

TITRE

L'intérêt – voire la nécessité - de faire partie d'un réseau coopératif dans le secteur de l'immobilier

CHAPEAU

Faire partie d'un réseau coopératif sur le marché de l'immobilier n'est pas toujours un pré requis pour les professionnels du secteur. De par ses particularités, le sujet vaut pourtant la peine d'être mis sur la table. Brice Cardi donne les clés d'un réseau coopératif où efficacité, solidarité et performance sont de mise.

1. Une vocation humaniste au service de la performance

La vocation première d'un réseau coopératif est de placer le client au centre de ses préoccupations.

Un réseau de ce type, au contraire d'une franchise, place les bénéficiaires au second plan. De ce fait, toutes les redevances sont redistribuées sous formes de services, permettant ainsi des services et des outils performants.

Autre règle d'or : un réseau coopératif ne peut se faire racheter par un groupe ou par des investisseurs. Il appartient aux Sociétaires qui prennent part activement à la vie du Réseau et sont seuls décisionnaires des changements à appliquer. Cela implique une certaine forme de liberté, un respect mutuel et une confiance en ses pairs : une véritable aventure humaine en somme, que ce soit en aval pour le client ou en amont pour la prise de décision, en mutualisant services et outils, et en offrant la garantie aux sociétaires et agents d'avoir la meilleure offre de service au meilleur coût, au service de la performance.

Enfin, un réseau coopératif permet de ce fait un fonctionnement « agile », avec des collaborateurs qui constituent les meilleurs ambassadeurs de leur réseau : un cercle vertueux de l'immobilier en somme.

2. Des services à valeur ajoutée pour une visibilité maximale

Les services annexes d'un réseau coopératif vont donc au-delà de la « pure » transaction immobilière. Cela permet de mettre en place des services revendus à prix coûtant sans aucune marge. Cet avantage est permis via une structure qui n'oblige pas à faire de bénéficiaires, et à une centrale d'achat qui permet aux agents L'ADRESSE de bénéficier d'outils et services web à des prix très compétitifs par exemple.

Pouvoir apporter toujours plus de service au client permet de s'inscrire dans une démarche permanente d'accompagnement post résultat et de fidélisation.

Le digital est également à prendre en considération, dans une dynamique d'évolution des usages et des attentes du client. Il est primordial de pouvoir développer des outils pointus et innovants à destination des clients et prospects.

3. L'illustration d'un réseau immobilier coopératif par L'ADRESSE

Si nous utilisons L'ADRESSE à titre d'illustration : outre la Conciergerie, parmi les derniers services proposés, on peut en noter deux principaux : le **Pack Web**, qui permet aux agences de diffuser leurs annonces sur tous les principaux portails immobiliers. Le but est de

simplifier la vie des sociétaires, en leur proposant une diffusion globale à des tarifs préférentiels. La seconde offre est le **Pack Visibilité**, qui propose à nos sociétaires de collaborer avec des professionnels de l'image : photographes pro, home staging, visite virtuelle, etc. Lorsqu'on sait à quel point il est capital de soigner son annonce ou d'aider nos clients à se projeter dans leur futur chez soi, ce Pack est une vraie ressource pour les agents.