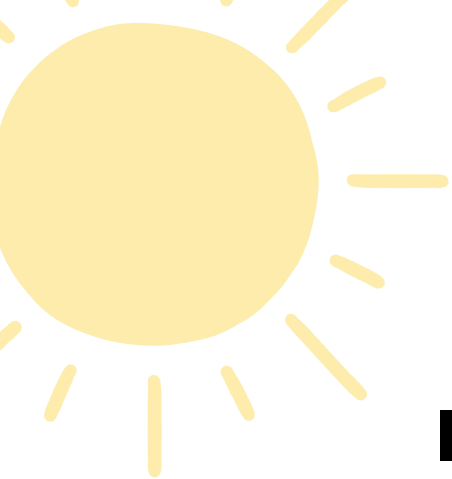
Est-ce que ce sont les mêmes moyens ? Si non, pourquoi avez-vous changé ?

☐ oui ☐ non

Ces moyens étaient-ils suffisants pour atteindre vos objectifs avant la crise ?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Pourquoi, selon vous, faire la même chose après la crise qu'avant devrait marcher ?



INTROSPECTION MARKETING

Ces questions vous aideront à identifier les forces et faiblesses de votre approche marketing actuelle.

Par rapport aux moyens que vous utilisez, est-ce que vos supports sont différents de la concurrence ? Si oui, en quoi ?

☐ non ☐ oui _____

Quels sont les moyens marketing que vous n'avez pas encore explorés et pourquoi ?

- | | | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|
| ☐ Facebook | ☐ Instagram | ☐ LinkedIn | ☐ Site web |
| ☐ Emailing | ☐ SnapChat | ☐ Tik Tok | ☐ Prospection |
| ☐ Meta Ads | ☐ Blog | ☐ Flyers | ☐ WhatsApp |
| ☐ Autre | | | |



APPROFONDISSEMENT STRATÉGIQUE

Ces questions vous aideront à identifier les forces et faiblesses
de votre approche marketing actuelle.

Quels sont les moyens qui vous donneraient plus de visibilité selon
vous ?

Quels sont les moyens qui séduiraient davantage vos prospects ?
Comment le savez-vous ?

Quels sont les moyens qui vous permettraient de gagner du temps
que vous pourriez réinvestir dans votre activité ou pour vos
plaisirs personnels ?

Quels sont les moyens qui vous permettraient de gagner du temps
que vous pourriez réinvestir dans votre activité ou pour vos
plaisirs personnels ?



APPROFONDISSEMENT STRATÉGIQUE

Ces questions vous aideront à identifier les forces et faiblesses de votre approche marketing actuelle.

Êtes-vous plus recommandé aujourd'hui qu'il y a 2 ans ? Pourquoi selon vous ?

☐ non ☐ oui _____

Qu'est-ce que cela traduit comme problème si vous n'êtes pas davantage recommandé ?

Quels sont les moyens qui vous permettraient de gagner du temps que vous pourriez réinvestir dans votre activité ou pour vos plaisirs personnels ?

Quels sont les moyens qui vous permettraient de gagner du temps que vous pourriez réinvestir dans votre activité ou pour vos plaisirs personnels ?



STRATÉGIE ET PLANIFICATION

Ces questions vous aideront à identifier les forces et faiblesses de votre approche marketing actuelle.

Avez-vous un plan marketing clair avec des objectifs définis ?
Décrivez-le brièvement

Avez-vous fait un prévisionnel de vos investissements marketing pour les 12 prochains mois ?

☐ oui ☐ non

Pourquoi avez-vous choisi tel canal de communication plutôt qu'un autre ?

Selon vous, quel plan marketing devriez-vous mettre en place maintenant ?





2

DIAGNOSTIC DE VOS TECHNIQUES DE VENTE



ANALYSE DE VOTRE APPROCHE COMMERCIALE

Ces questions vous aideront à identifier les forces et faiblesses de votre approche marketing actuelle.

Est-ce que vous utilisez les mêmes arguments que vos concurrents ? Lesquels ?

Pensez-vous que vos vendeurs vous perçoivent comme étant différents professionnellement ? Pourquoi ?

☐ oui ☐ non

Est-ce que vous convertissez n'importe quel client vendeur en exclu d'où qu'il vienne ? Si non, quels types de clients sont les plus difficiles à convertir ?

☐ oui ☐ non

Par rapport au prix, est-ce que votre discours est le même avec tous les vendeurs ? Si non, comment l'adaptez-vous ?

☐ oui ☐ non





ANALYSE DE VOTRE APPROCHE COMMERCIALE

Ces questions vous aideront à identifier les forces et faiblesses de votre approche marketing actuelle.

Est-ce que vous avez l'impression de toujours dire la vérité au vendeur et qu'il ne l'entende pas ? Donnez un exemple.

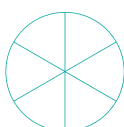
☐ oui ☐ non

Est-ce que dans votre stock vous avez des biens usés ?

☐ oui ☐ non

Quelle proportion ? Pourquoi selon vous ?

 %



Quels arguments utilisez-vous pour influencer le vendeur à baisser son prix de mise en vente ? Est-ce que ça fonctionne ?

☐ oui ☐ non





NÉGOCIATION ET INFLUENCE

Ces questions vous aideront à identifier les forces et faiblesses de votre approche marketing actuelle.

Pensez-vous avoir de l'influence ou pas tant que ça sur vos clients ? Pourquoi ?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Lors de vos renégociations de mandats, est-ce que vous avez du mal à conserver vos mandats ? Pourquoi ?

☐ oui ☐ non

Est-ce que vous avez du mal à faire baisser le prix à vos vendeurs ?

☐ oui ☐ non

Quels obstacles rencontrez-vous ?

À votre avis, pourquoi toutes les réponses à ces questions sont cruciales pour votre activité ?





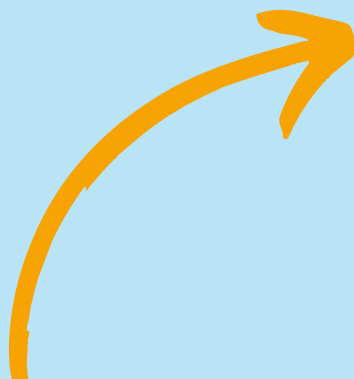
CONCLUSION

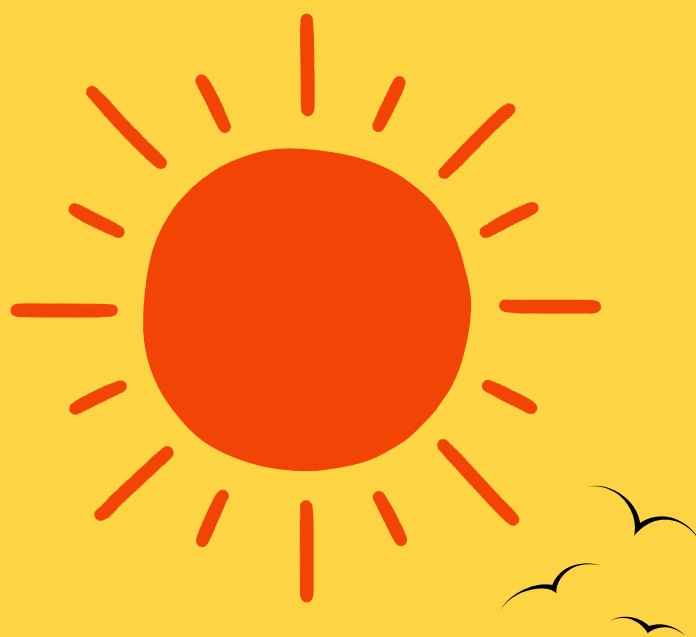
FÉLICITATIONS POUR AVOIR COMPLÉTÉ CE CAHIER DE VACANCES / VOUS FAITES DÉSORMAIS PARTIE DES CONSEILLERS IMMOBILIERS QUI ONT PRIS LE TEMPS DE RÉFLÉCHIR STRATÉGIQUEMENT À LEUR ACTIVITÉ PENDANT QUE LES AUTRES SE CONTENTAIENT D'ATTENDRE LA REPRISE.

CE N'EST QUE LE DÉBUT. POUR ALLER PLUS LOIN DANS VOTRE TRANSFORMATION MARKETING ET COMMERCIALE, NOUS VOUS INVITONS À :

PARTAGER VOS OBJECTIFS ET PROBLÉMATIQUES AVEC NOUS LORS D'UN APPEL DÉCOUVERTE GRATUIT

SCAN ME





BONUS QUIZ



ÉTÉ 2025



QUEL AGENT IMMOBILIER ES-TU ?

1. LE MATIN, AVANT TA PREMIÈRE VISITE, TU PRÉFÈRES :

- ❤️ Un café avec l'équipe pour partager les dernières actus du marché
- 📁 Vérifier tes mails et organiser ton planning à la minute près
- 📱 Consulter les réseaux sociaux et préparer ton prochain post



2. UN CLIENT POTENTIEL TE DEMANDE UNE VISITE DANS 30 MINUTES. TU :

- 📁 Refuses poliment et proposes un créneau dans ton agenda
- 📱 Acceptes, c'est peut-être l'opportunité du jour !
- ❤️ Demandes plus d'infos pour évaluer si ça vaut le détour



3. TA TENUE DE TRAVAIL IDÉALE, C'EST :

- 📱 Un look tendance qui te démarque, on se souviendra de toi
- 📁 Un tailleur/costume impeccable, le classique qui inspire confiance
- ❤️ Une tenue décontractée mais pro, l'essentiel est d'être à l'aise



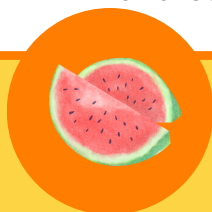
4. POUR TOI, LE MEILLEUR MOYEN DE CONVAINCRE UN CLIENT EST :

- ❤️ L'écoute et l'empathie, comprendre ses besoins profonds
- 📱 Le storytelling et créer une émotion autour du bien
- 📁 Les chiffres et les faits concrets qui parlent d'eux-mêmes



5. DANS TA VOITURE PROFESSIONNELLE, ON TROUVE TOUJOURS :

- 📁 Des dossiers parfaitement classés et une App GPS à jour
- ❤️ Des bouteilles d'eau et des snacks pour tes clients
- 📱 Un kit photo/vidéo pour immortaliser les coups de cœur



6. FACE À UN DÉSACCORD ENTRE VENDEUR ET ACHETEUR, TU :

- 📱 Utilises ton charisme pour débloquer la situation
- ❤️ Proposes une solution médiane qui arrange tout le monde
- 📁 T'appuies sur ton expertise et les données du marché



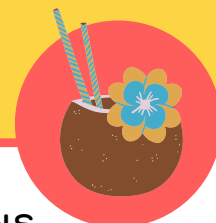
QUEL AGENT IMMOBILIER ES-TU ?

7. POUR FIDÉLISER TES CLIENTS, TU MISES SUR :



- ❤ Des attentions personnalisées (anniversaires, événements de vie)
- ■ Un suivi régulier et des conseils patrimoniaux
- ■ Des événements originaux et des publications où ils sont mis en avant

8. UNE JOURNÉE SANS VENTE, C'EST :



- ■ L'occasion de revoir ta stratégie et d'analyser ce qui bloque
- ■ Un défi pour faire mieux demain, la réussite tient à peu
- ❤ Normal, la relation client compte plus que la transaction immédiate

9. TON BUREAU IDÉAL RESSEMBLE À :



- ■ Un espace design et instagrammable avec un coin photo
- ❤ Un lieu chaleureux où les clients se sentent comme à la maison
- ■ Un environnement organisé avec des technologies de pointe

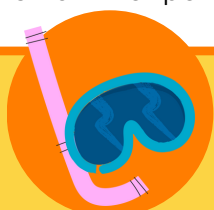
10. SI TU DEVAIS CHOISIR UNE PHRASE POUR TA CARTE DE VISITE :

- ■ "L'expertise immobilière à votre service"
- ❤ "Votre confiance est ma priorité"
- ■ "Osez l'immobilier autrement !"



11. UN CLIENT COMMENCE À TE DRAGUER PENDANT UNE VISITE. TA RÉACTION :

- ■ Tu recadres poliment mais fermement en rappelant ton professionnalisme
- ❤ Tu désamorces avec humour et réorientes subtilement la conversation
- ■ Tu en fais une anecdote sur Instagram (sans nommer personne) le soir même



12. UN CLIENT TE DIT "JE NE SIGNERAI QUE SI VOUS BAISSÉZ VOTRE COMMISSION". TU :

- ❤ Expliques calmement la valeur de ton service et les actions que tu mènes
- ■ Proposes un service exclusif supplémentaire plutôt que de baisser ton prix
- ■ Restes ferme sur tes tarifs en t'appuyant sur les statistiques du marché



RESULTATS

MAJORITÉ DE ❤️ : L'AGENT RELATIONNEL

Tu es un véritable people person ! Ta force ? Créer des liens authentiques avec tes clients. Tu prends le temps de comprendre leurs besoins profonds et privilégies la qualité des relations aux transactions rapides. Face aux situations délicates, tu manies habilement diplomatie et humour. Ton empathie naturelle fait que beaucoup de tes ventes viennent du bouche-à-oreille. Attention toutefois à ne pas trop t'investir émotionnellement dans chaque dossier !

MAJORITÉ DE 🟩 : L'AGENT STRATÈGE

Méthodique et structuré(e), tu es la rigueur incarnée ! Tes clients apprécient ton professionnalisme et ton approche factuelle du marché. Tu ne laisses rien au hasard, chaque étape de la vente est parfaitement maîtrisée et tu sais tenir tes positions lors des négociations. Ton organisation exemplaire te permet de gérer efficacement un grand nombre de biens. Pense parfois à lâcher prise et laisser place à l'intuition !

MAJORITÉ DE 🟦 : L'AGENT INNOVANT

Créatif et toujours à l'affût des tendances, tu révolutionnes l'immobilier à ta façon ! Marketing digital, home staging virtuel, vidéos immersives... tu maîtrises tous les outils modernes pour mettre en valeur tes biens. Face aux défis, tu trouves toujours une solution originale qui te démarque. Ton énergie communicative et ton sens du spectacle font mouche auprès d'une clientèle qui cherche l'originalité. Garde un œil sur les fondamentaux pour ne pas te disperser !

SCORE ÉQUILIBRÉ : L'AGENT CAMÉLÉON

Si tu as obtenu un nombre similaire de chaque émoji, félicitations ! Tu es un agent polyvalent qui sait s'adapter à toutes les situations et tous les profils de clients. Cette flexibilité est ta plus grande force sur un marché en constante évolution. Tu combines l'empathie du relationnel, la rigueur du stratège et la créativité de l'innovant pour une approche vraiment complète du métier !

**PARTAGE TON SCORE ET
TAG NOUS SUR LES
RÉSEAUX !**

