



TOPNET
Fournisseur de Services Internet

L'e-Immobilier

L'agence Immobilière sur Internet

Présenté par : Boubaker Nobel El Houssine

L'agence Immobilière sur Internet

Plan :

- **Le Métier De Promoteur Immobilier**
- **Le Projet e-Business**
- **Le Projet e-Immobilier**
- **Les Techniques Promotionnelles**
- **Les Techniques Managériales**

Le Promoteur Immobilier

- Il est avant tout un spécialiste des biens immobiliers : La location, la co-location, le déménagement, l'assurance, le financement, la construction, l'achat et la vente des maisons et des locaux commerciaux ou industriels.
- Son quotidien : Dénicher les bonnes affaires, faire visiter des appartements, et maintenir un contact permanent avec les acquéreurs (locataires, acheteurs) et les offrants (propriétaires, vendeurs).
- Il est intermédiaire et veille à concilier les exigences des uns et des autres. A la fois conseiller et habile négociateur, il utilise ses connaissances en droit et en gestion pour déterminer la valeur du bien, établir les termes du contrat et monter un plan de financement adapté.
- Ce professionnel peut exercer à titre indépendant ou être salarié d'une agence immobilière. Pour s'installer à son compte, il lui faut la carte professionnelle.

Le Projet e-Business

- Mener à bien des projets Internet «utiles», c'est faire qu'ils correspondent vraiment aux besoins de leurs éditeurs et bien sûr qu'ils répondent aux attentes des internautes et ce, dans la durée.
- Derrière cette apparente banalité se cache la nécessité de définir et d'appliquer pour tout projet Internet, une «stratégie interactive».
- Seule une démarche professionnelle permettra de définir réellement les besoins de l'éditeur et de répondre aux attentes des internautes et ainsi de s'approcher au plus près d'un «100% efficacité».
- En fait, définir et appliquer une stratégie interactive, c'est suivre les **3 étapes d'un projet Internet utile** :

Le Projet e-Business

- **Les 3 étapes d'un projet Internet :**

- ❖ Un minimum de réflexion en amont,
- ❖ Le souci de l'efficacité dans la conception et la réalisation,
- ❖ Comprendre le fait que lorsque le site est « fini » et en ligne, commence le vrai travail de communication et d'interaction.

Autant l'avoir anticipé, car ce travail d'échange est le meilleur moyen de dialogue avec l'internaute qui constitue la clef du succès d'un projet Internet.

Le Projet e-Immobilier : Réflexion

Étape 1 : Se poser les bonnes questions et anticiper les conséquences des engagements que l'on va prendre vis-à-vis des Internauts.

- Quelle sera la place d'Internet dans la stratégie de l'agence immobilière ?
- Si le Web est bien un media supplémentaire, comment s'insèrera-t-il dans la stratégie globale et quelle sera sa fonction spécifique ?
- Quelles opportunités nouvelles apportera Internet au développement de la dynamique commerciale de l'agence ?

Le Projet e-Immobilier : Réflexion

- Quels seront les objectifs du site Internet ?
- Quelles sont les fonctionnalités à mettre en place et quel **impact** auront-elles sur l'agence Immobilière, sa structure, sa capacité à gérer l'information, sa capacité à gérer une relation accrue avec sa clientèle, etc. ?
- À la différence des autres media, un site Internet est connecté quasiment en temps réel avec l'entreprise. C'est cela qui nécessite une organisation différente permettant de faire face à des nouvelles contraintes.
- Mes concurrents ont-ils un site Web ? Et comment se présentent ils (points positifs et négatifs) ?

Le Projet e-Immobilier : Conception

Étape 2 : Conception et Réalisation

- Un site Internet est un « outil » (d'information, de divertissement, d'achat, d'expression, ...) auquel on accède par une « interface » qui est la page Web.
- Un site Internet est une partie intégrante de l'ensemble de la communication de l'agence Immobilière. Il doit donc véhiculer les mêmes « signes », les mêmes « valeurs », les mêmes « fondamentaux » et les mêmes services.
- Pour que l'internaute se l'approprie (qu'il l'apprécie et qu'il y revienne) il faut lui fournir les points de repère qui lui permettront de comprendre immédiatement ce qu'est le site et à quoi il sert, comment on s'y oriente et comment on y navigue, comment est structurée l'information immobilière qu'il recherche ?

Le Projet e-Immobilier : Réalisation

- Ergonomie et structuration des pages sont les premiers facteurs du succès et de l'efficacité d'un site Internet : ils guident au mieux l'internaute dans les contenus et les informations que l'éditeur souhaite qu'il découvre.
- Il faut respecter la charte graphique des autres supports de communication de l'agence immobilière.
- Choisir entre la réalisation outsourcing du site ou la réalisation en interne → Décision qui définira le rythme des mises à jours et de leurs coûts.
- Choisir la plate forme de conception → revient à choisir la plateforme d'hébergement (Linux ou Windows).
- Choisir l'hébergeur et le type d'hébergement : Achat du nom de domaine, espace nécessaire , nombre des adresses emails.

Le Projet e-Immobilier : Réalisation

Conseils : Favoriser l'Interactivité

Si se poser les bonnes questions et concevoir efficacement sont indispensables, favoriser l'interactivité est fondamental :

- Le site Web n'a pas de sens sans interactivité entre l'agence Immobilière et les internautes, c'est à dire sans les instruments du dialogue et d'échange entre une marque et sa clientèle. L'interactivité est le «**langage**» de l'internaute : pas de dialogue avec lui sans l'apprentissage et la pratique de ce langage.
- Combien de sites Internet négligent d'offrir à leurs visiteurs les moyens d'une réelle interactivité ? Des sites qui, répétons-le, se révèlent la plupart du temps inutiles, pour l'internaute comme pour leurs éditeurs !

Le Projet e-Immobilier : Réalisation

Conseils : Favoriser l'Interactivité

- Si certains pensent encore que « Web interactif » cela va de soi, qu'ils prennent plutôt conscience que le Web est aujourd'hui assez peu interactif alors que ce n'est qu'en donnant toute sa place aux possibilités d'interactions qu'un site Internet devient utile !
- Important : l'interactivité se base sur la perception de chaque visiteur sur le site comme individu unique (l'identification, la prise en charge, le contact doivent se faire immédiatement)
- Adapter le site aux plateformes des internautes : OS, navigateurs, version du navigateur, etc...)
- Adapter le langage du site à la provenance du visiteur → Adresse IP

Le Projet e-Immobilier : Promotion

- **Augmenter les OCV : Occasion de venir**

Il faut faire connaître son site Web : avec les méthodes et les medias classiques ainsi qu'à travers Internet → Notoriété du site

- **Augmenter les OCR : Occasions de Revenir**

Mettre en place les mécanismes nécessaires pour informer le client des dernières affaires immobilières ou informations immobilières disponibles sur le site.

- **Augmenter la popularité du site**

La popularité se mesure par le nombre de liens existants sur d'autres sites redirigeant les internautes vers le site de l'agence immobilière

Les Techniques Promotionnelles

La soumission du site aux moteurs et aux annuaires de recherche : Au moins dans le «Big Tweleve»

- Google, Hotbot, Lycos, AllTheWeb, Altavista, Yahoo, Nomade, voila, DMOZ, Excite, InfoSeek, LookSmart, NorthernLight, Lokace, Ecila, DeepIndex, Mirago, etc...

Veille sur le positionnement du site sur les moteurs et les annuaires de recherche :

- Optimisation quotidienne des pages du site pour générer un grand trafic mais du trafic qualifié

Le référencement du site nécessite un effort quotidien ainsi que des compétences diverses : informatique, marketing, développement web, etc

Les Techniques Promotionnelles

L'agence Immobilière peut faire appel aux services d'un prestataire externe pour gérer le référencement de son site .

Le référencement dépendra aussi :

- De la population Anglophone, francophone, etc ...
- Des mots clefs
- De la Concurrence

En cas de problème ou actions limitées dans le temps, l'agence immobilière peut opter pour un positionnement payant dans un ou plusieurs moteurs ou annuaires sur un ou plusieurs mots clefs.

Les Techniques Promotionnelles

- **Augmenter l'indice de popularité :**

Mettre en place un programme de NetLinking.

Mettre en place un programme d'échange de bannières.

Acheter des espaces publicitaires sur d'autres sites Web.

Acheter des espaces publicitaires sur des revus électroniques.

Inscrire le site dans les portails Web dans la rubrique Immobilier.

- **Garder le contact direct et rapide avec les clients :**

Mettre en place une newsletter ou une mailing list.

Les Techniques Promotionnelles

Fidéliser vos clients :

- Demander leurs inscriptions sur le site
- Mettre en place un système de tracking
- Offrir des services supplémentaires aux clients : alerte email, SMS, prix spécial, cadeaux, etc...
- Bien gérer les espaces membres
- Favoriser l'échange rapide de l'information et fiable entre l'agence et ses clients et prospects

Important : A ne pas oublier que Internet n'est pas le seul media pour promouvoir son site Web : presse, supports de communications, TV, radio, etc...

Les Techniques Managériales

En Back Office du Site Web, l'agence immobilière peut bénéficier de l'accès Internet et du serveur Web pour partager l'information entre les différents collaborateurs en temps réel.

- Mettre en place un système de gestion de projets en ligne
- Mettre en place un système de gestion des emails entrants
- Mettre en place un système de partage de données
- Mettre en place un système d' emailing de masse et/ou personnalisé
- Exploiter les bases de données clients et prospects en temps réel
- Mettre un système de suivi de la rentabilité et de l'efficacité des actions promotionnelles sur Internet en temps réel

Merci
Pour Votre Attention

Pour Plus d'informations ?

TUNIS : Immeuble Pacha Center, Bloc A, 6ème étage, 81 avenue Kheireddine Pacha 1073
Tunis

Tél : 71 950 415 - **Fax** : 71 951 031

SOUSSE : 22, Immeuble Gloulou, Boulevard Mohamed Mâarouf 4000 Sousse

Tél : 73 215 355 - **Fax** : 73 215 356

Site Web : www.topnet.tn

Adresse email : commercial@topnet.tn