



RAPPORT SAE COMCOM S1

AGENCE IMMOBILIÈRE : URBAN IMMOBILIER

PORT-MARIANNE



Curreaux Laura
Martinez Jeanne
Farres Anthony
Valet Andy
Carias Rose
Groupe D

SOMMAIRE

○ Introduction au projet.....	3
○ Présentation de l'entreprise URBAN IMMO et notre démarche de prospection.....	4/6
○ Analyse des plaquettes commerciales concurrentes	8
○ Présentation des différentes cibles marketing et communication des services vendus.....	17
○ Présentation de notre plaquette commerciale réalisée pour l'entreprise URBAN IMMO.....	18
○ Traduction de la plaquette commerciale en anglais.....	24
○ Création d'une affiche pour URBAN IMMO.....	25
○ Conclusion.....	28

INTRODUCTION

Dans ce rapport, nous sommes conviés à créer, comparer, traiter et analyser différentes plaquettes commerciales d'entreprises.

Nous souhaitons tout d'abord définir le terme de "plaquette commerciale" afin de réaliser un sujet complet et construit.

Qu'est-ce qu'une plaquette commerciale?

- ❖ Une plaquette commerciale est une brochure d'outils d'aide à la vente. La plaquette commerciale est la vitrine de l'entreprise et permet la création de contacts commerciaux et facilite la négociation.
- ❖ La plaquette commerciale peut être utile pour les **acteurs internes** tels que les entreprises, les startups et les équipes commerciales. La plaquette commerciale va être utile afin de prospection, lors de la participation à des salons, lors du lancement d'un nouveau produit/services ou d'une campagne de communication ou de marketing.
- ❖ La plaquette commerciale peut également être utile pour les **acteurs externes** tels que les clients et futurs clients, les partenariats, les investisseurs, les fournisseurs. La plaquette commerciale va être décisive lors du processus d'achat du client car elle va permettre d'acquisition d'informations. Elle va également permettre de développer des négociations de partenariats. Et enfin, elle est également distribuée dans des salons à la clientèle afin de faire connaître l'offre.

Présentation URBAN IMMOBILIER

Urban IMMO, fondée en **2006**, est une entreprise privée (SARL) à finalité lucrative active dans le secteur immobilier, secteur tertiaire. Avec une équipe de **19 salariés** répartis dans trois agences, Urban IMMO se classe parmi les **Petites et Moyennes Entreprises (PME)**, avec un effectif compris entre 10 et 500 employés. Solidement implantée à **Montpellier**, elle a réalisé en 2022 un **chiffre d'affaires de 700 900 €**, ce qui confirme sa stabilité et son rôle majeur sur le marché local.

L'agence immobilière est spécialisée dans les services suivants:

- la **transaction immobilière**,
- la **défiscalisation**
- la **gestion locative**
- la **location de biens immobiliers**

Urban IMMO bénéficie d'une **implantation stratégique** à Montpellier, avec trois bureaux situés dans des quartiers emblématiques : Port Marianne, Antigone et Aiguelongue. Ceci lui permet donc de développer un avantage concurrentiel, lui permettant de comprendre les spécificités des différents marchés locaux et de proposer des **conseils personnalisés** adaptés aux besoins spécifiques de chaque client.



Urban IMMO se distingue par **la qualité** de son accompagnement. L'agence réalise en moyenne 100 transactions par an et gère un portefeuille de plus de 800 lots, témoignant de sa capacité à attirer et fidéliser une clientèle variée, qu'il s'agisse de particuliers ou d'investisseurs. Sa philosophie repose sur la création de relations de confiance à long terme, ce qui lui permet de se différencier sur un marché compétitif.

L'ensemble de ces éléments font d'**Urban IMMO** un acteur incontournable du secteur immobilier à Montpellier, mais aussi une agence capable de s'adapter aux exigences d'un marché immobilier national en constante évolution.

Enfin, Urban Immo, membre de la FNAIM et du Fichier AMEPI, se distingue par son engagement à offrir des services immobiliers de qualité grâce à un solide réseau de partenaires. La FNAIM, première organisation professionnelle de l'immobilier en France et en Europe, garantit un accompagnement juridique, économique et professionnel de haut niveau, tout en défendant les intérêts des clients et des professionnels du secteur. Grâce au Fichier AMEPI, Urban Immo bénéficie d'une plateforme collaborative permettant de mutualiser les mandats exclusifs avec d'autres agences, offrant ainsi une large gamme de biens et de services pour optimiser les transactions immobilières.



Notre démarche de prospection

Tout d'abord, nous avons choisi de réaliser ce projet sur une agence immobilière car ce secteur d'activité nous correspondait à tous. En effet, nous préférons mettre en avant des **services** ou **prestations** de service plutôt que des produits physiques. L'immobilier nous offrait une opportunité idéale pour cela, avec un domaine où la relation humaine, le conseil et l'accompagnement sont au cœur de l'offre. En outre, c'est un secteur en pleine expansion, notamment dans les grandes villes, ce qui rend ce type de projet particulièrement pertinent et motivant.

Voici notre démarche de prospection pour parvenir à travailler avec l'agence URBAN IMMO.

La première étape de notre démarche a été la **phase de recherche**. Nous avons commencé par nous renseigner sur les agences immobilières présentes à Montpellier, et plus particulièrement dans le quartier de **Port-Marianne**. Ce quartier en pleine expansion se distingue par son dynamisme en matière de construction et d'investissement immobilier. Avec de nombreux projets en cours, il attire beaucoup d'agences immobilières, ce qui en fait un lieu stratégique pour notre projet. Cette localisation promettait un volume important de transactions ce qui assurait un terrain judicieux pour réaliser notre étude et notre proposition.

La deuxième étape était la **phase d'approche**, où nous avons contacté plusieurs agences pour présenter notre projet. Nous nous sommes également rendus sur place afin de discuter directement avec les responsables d'agence. Lors de ces rencontres, nous avons présenté notre idée, soulignant l'intérêt d'une collaboration gagnant-gagnant. Cela permettait à l'agence de bénéficier d'une plaquette et d'affiches promotionnelles de qualité, tandis que nous pouvions concrétiser un projet concret, en lien avec notre formation. L'agence **URBAN IMMO**, en particulier, a retenu notre attention, et nous avons pris le temps d'expliquer plus en détail les différents points du projet lors de cette première prise de contact.

La troisième étape était la **phase de découverte** de l'entreprise. Après notre visite sur site, **M. Séguin Sébastien**, dirigeant de l'agence URBAN IMMO, a répondu favorablement à notre demande lors d'un appel téléphonique. Il voyait un grand intérêt dans le projet pour son agence, notamment pour renforcer la visibilité de ses services et dynamiser sa communication commerciale. Cet échange a marqué une étape cruciale dans notre démarche, validant notre première approche et ouvrant la porte à une collaboration enrichissante.

La quatrième étape consistait à **approfondir la communication** avec l'agence. Nous avons organisé un rendez-vous formel dans leurs locaux pour échanger de manière plus concrète sur les attentes respectives du projet. Nous avons présenté notre vision pour la création de la plaquette commerciale et de l'affiche, détaillant la mise en page, les visuels et les messages à véhiculer. De leur côté, l'équipe d'URBAN IMMO a exprimé ses attentes spécifiques en termes de design, de couleurs, de style, ainsi que les supports de communication qu'ils préféraient. À la fin de cette rencontre, nous avons fixé un calendrier

Précis, contenant ensemble des dates de livraison du projet afin de respecter les délais impartis.

La cinquième étape marquait le **début du travail** concret sur le projet. Avec toutes les informations en main, et après avoir bien cerné les attentes de l'agence, nous avons entamé la conception de la plaquette commerciale et de l'affiche. Ce processus créatif se basait sur les échanges précédents, alliant à la fois nos idées et les exigences spécifiques de l'agence, afin de produire un résultat qui corresponde à leurs besoins et aux standards du marché immobilier local. De plus, nous avons travaillé en collaboration avec l'agence immobilière URBAN IMMO, nous avons pu avoir un réel avis et suivi de leur part. Nous avons organisé au fur et à mesure de l'avancée du projet des rendez-vous hebdomadaires ou bimensuels pour s'assurer de la cohérence entre notre sujet et leurs attentes commerciales.

Enfin, la dernière étape marquait la fin et le rendu du projet. Nous avons remis le sujet à l'entreprise le ... en main propre afin de faire un rendu professionnel et de remercier ainsi l'entreprise du temps accordé et dédié à notre projet.

ANALYSE DES PLAQUETTE COMMERCIALES CONCURRENTES

Grille évaluation plaquettes commerciales concurrentes			
ORPI https://graphiste.com/pictures/406912-affiche-orpi-gisors			
justification Orpi Normandie car c'est leur brochure et que les agences sont reliées			
Critères étudiés	Observation / notes	Points positifs	Points négatifs
Objectif et message	<ul style="list-style-type: none"> - Cognitif : faire connaître leurs entreprises et leurs services - Message : faire vivre un moment fort pour les clients durant la visite ou vente d'un bien - Slogan: Des femmes et homme pour votre bien 	<ul style="list-style-type: none"> - Permet au client de connaître leur entreprise - Donner des sentiments inoubliables au client - Très intègre, une égalité entre homme femme 	<ul style="list-style-type: none"> - Risque de superficialité - Variabilité : la qualité de l'expérience : peut changer selon les circonstances et peut décevoir les clients selon les attentes qu'ils possèdent par rapport aux services
Structure et contenu	<p>Structure virtuel disponible sur leur site et à télécharger :(https://graphiste.com/pictures/406912-affiche-orpi-gisors)</p> <p>Le contenu</p> <p>1er page : service (achat, vente, estimation)</p> <p>Coordonnées, slogan</p>	<p>Contient :</p> <ul style="list-style-type: none"> - contacts - Exemple de biens - Avis, notation positives (site internet) - Estimation gratuite - Visite virtuelle 	<ul style="list-style-type: none"> - Aucune photo de leur enseigne - Trop d'informations non attractive ni intéressant es (tels

Design et mise en page	<p>2e page : Avis sur leur agence et sur leur agent immobilier, slogan.</p> <p>3e page : présentation d'un membre de leur agence et une description de leurs visions sur la vente et achat d'un bien proposé pour un client.</p> <p>4e page : offre d'un bien exclusif</p> <p>5eme page : exemple d'une vente faite par un de leur agent</p> <p>6e page: informations sur leur entreprise telle que leurs expériences, et la mise en avant de leur service</p> <ul style="list-style-type: none"> - Message dédié à leur client <p>7e page : propose de nouveaux services innovants.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adresse, coordonnées - Couleurs: rouge et blanc - Flyers digital 	<ul style="list-style-type: none"> - Signature électronique - QR code - slogan - Site web - Signature électronique - Visite virtuelle 	<p>bien vendu par qui)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manque d'information sur tous leurs services et de photo sur les biens proposés
------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Cible et pertinence	Premier acheteur : 25-35 ans <ul style="list-style-type: none"> - Offre un potentiel immédiat - Un engagement à long terme pour l'entreprise - Familiarisation avec le numérique - Prix 	<ul style="list-style-type: none"> - Les clients ont plus besoin d'accompagnement - Augmentation de la demande - Les clients effectueront plus rapidement un achat ou une vente grâce au digital - Prix bas et correct selon les biens 	<ul style="list-style-type: none"> - Exigence élevé - Budget limité - Clients indécis (l'irrégularité, changement de la prise de décision)
Avantages concurrentiels	Possède un bon savoir faire longue expériences	<ul style="list-style-type: none"> - Est dans le domaine de l'immobilier depuis 40 ans - Connais bien le secteur de l'immobilier 	<ul style="list-style-type: none"> - Perception vieillissante l'entreprise (Image de marque vieillissante)
Qualité des supports et impression	Flyers A4 Papier couché brillant	Format transportable adapté, petit Bonne qualité Épuré Lisible	Multiple flyers pour différents services
Informations de contact	Site: www.orpi.com Numéro : 04. 67 50 09 00	Présent sur de nombreuses plateformes en ligne	Difficile de les contacter par mail

	Instagram : Orpi port marianne Adresse: 53 places thermidor, Montpellier, France Facebook: Orpi France		
Impact global	Marketing local Message clair et direct	Grande impact sur les résidents locaux	La concurrence
La Forêt			
Structure et contenu Design et mise en page	<ul style="list-style-type: none"> - Format: flyer à 3 volets A4 en papier couché - <u>Structure :</u> <ul style="list-style-type: none"> <u>1ère page:</u> image de l'agence (près de la mairie de Montpellier) + logo + services qu'ils vendent " bon pour une estimation gratuite de votre bien" <u>2ème page:</u> mise en avant de l'entreprise à travers des indicateurs qualitatifs " 12 ans de confiance", "95% de satisfaction", 4,9 étoile sur 5 <u>3ème et 5ème page:</u> mise en valeur de manière évidente du service proposé " estimation offerte" + valeurs de l'entreprise " convivialité, efficacité, 	<ul style="list-style-type: none"> - l'entreprise communique et met en avant ses services + ses valeurs - idée de QR code est originale et actuelle : permet d'augmenter le visites sur le site de l'entreprise et donc augmente le taux de notoriété et de clients de prospects - La plaquette met en avant principalement le service de l'estimation sans oublier ses autres services ce qui permet d'énumérer tous les services et de les mettre en avant. 	<ul style="list-style-type: none"> - La plaquette met en avant le service de l'estimation d'un bien mais parle également des autres services ce qui peut entraîner un sentiment de confusion chez le consommateur

	<p>confort" ce qui réfère à la communication institutionnelle</p> <p>Mise en avant des différentes options que propose l'entreprise en dehors des estimations: location, transmission, acquisition, achat</p> <p><u>4ème page:</u> profit de la conseillère immobilière avec les contacts, le nom et la photo</p> <p><u>6ème page:</u> histoire de La Forêt + QR code renvoyant au site de l'agence immobilière</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Plaquette agréable, compréhensible et aérée qui permet de mettre en avant le service sans surcharge d'informations. - possède toutes les informations nécessaires juridiques et les contacts qui permettent au client recontacter si nécessaire 	
Cible et pertinence	<ul style="list-style-type: none"> - Personnes propriétaires d'un bien immobilier 		<ul style="list-style-type: none"> - cible seulement les propriétaires d'un bien et non les locataires par exemple ce qui réduit le segment de marché
Avantages concurrentiels	<ul style="list-style-type: none"> - Permet de se diférencier de la concurrence car l'estimation gratuite est un service peu fréquent qui apporte de 	<ul style="list-style-type: none"> - Améliore l'image de marque, la notoriété la fidélisation et la valeur ajouté car les prospects peuvent devenir 	<ul style="list-style-type: none"> - peut être perçu comme une offre commerciale et ne pas plaire aux consommateurs

	nombreux avantages	des clients potentiels	
Qualité des supports et impression	<ul style="list-style-type: none"> - Matière du flyer: papier couché ce qui atteste la qualité de la plaquette et rajoute de l'épaisseur car elle moins fragile 		
Informations de contact	<ul style="list-style-type: none"> - photo de la conseillère - nom de la conseillère - numéro de téléphone personnel et professionnel de la conseillère - site internet - QR code renvoyant au site internet - adresse de l'agence 	<ul style="list-style-type: none"> - tous les contacts nécessaires pour que les intéressés recontacte l'entreprise 	
Impact global		<ul style="list-style-type: none"> - positif car elle possède des avis positifs : Selon la plaquette elle est "Elu n°1 de la confiance", "95% de taux de satisfaction et de recommandation" et "4,9 étoiles" tiré du 	

		site internet du 31/05/2022	
Guy Hoquet			
Objectifs et messages	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en valeur de l'invention de "l'immobilier garanti" à travers l'estimation de dossier d'un bien - <u>objectifs:</u> Faire connaître leur invention (objectif cognitif) le service d'estimation de biens à leur clientèle actuelle ou des clients prospects. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ce service peut permettre d'élargir la clientèle de Guy Hoquet 	-
Structure et contenu Design et mise en page	<ul style="list-style-type: none"> - flyer type A4 avec papier couché - Contenu: - la marque met d'abord en avant son message "Guy Hoquet invente" - Elle met ensuite en avant son slogan pour faire connaître (objectif cognitif) 	<ul style="list-style-type: none"> - mettre en avant son message à travers une phrase choquante et des verbes d'action est bénéfique car elle donne envie de s'arrêter et de s'intéresser aux sujets 	

	<ul style="list-style-type: none"> - La marque annonce ensuite l'objet de l'affiche qui est la mise en avant de son service de "dossier d'estimation" - Pour finir, elle donne les coordonnées de l'agence - la marque opte pour une mise en page et un design aérée qui met en avant son service d'estimation à travers une photo d'un de leur bien (produit en majesté) 	<ul style="list-style-type: none"> - Elle met en avant de manière significative son objectif qui est de faire connaître son service d'estimation à travers un dossier 	
Cible et pertinence	<ul style="list-style-type: none"> - A travers cette publicité, elle cible tous publics qui souhaitent faire une estimation 	<ul style="list-style-type: none"> - Bénéfique car elle ne cible pas qu'un segment de marché 	
Avantages concurrentiels	<ul style="list-style-type: none"> - l'agence Guy hoquet ne dégage pas d'avantages concurrentiels à travers cette affiche 		<ul style="list-style-type: none"> - Pas d'avantage concurrentiel car présenter un service d'invention d'estimation ne

			permet pas de se démarquer de la concurrence car c'est une pratique courant et fréquente.
Qualité des supports et impression	- Matière du flyer: papier couché ce qui atteste la qualité de la plaquette et rajoute de l'épaisseur car elle moins fragile		
Informations de contact	- numéro de téléphone de l'entreprise - adresse mail de l'entreprise		
Impact global	A travers cette affiche nous n'avons pas d'avis sur la l'impact de l'affiche		

Plaquette commerciale: Orpi



Plaquette commerciale la foret



Plaquette commerciale Guy Hoquet



Cibles marketing et cibles de communication

Les cibles de l'agence URBAN IMMO sont : les vendeurs, les investisseurs et les propriétaires/ locataires. L'agence touche ces mêmes cibles sur le plan marketing et de communication.

- Au niveau de cibles marketing:

La première cible de l'agence URBAN IMMO est constituée des **vendeurs de biens immobiliers**, notamment ceux qui cherchent à vendre leur appartement dans des quartiers prisés et à forte demande. Ces zones, généralement situées dans des quartiers chers et recherchés comme Port-Marianne à Montpellier, attirent une clientèle spécifique. Ces vendeurs sont souvent des cadres supérieurs, des professionnels avec un bon niveau de vie, cherchant à optimiser la vente de leur patrimoine immobilier. Pour eux, l'objectif est de maximiser la valorisation de leur bien grâce à une expertise locale précise et une bonne connaissance du marché. En ciblant ces profils, URBAN IMMO s'adresse à une clientèle haut de gamme, désireuse de vendre à des prix compétitifs dans des délais raisonnables. Cette première cible est cruciale car elle alimente l'agence en biens à forte valeur ajoutée, avant d'élargir la portée vers d'autres profils de vendeurs.

Une autre cible importante pour l'agence est celle des **investisseurs immobiliers**. Ces derniers sont intéressés par les opportunités d'investissement et la défiscalisation. Ils recherchent des placements rentables, que ce soit dans le neuf ou l'ancien, avec l'objectif d'optimiser leurs avantages fiscaux. URBAN IMMO met en avant son expertise en matière d'acquisition de biens à haut potentiel de valorisation, que ce soit pour la revente à long terme ou pour la location. Ces investisseurs sont également attirés par les **rendements locatifs** intéressants et la capacité à faire fructifier leur capital. En les ciblant, l'agence démontre sa capacité à proposer des solutions d'investissement personnalisées qui répondent à leurs besoins financiers spécifiques.

Les propriétaires et locataires : Enfin, URBAN IMMO s'adresse également aux **propriétaires de biens immobiliers** qui souhaitent mettre en location leurs appartements ou maisons, ainsi qu'aux **locataires** en recherche d'un logement. Pour les propriétaires, l'agence offre des services de gestion locative qui simplifient l'administration de leur bien tout en maximisant leur rentabilité. URBAN IMMO s'engage à trouver des locataires fiables et à gérer les aspects administratifs, contractuels et techniques liés à la location. De l'autre côté, les locataires bénéficient de l'expertise de l'agence pour trouver un logement correspondant à leurs attentes, que ce soit en termes de localisation, de budget ou de confort. Cette double cible est essentielle pour maintenir un équilibre entre l'offre et la demande sur le marché locatif.

- Au niveau des cibles de communication:

Du point de vue de la cible de communication, URBAN IMMO cible des personnes assez aisées ayant les moyens financiers qui permet d'acheter ou de louer des biens avec un coût élevé du fait que leur entreprise se situe principalement dans un quartier luxueux (Port-Marianne). Donc pour les éléments descriptifs de la cible sont l'âge de 40 - 60 ans, le sexe : masculin et féminin car Urban Immo vise plutôt les couples, avec une catégorie

Sociaux professionnels supérieurs comme un cadre ou chef d'entreprise. Et possédant une situation familiale stable de préférence un couple avec 2 ou 3 enfants car il propose plus des biens familiaux des villas et maison de vacances.

- Au niveau des cibles de média

Du fait qu'Urban Immo utilise une affiche qui est une campagne média afin de toucher principalement les habitants de Port Marianne, ou les montpelliérains. Le nombre de personnes touché par la campagne est assez large donc il est difficile d'en donner un nombre.

Plaquette Commerciale

Après l'analyse des plaquettes concurrentes et la détermination des cibles de l'entreprise . Nous avons créé la plaquette suivante :

Notre équipe à Port Marianne


Sébastien Seguin
Agent immobilier depuis 2 ans dans la transaction de biens immobiliers sur tout le secteur sud de Montpellier.
"Je suis passionné par mon travail et ça me tient à cœur de pouvoir vous conseiller au mieux dans l'achat ou la vente de votre bien."

 sebastien.seguin@urbanimmo.com
 06 19 70 67 60
 seb_urbanimmo


Florian Barbelon
Conseiller Immobilier transaction sur Montpellier depuis 2014. Je mets un point d'honneur à écouter chaque client dans l'achat ou la vente de biens immobiliers en leur apportant mon expertise et ma connaissance du secteur. C'est un point crucial pour l'aboutissement des projets.

 florian.barbelon@urbanimmo.com
 06 19 70 67 60
 florian_barbelon

3 agences à Montpellier


URBAN IMMO
PORT MARIANNE
 266 PL Ernest Granier
34000 MONTPELLIER



URBAN IMMO
AIGUELONGUE
 467 rue de La Roquetaurière
34090 MONTPELLIER



URBAN IMMO
ANTIGONE
 179 Rue Don Bosco
34000 MONTPELLIER


page 6 URBAN IMMO TRANSACTION PORT MARIANNE
279 Place Ernest Granier
34000 MONTPELLIER
Tél. 04 67 99 50 00 - contacpt@urbanimmo.com
www.urbanimmo.com


URBAN IMMO
PORT MARIANNE

L'agence indépendante et familiale qui vous accompagne dans vos projets de vie.


TROIS AGENCE SUR MONTPELLIER

279 place Ernest Granier, 34000 MONTPELLIER URBAN IMMO Transaction Gestion PORT MARIANNE

Page 6

Page 5

Page 1

URBAN IMMO



Qui sommes-nous ?

URBAN IMMO est avant tout une agence indépendante et familiale. Forte de plus de 16 ans d'expérience sur le bassin montpelliérain, c'est avec expertise, objectivité et transparence que nous vous accompagnons dans vos différents projets.

Nos valeurs

- Expertise professionnelle
- Connaissance du marché
- Objectivité
- Transparence
- Réactivité
- Discrétion



Encore plus d'infos sur notre site urban.immo.fr !

page 2

Nos services

Passionnés par notre métier, nous partageons tous un objectif commun : faire de votre projet, votre réalité.

Evaluation en 48h

- connaissance marché local depuis 16ans
- Analyse sur 4 approches
- Dossier complet et détaillé

Vente

- Diffusions sites partenaires et réseaux sociaux
- Suivi personnalisé
- Validation financement
- Reportage photo et vidéo
- Accompagnement démarches administratives

Achat

- Conseil juridique et technique
- Recherche pointilleuse en fonction des critères
- Défiscalisation

Gestion/loc

- Suivi régulier
- Visites, états des lieux
- Assurances démarches administratives

Forts de nos 3 agences, nous vous permettons d'accéder au plus grand nombre d'offres locales tout en gardant un interlocuteur unique et privilégié. Nous confier votre recherche vous permettra de gagner du temps et de l'argent grâce à un accompagnement et des conseils personnalisés.

Nos actions de commercialisation

- Réseaux sociaux
- Relance avant premières des acquéreurs
- Photo / vidéo / drones
- Mailings biens à vendre
- Vitrine sur un emplacement 1er
- Rédaction et publication annonce claire concise et attrayante

Nos diffusions partenaires



Retrouvez-nous sur :



page 3

page 4

L'agencement des pages n'est pas dans l'ordre chronologique visuellement mais il est dans l'ordre au niveau de l'impression.

Voici donc la plaquette avec les pages dans l'ordre :

URBAN IMMO

P O R T M A R I A N N E

L'agence indépendante et familiale qui vous accompagne dans vos projets de vie.



278 place Ernest Gravier, 34000 MONTPELLIER URBAN IMMO Transaction Gestion
PORT MARIANNE

URBAN IMMO

Qui sommes-nous ?

URBAN IMMO est avant tout une agence indépendante et familiale. Forte de plus de 16 ans d'expérience sur le bassin montpelliérain, c'est avec expertise, objectivité et transparence que nous vous accompagnons dans vos différents projets.

Nos valeurs

- Expertise professionnelle
- Connaissance du marché
- Objectivité
- Transparence
- Réactivité
- Discrétion



Encore plus d'infos sur notre site urban.immo.fr !

Nos services

Passionnés par notre métier, nous partageons tous un objectif commun : faire de votre projet, votre réalité.

Evaluation en 48h

- connaissance marché local depuis 16ans
- Analyse sur 4 approches
- Dossier complet et détaillé

Vente

- Diffusions sites partenaires et réseaux sociaux
- Suivi personnalisé
- Validation financement
- Reportage photo et vidéo
- Accompagnement démarches administratives

Achat

- Conseil juridique et technique
- Recherche pointilleuse en fonction des critères
- Défiscalisation

Gestion/loc

- Suivi régulier
- Visites, états des lieux
- Assurances démarches administratives

Forts de nos 3 agences, nous vous permettons d'accéder au plus grand nombre d'offres locales tout en gardant un interlocuteur unique et privilégié. Nous confier votre recherche vous permettra de gagner du temps et de l'argent grâce à un accompagnement et des conseils personnalisés.

Nos actions de commercialisation

- Réseaux sociaux
- Relance avant premières des acquéreurs
- Photo / vidéo / drones
- Mailings biens à vendre
- Vitrine sur un emplacement 1 er
- Rédaction et publication annonce claire concise et attrayante

Nos diffusions partenaires



Retrouvez-nous sur :



PNAM

la Fédération AMEP

Notre équipe à Port Marianne

Sébastien Seguin



Agent immobilier depuis 2 ans dans la transaction de biens immobiliers sur tout le secteur sud de Montpellier.
Je suis passionné par mon travail et ça me tient à cœur de pouvoir vous conseiller au mieux dans l'achat ou la vente de votre bien."

sebastien.seguin@urbanimmo.com
 06 19 70 67 60
 seb_urbanimmo

Florian Barbelon



Conseiller immobilier transaction sur Montpellier depuis 2018. Je mets un point d'honneur à accompagner mes clients dans l'achat ou la vente de biens immobiliers en leur apportant mon expertise et ma connaissance du secteur. C'est un point crucial pour l'aboutissement des projets.

florian.barbelon@urbanimmo.com
 06 19 70 67 60
 florian_barbelon

3 agences à Montpellier

URBAN IMMO
PORT MARIANNE

266 Pl. Ernest Granier
34000 MONTPELLIER



URBAN IMMO
AIGUELONGUE

467 rue de La Roquetteurière
34090 MONTPELLIER



URBAN IMMO
ANTIGONE

179 Rue Don Bosco
34000 MONTPELLIER

URBAN IMMO TRANSACTION PORT MARIANNE
179 Place Ernest Granier
34000 MONTPELLIER
Tél. 04 67 29 50 00 - contact@urbanimmo.com
www.urbanimmo.com

L'objectif principal de cette plaquette est avant tout cognitif : il s'agit de faire connaître leur service d'estimation, de vente, d'achat et de gestion/ location de biens immobiliers. Pour ce faire, l'entreprise prévoit de distribuer ce support de communication de manière ciblée, notamment auprès de clients potentiels et dans des lieux stratégiques où la visibilité sera maximale. Ces lieux incluent des espaces fréquentés comme des agences immobilières partenaires, des événements liés à l'immobilier, ou encore des endroits avec un fort flux de passage, tels que des centres commerciaux ou des points de rencontre communautaires.

Grâce à cette stratégie de diffusion, l'entreprise espère attirer l'attention sur ses services et, à terme, élargir sa clientèle. La conception du flyer devra donc refléter une image professionnelle et claire tout en mettant en avant les points forts de leur offre pour susciter l'intérêt des prospects dès le premier coup d'œil.

Pour parvenir à la création de notre plaquette commerciale, nous avons suivi la démarche préalable suivante :

- Tout d'abord, lors de notre prise de contact avec l'agence nous leur avons présenté les consignes et contraintes de notre projet : le fait que nous avions à réaliser une plaquette commerciale.
- Puis, au cours de notre échange avec l'équipe, ils nous ont fait part du fait qu'ils souhaiteraient véritablement utiliser cette plaquette pour leur prospection. Les membres de l'agence qui se sont entretenus avec nous ont donc exprimé leurs besoins et attentes concernant cette plaquette.

- **Notre mission consistait à concilier au mieux les besoins de l'entreprise et nos contraintes de réalisation.**

Nous avons donc adapté notre projet à leurs attentes, notamment et en particulier lors du choix de réaliser la plaquette commerciale **sur plusieurs services de l'entreprise et non sur un produit/service spécifique**. Nous avons pris cette décision pour répondre au mieux à leurs besoins. De plus, cette conciliation se démontre notamment auprès du **format** que nous avons choisi car nous avons réalisé un format 3 volets spécifiquement à la demande de l'entreprise. En effet, l'entreprise souhaitait une plaquette simple pour la prospection qui ne prend pas de place, qui est facile à utiliser, transportable dans un sac à mais également pratique pour mettre dans les boîtes aux lettres.

Nous avons procédé de la même manière pour chacun des éléments que l'entreprise voulait voir apparaître sur la plaquette :

- **L'agencement de la plaquette**

La première étape a été de définir le format en collaboration avec l'agence URBAN IMMO. Lors d'un entretien avec les membres de l'agence, nous avons constaté que l'entreprise avait déjà une préférence pour un format spécifique. Nous avons décidé de nous adapter à ce choix pour répondre au mieux à leurs attentes. L'agence souhaitait un support de type flyer au format A5, imprimé en recto-verso, un format pratique et adapté à leurs besoins de prospection. Notre équipe a jugé pertinent de réaliser un dépliant à 3 volets (3 feuilles recto verso donc 6 pages), format pertinent lorsqu'il s'agit de maximiser l'attention des prospects sur les services d'URBAN IMMO. Et pour exploiter au mieux ce format, il fallait déterminer l'agencement de la plaquette : définir et ordonner les différentes parties à aborder pour ensuite choisir précisément l'emplacement de chaque élément. L'agence nous a fait part des différents points clés à aborder ainsi que des textes pré-rédigés à intégrer dans la plaquette pour respecter une certaine cohérence avec les autres supports de communication (site web par exemple). Nous avons choisi d'ordonner les thèmes et d'agencer la plaquette de la façon suivante, en intégrant la **méthode AIDA*** (Attention Intérêt Désir Action) :

- ❖ La première page doit attirer l'**Attention*** du prospect : c'est cette première page qui va donner envie ou non à la cible de déplier la plaquette et poursuivre sa lecture. Nous avons pris le parti de proposer une première page relativement épurée en privilégiant les éléments d'identification : le logo, une phrase qui fait office de slogan ainsi que l'adresse. Nous avons pris le parti d'une première page minimalist : cela évite l'impression de surcharge qui peut fatiguer le prospect. C'est pourquoi le fond blanc nous a semblé la meilleure option.
- ❖ Chacune des pages qui suit est structurée avec des titres accrocheurs pour que le client puisse balayer la plaquette commerciale du regard : l'objectif est de susciter l'**Intérêt*** du prospect en lui donnant un indice (le titre/sous-titre) sur le contenu de chaque partie de la plaquette. De plus, nous avons adopté un **style minimalist, aéré pour créer une impression de fluidité, simplicité** sans trop surcharger les pages. Les formes arrondies que nous avons disposées sur certaines pages de la plaquette contribuent justement à créer cet équilibre, cette fluidité. Nous voulions créer une certaine **harmonie des formes et des couleurs** qui donnerait envie au prospect de lire la suite : créer le **Désir*** de s'informer, de poursuivre la lecture.
- ❖ La seconde page propose une courte présentation de l'entreprise et ses forces/valeurs. Nous avons pensé pertinent le fait que le prospect lise quelques mots sur l'entreprise avant d'être informé sur les services qu'elle propose : savoir à qui "il a à faire" le met dans les conditions propices L'insertion d'un QR code sur cette page permet d'orienter le prospect vers l'**Action*** : on l'invite à aller visiter le site web de l'agence pour éventuellement ensuite prendre rendez-vous...



L'agence indépendante et familiale qui vous accompagne dans vos projets de vie.



URBAN IMMO

Qui sommes-nous ?

URBAN IMMO est avant tout une agence indépendante et familiale. Forte de plus de 16 ans d'expérience sur le bassin montpelliérain, c'est avec expertise, objectivité et transparence que nous vous accompagnons dans vos différents projets.

Nos valeurs

- Expertise professionnelle
- Connaissance du marché
- Objectivité
- Transparence
- Réactivité
- Discrétion



Encore plus d'infos sur notre site urban.immo.fr !

Nos services

Passionnés par notre métier, nous partageons tous un objectif commun : faire de votre projet, votre réalité.

Evaluation en 48h

- connaissance marché local depuis 16ans
- Analyse sur 4 approches
- Dossier complet et détaillé

Vente

- Diffusions sites partenaires et réseaux sociaux
- Suivi personnalisé
- Validation financement
- Reportage photo et vidéo
- Accompagnement démarches administratives

Achat

- Conseil juridique et technique
- Recherche pointilleuse en fonction des critères
- Défiscalisation

Gestion/loc

- Suivi régulier
- Visites, états des lieux
- Assistances démarches administratives

Forts de nos 3 agences, nous vous permettons d'accéder au plus grand nombre d'offres locales tout en gardant un interlocuteur unique et privilégié. Nous confier votre recherche vous permettra de gagner du temps et de l'argent grâce à un accompagnement et des conseils personnalisés.

❖ Puis, le prospect déplie la plaquette pour connaître les services proposés par l'entreprise et qui constitue le cœur de cette plaquette. Et l'agencement est symbolique : cette partie est justement placée au cœur de la plaquette lorsque celle-ci est repliée). Chaque service est mis en avant par les rectangles aux bords arrondis roses/rouge : cette couleur attire l'attention. De plus, nous avons choisi d'utiliser des puces pour lister des mots clefs que le prospect aura des facilités à retenir (plus que des longues phrases). Ce système de puces permet aussi de structurer sa lecture. Puis nous avons veillé à respecter l'alignement à gauche pour les textes de cette page : ce choix d'alignement est certes classique mais il nous a semblé pertinent justement car il ne crée pas de surprises : le prospect sait où poser son regard.

Nos actions de commercialisation

- Réseaux sociaux
- Relance avant premières des acquéreurs
- Photo / vidéo / drones
- Mailings biens à vendre
- Vitrine sur un emplacement 1 er
- Rédaction et publication annonce claire concise et attrayante

- Nos diffusions partenaires



Retrouvez-nous sur :



❖ La quatrième page présente les différentes actions de communication de l'entreprise URBAN IMMO. Elle comporte les réseaux sociaux et les différentes diffusions partenaires. Au niveau de l'agencement de cette page, nous avons répondu à la demande de l'entreprise qui souhaitait mettre en avant ses partenaires. Ainsi les placer à ce niveau de la plaquette est pertinent car cela permet selon l'entreprise URBAN IMMO de mettre en avant ses partenaires avec une visibilité accrue.

Les deux dernières pages sont conçues pour finir de mettre en confiance le prospect et pour l'inviter à prendre contact avec URBAN IMMO. En effet, nous avons décidé de donner les coordonnées de l'équipe et les adresses des 3 sièges de URBAN IMMO dans les dernières pages (à la fin de la lecture du dépliant) puisqu'elles invitent le prospect à prendre contact avec l'agence (**Action***), une fois qu'il dispose d'une bonne connaissance des services proposés.

- Les couleurs

Puis, l'agence tenait à ce que **la plaquette soit composée des deux uniques couleurs identitaires de la marque : le rose/rouge et le gris**. En effet, il est important de conserver les mêmes couleurs de la marque sur chacun des supports de communication afin d'habituer le client/ prospect. Les couleurs sont facteurs de mémorisation chez l'individu donc plus elles sont utilisées, plus l'individu est susceptible de reconnaître, d'identifier l'entreprise et ce sur les différents supports.

Nos recherches sur les couleurs nous ont permis de mesurer la pertinence de ce choix : nous voulions nous assurer que la colorimétrie de la plaquette soit cohérente avec l'image que l'entreprise souhaite communiquer.

Le gris inspire une forme de **stabilité, discréption**, modernité : ce sont des valeurs qui font échos à celles de l'entreprise. En effet, l'entreprise a souhaité que l'on mette en avant leur expérience : l'objectif est de renforcer l'impression de **stabilité** de l'agence. De plus, la **discréption** les valeurs explicitement revendiquées par l'entreprise.

La couleur #b21c4e est une teinte de couleur rose qui se rapproche du bordeaux. Cette couleur a une signification positive et symbolise **la passion**, cela fait échos à **la passion pour le métier d'agent immobilier**. Sébastien Seguin et Florian Barbelon insistent justement sur le fait qu'ils sont passionnés par leur activité.

Les couleurs sont donc bien **cohérentes avec l'identité de la marque et la qualité des services** qui sont mis en avant dans la plaquette.

Nous avons donc veillé à colorer certains éléments de la plaquette avec ces couleurs. C'était justement dans une optique de rajouter de la couleur dans la plaquette que nous avons ajouté des formes, des éléments visuels.

Notre équipe à Port Marianne



Sébastien Seguin

Agent immobilier depuis 2 ans dans la transaction de biens immobiliers sur tout le territoire et sur Montpellier.
"Je suis passionné par mon travail et ça me tient à cœur de pouvoir vous conseiller au mieux dans l'achat ou la vente de votre bien."

sebastien.seguin@urbanimmo.com
 06 19 70 67 60
 seb_urbanimmo



Florian Barbelon

Conseiller immobilier transaction sur Montpellier depuis 2018. Je mets un point d'honneur à accompagner mes clients dans l'achat ou la vente de biens immobiliers et je suis également expertisé et ma connaissance du secteur. C'est un point crucial pour l'aboutissement des projets.

florian.barbelon@urbanimmo.com
 06 19 70 67 60
 florian_barbelon

3 agences à Montpellier

URBAN IMMO
PORT MARIANNE

266 PL Ernest Granier
34000 MONTPELLIER



URBAN IMMO
AIGUELONGUE

467 rue de La Roquetteurière
34090 MONTPELLIER



URBAN IMMO
ANTIGONE

179 Rue Don Bosco
34000 MONTPELLIER



URBAN IMMO TRANSACTION PORT MARIANNE
218 Place Ernest Grußau
34000 MONTPELLIER 34
tel. 04 67 99 50 50 - contact@urbanimmo.com
www.urbanimmo.com

- La Typographie

Au niveau de la typographie, pour répondre à l'objectif de la plaquette commerciale qui est de promouvoir les services, le professionnalisme de l'entreprise, nous avons décidé d'adopter un style plutôt sobre, neutre (pas de polices fantaisie).

Nous avons choisi la police Raleway qui est une police sans empattement. Cette police est simple, lisible. Rappelons que l'objectif est que l'individu soit réactif aux informations présentées sur la plaquette et qu'il s'intéresse à l'agence dans l'optique de faire appel à ses services. Et pour que cet objectif soit rempli, il faut limiter le plus possible les obstacles à la compréhension du texte qui peuvent notamment être provoqués par des polices ou couleurs trop excentriques (il ne faut pas que l'individu ait besoin de faire un effort particulier pour lire le texte). C'est pourquoi notre équipe a jugé que **le critère de lisibilité et de simplicité était à prioriser dans le choix de la police.**

Concernant le choix de couleur du texte, nous proposons une alternance de couleur réfléchie entre le gris et le rose/rouge. L'avantage du gris sur le blanc est que le contraste est moins important que le noir sur blanc : c'est plus doux pour l'œil tout en étant très lisible. Nous avons choisi de mettre les principaux titres tels que "nos services" ou "qui sommes-nous ?" en gris pour être plus aligné avec la valeur de discréption de l'entreprise et garder un certain équilibre entre les couleurs. Nous avons par contre choisi de mettre en avant certains mots forts, ou groupes de mots en rose/rouge et/ou en gras pour accentuer l'attention du prospect sur ces éléments en particulier. Ainsi, nous avons jugé pertinent de mettre en gras leurs forces que nous avons identifiées dans la rubrique "qui sommes-nous ?".

- Autres éléments visuels - les illustrations

L'agence tenait aussi à ce que la plaquette intègre une brève présentation des deux membres avec **une photo d'eux choisie préalablement par l'agence (page n°6)** Et en effet, nous estimons que le fait de présenter les agents immobiliers par une photo et quelques mots est un facteur de proximité, de confiance entre l'individu qui consulte la plaquette et les agents immobiliers; les clients peuvent plus facilement se projeter confier leurs biens à des agents une fois qu'ils ont vu leur photo, et reçu quelques informations sur eux, leurs parcours...

Pour répondre à cette contrainte, nous avons choisi d'accorder une page entière à la présentation de l'équipe d'URBAN IMMO. Et là aussi, nous avons sélectionné uniquement des formes circulaires (les photos sont en forme de rond) : le rond symbolise l'harmonie, l'unité et ce sont des valeurs que l'agence, d'autant plus lorsqu'il s'agit de **l'harmonie au sein de l'équipe.**

Traduction de la plaquette commerciale

URBAN IMMO

 Who are we ?

URBAN IMMO is, above all, an independant and family estate agency. With over 16 years of experience in Montpellier, we offer you expertise, objectivity and transparency to help you perform in your different projects

Our values

- Professional Expertise
- Market knowledge
- Objectivity
- Transparency
- Réactivity
- Discretion



If you are looking for more information, have a look at our website urban.immo.fr !

Our services

We passionate by our work and the whole team is sharing a common goal : turning your projects into reality!

Valuation in 48h

- 16 years of experience into the local market
- Our analysis uses 4 approaches
- Complete and detailed report

Sale

- Listings on partner websites and social networks
- A personalized support
- Funding validation
- Photo and video reports
- Support with administrative procedures

Purchase

- Legal and technical advice
- Detailed searches based on different criteria
- Tax exemption

Management/rental

- Regular support
- Property visits, inventory
- Help with administrative procedures

With our three agencies, we enable you to have acces to the largest selection of local real estate offers while providing a **unique and privileged** support. Choosing our agency will save you time and money, thanks to our **support** and **personalized advices**.

How we communicate :

- Social networks
- Preview relaunch of the purchaser
- Pictures / videos / drones
- Property mailings
- Vitrine sur un emplacement 1 er Showcase on location 1
- Clear, short and appealing listing

Our partner



Retrouvez-nous sur :



FNAM **le fichier amapi**

L'Affiche



TRANSACTION

- estimation en 48h
- multi-diffusion sur sites
- partenaires AMEPI
- vente au meilleur prix dans les meilleurs délais
- suivi personnalisé
- accompagnement juridique
- tout cela dans un climat de confiance



FAIRE DE VOTRE PROJET NOTRE RÉALITÉ

GESTION LOCATION

- mise en location
- état des lieux et signature bail
- gestion technique
- gestion comptable
- gestion juridique
- assurance loyer impayé et
- PNO



URBAN IMMO TRANSACTION PORT MARIANNE
278 Place Ernest Gruyer
34000 MONTPELLIER
Tél. 04 67 99 50 00 - contactpm@urbanimmo.com
www.urbanimmo.com

Voici la justification des différents choix créatifs de notre affiche:

L'affiche a été conçue pour promouvoir les différents services de l'agence immobilière Urban Immo Port Marianne, en gardant à l'esprit son identité visuelle. L'objectif principal était de créer un message clair et rapide qui capte l'attention et communique efficacement les services proposés.

Composition de l'affiche

L'affiche est composée de trois éléments principaux :

- **Les visuels :**

Les photos choisies montrent les biens immobiliers, les agences et les partenaires, ce qui permet de refléter la diversité des services proposés. Ces visuels montrent également un message de sérieux et de proximité, des valeurs importantes pour une agence immobilière.

- **Les textes :**

Les textes sont courts et vont droit au but. Ils mettent en avant les deux services clés de l'agence : "Transaction" et "Gestion locative". La simplicité des textes permet de comprendre immédiatement les prestations offertes.

Dans la création d'une affiche il est important d'avoir un slogan pour compléter le visuel elle peut être identitaire pour la campagne. Le Slogan de URBAN IMMO est le suivant : " Faire de votre projet notre réalité " le slogan se situe au centre de l'affiche pour être mieux aperçu, et a pour but de montrer où potentiel client que l'entreprise s'implique sérieusement a écrit dévouement dans tous les projets qu'il entreprend.

Le titre :

Le titre principal, "Urban Immo Port Marianne", est placé au centre de l'affiche, écrit en blanc pour se détacher sur l'arrière-plan et renforcer l'identité de l'agence.

- **Les couleurs :**

Le rouge et le gris ont été utilisés car ce sont les couleurs identitaires de l'agence. Elles apportent une touche moderne et professionnelle, tout en offrant un bon contraste pour que l'affiche soit bien visible.

De plus, l'affiche présente un univers réaliste, avec des photos concrètes des services et des biens immobiliers. Le message est simple et direct : Urban Immo propose des solutions fiables et accessibles, tout en renforçant l'image de professionnalisme et de proximité de l'agence.

Au niveau de l'organisation, l'affiche suit une structure de bloc, afin de captiver le regard sur les services qui sont très importants et représentés par de belles images bien lisibles. Pour montrer et représenter l'entreprise l'image en au à droite nous permet de mettre un visuel sur l'agence. Afin d'accentuer son identité à côté de la photo de l'agence immobilière, il y a le logo avec le nom de celui-ci. Enfin, les trois images de plus petit format représentent les autres sièges où est implanté l'agence dans la ville.

Au niveau des catégories visuelles et objectives, l'affiche est classée dans la catégorie produit qualifié, car elle met en avant les services de l'agence avec des visuels et des textes clairs.

L'affiche permet de mettre en avant les éléments suivants:

- Clarifier les services** : Les images et les textes permettent de comprendre rapidement ce que propose l'agence.
- Renforcer l'image de marque** : Les visuels, comme les photos des agences et des partenaires, renforcent la crédibilité et l'image sérieuse d'Urban Immo.
- Captiver l'attention** : Les couleurs et les visuels sont choisis pour attirer l'œil tout en conservant une image professionnelle et moderne.

Enfin, l'affiche respecte la règle des "1 idée – 3 éléments graphiques – 7 mots maximum", ce qui permet de transmettre un message clair et percutant, sans surcharge d'informations.

Conclusion:

Pour conclure nous avons donc réalisé une plaquette commerciale et une affiche pour l'entreprise URBAN IMMO. Ainsi, à travers ce projet nous avons respecté toutes nos contraintes ainsi que celles de l'entreprise. Grâce à un travail main dans la main avec URBAN IMMO nous avons su ensemble développer ce projet donnant-donnant dans lequel l'entreprise a su y voir un intérêt. En effet, la plaquette commerciale met en avant les différents services souhaités pour leur objectif de distribution lors de la prospection. Au-delà du simple aspect commercial, la plaquette répond également à un service de connaissance et d'informations pour les clients et prospects d'URBAN IMMO. De plus, le deuxième support crée répond à des objectifs différents.

Enfin, nous souhaitons remercier l'agence URBAN IMMO, qui a eu la gentillesse de nous accorder de son temps pour ce projet et qui a participé de façon active à sa réalisation.