

# Versailles+

*"Quand je donne une place, je fais un ingrat et cent mécontents" Louis XIV*

[ BUSINESS<sup>+</sup> ]

## La vérité sur le budget publicitaire des agences immobilières

*VERSAILLES+ : Les agences immobilières justifient notamment le montant des honoraires par le budget publicitaire qu'elles consacrent aux affaires mises en vente ou en location. On note pourtant des disparités dans la diffusion médiatique ...*

**John K** : en effet, les budgets publicitaires et communications sont inégaux chez les différents acteurs de la profession. On observe parfois une relative opacité dans la description des actions commerciales effectuées. Un certain nombre d'agents immobiliers présentent, en réalité, les affaires confiées par leurs clients uniquement sur **un seul site internet** et/ou **un seul magazine** d'annonces immobilières. Sans autre précision au propriétaire, ils se contentent d'indiquer que leur appartement ou leur maison sera diffusée sur internet et/ou dans la presse spécialisée. Pour certains d'entre eux, investir dans plusieurs sites ou magazines à la fois, distribuer des mailings dans les quartiers, participer à des campagnes locales ou régionales de publicité, etc ... est inutile. Qu'on se le dise : multiplier toutes ces actions commerciales et publicitaires coûte très cher. Ce sont des frais fixes qui sont perdus s'il n'y a pas de résultat. Rappelons que les honoraires ne sont perçus par l'agent immobilier qu'à la signature définitive chez le notaire ! C'est dire que l'équilibre des comptes est fragile.


*VERSAILLES+ : Et pourtant, on constate que les pourcentages de commission sont quasi identiques chez vos confrères. Y a-t-il un sujet tabou ?*

**John K** : ... absolument. Le mystère réside dans l'art de certains agents immobiliers qui réussissent à justifier et imposer le montant de leurs commissions égal à celui d'autres agences qui, elles, dépensent sans compter dans la plupart des supports internet et la presse spécialisée, développant sans cesse de nouvelles actions commerciales, embauchant du personnel permettant d'être plus disponible pour les clients ...

De même, peut-on croire les détracteurs d'agences immobilières avec vitrine et pignon sur rue ? Ces opposants arguant à leurs clients désireux de mettre en vente un bien immobilier que les vitrines d'agences n'attirent que des «**curieux ou des touristes**» et que «**internet est le seul support efficace pour vendre aujourd'hui !**». Cette affirmation est fautive car elle néglige et élude volontairement les audiences des autres médias et supports publicitaires. On constate d'ailleurs que les agences traditionnelles diffusent leurs affaires sur autant (sinon davantage) de sites internet que les confrères dénués de vitrine. La polémique sur les vitrines d'agences est démagogue parce que partisane. Elles sont intégrées au budget publicité à part entière. Elles permettent indéniablement de capter l'intérêt de centaines de clients, chaque semaine, et génèrent un grand nombre de transactions. De surcroît lorsqu'elles sont situées à des emplacements stratégiques.

D'autre part concernant le sujet tabou des honoraires de votre dernière question, il paraît légitime de s'interroger sur l'absence des barèmes de commissions des agents immobiliers qui ne sont présents que sur Internet et qui ne respectent pas l'obligation de transparence des honoraires affichés en vitrine ... car ils n'en ont pas !

Il appartient donc à chaque propriétaire de se renseigner et d'être lucide sur les véritables engagements et possibilités des différents professionnels, qu'ils soient publicitaires ou commerciaux. Sur quels et combien de sites internet et magazines spécialisés l'agent immobilier est-il en mesure de diffuser votre bien aux acquéreurs potentiels et à quelle fréquence ? Combien de conseillers y a-t-il au sein de sa structure, quelle amplitude horaire développe l'agence pour recevoir la clientèle, quelles actions commerciales concrètes envisage-t-il d'effectuer, etc ? . Autant de questions à poser lorsqu'on souhaite être assuré de **VENDRE SON BIEN AU MEILLEUR PRIX POSSIBLE**.

<p style="text-align: center;"><b>VERSAILLES +</b></p> <hr/> <p><b>EST ÉDITÉ PAR LA SARL DE PRESSE VERSAILLES - AU CAPITAL DE 5 000 €, 8, RUE SAINT LOUIS, 78000 VERSAILLES, SIRET 498 062 041</b></p> <p><b>FONDATEURS :</b> Jean-Baptiste Giraud Versailles Press Club et Versailles Club d'Affaires</p> <p><b>WWW.VERSAILLESPLUS.FR</b></p> <p><b>DIRECTEUR DE LA PUBLICATION ET RESPONSABLE DE LA RÉDACTION</b> Guillaume Pahlawan</p> <p><b>RÉDACTEUR EN CHEF</b> Michel Garibat</p> <p><b>POUR ÉCRIRE À LA RÉDACTION</b> redaction@versaillesplus.fr</p> <p><b>MAQUETTE ORIGINALE</b> Cithéa communication</p> <p><b>MAQUETTE</b> Agence Even BD</p>	<p><b>RÉGIE PUBLICITAIRE :</b></p> <p></p> <p><b>PUBLICITÉ</b> Vous souhaitez figurer dans la prochaine édition ?</p> <p>Cithéa Communication : 01 53 92 22 06 Xavier Mazau xmazau@citheas.com - 06 22 16 70 25</p> <p>L'intégralité du journal que vous tenez entre vos mains est financée grâce à la fidélité de ses annonceurs (que nous remercions pour leurs publicités). En aucun cas les fonds publics ne sont utilisés.</p> <p><b>TIRAGE</b> 18 000 exemplaires</p> <p><b>IMPRESSION :</b> Rotimpres Espagne</p> <p><b>NUMÉRO ISSN 1959-4062</b></p> <p><b>DÉPÔT LÉGAL À PARUTION.</b></p> <p><b>TOUS DROITS DE REPRODUCTION RÉSERVÉS.</b></p> <p><b>DISTRIBUTION :</b> CIBLÉ ET VERSAILLES PORTAGE</p>
--	--