

signitic



Le guide de la signature d'e-mail dans **l'immobilier** + 15 idées de campagnes



Avant- propos

La communication revêt une importance cruciale dans le secteur immobilier, car elle permet de se **démarquer** dans un **marché concurrentiel**. L'une des tactiques souvent sous-estimées, mais extrêmement puissantes, est l'utilisation des signatures d'e-mail pour **promouvoir** votre entreprise, **interagir** avec vos clients et **accroître** votre visibilité.

Dans ce livre blanc, nous vous présenterons les **bonnes pratiques** à mettre en place et **15 idées de campagnes de communication** à diffuser avec vos signatures d'e-mail, afin de dynamiser votre présence sur le marché, renforcer votre image de marque et attirer de nouveaux clients.

L'importance de la signature d'e-mail est souvent sous-estimée en tant qu'outil de communication, pourtant, elle joue un rôle crucial dans la perception que les clients et les prospects ont de votre agence immobilière.

Voici pourquoi cet élément est si stratégique :

RENFORCER VOTRE IMAGE DE MARQUE

Votre signature d'e-mail est une extension de votre marque. Elle offre une opportunité précieuse de transmettre votre identité visuelle, votre logo et votre slogan à chaque communication. Une signature d'e-mail professionnelle et bien conçue contribue à établir la crédibilité et la confiance auprès de vos clients et prospects. C'est une manière de montrer que vous êtes sérieux, professionnel et attentif aux détails.

GÉNÉRER DE LA CONFIANCE CHEZ LES DESTINATAIRES

La confiance est l'un des piliers fondamentaux de toute relation d'affaires. Une signature d'e-mail soignée et cohérente renforce la confiance des destinataires. Cela peut faire toute la différence lorsqu'ils décident de travailler avec votre agence ou non.

FOURNIR DES INFORMATIONS ESSENTIELLES

Votre signature d'e-mail n'est pas seulement une vitrine de votre marque, elle peut également servir de source d'informations utiles. Vous pouvez inclure des coordonnées de contact direct, des liens vers votre site web, vos profils sur les réseaux sociaux, et même des éléments spécifiques tels que les heures d'ouverture de votre agence ou des campagnes de communication

via des bannières pour promouvoir un service, un contenu ou un événement.. Cela facilite la vie de vos clients et prospects en leur fournissant rapidement les informations dont ils ont besoin pour vous contacter ou explorer vos offres.

CRÉER UNE IMPRESSION MÉMORABLE

Une signature d'e-mail bien conçue crée une impression mémorable pour vos destinataires. Elle donne une touche personnelle à vos communications, montrant que vous accordez de l'importance à chaque interaction. Cela peut laisser une impression durable et positive, ce qui est essentiel dans un secteur concurrentiel comme l'immobilier.

En résumé, la signature d'e-mail est bien plus qu'une simple formalité. Elle est un pilier de votre stratégie de communication, renforçant votre image de marque, instaurant la confiance, fournissant des informations essentielles et créant une expérience mémorable.



Comprendre et exploiter l'importance de la signature d'e-mail peut faire de votre agence immobilière un acteur plus influent et plus compétitif sur le marché.

LES BASES POUR UNE SIGNATURE EFFICACE

Simplicité est mère de lisibilité. Optez pour une signature claire et structurée, mettant en avant les informations cruciales.

Détails indispensables. Votre nom, votre titre (par exemple, "Agent immobilier agréé" ou "Consultant en investissement"), et vos coordonnées directes sont essentiels. C'est la base mais ça reste le plus important !

Valorisez votre enseigne. Le logo de votre agence ou réseau immobilier doit avoir une place de choix, pour renforcer votre crédibilité.

Liens stratégiques. Un accès direct au site web de l'entreprise et à ses réseaux sociaux. Pour LinkedIn, choisissez une politique pour toute l'entreprise : le profil de l'entreprise ou le vôtre.

Prudence avec les citations. Bien que séduisantes, elles peuvent détourner de votre message principal. À utiliser avec discernement.

Adaptabilité avant tout. Assurez-vous que votre signature est lisible sur toutes les boîtes de réception (Outlook, Gmail, Yahoo, Thunderbird...)

Harmonie graphique. Votre signature doit être en phase avec la charte graphique de votre entreprise ou agence pour une image cohérente.

Images optimales. Des visuels légers et pertinents, comme votre photo professionnelle, peuvent ajouter une touche personnelle sans alourdir l'e-mail.

Mises à jour régulières. Un déménagement d'agence, une certification supplémentaire ? Mettez votre signature à jour pour refléter ces évolutions.

Bannière promotionnelle. Si vous avez des propriétés phares ou des offres spéciales, une bannière dans votre signature peut attirer l'attention de manière efficace.

LA SIGNATURE DE MAIL, UN CANAL DE COMMUNICATION À PART ENTIÈRE

La signature e-mail ne se limite pas à une simple formalité ou à un élément de cohérence. Elle représente également un **canal de communication stratégique**, particulièrement pour vous, professionnels de l'immobilier.

En intégrant des bannières au bas de chaque signature, vous pouvez transformer chaque e-mail envoyé en une **opportunité de marketing subtil** mais efficace. C'est une manière simple de relayer votre image, de promouvoir des propriétés récemment mises sur le marché, d'annoncer des événements ou des offres spéciales, ou simplement de renforcer votre image de marque.

Chaque interaction par mail devient ainsi une occasion de **rappeler** au destinataire votre **expertise**, votre **professionnalisme** et les **services** que vous offrez. Dans un secteur où la visibilité et la mémorisation sont essentielles, exploiter la signature de mail comme un outil de communication est une stratégie à la fois **discrète** et **puissante** pour vous.

DES SIGNATURES HARMONISÉES POUR PLUS DE COHÉRENCE ET DE CONFIANCE

Dans le secteur immobilier, l'importance d'une **signature de mail bien exploitée et uniformisée** prend une dimension encore plus cruciale. Ce domaine repose fortement sur la **confiance**, la **crédibilité** et la **première impression**. Lorsqu'un client potentiel ou un partenaire reçoit un e-mail, la signature est souvent l'un des premiers éléments qu'il observe.

Une **signature professionnelle et cohérente** à l'échelle de tous les collaborateurs renforce la confiance, démontre le sérieux de l'agent ou de l'agence et peut même être un **facteur décisif dans le choix d'un prestataire** immobilier.

Dans un marché aussi compétitif que l'immobilier, où chaque détail compte, une signature de mail uniformisée et bien conçue peut aussi **faire la différence** entre gagner ou perdre un client. Elle sert non seulement de **carte de visite numérique**, mais aussi de **reflet de l'engagement** de l'entreprise envers l'excellence et la **qualité du service**.

L'IMPACT DES SIGNATURES VALIDÉ PAR LA SCIENCE.

L'eye tracking évalue le parcours de l'oeil en mesurant les points et le temps de fixation du regard, en temps réel.

Les données permettent de dresser une carte de chaleur composée à la fois de zones chaudes et froides. Les endroits qui attirent l'oeil de l'internaute sont ainsi représentés par les zones chaudes. Les zones froides quant à elles sont les zones les moins regardées.

Utilisé en marketing traditionnel comme en marketing digital. L'eye tracking sert notamment au product marketing, qui se concentre sur l'identification des besoins et des comportements avant la commercialisation d'un produit ou service.

Si nous prenons l'exemple d'un site web, l'eye tracking permet de repérer les zones où placer les contenus les plus stratégiques. Il vous est ainsi possible de cibler les emplacements clés pour attirer vos clients.

Vous l'aurez compris, cette science est utile pour améliorer l'expérience utilisateur et renforcer le taux de conversion d'un prospect.

Découvrez les résultats sur les signatures d'e-mail dans notre étude détaillée.

signitic

L'impact des
signatures
validé par la
science



signitic

**Vos signatures
d'email sont bien
plus importantes que
vous ne le pensez.**

Télécharger le Livre Blanc

HARMONISER TOUTES LES SIGNATURES EN QUELQUES CLICS

Grâce à **Signitic**, l'uniformisation des signatures de mails n'a jamais été aussi simple. En quelques clics, il est possible de **créer**, de **personnaliser** et de **déployer** une **signature standardisée** pour tous les collaborateurs. Cette solution évite les erreurs manuelles, garantit une **mise à jour simultanée** pour tous les utilisateurs et assure que chaque membre de l'entreprise véhicule une image de marque cohérente.

Avec Signitic, fini les signatures d'e-mail erronées ou avec un design différent pour chaque collaborateur. Intégré nativement à Google Workspace et Microsoft 365, le déployer ne prend que quelques minutes et vous fait économiser toutes les heures passées à relancer vos collègues pour, par exemple, mettre à jour la signature avec la dernière bannière.

NE DIFFUSEZ PAS QU'UNE SEULE BANNIÈRE

Dans le contexte de ce livre blanc, nous explorons des moyens novateurs d'utiliser et surtout d'exploiter au maximum les signatures d'e-mail. Une des fonctionnalités à très forte valeur ajoutée offertes par Signitic est la capacité à **diffuser plusieurs bannières dans les signatures des collaborateurs et de créer des A/ B tests**. Cette fonctionnalité est particulièrement pertinente pour les agences immobilières, car elle permet de **maximiser l'espace** précieux de la signature d'e-mail pour promouvoir diverses annonces, services ou informations.

Concrètement, cela signifie que vous pouvez **afficher différentes bannières** promotionnelles ou informatives de manière **aléatoire** dans les signatures de vos agents immobiliers.

Par exemple, vous pourriez faire défiler automatiquement des bannières présentant différentes propriétés à vendre, des conseils sur l'achat ou la vente, ou même des témoignages clients satisfaits. Cette variété visuelle **maintient l'attention des destinataires** et garantit que votre communication se **renouvelle** et soit **attrayante**.

De plus, cette fonctionnalité offre un **niveau élevé de personnalisation**, ce qui signifie que chaque agent ou service peut avoir sa propre sélection de bannières en rotation, adaptées à son portefeuille de propriétés ou à ses préférences personnelles. La rotation de bannières dans les signatures d'e-mail devient ainsi un outil puissant pour renforcer la présence en ligne de chaque agent et maximiser l'impact de chaque interaction avec les clients potentiels.

UTILISEZ LE CIBLAGE POUR DIFFUSER DE LA BONNE MANIÈRE

Dans l'immobilier, **la pertinence** est essentielle lors de la communication avec des clients et des prospects. C'est pourquoi **la fonctionnalité de ciblage personnalisé** des campagnes offerte par Signitic est une ressource inestimable pour les agences immobilières. Elle permet de diffuser **des messages spécifiques** à des groupes cibles définis.

Imaginons que votre agence souhaite promouvoir un événement exclusif pour les investisseurs immobiliers. Grâce à Signitic, vous pouvez choisir de **cibler uniquement les clients ou les prospects qui répondent à ces critères spécifiques**. Cela garantit que votre campagne atteigne le public le plus pertinent et le plus susceptible de réagir positivement.

Signitic permet aussi également de définir **des règles de ciblage internes**, ce qui signifie que vous pouvez diffuser des messages spécifiques à votre équipe interne, comme des informations sur les réunions ou les formations à venir.

15

idées de campagnes

À DIFFUSER AVEC VOS SIGNATURES E-MAIL



Nous l'avons vu, la signature e-mail est un **canal de communication** à part entière, grâce auquel vous pouvez développer votre **image de marque** et **diffuser** facilement une **multitude de messages** en ajoutant des visuels sous forme de bannières en fin de signatures.

NOS CONSEIL POUR DES BANNIÈRES EFFICACES

- Vos bannières ne doivent pas dépasser 600 pixels de largeur et 250 pixels de hauteur
- Elles ne doivent pas peser plus de 8ko pour ne pas altérer la délivrabilité
- Elles doivent être cliquables et renvoyer sur une page spécifique de votre site
- Elles doivent être mises à jour régulièrement pour ne pas continuer de diffuser un message obsolète (exemple : la bannière de nouvelle année toujours dans les signatures de mails en mars...)
- Elles doivent être uniformisées

LES CLASSIQUES : PROMOTIONS DES BIENS IMMOBILIERS

Annonces de propriétés à vendre. Diffusez un lien vers vos nouveaux biens en ventes directement dans la signature. Sur votre bannière, utilisez si possible la photo d'un de vos biens les plus attrayants.

Annonces de locations. Diffusez un lien vers vos nouvelles offres en location. Incluez le lien sous forme de bouton dans votre bannière et assurez-vous que les informations sont à jour.

Offres spéciales sur les services immobiliers. Attirez l'attention sur les avantages financiers de vos services, comme des réductions de frais de courtage ou des services gratuits. Utilisez un visuel accrocheur pour la promotion. Précisez clairement les conditions de l'offre spéciale.

SERVICES IMMOBILIERS & EXPERTISE

Services de courtage. Mettez en avant l'expérience et l'expertise de votre équipe pour aider les clients à trouver la meilleure transaction immobilière. Incluez le lien sous forme de bouton dans votre bannière et assurez-vous que les informations sont à jour.

Estimations gratuites. Démontrez votre engagement à aider les propriétaires à comprendre la valeur de leur bien immobilier.

Réseau d'agents immobiliers. Montrez la force collective de votre équipe d'agents et leur expertise.

INFORMATIONS SUR LE MARCHÉ IMMOBILIER

Informations sur le marché immobilier local. Affichez votre connaissance du marché local, ce qui renforce la confiance des clients.

Actualités locales. Montrez que votre entreprise est enracinée dans la communauté locale en partageant des nouvelles et des événements. Essayez de conclure des partenariats avec des acteurs locaux reconnus qui vous feront profiter de leur notoriété.

Actualités locales. Montrez que votre entreprise est enracinée dans la communauté locale en partageant des nouvelles et des événements. Essayez de conclure des partenariats avec des acteurs locaux reconnus qui vous feront profiter de leur notoriété.

RESSOURCES ET AIDES AUX CLIENTS

Guides immobiliers. Positionnez votre entreprise comme une source d'expertise en fournissant des guides utiles aux clients. Créez des guides bien conçus au format PDF téléchargeable. Promouvez-les comme des outils gratuits pour les visiteurs de votre site web.

Informations sur les prêts hypothécaires. Aidez les clients à comprendre les options de financement, ce qui peut faciliter leur décision d'achat. Fournissez des informations simples et faciles à comprendre sur les prêts hypothécaires. Incorporez des calculateurs de prêt sur votre site web

Diffusez vos webinars et formations en ligne. Communiquez sur vos webinars et formations. Utilisez une plateforme comme LiveStorm ou ClickMeeting pour organiser facilement des webinar

ENGAGEMENT SOCIAL ET AVIS CLIENTS

Diffusez des avis. Utilisez les avis existants pour démontrer votre crédibilité et la satisfaction de vos clients. Incluez un lien vers vos pages d'avis (Google My Business, TrustPilot...)

Événements immobiliers. Montrez que vous êtes actif dans la communauté en participant à des événements ou en les organisant. Annoncez les événements à l'avance avec des bannières attrayantes. Partagez des photos et des retours après l'événement.

Campagnes de responsabilité sociale. Affichez votre engagement envers la communauté et les causes locales. Communiquez clairement les initiatives caritatives que vous soutenez. Encouragez la participation des clients.

BONUS

Les Cartes de Visites Digitales

AVEC SIGNITIC

En plus des nombreuses stratégies de communication à travers les signatures d'e-mail, il est essentiel de **ne pas sous-estimer l'importance des cartes de visites digitales**, également connues sous le nom de vCard, dans le secteur immobilier.

À SAVOIR

Les **vCards** sont des cartes de visite au format numérique. Elles contiennent des **informations de contact essentielles**, telles que le nom, le numéro de téléphone, l'adresse e-mail, l'adresse physique de votre agence immobilière, et même des liens directs vers les profils de médias sociaux pertinents. Cependant, elles vont bien au-delà des cartes de visite traditionnelles.

POURQUOI LES VCARDS SONT PARTICULIÈREMENT IMPORTANTES DANS LE SECTEUR IMMOBILIER ?

Facilité de Distribution : Les vCards peuvent être partagées instantanément par e-mail ou via des messages instantanés, ce qui permet aux agents immobiliers de partager leurs coordonnées avec des clients potentiels ou d'autres professionnels de l'immobilier en un simple clic. Cela simplifie considérablement le processus de mise en contact.

Stockage Numérique : Les vCards sont facilement stockées sur les smartphones, les tablettes et les ordinateurs, ce qui signifie que vos informations de contact sont toujours accessibles. Plus besoin de chercher une carte de visite physique.

Mises à Jour Faciles : Si vos coordonnées changent, il est simple de mettre à jour votre vCard et de la redistribuer à votre réseau. Cela garantit que vos contacts disposent toujours d'informations à jour.

Liens Multimédias : Les vCards peuvent inclure des liens vers des vidéos de visites virtuelles, des galeries de photos, des annonces de propriétés en cours et bien plus encore. Cela permet de créer une présentation multimédia de votre portefeuille immobilier directement accessible depuis la carte de visite.

Intégration avec les Applications de Contact : Les vCards peuvent être facilement importées dans les applications de gestion de contacts, ce qui simplifie encore la mise en contact et le suivi des interactions avec vos clients et prospects.

Impact Écologique Positif : L'utilisation de vCards élimine complètement la nécessité de produire et d'imprimer des cartes de visite physiques. Cela réduit non seulement les déchets, mais aussi la consommation d'énergie et les émissions de carbone associées à leur fabrication et à leur élimination, contribuant ainsi à une démarche écologique responsable.

EN RÉSUMÉ

Dans un secteur aussi dynamique que l'immobilier, où les interactions se font souvent en ligne et nécessitent un accès rapide aux informations, les **vCards** jouent un rôle essentiel en garantissant que vos **coordonnées** et votre **portefeuille immobilier** sont facilement **accessibles** et **actualisés**. Elles renforcent également votre image de **professionnalisme** et de **modernité** en montrant que vous utilisez des outils de communication à la pointe de la technologie pour servir au mieux vos clients. Pensez donc à intégrer les vCards dans votre stratégie de communication globale pour **maximiser votre impact** dans le secteur immobilier.



VOS SIGNATURES MAILS À JOUR, PARTOUT, TOUT LE TEMPS. ENFIN !

Signitic, une entreprise française innovante, offre un **outil SaaS de centralisation des signatures électroniques** pour le monde moderne.

Il est temps de garantir la **cohérence** dans les signatures électroniques de **tous les membres de votre équipe**. Personnalisation, conformité à votre identité visuelle et intégration de messages promotionnels sont désormais les atouts essentiels de votre stratégie marketing. Grâce à notre plateforme, la **création** et la **planification de campagnes** deviennent un jeu d'enfant.

Notre offre vous permet de cibler votre public, d'organiser votre organisation de manière efficace, d'expérimenter avec des tests A/B, et bien plus encore ! L'**automatisation** et la **centralisation** des signatures au sein de votre entreprise sont à portée de main. Plus besoin de jongler avec du code HTML pour toutes vos équipes ! Avec Signitic, le département marketing peut prendre les rênes de la gestion des signatures de votre entreprise grâce à une plateforme conviviale et intuitive. Dites adieu à la segmentation manuelle, aux annuaires désynchronisés et au déploiement fastidieux. Grâce à notre solution clé en main, le département marketing peut désormais gérer les signatures électroniques de votre entreprise **sans avoir besoin d'une assistance technique**.