



LIVRE BLANC



Comment améliorer la performance de ses annonces immobilières ?



L'annonce immobilière en ligne est la première chose qu'un acheteur ou un locataire potentiel voit de votre mandat. Autant dire que la première impression compte énormément dans le processus de séduction. Une rédaction soignée, complète et précise valorise le bien autant que votre agence immobilière et votre professionnalisme.



Un prospect séduit par une annonce a psychologiquement fait 50 % du chemin qui conduit à la décision finale d'acheter ou de louer.

Il est plus que nécessaire d'accorder du temps à la rédaction. Ces quelques conseils pourront vous aider à améliorer la performance de vos annonces immobilières sur le web.



Les règles marketing incontournables d'une bonne annonce immobilière

Une bonne photo vaut mille mots

Sur le web et particulièrement en immobilier, les photos d'une annonce immobilière sont déterminantes et peuvent à elles seules déclencher le coup de cœur... ou l'aversion.

La photo est le premier élément visible de l'annonce : elle doit donner envie à l'internaute de cliquer pour en savoir plus. Si le nombre de photos accompagnant une annonce reste certes déterminé par la nature et les dimensions du bien concerné, il ne doit pas dépasser 5 à 7 photos, de façon à ne pas lasser le prospect et à laisser une part de découverte lors de la visite.

Ces photos comprendront a minima :

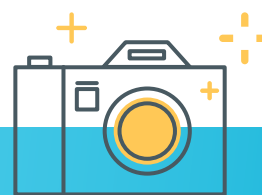
- une ou deux **vues globales** du bien sous des angles différents
- une photo de la **pièce de vie**
- des **pièces techniques** (cuisine et salle de bains)
- l'**atout principal** du bien s'il y en a un (la vue, la terrasse, le jardin fleuri ou la piscine).

Conseil : la première photo qui sera affichée sur le site ou le portail est la plus importante. Veillez à ce qu'elle soit la plus belle ou la plus remarquable !

Vous pouvez aussi avoir recours à la technologie, en proposant deux types de visites à distance :

- **la visite 360°** basée sur la prise d'images panoramiques,
- **la visite virtuelle** qui, grâce à une conception en 3D, donne à l'acquéreur la possibilité de visiter en totale immersion à sa convenance le produit.

Un plus client indéniable pour l'agence.



PRENDRE LES BONNES PHOTOS : QUELQUES ASTUCES

Une photo qui donne envie est prise un jour et une heure de plein ensoleillement, après une séance de préparation (rangement, nettoyage, home staging si besoin). Cadrée avec soin, elle valorise les couleurs grâce à une légère surexposition. Pour un résultat optimal, faites appel à un photographe professionnel ou à des logiciels immobiliers qui proposent une option de traitement de l'image.

La géolocalisation s'impose comme un autre atout qui fait la différence : Ce service est apprécié par les acquéreurs et les locataires toujours soucieux de leur futur environnement. Sur Bien'ici, grâce à la carte en 3D, ils peuvent ainsi avoir une meilleure idée des environs de leur futur domicile et des commodités à proximité. Associer un cercle de géolocalisation autour d'un mandat, c'est assurer des contacts qualifiés pour l'agence et non pas de simples demandes concernant l'adresse du bien.

Les critères indispensables d'une annonce immobilière

Une annonce comporte des caractéristiques incontournables sur le bien, à la fois légaux et logiques, qui sont à renseigner dans votre logiciel immobilier, ainsi qu'un descriptif plus rédactionnel.

Les champs logiciel

- le **type** de la transaction et le **lieu** (location, vente, programme neuf...)
- la **nature** du bien, l'**année** de construction
- la **surface habitable**, le nombre de **pièces** et de chambres ou de salles d'eau ainsi que la mention de l'étage, des **annexes**, garage, cave, piscine, balcon, interphone et **autres atouts** : la précision permet de franchir la barrière des filtres de recherche appliqués par le client lors de sa recherche sur le web, et augmente de fait la visibilité de l'annonce
- l'**adresse précise du bien** : sur Bien'ici, un cercle de géolocalisation est automatiquement appliqué à votre annonce pour permettre aux internautes de se renseigner sur le secteur sans communiquer l'adresse exacte du bien
- les mentions du **Diagnostic Performance Énergétique (DPE)** et **Gaz à Effet de Serre (GES)**

LE DPE EN QUELQUES MOTS

Toute annonce immobilière, à la vente ou à la location, doit mentionner le Diagnostic Performance Énergétique. Ce diagnostic doit donc être obtenu par l'agent immobilier à sa prise de mandat pour pouvoir rédiger une annonce conforme à la loi. En permettant à l'acquéreur ou au locataire d'évaluer ses dépenses de chauffage, le DPE est un élément important d'appréciation. Rappelons que celui-ci est lié à la qualité de l'isolation et aux performances du système de chauffage. Il s'obtient auprès d'un diagnostiqueur agréé et possède une validité de 10 ans.

Le descriptif de l'annonce

- l'**atout principal** : maison vue mer, appartement avec terrasse ou grande maison traditionnelle par exemple...
- la **description du bien** par niveau et le détail de ses prestations
- la valorisation de son **environnement** (exposition, calme, commodités...)

Plus de conseils de rédaction en page 3.

Les obligations légales pour les annonces de location

Les annonces de location doivent comporter :

- Le caractère **meublé** de la location lorsque cela est le cas
- Le **loyer tout compris**, c'est-à-dire le loyer mensuel augmenté de la part mensuelle des charges redevables par le locataire
- Le montant de ces **charges** et les modalités de leur règlement
- La **surface en m²** du logement ainsi que la commune et l'arrondissement lorsqu'il existe
- Le montant du **dépôt de garantie**



Les éléments à mentionner en copropriété

Lorsqu'une annonce à la vente concerne un logement en copropriété, cette dernière doit indiquer des informations relatives à cette particularité :

- La mention explicite que le bien appartient à une copropriété
- Le nombre de lots constitutifs de ladite copropriété
- La surface du logement en m² certifiée loi « Carrez »
- Le montant annuel des charges imputables au lot vendu
- L'existence ou non d'une procédure de redressement du syndic





Une **rédaction soignée** pour faire la **différence**

Pour **répondre aux attentes** de la cible avide de **détails**

C'est un fait, l'importance du web dans le marché immobilier à la vente comme à la location n'est plus à démontrer. Les prospects consultent les annonces immobilières où qu'ils soient : chez eux, au bureau durant la pause, ou dans les transports en commun. Et comme vos annonces ne sont pas les seules sur le marché et sur les portails immobiliers, il est important de soigner leur rédaction pour mieux retenir l'attention des internautes.

LES INFOS SONT ESSENTIELLES


Les internautes ne déclenchent la visite que pour les biens qui, à leurs yeux, en valent vraiment la peine. Pour cela, ils attendent qu'on leur donne les caractéristiques de base du bien en vente, mais ne négligez pas pour autant les informations relatives à son environnement (localisation, exposition, transports en commun, lieux notoires...).

Pour **satisfaire le vendeur** et **convaincre l'acquéreur** ou le **locataire**

PLUS C'EST DÉTAILLÉ, MIEUX C'EST

Les Français plébiscitent les annonces immobilières pleines d'informations. Une exigence née aussi de la transparence attendue dans une transaction importante qui, au-delà des aspects financiers, marque le début d'une vie nouvelle. En clair, le détail rassure... et évite les mauvaises surprises !

Une bonne annonce immobilière a vocation à convaincre les deux parties d'une transaction. Sa qualité doit en effet démontrer au vendeur et au bailleur votre professionnalisme, tout en séduisant bien évidemment les acquéreurs et locataires potentiels.

- 
- ➔ Concrètement, des annonces parfaitement rédigées, agréables à lire et complètes ont vocation à :
 - **séduire les personnes à la recherche** d'un logement
 - **rassurer les mandants** sur la capacité de l'agence à valoriser leur bien et à réduire les délais de vente ou de vacance

Pas d'abréviation et des mots qui font **mouche**

Une annonce structurée sans abréviation et comportant quelques mots-clés bien placés aura toutes les chances de figurer en bonne position sur les moteurs de recherche ! Les algorithmes de Google par exemple privilégient les annonces parfaitement rédigées et qui apportent une information de qualité à l'internaute. Un point important dont il faut savoir tenir compte dans sa rédaction.





Loi ALUR et obligations légales

Votée en 2014, la loi ALUR (Accès au Logement et Urbanisme Rénové) vise à rendre plus transparentes les relations agence-locataire et agence-acquéreur. Plusieurs décrets d'application parus en 2017 qui vont dans ce sens sont désormais en vigueur.

Les honoraires

Les professionnels de l'immobilier ont l'obligation légale de mentionner le montant de leurs honoraires dans les annonces qu'ils publient.

Dans le cas d'une vente, ils doivent faire figurer le montant des honoraires en euros et en pourcentage, le prix du bien avec et sans honoraires inclus, ainsi que la phrase « Les honoraires sont à la charge du vendeur/de l'acheteur ».

Les mentions FAI (Frais d'Agence Inclus) ou HAI (Honoraires Agence Inclus) sont désormais interdites et doivent être mentionnées en toutes lettres.

LE CALCUL DU POURCENTAGE D'HONORAIRES POUR LA VENTE

Le calcul du pourcentage d'honoraires s'effectue sur le net vendeur. Déterminer ce pourcentage sur le prix global en abaissant mécaniquement ce dernier est considéré comme trompeur par le législateur. Une sensibilisation de tous les collaborateurs de l'agence s'impose pour éviter tout problème en cas de contrôle de la DGCCRF.

Pour la location, les honoraires de l'agence en tant qu'intermédiaire sont à la charge exclusive du bailleur. En revanche, les prestations comme les visites, l'état des lieux ou la rédaction du bail sont partagées entre bailleur et locataire. L'annonce doit donc préciser le montant de la part TTC des honoraires revenant au locataire et le montant des frais TTC liés à la réalisation de l'état des lieux.

Le barème des honoraires

Il doit être accessible depuis votre vitrine physique, votre site d'agence et les annonces que vous diffusez. La plupart des portails immobiliers, comme Bien'ici, vous permettent d'héberger un document ou un lien vers vos honoraires.

CONCLUSION

La rédaction d'une annonce immobilière obéit à de nombreuses obligations légales, mais aussi à des règles de bon sens. C'est un exercice qui ne s'improvise pas : n'hésitez pas à rédiger un premier jet avant de revenir dessus quelques heures plus tard ou à le soumettre à un collègue. Un temps loin d'être perdu, car une annonce bien rédigée vous permettra de multiplier les contacts qualifiés et les chances de vendre ou louer rapidement.