

Points de vue spécial Pole Position



« En période de crise, Pole Position nous permet d'atteindre nos objectifs ! »



Développer la visibilité de son agence et de ses mandats est un impératif quand une conjoncture difficile ralentit le rythme des transactions. Un outil comme Pole Position, véritable accélérateur de contacts, prend alors tout son sens.

Partisan convaincu, Pierre Grech, responsable marketing du groupe d'agences Grech Immobilier (à Toulon) et Groupe Gestion Immobilière (à Boulogne-Billancourt), nous explique pourquoi il a fait de ce produit son atout maître.

« Malgré la conjoncture, notre niveau de contacts progresse. »

Client de SeLogger.com depuis quatre ans, j'ai découvert Pole Position début 2008, et ce produit m'a d'emblée semblé très porteur. J'ai progressivement appris à m'en servir et à mesurer ce qu'il pouvait nous apporter. En novembre, quand le marché toulonnais – fortement concurrentiel – a commencé à ressentir les effets de la crise, j'ai pris la décision de l'utiliser massivement.

Et ça fonctionne ! En décembre, mois où nous constatons chaque année une basse d'activité, nous avons maintenu le même niveau de contacts qu'en novembre. En janvier, les consultations ont progressé de 25 % et, fait marquant, nous avons enregistré une hausse de 10 % par rapport à janvier 2008. Cela m'a conforté dans mes choix. Malgré la crise, même si le taux de retours reste modéré, Pole Position nous permet d'atteindre nos objectifs.

« J'assure une couverture optimale à mes mandats. »

La prise en main et l'utilisation de ce produit ne présentent guère de difficulté. Après m'être familiarisé avec les unités, un simple calcul m'a permis de déterminer combien d'affichages je devais acquérir pour assurer une couverture optimale à mes mandats.

J'ai opté pour une sélection manuelle, que je mets à jour deux fois par mois. Cette opération, rapide et intuitive, dure seulement quelques minutes.

« Notre effort financier incite les vendeurs à baisser leur prix. »

La politique de l'agence a toujours consisté à privilégier le mandat exclusif. Ceux-ci représentent traditionnellement un tiers de nos affaires. Or, en janvier, grâce au travail de nos négociateurs et à l'appui de Pole Position, nous avons atteint le taux record de 50 %.

Les vendeurs sont sensibles à ce traitement haut de gamme, qu'ils ne pourraient pas, seuls, offrir à leur bien. Même si, au premier abord, ils jugent Pole Position un peu abstrait, quelques semaines ou quelques mois plus tard, nous disposons d'un argument de poids pour négocier. Notre effort financier, assorti du Certificat de parution fourni par SeLogger.com, facilite la discussion et les incite à réviser leur prix.

« La présentation des annonces conduit les clients à visiter notre portefeuille. »

Nous utilisons Pole Position à plusieurs niveaux. La présentation attractive des annonces met notre agence en valeur et incite les clients potentiels à visiter, sur notre site, l'ensemble de notre portefeuille. De plus, pour l'instant, nos confrères l'emploient peu, ce qui renforce encore notre présence.

Aujourd'hui, les agences qui continuent de travailler correctement sont celles qui ont fait le choix d'Internet, travaillent la visibilité de leurs annonces et la fréquentation de leur site. Lors de ma prise de fonction, il y a presque deux ans, j'ai pris la décision de stopper toute communication papier.

J'ai essayé plusieurs portails d'annonces, sans obtenir de résultats satisfaisants. La conjoncture nous imposant de maîtriser nos investissements publicitaires, j'ai concentré mes efforts sur SeLogger.com et notre site internet.

« Le même niveau de visualisation sur un support papier coûterait le double ! »

Sur la durée, Pole Position, s'avère être un très bon produit. Il nous permet de traverser cette crise sans descendre sous le seuil critique où l'activité, trop faible, n'est plus viable. Il nous offre une marge de sécurité qui nous laisse le temps de voir venir. Je compte donc continuer de l'utiliser, et même renforcer encore notre position.

Bien sûr, cette valorisation de nos mandats a un coût. Mais quand je mets les choses en perspective, je constate que celui-ci reste relatif. Le même niveau de visualisation sur un support papier – en première page ou en tête de rubrique – coûterait le double !

Pole Position est vraiment un produit à recommander, sauf, peut-être, à un concurrent direct !