

# Immopinion

Chacun sa position



A partir de 500 \$

**Des opinions qui comptent**

# Comment voit-on le Paysage Immobilier Français ?



## Isabelle Vrilliard

### Fondatrice et Directrice de l'étude

- Créée en 1977
- 13 ans de marketing digital dans les petites annonces en ligne, dont 8 ans dans l'immobilier en France.
- DG du site AVendreALouer.fr de 2010 à 2013.
- Aujourd'hui en Floride, consultante freelance et chroniqueuse USA pour Immomatin.
- COO du site d'achat / vente de produits de luxe Coutureusa.com

Le Paysage Immobilier Français est un marché à la croissance fragile qui voit arriver l'intelligence artificielle et de nouveaux modèles économiques. Savoir ce que les clients pensent est précieux. Vous pouvez le demander de temps en temps à vos commerciaux ou vos confrères. Ou vous pouvez le demander une fois par an à 400 professionnels d'un coup pour vous aider dans vos choix d'investissement et votre discours commercial.

Partie en Floride où j'épluche les oranges et l'actualité immobilière américaine, j'ai eu envie de développer un outil qui m'a manqué dans ma carrière marketing : une étude de marché btob, alliant neutralité de la source, liberté de ton et un prix très accessible.

ImmOpinion a été créée en 2015 en partenariat avec Immomatin. Aujourd'hui, Immomatin n'a plus de responsabilité dans l'étude elle-même mais reste un partenaire privilégié de diffusion.

ImmOpinion est la seule étude de marché adressée à tous les professionnels : elle fournit des chiffres inédits qui donnent matière à réflexion sur le paysage immobilier français.

*Isabelle Vrilliard*

# Le making of

---

## Les ambitions d'ImmOpinion

- Analyser les choix de communication de tous les professionnels de l'immobilier, de manière barométrique
- Mesurer la satisfaction des clients envers leurs portails d'annonces et autres médias
- Questionner sur les sujets d'actualité de l'immobilier, telle que la concentration du marché, l'intelligence artificielle ou l'avenir des honoraires en 2018
- Offrir liberté de parole et neutralité de la source

## Méthodologie

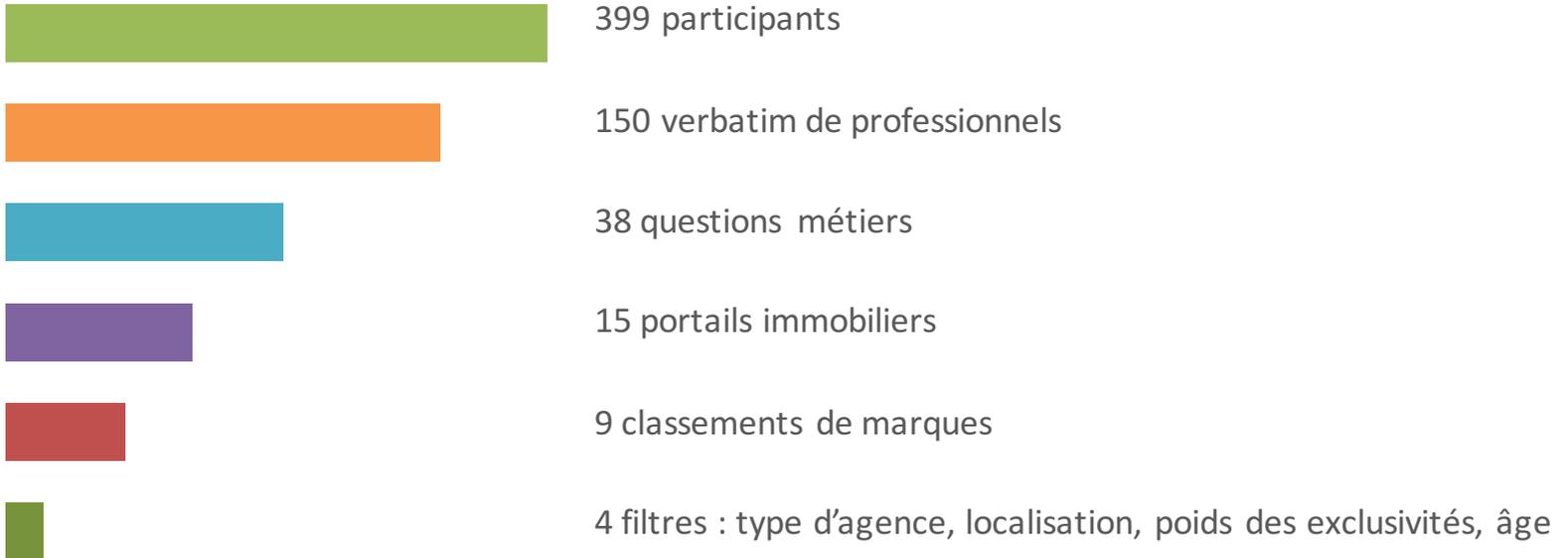
Enquête en ligne auto-administrée, réalisée du **20 décembre 2017 au 31 janvier 2018**.

Questionnaire envoyé par email auprès des professionnels des bases Immomatin, Autobiz et La Boîte Immo générant un total de **399 répondants**.

**Aucune marque citée** dans les classements n'a participé à la construction de l'étude.

# Des opinions qui comptent

## ImmOpinion 2018 en quelques chiffres



### Sur quoi donnent-ils leur opinion ?

- Les supports de communication utilisés
- L'efficacité des portails d'annonces et de 5 autres médias
- Le mobile et la géolocalisation
- Les nouveaux services et l'Intelligence Artificielle
- L'avenir des commissions et l'inter-agences

# Les nouveautés 2018

## 1. La collecte élargie

Les répondants ont été collectés auprès des bases professionnelles de : **Immomatin, Batibiz et La Boîte Immo**

## 2. Le contenu inédit

### 1. La perception des portails approfondie :

- Classement des sites utilisés aujourd'hui, au global et avec filtre Indép. / Réseaux et IDF / Régions
- Recommandation des sites utilisés *aujourd'hui* (et non « déjà utilisés »)
- Efficacité comparée des sites et de 6 « médias » *selon l'objectif de communication* : collecte de leads acheteurs, de leads mandats, visibilité annonces, notoriété agences

### 2. Innovations et IA: mesure de l'usage, l'intention d'utiliser et l'impact sur l'activité de 10 nouveaux services

### 3. Les évolutions du marché : la concentration en cours, l'avenir du modèle d'honoraires, la pratique de l'inter-agence

## 3. Des filtres plus nombreux

- 18 questions filtrées selon profil d'agence : **indépendants ou en réseaux** (= franchises, mandataires, groupement)
- 18 questions filtrées selon localisation : **Ile de France ou Régions**
- 7 questions filtrées selon le poids des **mandats exclusifs**
- 7 questions filtrées selon la tranche **d'âge des répondants**

## 4. Deux tarifs

1. Le tarif « **RE Tech** » : l'essentiel d'ImmOpinion sur les pratiques des professionnels mais sans le volet « efficacité des portails », sans les verbatim - pour 500 \$ (~ 405 €)

2. Le tarif « **Médias** » : l'intégralité de l'étude comme chaque année pour 1200 \$ (~970 €)

# Deux tarifs en 2018

	RE Tech	Média
Tarif	500 \$ (~405 €)	1 200 \$ (~970 €)
▪ Nombre de questions métier	34	38
▪ Synthèse des principaux enseignements	✓	✓
▪ Commentaires	✓	✓
▪ Questions restituées :		
▪ Impacts des services utilisés	✓	✓
▪ Portails utilisés	✓	✓
▪ Efficacité perçue de 6 principaux médias	-	✓
▪ Recommandation des portails	-	✓
▪ Efficacité perçue des portails d'annonces	-	✓
▪ Efficacité perçue des portails par objectifs de communication	-	✓
▪ Filtres : profil, localisation, exclusivités, âge	-	✓
▪ Verbatim des répondants	-	✓

# Les 10 principaux enseignements d'ImmOpinion 2018

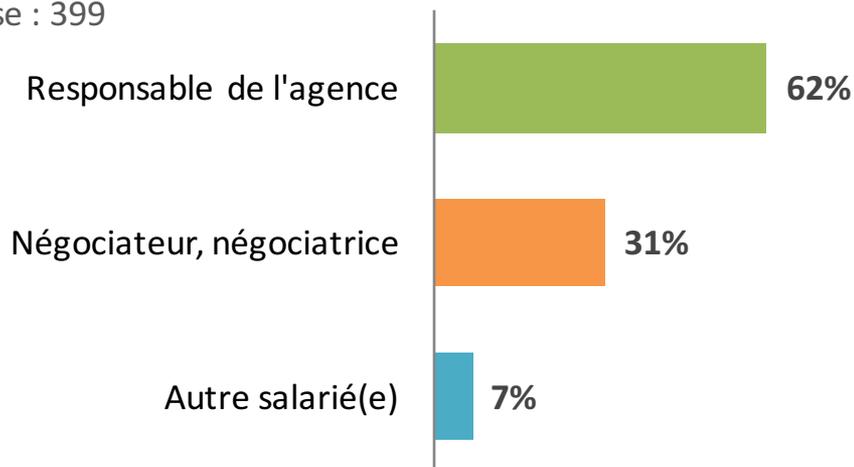
---

1. Les portails d'annonces sont le moyen le plus souvent reconnu comme efficace pour collecter des leads acheteurs.
2. Les professionnels sont attachés à leur vitrine, et à leurs propres actions de marketing, qu'ils jugent notamment les plus efficaces pour collecter des leads mandats.
3. Facebook est avant tout un outil de notoriété, Google se profile comme challenger plus solide sur la collecte de leads.
4. Les pratiques de tracking des sources ne progressent pas. L'univers des médias immobiliers reste donc jugé à partir d'une intuition, sur un marché où la donnée réelle existe pourtant.
5. Les avis clients convainquent par leur impact positif sur l'activité de l'agence, suivi par la photo professionnelle et dans une moindre mesure la vidéo.
6. L'intelligence artificielle ne fait pas peur, mais les services d'IA n'en sont qu'au balbutiement.
7. La géolocalisation est au point mort : elle convainc à peine la moitié des professionnels, qui sont freinés par la peur de la concurrence et qui ont principalement recours à une géolocalisation approximative.
8. Le mobile ne décolle pas depuis 3 ans : les professionnels ne savent pas quoi penser de son efficacité, plutôt mise en doute.
9. Le poids des mandats exclusifs dans un portefeuille est corrélé à un plus grand volume de ventes, à une meilleure défense du taux de commission, et à un plus grand recours aux services.
10. La moitié des professionnels juge plus pertinent un système d'honoraires proposant tout ou partie en fixe.

# Profil des répondants

## Quel poste occupez-vous dans l'agence ?

Base : 399

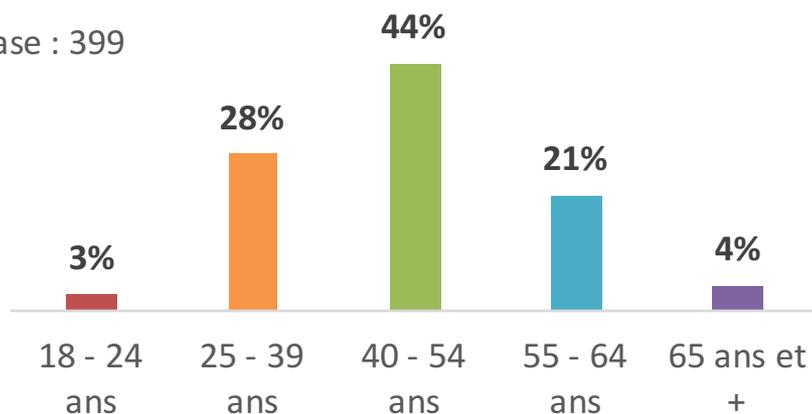


+12% pts de négociateurs dans le panel, notamment du fait de l'invitation Batibiz (emails des agents immobiliers avec annonces en ligne).

Le parti pris d'ImmOpinion : chaque avis compte. Nous sommes dans une société de « recommandation » où chacun exprime un avis qui peut influencer. Les questions portent sur une perception du marché, non pas sur une prise de décision. Or les négociateurs d'aujourd'hui sont les responsables de demain.

## Quelle est votre tranche d'âge ?

Base : 399



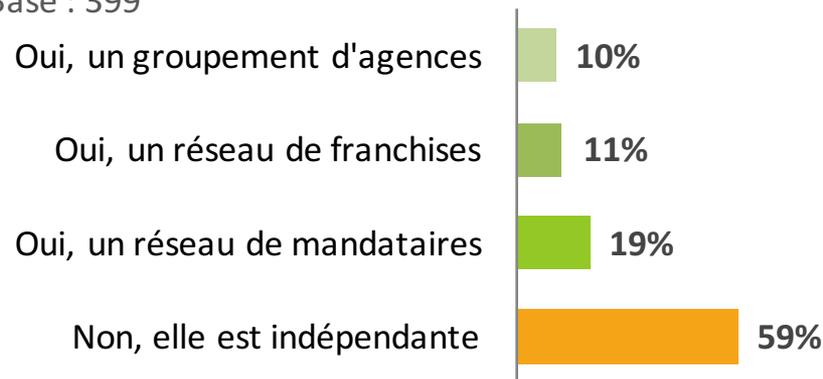
+9 points de répondants de moins de 40 ans, du fait des négociateurs plus nombreux.

**ImmOpinion propose cette année 7 questions d'opinion filtrées selon le profil « GenY », « GenX » et « Seniors ».**

# Profil des répondants

## Votre agence est-elle en réseau ?

Base : 399



+9 points d'agences indépendantes vs 2017 dans le panel, du fait du mode de collecte. Il est intéressant de noter un plus fort intérêt de la part des indépendants pour ce type d'étude nationale que de la part des réseaux – qui ont leurs propres études.

**ImmOpinion propose cette année 18 questions filtrées selon le profil Indépendants ou Réseaux.**

## Localisation de l'agence

Base : 399

Ile de France	20,5%	Hauts de France	5%
Occitanie	14%	Grand Est	5%
PACA + Corse	14%	Bretagne	3,5%
Auvergne - Rhône-Alpes	12,5%	Bourgogne Franche Comté	2%
Nouvelle Aquitaine	11%	Normandie	3,5%
Pays de La Loire	6,5%	Centre – Val de Loire	1%



-4 points d'agences en IdF vs 2017 dans le panel, du fait d'un mode de collecte élargi.

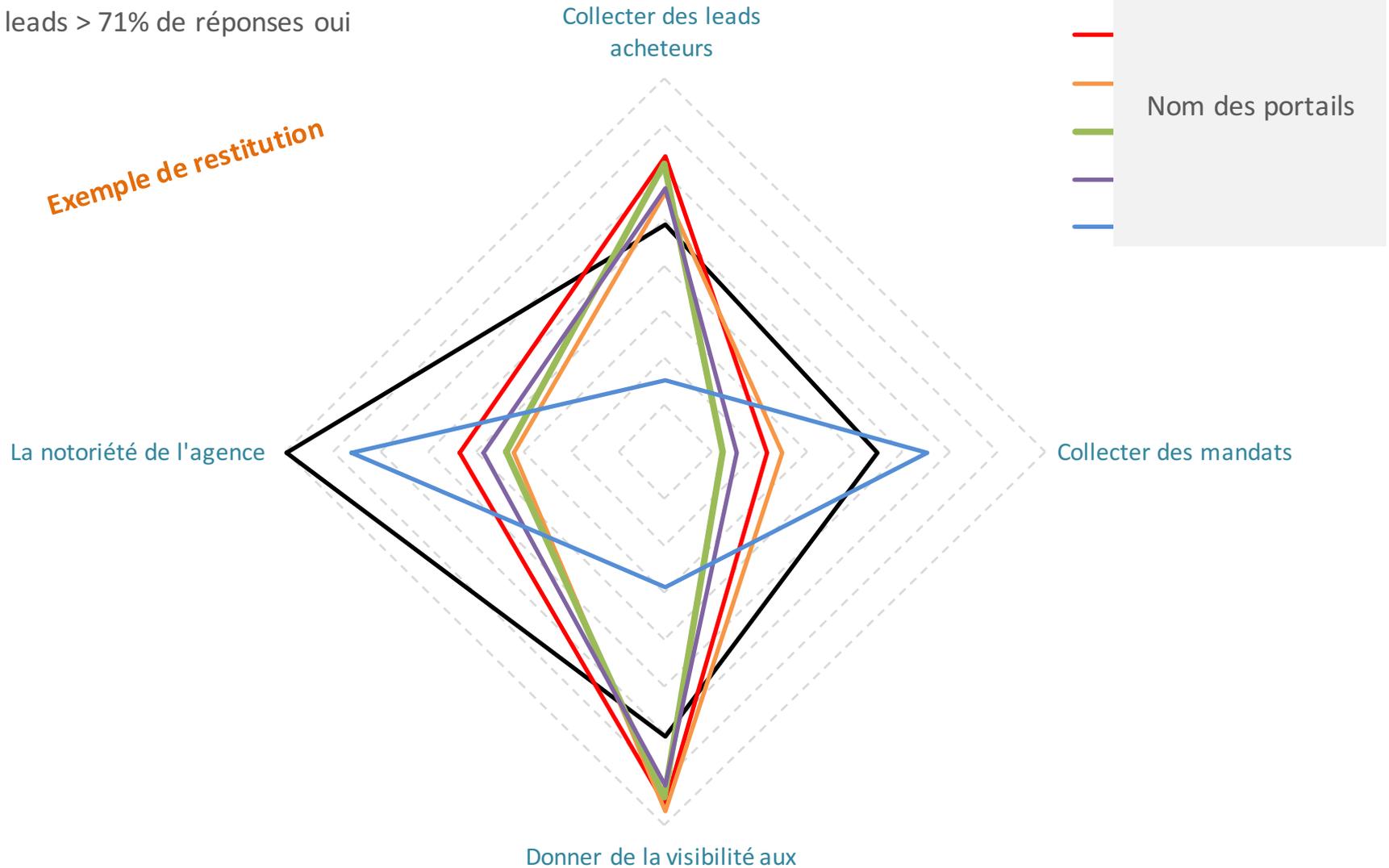
**ImmOpinion propose cette année 18 questions filtrées selon la localisation IdF ou Régions.**

# Pour chacun des objectifs suivants, dites-nous si les sites que vous utilisez sont efficaces.

Oui, ce site est efficace pour : (plusieurs réponses possibles par site)

Total leads > 71% de réponses oui

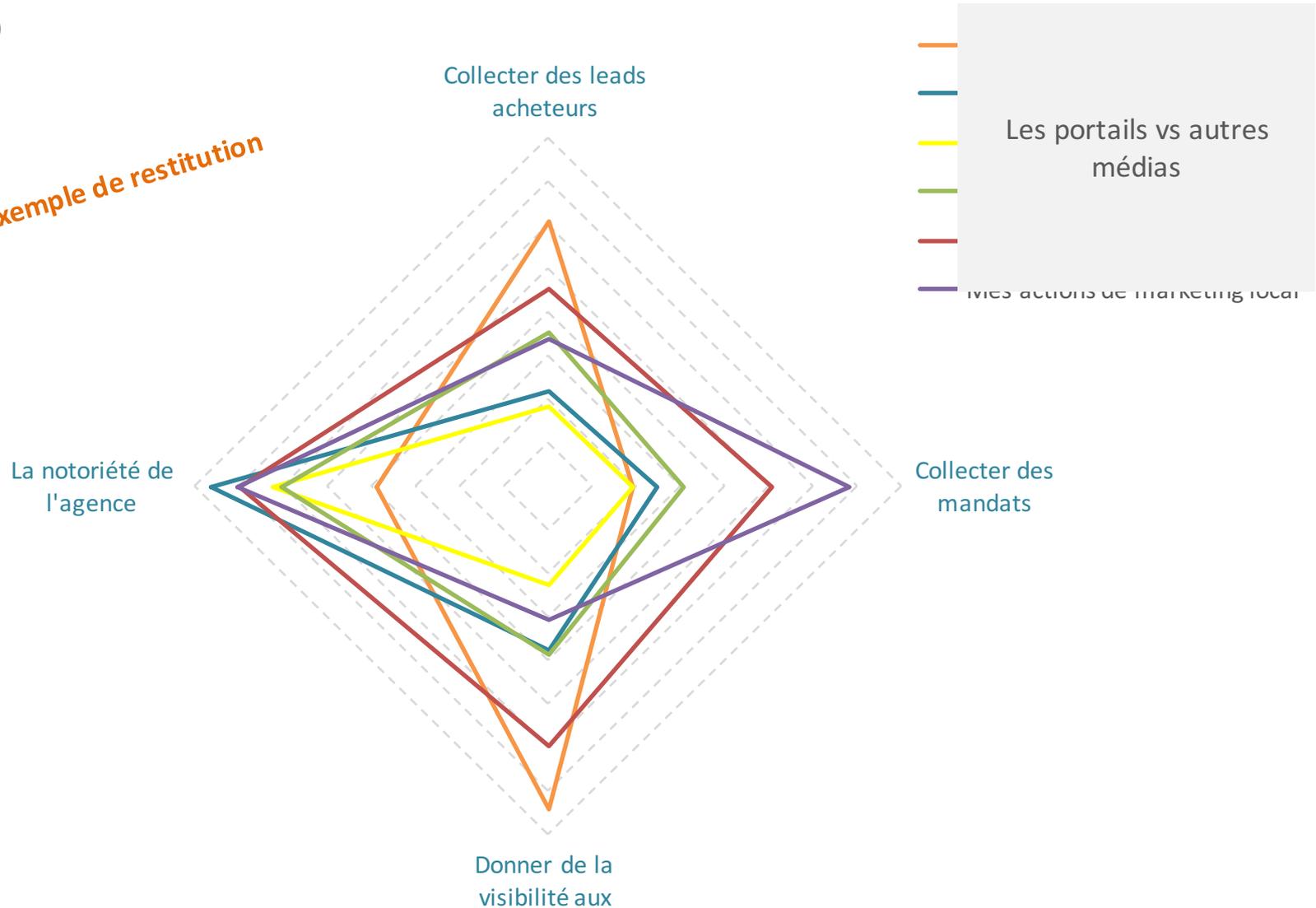
*Exemple de restitution*



# Pour chacun des objectifs suivants, dites-nous si ces medias sont efficaces. Oui, ce média est efficace pour : (plusieurs réponses possibles par site)

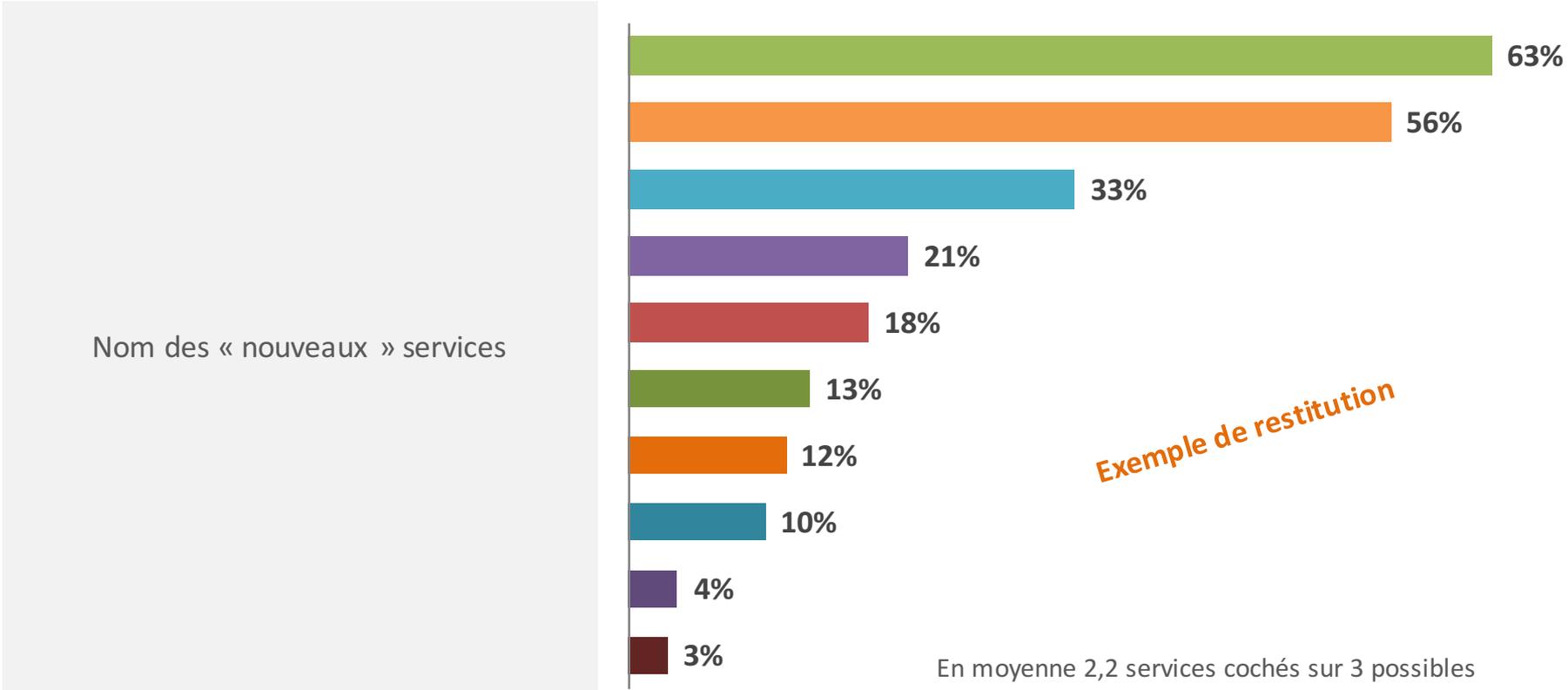
Base : 399

*Exemple de restitution*



# Dans la liste suivante, quels sont les services qui ont le plus d'impact positif sur votre activité selon vous ?

Base : 399



# Liste complète des questions

[new]

1. Quels supports de communication off et on line utilisez-vous ?
2. Quels supports Internet utilisez-vous ?
3. Vous dites utiliser les réseaux sociaux, qu'utilisez-vous en particulier ?
4. Tracez-vous la source des contacts que vous recevez ?
5. Si oui comment ? / Si non pourquoi ?
6. Comment évaluez-vous l'efficacité d'un portail ?
7. Quels sont les sites avec lesquels vous avez déjà travaillé au moins une fois ?
8. Quels sont les sites avec lesquels vous travaillez aujourd'hui ?
9. Parmi les sites avec lesquels vous travaillez aujourd'hui, lesquels recommanderiez-vous ?
10. Parmi les sites avec lesquels vous travaillez aujourd'hui, lesquels sont efficaces ?
11. Pour chacun des objectifs suivants, dites-nous si les sites que vous utilisez sont efficaces.
12. Pour chacun des objectifs suivants, dites-nous si ces médias sont efficaces.
13. Fournissez-vous les adresses de vos annonces pour les géo-localiser ?
14. Si oui, quelles adresses fournissez-vous ? / Si non, pourquoi ne fournissez-vous pas les adresses ?
15. Pensez-vous que la géolocalisation apporte une valeur ajoutée dans la recherche immobilière ?
16. Si oui, laquelle ? / Si non, pourquoi ?
17. Avez vous mis en place des services mobiles ?
18. Si oui, lesquels ? / Si non, pourquoi ?
19. Pensez-vous que le mobile génère plus de contacts ?
21. Pour chacun des outils suivants, dites-nous si vous les utilisez ?
22. Pour chacune de ces solutions d'intelligence artificielle de l'immobilier, dites-nous si vous les utilisez ?
23. Dans la liste suivante, quels sont les services qui ont le plus d'impact positif sur votre activité selon vous ?
24. Avez-vous peur de l'intelligence artificielle dans votre métier ?
25. Vous arrive-t-il de négocier votre taux de commission à la baisse ?
26. Quel système d'honoraires (sur les ventes) vous semble le plus pertinent pour la profession ?
27. Le Bon Coin a racheté A Vendre A Louer. SeLoger pourrait finaliser prochainement le rachat de Logic-Immo. Pour chacune des affirmations suivantes, dites-nous si vous êtes d'accord\*
28. Votre agence appartient-elle à un réseau ?
29. Si non, envisagez-vous de travailler un jour pour une enseigne immobilière ?
30. Pratiquez-vous l'inter-agences ?
31. Quelle est la part des annonces de vente dans votre portefeuille ?
32. Quelle est la part des mandats exclusifs dans votre portefeuille ?
33. Quel est votre nombre moyen de ventes par an ?
34. Quel poste occupez-vous dans l'agence ?
35. Quelle est votre tranche d'âge ?
36. Quelle est la localisation de l'agence
37. Nom de l'agence
38. Email



Chacun sa position



## Contactez-moi

Isabelle Vrilliard  
!2102 Clear harbor Dr, Tampa, FL, 33626, USA

Email : [contact@immopinion.com](mailto:contact@immopinion.com)

Tel : 001-813-466-0718