

Guide Des Agents Immobiliers À 6 chiffres

Apprenez la stratégie, les techniques et les outils marketing digitale pour enfin dépasser la limites des 7 chiffres.

La Méthode **SANS** pression et **SANS** illusion.

Voici ce que vous vivez, ou presque...

Vous avez rencontré beaucoup de difficultés pour développer votre entreprise grâce au marketing digital, qui vous promettait pourtant d'être une solution facile pour atteindre plus aisément vos différents objectifs.

Vous ne savez plus où donner de la tête ou quelles astuces mettre en place. En fait, vous avez mis en œuvre tout ce que les nombreuses formations suivies vous ont conseillé.

Vous avez besoin de faire plus de ventes et pour faire plus de ventes, il faut toujours plus de clients.

Il vous faut toujours plus de personnes intéressées par vos différentes offres pour être capable d'en vendre.

Vous avez donc fait la chasse aux prospects. Ce qui a abouti à la signature de nouveaux contrats.

 **Congratulations !** 

Mais, inévitablement (et tristement), il faut encore et toujours recommencer ce même cycle. Dès que vous réalisez une vente, vous avez besoin de nouveaux clients.

Il faut donc revenir à la génération de leads (prospects).

En somme, vous avez très vite l'impression d'avoir deux, voire trois jobs, que vous ne pouvez pas gérer simultanément et efficacement.

Vous avez certainement eu beaucoup de succès avec vos différentes publicités Facebook, Google ou même avec toutes les méthodes traditionnelles. Toutefois, il vous manque quelque chose ! Vous le remarquez. **Vous avez toujours ce besoin, toujours plus grandissant, n'est-ce pas ?**

Si nous clarifions encore un point important : vous reconnaissez que pour être là où vous en êtes aujourd'hui, avec vos différents résultats, il vous a fallu construire un réseau solide, sinon intégrer des réseaux de mandataires de référence.

Vous avez obtenu des clients qui ont absolument confiance en vos services. Vous êtes reconnu comme un expert dans votre secteur. Et ce réseau continue de se développer progressivement : vous avez des résultats.

Voici ce que vous vivez, ou presque...

Mais un (01) à la fois!

C'est-à-dire que votre progression est lente ! (trop lente 🐢 ?)

Pourtant, vous savez qu'il y a une manière de progresser plus rapide et plus efficace. Vous savez que c'est possible pour vous aussi.

Que peut-on donc retenir de tout cela ?

Que votre temps et vos efforts vous mènent un à résultat....

30 000 € ou peut-être même 100 000 €

C'est une vraie réussite ! Si vous vous rappelez, à vos débuts, l'objectif était très simple :

AVOIR UN REVENIR À 6 CHIFFRES

Mais aujourd'hui les choses ont bien évoluée...

Vous avez maintenant l'impression d'être pris dans la roue de l'hamster à 6 chiffres.

Vous tournez indéfiniment dans un cycle ou vos résultats ne s'améliorent pas. Lorsque vous pensez évoluer et non vous êtes toujours au même point.

Vous avez des peurs étranges et surprenantes.

Vous ne voulez pas rester très loin de votre téléphone, par exemple. Vous ne voulez pas non plus risquer de manquer un mail ou un appel, sous peine de perdre un client ou un contrat.

Vous avez peur de ne pas avoir de clients, de ne pas faire de chiffre ; peur que les opportunités d'affaires se tarissent, à moins que ce ne soit déjà le cas.

Vous ne cessez de consulter votre solde bancaire pour vérifier que votre commission est bien arrivée.

Vous recherchez toujours la prochaine opportunité, le prochain client.

Une pression constante et sans fin... 😞

Peur de ne pas recevoir de commission le mois prochain.

Vous ne savez pas d'où viendra votre prochain client.

TROP D'IMPRÉVU !

Malgré vos résultats à 6 chiffres, cela ne vous a pas apporté la liberté tant recherchée.

Si ce n'est ce cycle éternel.

Parvenir à avoir des prospects au téléphone est un parcours du combattant, en plus d'être des profils de clients, auxquels vous ne souhaitez surtout pas vendre.

Hélas, vous devez faire avec.

Vos responsabilités sont là, le compteur tourne et vous avez besoin d'argent.

En plus d'être obligé de tout faire, car vous n'avez pas les moyens, sinon la stabilité financière, pour embaucher ou faire évoluer votre business.

Vous avez maintenant l'impression d'être pris dans la roue de l'hamster à 6 chiffres.

Vous en êtes arrivé à un stade où vous vous êtes rendu compte, que vous n'arrivez pas à satisfaire vos clients parce que vous n'êtes pas au meilleur de votre forme, tout simplement parce que vous êtes fatigué.

Vous n'avez plus assez d'énergie à consacrer à vos clients.

Vous en avez marre de vendre à des personnes qui sont en recherche constante : recherche de la meilleure occasion, recherche de la maison ou du bien immobilier qui va changer leur vie et leurs finances.

Vous, vous êtes à la recherche de personnes qui apprécient votre travail et qui vous évaluent à votre juste valeur !

Vous recherchez des personnes qui veulent travailler avec vous !

Si vous vous reconnaissez dans l'une ou l'autre de ces description, Continuez à lire ce guide...

Pourquoi et à quel titre ?

1. Ce que je dévoile dans ce guide m'a aidé à scaler plusieurs business à l'ère du digital, sans avoir à utiliser des techniques douteuses.



Qui suis-je ?

Je m'appelle Anselme, je suis spécialiste en marketing digital et, avant de mettre mon expertise au service des spécialistes de l'immobilier, j'ai travaillé avec bon nombre de partenaires dans le secteur de l'e-learning, l'e-commerce et avec des PME du secteur de la transformation agroalimentaire, en qualité de freelance ou avec mon agence de marketing digital, "EGN Builder Consulting".

Travaillant dans le digital depuis bientôt huit ans, j'ai élaboré et appliqué plusieurs stratégies pour apporter le succès à mes partenaires et pour la prospérité de mon agence. J'ai absolument tout testé, au point de croire à un moment donné que tout était une question de budget, sinon de destin.

Jusqu'à ma récente découverte il y a deux ans.

2 ans où j'ai compris que mes méthodes appliquées, ne pouvaient résoudre les problèmes que je rencontrais et ce de manière définitive.

Deux ans, ce moment où j'ai découvert que les méthodes que j'appliquais ne pouvaient arriver à bout des problèmes que je rencontrais.

Deux ans, ce moment où j'ai compris la pire erreur de marketing digital que je faisais, appliquée dans tous les secteurs d'activité.

Des erreurs qui, malheureusement, répondent aux besoins à court terme. Vous donnez l'impression de fonctionner, jusqu'à ce que vous vous rendiez compte que ce n'est pas la vie que vous envisagiez.

J'ai compris que ma place dans le système était d'être heureux grâce à ce que je faisais tout en aidant ceux qui ont besoin de mon expertise.

Faire en sorte que mon business travaille pour moi et non pas que je sois obligé de travailler pour mon business.

Travailler pour des gens qui ont besoin de moi et qui souhaitent à tout prix travailler avec moi.

AVOIR UN IMPACT SUR LA VIE DE MES PARTENAIRES TOUT EN PROFITANT DE LA LIBERTÉ ET DE L'AUTONOMIE QUE JE VEUX POUR MOI.

Après plusieurs mois de travail et de réflexion pour déterminer le secteur dans lequel je pouvais avoir le plus d'impact, je me suis vite rendu compte de mon désir profond : le secteur de l'immobilier.

Pourquoi l'immobilier?

Pour moi, c'est le milieu dans lequel le contact humain ne peut être supprimé en totalité, même avec toutes les méthodes de digitalisation. Peut-être que dans un avenir proche, lorsque nous aurons tous basculé dans le monde virtuel, ce sera possible, mais pas pour le moment.

2. C'est un milieu dans lequel j'ai pu remarquer des méthodes qui, pour la plupart, donnent de l'illusion, distillent des mensonges, et au final, ne récoltent que de la frustration, de la peur, de l'incertitude et beaucoup d'autres maux, en fonction de chaque client.

Ce qui, généralement, ronge les différents acteurs. Que ce soit le vendeur (le professionnel de l'immobilier) ou l'acquéreur. Finalement et sur le long terme, cela entraîne beaucoup plus de pertes que de gains.

Des erreurs dues au style de marketing. Des sentiments profonds qui créent en vous des remords ou une envie de changer de métier. Et pourtant, cela pourrait être totalement différent si on employait la bonne méthode.

Grâce à mon expérience, à la fois dans les différents secteurs du digital et de l'immobilier, j'ai trouvé la solution, avec un style de marketing plus pérenne et plus rentable que toute autre forme antérieure de marketing.

Il s'agit de l'éthique ! Quoi de plus simple qu'un mot de base pour créer les fondations d'une solution pérenne.

Le marketing éthique

Pas besoin d'arranger la vérité afin qu'elle soit plus accessible, pas besoin de manipulation ni de jouer sur la rareté.

Et tout ceci, grâce à trois éléments très simples que je détaille dans cet e-book.

1. **La pertinence**, car c'est l'unique moyen pour vous de montrer votre expertise à votre public cible. Et si vous êtes pertinent, il importe qu'un nombre important de personnes qualifiées vous remarque.
2. C'est ce qu'on pourrait appeler **l'omniprésence**. C'est le moyen par lequel les leaders, quel que soit leur domaine, arrivent à se faire des millions de chiffres d'affaires en très peu de temps.
3. Enfin, le dernier élément, **l'intimité relationnelle**. Vous devez reconnaître votre client, car c'est grâce à cette proximité que vous réaliserez vos plus belles ventes, à partir du moment où vous aurez réussi à créer un lien de connexion.

Ces trois (03) différents éléments sont nécessaires et importants dans toute stratégie marketing, peu importe le domaine.

Pour avoir travaillé pendant près de trois ans dans l'immobilier après mon Diplôme de Technicien Industriel plus précisément dans le secteur du BTP, en plus de mes sept années d'expérience dans le marketing digital, je suis plus que convaincu que ce domaine a besoin du marketing digital. Cela changera les résultats de votre marketing immobilier du tout au tout.

Alors, si vous avez besoin :

- D'atteindre rapidement un chiffre d'affaires d'un million d'euros,
- De devenir le leader de votre zone,
- D'attirer de manière exclusive des centaines de clients de qualité...

Ce que vous allez découvrir peut vous étonner et changer radicalement votre vie.

Pour la simple et bonne raison que c'est la même méthode mise en place par les grandes entreprises et qui fonctionne depuis très longtemps.

Son utilisation dans le marketing digital est un coup d'accélérateur pour toutes les entreprises, tous secteurs confondus.

Je vous le confirme. Je ne l'ai pas inventé.

J'essaie plutôt de vous montrer ce que j'ai découvert et comment j'ai su la mettre en œuvre dans mon agence afin qu'elle puisse être rentable, aussi bien pour moi que pour mes partenaires.

Une utilisation et une amélioration qui se résument en trois mots :

P – O – I = Pertinence + Omniprésence + Intimité relationnelle



La première lettre: « P »

Le marketing, dans son ensemble, est généralement associé à la pertinence. La **pertinence** concerne votre message et votre entonnoir de vente.

Il s'agit de s'assurer que les personnes qui ont besoin d'un agent immobilier savent que vous êtes disponible pour les aider à prendre la bonne décision au bon moment.

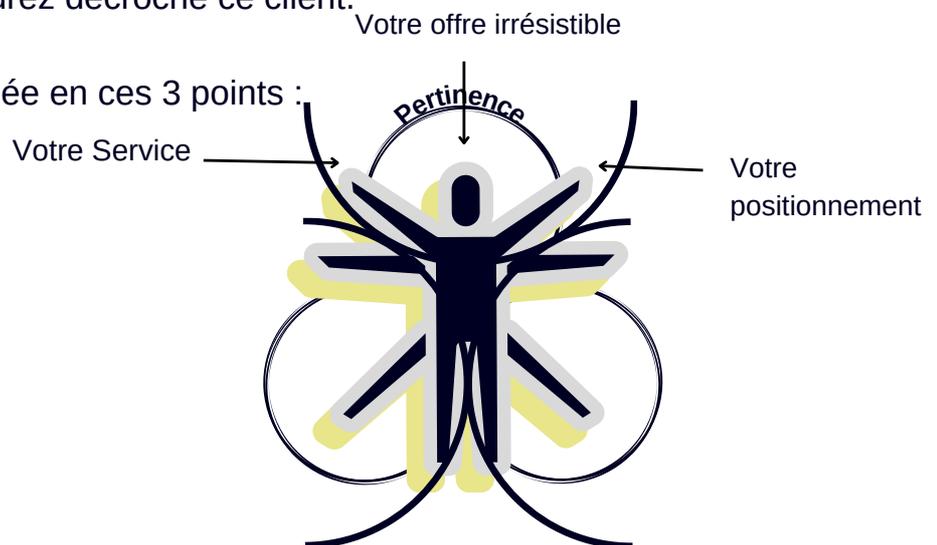
Lorsque vous essayez d'être pertinent, il y a un processus à respecter :

- (1) Le prospect doit admettre qu'il a besoin de votre service ;
- (2) Le prospect doit passer en mode découverte, évaluant diverses agences et professionnels avant de vous choisir ;
- (3) montrer votre méthode et vos services uniques (tous vos services n'ont pas besoin d'être payants) ;
- (4) Le prospect commence à vous considérer en tant qu'expert ;
- (5) Racontez vos histoires personnelles, votre style de vie, vos croyances personnelles et créez une véritable connexion (c'est la seule façon d'être un véritable être humain. Depuis la nuit des temps, les hommes se réfèrent aux histoires. Celles-ci déclenchent chez vos prospects l'ocytocine, qui est l'hormone de connexion et de lien) ;
- (6) Le prospect décide s'il veut passer de la recherche en ligne par lui-même à la finalisation ou à la vente d'une propriété ;
- (7) Montrer comment travailler avec vous sera bénéfique pour lui.

À ce moment-là seulement, vous aurez décroché ce client.

La pertinence peut donc être résumée en ces 3 points :

- 1- Vos Services
- 2- L'offre irrésistible
- 3- Votre positionnement



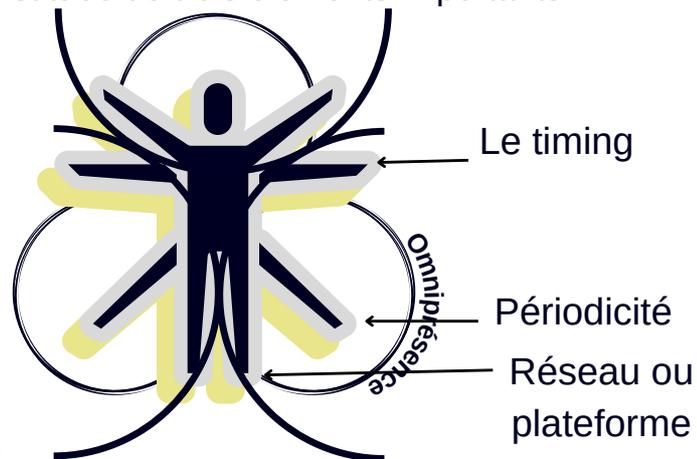
La deuxième lettre: « O »

L'**ubiquité** ou l'**Omniprésence** est le sentiment ressenti par votre public cible que vous êtes partout.

C'est ce qui se passe lorsque vous apparaissez dans la vie de quelqu'un de manière constante. Être omniprésent signifie dominer les fils d'actualité et les écrans de votre public, ce qui donne à vos prospects l'impression que vous êtes partout.

L'omniprésence effective est aussi constituée de trois éléments importants :

- 1- Le timing
- 2- La périodicité ou la fréquence
- 3- Le réseau ou la plateforme



La troisième lettre: « I »

L'**intimité** consiste à établir des relations authentiques avec votre public.

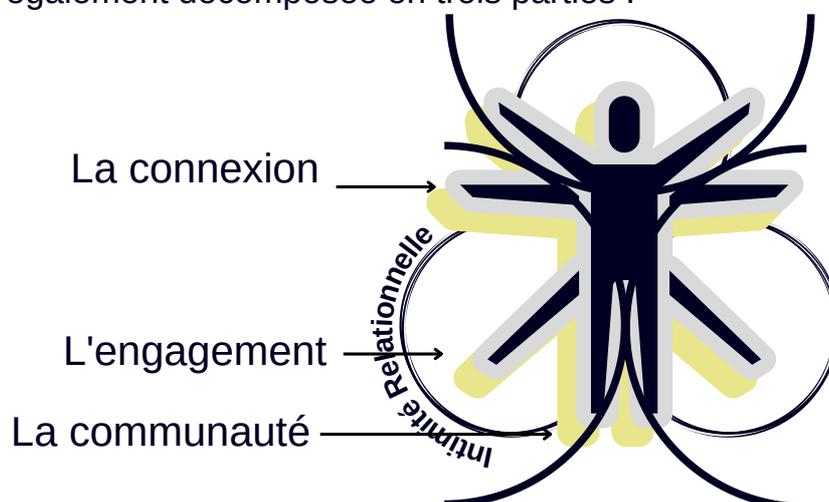
Avec une forte adoption de l'automatisation, il est important d'établir (ou de rétablir) de véritables connexions humaines avec les gens.

À un moment donné, le marketing immobilier a cessé d'aider les gens à trouver des maisons pour se concentrer sur l'attraction de n'importe quel client potentiel, prêt à écouter.

Alors que, lorsque vous vous concentrez sur la création de liens significatifs avec vos clients, vous établissez des relations puissantes.

L'intimité relationnelle est également décomposée en trois parties :

- 1- La connexion
- 2- L'engagement
- 3- La communauté





Et si on parlait maintenant des 9 POINTS DE CONNEXION ?

POI. Chacune de ces lettres a trois points à comprendre et dont la connexion entre elles crée le cercle vertueux dans votre stratégie de marketing digital.

Pertinence

Vos services représentent le travail que vous faites pour vos clients.

Il s'agit notamment de les aider à travailler avec d'autres experts dans le processus d'achat ou de vente, tel que le fait de recommander des ouvriers pour la main-d'œuvre. Cela inclut également ce que vous faites et qui vous distingue des autres agents immobiliers. Par exemple, si un client a besoin d'aide pour finaliser son prêt à la banque, vous êtes là pour lui fournir une liste d'options ou pour l'orienter vers le professionnel qui pourra l'aider.

Chaque service a pour but d'aider votre potentiel client en fonction de sa position dans le tunnel de vente. Vous ne vendez que lorsque votre offre d'aide est appréciée et que la vente est expressément demandée, ou bien lorsqu'acheter devient une évidence.

L'offre est un aperçu de ce que vous avez à offrir à votre prospect.

Elle décrit les services que vous fournissez, pourquoi ils sont précieux et comment ils vont aider votre prospect. Vous devez non seulement transmettre ce message, mais aussi le faire passer de la manière qui correspond à l'état d'esprit de votre prospect.



En fonction du positionnement de votre client idéal dans votre processus de vente, l'offre marketing doit lui être spécifiquement adaptée et surtout, le rapprocher de sa prochaine destination.

Votre positionnement. Avoir un avantage concurrentiel signifie se démarquer de ses concurrents. Il s'agit de montrer ce qui vous rend spécial et de présenter vos forces uniques.

Prenons mon cas : l'un de mes positionnements uniques est

- La force d'expérience acquise dans l'industrie de l'e-learning, qui m'a permis d'avoir une compréhension globale de la définition du processus d'acquisition et de conversion et
- L'e-commerce, où il est crucial de savoir lire et comprendre les KPI des différents axes d'acquisition pour faire un travail orienté vers le succès.

Ceci est aussi valable pour le professionnel de l'immobilier que vous êtes. Vous devez vous appuyer sur votre identité et offrir une expérience unique et authentique.

Lorsque vous harmonisez ces trois éléments, vous avez de la pertinence et votre message trouve un écho favorable chez votre public cible.



Omniprésence

Lorsque vous êtes partout, cela signifie que vous apparaissez à votre public cible au bon moment et au bon endroit. L'objectif ultime du marketing a toujours été d'être en phase avec son public afin que vos clients vous choisissent, **vous**, parmi toutes les autres options.

Grâce à l'omniprésence, vous vous montrerez constamment **et sur les bons canaux** (médias sociaux, marketing vidéo, e-mailing) en apportant de la valeur et en instaurant des relations avec vos clients potentiels, jusqu'à ce qu'ils vous choisissent comme agent immobilier.

En tant qu'expert dans votre niche ou votre domaine, vous pouvez rapidement devenir la personne de référence pour vos prospects. L'action et l'attention intentionnelles créent une situation où il est presque impossible pour vos prospects de ne pas vous voir tous les jours.

Rappelez-vous :



« Un petit étang contient un petit nombre de gros poissons »

Et c'est là le véritable atout de l'omniprésence.



Intimité relationnelle

Lorsque vous lisez “intimité relationnelle”, il s’agit bien de ce que vous pouvez mettre dans une discussion intime avec une personne. Soyez conscient de ce qu’un homme ou une femme vit chaque jour et des problèmes – personnels et/ou professionnels – qu’il ou elle doit affronter.

Mais soyez présent également pour cette personne qui traverse des moments de plein succès ou cette autre personne qui vit des expériences.

Partagez votre culture personnelle et la culture d'entreprise avec votre audience.

Ce genre de contenu est très souvent éloigné de tout ce que les agents immobiliers peuvent penser et pourtant, c’est ce genre de contenu qui a un fort taux de rétention et de **connexion**.

Plus les gens se sentiront à même de discuter avec une personne vraie et transparente, plus ils préféreront vous choisir, vous.

Et c’est ce qui compte pour votre business : établir une connexion pour que, enfin, le client **s’engage** avec vous. Pour ça, répondez aux commentaires, à vos différents mails, etc.

Pour bien gérer votre **communauté**, offrez l’opportunité aux uns et aux autres de se rencontrer, de s’entraider, mais aussi de pouvoir mieux vous connaître et surtout, d’avoir un accès privilégié à vos contenus, sinon à votre expertise.

Attention

Pour aller plus loin..

Et surtout, pour que tout soit clair...

Si vous lisez ce manuel intitulé « **Guide des professionnels de l'immobilier à 6 chiffres** : apprenez la stratégie, les astuces et les outils marketing digital pour enfin dépasser la limite des 7 chiffres – *La méthode **SANS** pression et **SANS** illusion.* »

Vous avez sans aucun doute mis en place au moins un des trois points de la stratégie POI.

Lorsque vous aurez réuni ces trois concepts de la formule POI de façon harmonieuse,

Vous obtiendrez des résultats explosifs et vous serez leader de votre région.

Il se peut aussi que vous ne vouliez vous cantonner qu'à l'un d'entre eux...

Alors, assurez-vous de comprendre ce qui suit :

Si vous communiquez sans toucher votre cible

Lorsque vous avez de la pertinence mais que vous manquez des deux autres points du concept POI, c'est-à-dire de l'omniprésence et de l'intimité relationnelle, votre message passe inaperçu.

C'est comme toutes ces fois où vous avez vu une publicité qui, malgré la pertinence de son contenu (faire rire ou maquette hyperréaliste) ne vous a pas intéressé plus que ça. Vous l'aviez même oubliée, sauf quand vous avez un besoin inattendu du service en question.

Cela peut être un autre objectif marketing, mais ce n'est pas l'objectif pour nous, agents immobiliers. Le compteur tourne et il faut faire avancer les choses.

Vous êtes dérangeant, telle une mouche

Quand vous faites preuve d'omniprésence, mais que vous manquez d'intimité relationnelle et de pertinence, vous devenez dérangeant. Comme une mouche agaçante et dont on n'arrive pas à se débarrasser.

C'est notamment le cas lorsque vous êtes un agent qui publie à tout moment les biens à vendre, les contrats obtenus, etc., sans aucun contenu original. Et c'est malheureusement le cas de plusieurs agents immobilier qui utilisent le digital dans le but d'agrandir leur réseau.

C'est un bon ami ! Je ne savais pas qu'il était agent immobilier

C'est un bon ami ! Je ne savais pas qu'il était agent immobilier

C'est ce qui arrive lorsque vous êtes juste intimes et que vous n'avez pas les deux autres points du concept POI. Vous êtes comme ce camarade de classe dont on se souvient pour les bons moments passés ensemble, mais dont on ne connaît absolument rien. Ce qui marche pour votre vie privée, mais pas si vous souhaitez faire passer vos résultats au-delà des 7 chiffres. Dominez votre marché et battez la concurrence.

Si vous avez lu cet e-book jusque-là, vous conviendrez avec moi que :

- Vous avez besoin de plus de résultats.
- Vous voulez passer d'un résultat à 6 chiffres à un résultat au-delà des 7 chiffres sans pour autant enfreindre vos principes.
- Vous voulez bénéficier d'une meilleure qualité de vie.
- Vous voulez vivre la vie que vous voulez SANS pression et SANS illusion dans votre marketing.

Construire un business à 6 chiffres et au-delà de 7, grâce à un marketing ultra optimisé et transparent.

Lorsque vous réussissez à établir la connexion entre deux éléments du concept POI, vous avez un business qui marche plutôt bien et vous faites du chiffre.

Mais qu'est-ce qui arrive à la parfaite connexion ?

Quand vous arrivez à harmoniser les trois concepts ?

Le cercle vertueux... 😎

Bénéfice 1 : facturer la meilleure commission sans réduction, sans compromis et surtout sans effort surhumain.

Lorsque vous avez la boule au ventre, que vous êtes soucieux de votre trésorerie et que vous n'êtes pas en mesure de recruter de nouveaux collaborateurs, vous vous sentez obligé de faire des concessions.

Vous êtes obligé d'accepter des rabais, dans le seul but d'obtenir l'exclusivité de votre client ?

Vous vous sentez en difficulté pour négocier à la hauteur de votre valeur ?

Lorsque vous harmonisez pertinence et omniprésence, vous pouvez facturer des commissions à un plus haut niveau.

Une fois que vous êtes en mesure de communiquer avec vos clients au plus haut niveau (vous arrivez à être pertinent sur les sujets qui le concernent) en plus d'être présent régulièrement (omniprésence), vous pouvez facturer vos services plus cher (allez au-delà de la limite de votre zone).

C'est le bénéfice de la Pertinence + Omniprésence = Niveau de facturation élevé (au-delà des limites zonales).

Bénéfice 2 : tisser des liens de connexion sans paraître intrusif et avec le profil adapté.

S'il vous est déjà arrivé de vous sentir étranger, ne pas être à votre place en face d'un client au cours d'un rendez-vous ou d'un appel ; de n'avoir aucune connexion. Il ne réagit même pas à toutes vos tactiques pour changer l'environnement rigide existant.

S'il vous est déjà arrivé de recevoir un appel ou de terminer un rendez-vous de visite avec l'impression que votre interlocuteur n'avait qu'un seul objectif : trouver le bon deal et non l'agent capable de l'aider.

S'il vous est déjà arrivé de ressentir que votre client ne souhaitait pas être en étroite collaboration avec un expert, qu'il voulait juste faire la bonne affaire et trouver le bien le moins cher...

Tous ces sentiments prouvent que vous manquez de lien de connexion.

Pourtant, lorsque vous combinez la connexion, l'engagement et que vous entretenez une communauté en plus d'être omniprésent, vous obtenez ces liens si importants, non seulement pour vous, mais aussi pour votre audience, qui se sent à sa place et comprise.

Lorsque vous arrivez à maintenir ce processus de lien naturel, mais surtout lorsque vous arrivez à l'obtenir en gros volume et dans un laps de temps très court, voire de manière automatique, alors, vous tissez des liens de connexion à la bonne échelle.

Votre audience se sent à la bonne place ; elle apprécie votre expertise à sa juste valeur ; une relation valorisante pour votre communauté et vous !

Cela vous motive et vous donne l'envie de vous impliquer encore davantage. Cela vous donne un sentiment d'intégrité et d'appartenance. À ce stade, vous avez réussi à créer le lien parfait, car vous harmonisez parfaitement l'intimité relationnelle et l'omniprésence.

Bénéfice 3 – Attirer des clients qui veulent travailler avec vous SANS arranger la vérité, SANS culpabiliser.

Toutes ces fois où vous avez dû faire des choses incroyables avec le client, car vous ne pensiez qu'à la nécessité de gagner cet argent.

Toutes ces fois où vous avez dû faire taire votre point de vue, car de toute façon, votre client ne vous écoutait pas, qu'il ne voulait pas vous comprendre ni prendre vos recommandations en compte...

Toutes ces choses que vous avez dû faire, car vous pensiez avoir ce qu'il fallait, mais que finalement, vous n'avez rien obtenu.

Ce sentiment de ne pas spécialement aimer le client, mais qu'en plus de toutes les concessions que vous avez faites, il a fini par ne pas signer...

Éreintant, n'est-ce pas !

Sachez que vous obtiendrez exactement le contraire en harmonisant l'intimité et la pertinence.

Vous attirerez vers vous des gens qui veulent absolument travailler avec vous et qui sont en phase avec vos croyances, qui les acceptent et qui sont prêts à faire affaire avec vous.

Cela vous motive et vous engage très intimement. Vous avez envie de vous réveiller chaque matin pour vivre l'aventure du jour. Vous appréciez leur appel. Vous avez envie, sinon besoin, de les satisfaire, peu importe la situation.

Vous gagnez au-dessus de la limite. Vous décrochez des contrats qui illuminent votre vie professionnelle et personnelle. Oui ! C'est l'effet de l'intimité relationnelle + pertinence.



Quand ces 3 bénéfiques se trouvent réunis en un seul, alors, vous entrez dans le cercle vertueux.

Vous déclenchez une croissance explosive de votre activité et vous devenez le numéro un de votre région.

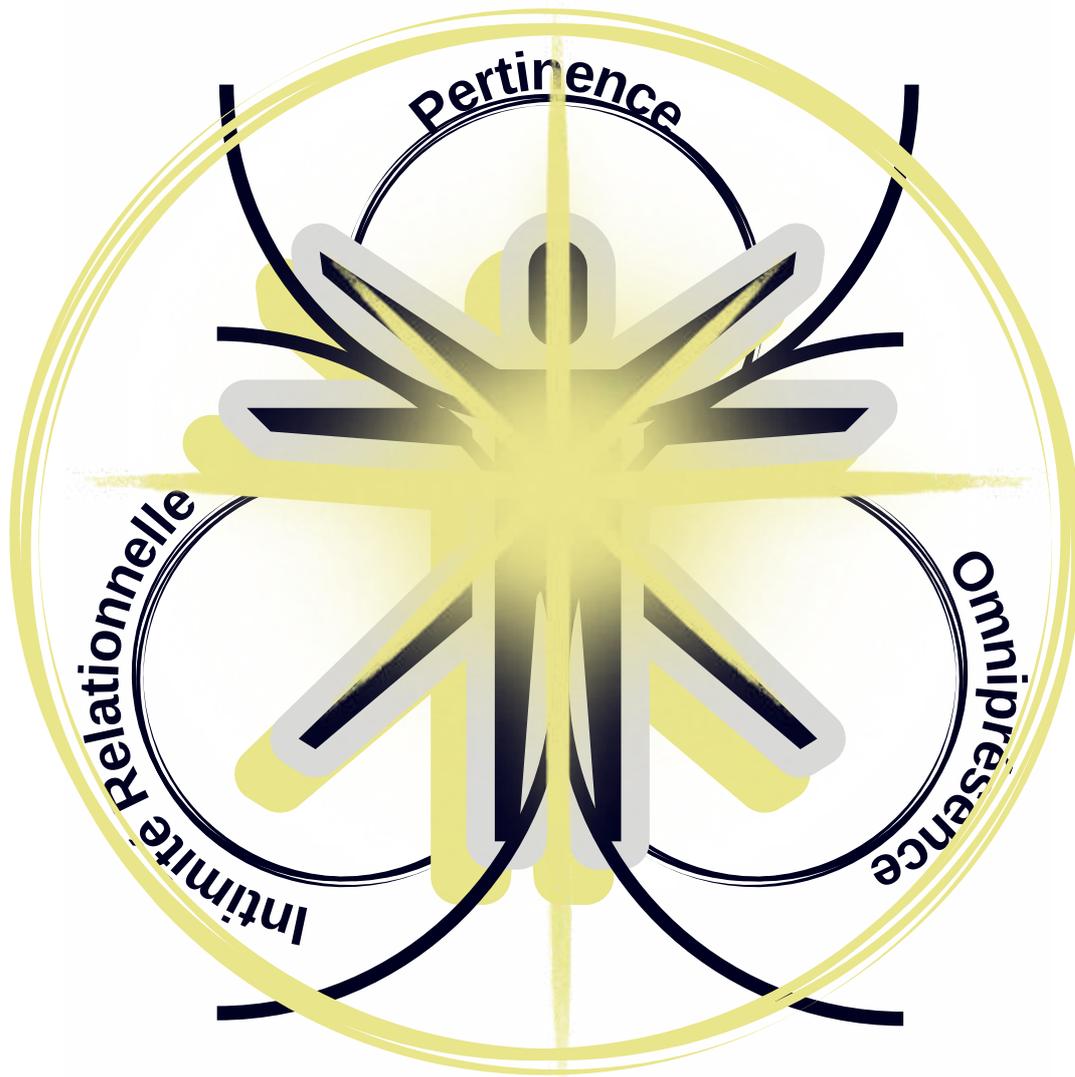
Vos revenus augmentent.

Votre audience est florissante.

Vous avez des relations plus profondes et plus profitables, ce que vous n'auriez jamais cru possible.

Vous devez comprendre que pendant des années, les spécialistes du marketing immobilier vous ont vendu une approche à un seul niveau.

Le cercle vertueux représente bien plus que de l'argent. Il s'agit d'avoir une entreprise plus moderne, qui soit vraiment durable, évolutive et immunisée contre tout effondrement économique ou fluctuations du marché.



Les effets cumulé du cercle vertueux

Trois choses se produisent lorsque vous activez l'effet composé :

Vous attirez un public plus large, plus engagé et plus puissant.

Vous avez plus de preuves sociales et pouvez accéder à un réseau plus large. Lorsque vous devez recruter ou vendre, vous avez accès à un groupe d'experts qui vous connaissent déjà et comprennent votre message. Vous pouvez ensuite étendre votre portée comme bon vous semble... à la demande.

Vous concluez plus de ventes et générez plus de revenus.

Vous pouvez conclure plus d'affaires et obtenir plus d'inscriptions. De plus, vous pouvez facturer une commission parfaite et générer un cashflow qui vous permet à la fois de monter en puissance et de prendre du profit comme revenu pour vous-même en dehors de l'entreprise.

Vous créez des relations durables et significatives.

Lorsque vous avez une entreprise florissante et un public croissant, vous pouvez élargir vos relations. Vous avez accès à des partenariats plus souhaitables, plus profitable. Vous pouvez être approché par des médias et vous êtes en mesure de tirer parti des relations publiques. Vous disposez d'un réseau dédié à la construction d'une puissante base de référence, et vous avez de nouvelles opportunités passionnantes.

Malheureusement, ces trois effets ont toujours manqué au marketing traditionnel immobilier. Pourtant, c'est le moyen par lequel vous pouvez construire une entreprise prospère à 6 chiffres et bien plus.

Pour faire de vous l'agent immobilier No 1 de votre zone comme par enchantement.

Comment devenir l'agent No1 de votre région ?

Beaucoup d'agents immobiliers par la force des informations des séminaires et autres on réussit à instaurer certains éléments du POI. Mais lorsqu'on y regarde bien, il se fait qu'il manque de d'harmonie.

Certains, sont bien pertinents mais manque de véritable présence établie sur les différents canaux ou manque simplement de profonde relation avec leur public cible. Ce qui a pour effet de produire des résultats faibles et surtout pas la taille de vos efforts.

Mais, lorsque vous harmonisez les trois points, vos résultats se décuplent radicalement.

Alors, si vous souhaitez de meilleurs résultats, si vous avez besoin des effets du cercle vertueux dans votre entreprise...

- **Pour enfin, attirer un public plus large, plus engagé et plus puissant;**
- **Générer un maximum de revenus jamais atteint jusque-là**
- **Et enfin, des relations plus significatives et profondes.**

Nous avons créé la solution SACA pour vous aider à implanter le POI dans votre agence immobilière sous un délai de 90 jours.

Attention,

Il s'adresse aux agents immobiliers qui souhaitent avoir un impact optimal sur leurs clients. Pour ceux qui veulent augmenter leurs revenus, leur audience et leurs relations.



Nous aidons les agences immobilières à générer plus d'appels et à conclure davantage de transactions, en automatisant les processus de prospection, de suivi et de prise de RDV.

CLIQUEZ ICI POUR
RÉSERVER VOTRE APPEL

<https://gamupmedia.tech/rdv-calendly/>

Pour un business florissant en 90 jours



A propos

Anselme Ayidjannahou

Je suis un spécialiste du marketing digital avec bientôt 8 ans d'expérience.

Pendant toutes ces années, j'ai mis mon expertise au service de plusieurs industries via les opportunités digitales : l'e-commerce et l'e-learning.

Obstiné par le fait de découvrir les processus et les mécanismes des grandes entreprises, j'en ai testé plusieurs au terme de chaque contrat. Il y a deux ans, j'ai découvert celui qui fonctionne le mieux, celui qui est le plus rentable et le plus efficace dans tous les domaines d'activité.

Conscients du besoin de l'immobilier d'avoir un marketing plus éthique et surtout, adapté au besoin des agences immobilières, mes collaborateurs et moi avons mis en place la méthode SACA, qui est basée sur le concept POI. Trois lettres qui changent tout.

Cette volonté s'est matérialisée grâce à "GAM Up Media", une agence marketing spécialisée dans l'immobilier et avec laquelle nous aidons les agences immobilières à générer plus de prospects qualifiés grâce à SACA.

Une stratégie totalement digitale et autonome, qui fait de vous le leader de votre zone, sans que vous ayez besoin de changer de style de vie ou d'enfreindre vos valeurs intrinsèques.

Est-ce que vous avez lu l'e-book dans son entièreté ?

Alors, vous avez découvert un des secrets qui change tout dans le marketing digital immobilier. Et vous êtes conscient de l'opportunité du marketing digital dans ce secteur.

L'opportunité de changer vos résultats avec moins d'efforts que le marketing traditionnel. Vous en avez besoin pour vous, mais aussi pour votre agence, vos agents immobiliers.

Votre famille, vos rêves.

Alors, plus besoin d'attendre...

Rejoignez-moi maintenant en cliquant sur ce bouton



RÉSERVEZ VOTRE APPEL