

Les **10** Erreurs Fatales

à ne jamais commettre
lors de la vente de
votre bien !



Nouvelle version
en collaboration avec

le Journal de
l'Immobilier

EN PARTENARIAT AVEC LE TEMPS

Table des matières

• À propos de l'auteur.....	p. 3
• Introduction.....	p. 5
• Erreur n°1..... Mettre en vente sans avoir de réel projet	p. 6
• Erreur n°2..... Se faire avoir par une estimation incorrecte	p. 8
• Erreur n°3..... Multiplier les mandats	p. 11
• Erreur n°4..... Ne pas y consacrer l'attention et le savoir-faire nécessaires	p. 14
• Erreur n°5..... Travailler avec un courtier incompetent	p. 16
• Erreur n°6..... L'absence d'une bonne mise en valeur	p. 19
• Erreur n°7..... Ne pas afficher le bon prix de marché dès le départ	p. 22
• Erreur n°8..... Être trop émotionnel	p. 25
• Erreur n°9..... Essayer de vendre aux mauvais acheteurs	p. 27
• Erreur n°10..... Ne pas utiliser la bonne stratégie marketing	p. 29
• Conclusion.....	p. 32

À propos de l'auteur

Pendant une longue période de ma vie, j'ai eu une très mauvaise opinion des intermédiaires tels que les agents immobiliers. Sans trop savoir pourquoi.

Dans les années 2000, j'ai donné des cours de formation en bureautique. À cette époque, beaucoup de personnes devaient passer de la machine à écrire à l'ordinateur.

Cela n'avait rien à voir avec ma formation scientifique, mais je prenais plaisir à aider les gens à apprendre à maîtriser un sujet. Je me suis découvert des talents de pédagogue.

Après plusieurs années passées à donner des cours, le besoin d'apprendre à utiliser un ordinateur a diminué. C'est alors qu'un ami m'a proposé de travailler dans l'immobilier.

Croyez-le ou non, mais j'ai dû me faire violence pour outrepasser mes aprioris négatifs concernant ce métier.

Et je dois vous dire que j'ai bien fait de mettre mes idées fixes de côté. J'ai découvert un métier passionnant, où j'ai pu mettre en parallèle les bases de ma formation scientifique avec mon expérience d'enseignant.

L'immobilier est le métier aux miles à facettes.

J'appelle cela un sport complet. Il y a du relationnel, du contact, des challenges, des problèmes à résoudre, des solutions à trouver, beaucoup de conseils à donner. Et des gens formidables à aider.

J'ai exercé plusieurs métiers dans ma vie. Ils avaient toujours un lien avec le commercial et l'enseignement. Mon métier de courtier en immobilier me permet de faire la synthèse des compétences que j'ai acquises dans ma vie pour aider les autres.

Je vous souhaite une excellente vente !



Connaissez-vous

Notre partenaire pour ce guide ?

le Journal de l'Immobilier

EN PARTENARIAT AVEC **LE TEMPS**

Naviguez dans l'univers fascinant de l'immobilier avec Le Journal de l'Immobilier, votre hebdomadaire de référence.

Avec une audience de 170'000 lecteurs, il est le phare qui éclaire les tendances, les innovations et les opportunités du marché immobilier de Suisse romande.

Encarté chaque mercredi dans **LE TEMPS**

Disponible en ligne ➡ www.jim.media



Introduction

Une vente immobilière est particulièrement anxiogène. De gros montants sont en jeu. Tout un pan de votre vie dépend de la réussite de cette transaction. Les incertitudes liées à la vente d'un bien immobilier génèrent beaucoup de stress.

La première manière de diminuer les incertitudes est d'obtenir des informations. Ce que vous êtes en train de faire en lisant ce guide.

Encore faut-il savoir comment et où se procurer les bonnes informations.

L'internet regorge de solutions qui disent tout et son contraire, ce qui n'est pas de nature rassurante.

C'est en collaboration avec le **Journal de l'Immobilier**, supplément hebdomadaire du journal LE TEMPS, que je suis fier de vous présenter cette publication.

Cette nouvelle version est publiée chapitre par chapitre dans le Journal de l'Immobilier. En plus de ces parutions, vous trouverez dans ce guide des ressources supplémentaires bien pratiques.

Ce guide vous est offert dans le but de vous aider à rassembler de bonnes informations présentées de manière simples et faciles à comprendre.

Les 10 erreurs exposées sont tirées d'une longue expérience de ventes réussies et d'autres ratées. Il ne s'agit de pas de théories fumeuses ou de textes publicitaires. Ce sont des conseils bienveillants tout simplement extrait de la pratique de ventes immobilières en Suisse.

Je vous souhaite une bonne lecture.

A handwritten signature in dark blue ink that reads "Vincent Grognard". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.

Courtier avec Brevet Fédéral



Mettre en vente Sans avoir un réel projet

Vous décidez de partir en vacances. Vous montez dans votre voiture et vous roulez, roulez, roulez, sans itinéraire, sans destination, sans autre idée que « je pars en vacances ». Pensez-vous que vous allez passer de bonnes vacances ?

Vous trouvez cela absurde. C'est normal. Ça l'est.

Pour réussir un projet, vous devez avoir une idée de ce que vous voulez réaliser. Et plus le projet est complexe, plus vos idées devront être réfléchies et précises.



C'est tellement évident que le fait de le mentionner peut sembler inutile. Et pourtant, vendre sans avoir de projet précis à réaliser est la voie royale vers l'échec assuré.

De nombreuses raisons très différentes les unes des autres peuvent vous motiver à mettre en vente.

En voici quelques-unes tirées de mes expériences :

Pour se libérer de la charge de travail d'une villa devenue trop grande, et pour s'installer dans un appartement proche des commodités et transports.

Pour partir dans une région au climat plus clément et où la vie est moins chère.

Pour acheter une villa où vos enfants auront la place de jouer dans le jardin, car votre appartement est devenu trop petit.

Les projets sont aussi nombreux et différents qu'il existe de propriétaires.

Peu important les raisons personnelles qui vous poussent à vendre, le plus important est que vous ayez une raison. Et pour reprendre l'exemple stupide de partir en vacances sans destination, si vous ne savez pas pourquoi vous vendez, vous n'arriverez nulle part.

Et quel que soit votre projet, je vous conseille de suivre les étapes ci-dessous pour vous aider à aligner les différents facteurs :

- Envisagez plusieurs scénarios.
- Faites une liste des avantages et des inconvénients de chacun.
- Pesez le pour et le contre.
- Éliminez les scénarios qui présentent trop d'inconvénients.
- Redéfinissez le scénario idéal pour vous et détaillez-le un peu plus.

Vous aurez maintenant une bien meilleure idée de « Où est-ce que je veux aller ».

Une fois que vous avez décidé de l'objectif que vous désirez atteindre, vous pouvez maintenant détailler les étapes nécessaires pour y arriver.

Découpez le tout en actions simples. Organisez-les dans la séquence la plus fluide possible. Vous avez maintenant un objectif à atteindre et une série d'actions à mettre en œuvre les unes après les autres.

Alors, quel est votre projet ?



Se faire avoir par une estimation incorrecte

L'estimation immobilière n'est pas une science exacte.

Au contraire, il s'agit de l'art d'anticiper au mieux les réactions du marché face à votre bien, mis en vente à un moment donné. L'estimateur doit déterminer le prix maximal auquel votre appartement ou villa pourra se vendre dans un délai raisonnable.

Cette anticipation demande de maîtriser le marché local, vos attentes et les difficultés que rencontrent les potentiels acheteurs.

Le juste prix de tout bien se situe dans une zone d'équilibre entre :

- le prix auquel le propriétaire vendeur acceptera de céder son bien
- la somme maximale que l'acheteur sera prêt à investir pour son achat
- et le risque que la banque acceptera de prendre pour financer l'achat.

Cet équilibre n'est pas un chiffre au franc près. Il s'agit d'une fourchette. Dès que la valeur estimée sortira de cette fourchette, la vente ne sera pas idéale. Soit elle se fera avec un manque à gagner inacceptable si le prix estimé est trop bas ; soit, dans le cas d'un prix surévalué, la vente ne se fera pas parce que le prix est dissuasif.

À tout moment donné il existe un nombre fini de potentiels acheteurs pour votre bien. Empiriquement, je peux vous dire que si vous affichez un prix qui est supérieur de 20% au prix de marché, vous n'allez faire venir à vous aucun acheteur.

Si le prix affiché est supérieur de 10% au bon prix de marché, la probabilité d'attirer le bon acheteur est de 2.5%. Et en affichant un prix de 5% au-dessus du prix de marché, la probabilité de vente passe à 15%.

Prix affiché	% De potentiels acheteurs	
+ 20% du prix de marché	0%	
+ 10% du prix de marché	2.5%	<div></div>
+ 5% du prix de marché	15%	<div></div>
Au prix de marché	75%	<div></div>
-10% du prix de marché	90%	<div></div>
-20% du prix de marché	95%	<div></div>

En affichant le bon prix de marché, votre probabilité de vente monte à 75%. Et bien évidemment, si vous bradez votre bien, le nombre de potentiels acheteurs augmente rapidement.

Là où les choses se corsent vraiment, c'est lorsque l'estimateur détermine un prix en dehors de la zone d'équilibre, le bon prix de marché, dans un but très précis, et que le vendeur ne s'en rend pas compte.

Deux cas de figure existent :

1. L'estimateur n'a aucun intérêt à estimer correctement.

Cela se passe lorsque la rémunération du courtier estimateur ne dépend pas d'un résultat.



Par exemple, avec une vente au forfait. Quel que soit le montant de la vente, le courtier ou l'agence recevra la même rémunération. Cela fausse les calculs.

2. Le courtier estimateur qui va volontairement gonfler son estimation au-dessus du maximum possible.

Son but est d'écarter les concurrents en vous faisant miroiter monts et merveilles pour vous amener à signer son mandat.

Une estimation peut être optimiste. Elle doit l'être. Mais il existe une différence majeure entre être optimiste et être utopique. Gonfler l'estimation à l'hélium pour rouler le vendeur et lui faire signer un mandat, ce n'est pas être optimiste, c'est de l'arnaque.

Une estimation, ce n'est pas juste un chiffre sur un bout de papier. Ce sont vos espoirs, vos perspectives de futur sans difficultés financières, et vos calculs pour votre retraite. De cette estimation va dépendre tout un projet de vie.

Vous faire miroiter des gains impossibles dans le seul but d'obtenir un mandat est répréhensible. Ne vous faites pas avoir. Si c'est trop beau pour être vrai, c'est tout simplement que quelqu'un essaye de vous rouler.

Dans cette série, les 10 erreurs fatales, ne sont pas forcément classées par ordre d'importance. Celle-ci est en deuxième position, mais elle pourrait facilement remporter la médaille d'or, toutes catégories confondues.

Restez vigilant !



Se faire avoir par une estimation incorrecte

Pour aller plus loin

Sélection d'articles sur le sujet

Cliquez dessus pour y accéder directement



Comment calculer la valeur de mon bien immobilier ?



Peut-on faire confiance aux outils d'estimation immobilière en ligne ?



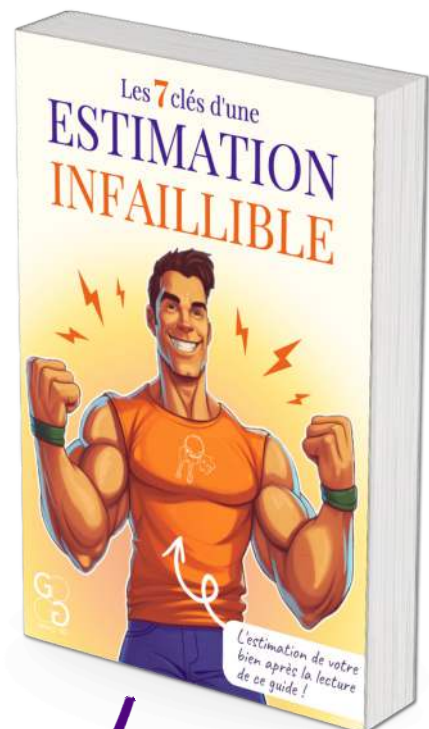
Les coulisses des estimations immobilières

Le guide sur l'estimation

Ce guide est là pour vous fournir des conseils avisés et des méthodes éprouvées pour comprendre comment estimer au mieux la valeur de votre bien. Tout en évitant les pièges courants.

En suivant ces conseils clés, vous serez en mesure d'obtenir une estimation précise et réaliste qui facilitera vos négociations. Et vous permettra de conclure votre transaction en toute sérénité.

Ne laissez pas passer cette opportunité de sécuriser et d'optimiser votre vente immobilière !



Je le télécharge !





Multiplier les mandats

75% des propriétaires que j'ai interrogés pensent que donner plusieurs mandats augmente leurs chances de bien vendre.

Peut-être que c'est aussi votre cas. Je vous poserai la question à la fin de cette chronique.

La croyance suivante, « donner de nombreux mandats pour la vente de mon bien augmentera les chances de trouver le bon acquéreur », vient du modèle d'affaire des agences immobilières d'avant Internet.

Jusqu'à la fin des années 1990, la personne qui cherchait à acheter un bien immobilier disposait des petites annonces, des vitrines et de son inscription sur une liste d'acheteurs dans plusieurs agences locales.

À cette époque, les agences possédaient physiquement des listes d'acheteurs. Le propriétaire vendeur avait tout intérêt à donner plusieurs mandats à différentes agences pour augmenter ses chances de tomber sur le bon acquéreur.

Aujourd'hui, toutes les entreprises qui s'occupent de courtage immobilier travaillent sur le même fichier. Comment est-ce possible, me direz-vous ?



C'est bien simple. Lorsqu'un propriétaire confie la vente de son bien à un courtier, il va prendre des photos, rédiger un texte d'annonce et publier celle-ci sur les principaux portails immobiliers tels qu'immobilier.ch, Acheter-Louer, Homegate, etc.

À partir de ces annonces, de potentiels acheteurs vont contacter l'agence chargée de la vente. Une seule annonce peut générer 20, 30 ou 40 demandes de dossiers. De tout cela, dans le meilleur des cas, une seule vente sera réalisée.

Les adresses e-mail des autres « acheteurs » deviennent le « fichier clients ». Mais le problème est que ces acheteurs font les mêmes démarches de recherche et de renseignement avec tous les biens similaires dans la région.

Les coordonnées de ces acheteurs se retrouvent dans les bases de données de toutes les agences du coin. Qui vont toutes clamer haut et fort avoir un fichier d'acheteurs de x milliers de gens !

Mais c'est le même fichier que celui de l'agence d'à côté.

Désolé de casser un mythe. Je sais que je ne vais pas me faire d'amis dans la profession en révélant ce secret de polichinelle. Mon intention ici est de transmettre une information en toute transparence, pour vous aider à réussir votre projet immobilier.

Le fait de donner plusieurs mandats à plusieurs agences va diminuer vos chances de vendre au meilleur prix du marché. Cela semble contre-intuitif, pourtant cela se vérifie encore et encore.

Voici l'explication : admettons qu'à tout moment donné il existe trois potentiels acheteurs pour votre bien. Si vous donnez trois mandats différents, les trois acheteurs seront répartis entre ces trois agences.

Dès que l'un de ces trois acheteurs fera une offre, l'agence devra vous persuader que vous devriez l'accepter. Ces acheteurs ne seront jamais mis en compétition. Cela empêche de faire monter les enchères en utilisant des techniques de négociation propres à mon métier.

Vous finirez par vendre avec un sérieux manque à gagner. Ce qui est à l'opposé de votre désir.

Le même phénomène se passe si l'agence que vous avez mandatée est rémunérée par un forfait fixe, quel que soit le montant de la vente. La première offre doit être la bonne.

À quoi bon se fatiguer pour en obtenir plus. Au contraire, si un nouvel acquéreur se présente, l'agence à « zéro commission » a tout intérêt à le rediriger vers une autre affaire.

Et pire encore, si l'agence est rémunérée par les acheteurs. Vous vous doutez bien que ce sont les intérêts des acheteurs que les agences défendront.

Le vrai professionnel rémunéré à la réussite par un pourcentage motivant vous proposera toujours un mandat exclusif. Le courtier qui ne peut compter que sur la chance pour faire une vente vous proposera un mandat simple.

Et si vous remarquez que vous avez fait un mauvais choix, vous pouvez annuler le mandat. C'est la loi. L'article 404 du Code des obligations dit : « Le mandat peut être révoqué ou répudié en tout temps ».

Et maintenant, pensez-vous qu'il soit judicieux de multiplier les mandats ?

Multiplier les mandats **Pour aller plus loin**

Sélection d'articles sur le sujet

Cliquez dessus pour y accéder directement



Le mandat que vous devez choisir pour réussir votre vente immobilière



Le mandat exclusif : une expérience édifiante

Nos modèles à télécharger

Cliquez dessus pour y accéder directement

Modèles de mandats de vente

Format Word modifiable



- Simple
- Semi-exclusif
- Exclusif

Modèles de lettre de résiliation de mandat

Format Word modifiable





Ne pas y consacrer l'attention et le savoir-faire nécessaires

La vente immobilière pourrait se résumer par « la mise en relation d'un acheteur avec un vendeur ». Tout comme dans un dictionnaire pour les 6 à 9 ans, le métier de chirurgien pourrait se résumer à « quelqu'un qui répare des corps ».

Mais vous vous en doutez, cette simplification extrême cache des réalités nettement plus complexes.

Tout propriétaire peut vendre par lui-même.

Pour ce faire, il devra a minima :

- estimer la valeur objectivement
- prendre des photos au bon format, avec la bonne exposition
- préparer les textes des annonces
- publier les annonces sur les portails immobiliers
- préparer les documents à remettre aux potentiels acheteurs
- gérer rapidement toutes les demandes d'informations
- répondre aux questions préliminaires des gens
- vérifier les qualifications financières des acheteurs
- diriger les visites en disant les bonnes choses au bon moment,
- obtenir des offres
- rester zen
- maintenir le dialogue pendant la négociation
- mettre plusieurs acheteurs en concurrence
- aider les acheteurs à obtenir leur financement ;
- et organiser la relation avec le notaire
- faire préparer le projet d'acte de vente

Encore faut-il en avoir l'envie, temps et les ressources.

C'est une erreur fatale de se lancer dans la vente de son bien sans disposer du temps et des ressources nécessaires.

D'où la conclusion des propriétaires qui me confient le mandat de vente pour leur bien : à chacun son métier.

En faisant appel à un professionnel qualifié et compétent, vous vous achetez de la tranquillité. Un pro va vous aider à diminuer votre stress et vos incertitudes.

Il va entreprendre toutes les actions listées ci-dessus à la perfection. Et en plus, le bon courtier va défendre vos intérêts.

Les agences, contrairement aux particuliers, ont accès à tous les portails immobiliers. C'est essentiel de prévenir tous les potentiels acheteurs que votre objet est disponible sur le marché. D'où l'importance d'être présent partout.

Mais comprenons-nous bien : ne pas y consacrer le savoir-faire nécessaire est aussi une erreur que beaucoup de courtiers en immobilier peuvent commettre. Je peux même vous dire qu'il vaut mieux vendre seul que mal accompagné !

Le prochain chapitre est d'ailleurs consacré au choix du bon professionnel.

Mettre en vente pour tester le marché est une autre erreur. Certains propriétaires mettent en vente avec une annonce succincte, quelques photos prises avec leur téléphone et un prix qui ne repose pas sur une analyse complète du marché. Leur idée est de voir comment les acheteurs vont réagir.

Écrire dans le titre de l'annonce « Je veux griller mon bien » reviendrait au même.

Il est vital de bien faire les choses dès le départ.

L'analyse pointue de votre bien immobilier, une bonne préparation et une stratégie marketing intelligente combinées à votre projet de vie vont mettre toutes les chances de votre côté pour bien réussir la vente.

Ne pas y consacrer le temps et le savoir-faire nécessaires risque de vous faire perdre beaucoup d'argent.

Disposez-vous du temps, des ressources et de l'envie nécessaire pour vendre votre bien ?





Travailler avec un courtier incompétent

Là, pas de doute, l'erreur est évidente. Confier votre patrimoine et vos projets à une personne incompétente est bien évidemment une grosse erreur. Mais le problème auquel vous serez confronté est de déterminer, avant de la mandater, si cette personne est apte à défendre vos intérêts.

Car, je le rappelle, la mission primordiale du courtier en immobilier est de défendre vos intérêts.

La première question que vous devriez vous poser est alors : "Est-ce que cette personne travaille dans une entreprise sans conflits d'intérêts avec les miens ?"

Je dis souvent, sur le ton de l'humour, qu'il existe un test simplissime pour déterminer s'il existe un conflit d'intérêts. Le voici : si vous devez vous poser la question de savoir s'il existe un conflit d'intérêts, vous pouvez être certain qu'il y en a un. Et en y regardant de plus près, ce n'est peut-être pas si humoristique que cela.

Les courtiers en immobilier travaillant pour des entreprises vendant d'autres produits, tels que des hypothèques ou des assurances, sont en conflit avec la simple défense de vos intérêts. Si, en plus de la vente, ils ont un intérêt dans le financement du bien, ils devront aussi défendre les intérêts des acheteurs, ce qui est incompatible avec la défense des vôtres.

La catégorie suivante à éliminer concerne les courtiers qui n'ont pas d'intérêts communs avec les vôtres. Il s'agit des agences au forfait ou prétendument à "zéro commission". Si le montant de la commission est fixe, l'agence n'a aucune incitation à faire monter les enchères. Ce type d'agence aura tendance à se mettre du côté des acheteurs, pour ainsi conclure la vente plus rapidement. Ce qui leur permet justement de brader leurs services.

Viennent ensuite les courtiers rémunérés par les acheteurs. Là, c'est encore plus évident, ils sont là pour travailler contre vous puisqu'ils sont rémunérés par les acheteurs. Vous pouvez donc éliminer d'emblée ces courtiers.

Une fois les charlots écartés, concentrez-vous sur les professionnels qui :

- Connaissent votre région,
- Ont réussi de nombreuses ventes d'objets similaires
- Disposent d'une solide expérience et d'une bonne formation
- Sont capables d'estimer votre bien à sa juste valeur.

La personne à qui vous allez confier la vente de votre bien doit être d'une éthique et d'une confiance irréprochable. Mais comment savoir à l'avance si vous pouvez faire confiance à cette personne ?

L'un des problèmes de la profession de courtier en immobilier est son absence de réglementation stricte. N'importe qui peut s'autoproclamer "courtier" ou mieux encore "expert en immobilier" et se lancer dans le métier.

Des formations existent, mais elles ne sont pas obligatoires. Le seul titre protégé par la loi est celui de "Courtier en immeubles avec Brevet fédéral". En Suisse romande, en moyenne, moins de 10 personnes par an réussissent les examens. Alors, comment faire pour choisir la bonne personne ?

La solution passe par le fait de poser des questions :

- Comment arrivez-vous à cette estimation ?
- Quelles formations avez-vous suivies ?
- Montrez-moi les 10 dernières ventes que vous avez réussies.
- Est-ce que cette servitude impacte le prix de vente ?
- Donnez-moi une idée de l'impôt sur les gains immobilier que je vais devoir payer ?
- Comment allez-vous défendre mes intérêts ?
- Si les acheteurs vous demandent si le prix est négociable, que leur répondez-vous ?
- Quel type de mandat proposez-vous ? Pourquoi ?
- Comment sélectionnez-vous les bons acheteurs ?
- Etc.



Vous ne devez pas maîtriser toutes les réponses à ces questions. Mais je vous encourage à en sélectionner quelques-unes. Effectuez des recherches. Vous serez alors en mesure de vérifier les réponses des professionnels sélectionnés.

Recevez-vous une réponse claire et précise ou est-ce que la personne essaye de vous enrober dans un écran de fumée et de fausse sympathie ?

Le choix du courtier est primordial pour la réussite de votre vente. Prenez le temps pour choisir la bonne personne à qui vous allez confier la vente de votre patrimoine.

Choisissez judicieusement !



Travailler avec un courtier incompetent

Pour aller plus loin

Sélection d'articles sur le sujet

Cliquez dessus pour y accéder directement



15 conseils pour choisir la bonne agence immobilière



Les caractéristiques du bon courtier en immobilier



Les 9 services indispensables d'une bonne agence immobilière

DOIS-JE FAIRE CONFIANCE À CE COURTIER ? **Le QUIZ !**

MÊME DANS LA JUNGLE DE L'IMMOBILIER,
TROUVEZ LE COURTIER DE CONFIANCE !

Avec notre quiz, découvrez si votre agent
immobilier est un partenaire fiable ou
un prédateur rusé.

Je fais le quiz !





L'absence d'une bonne mise en valeur

L'expression « mettre en valeur » peut être définie de la manière suivante : « Rendre visibles les points forts de quelqu'un ou de quelque chose ; présenter sous un jour favorable ».

La majorité des actions nécessaires pour mettre un bien immobilier en valeur peuvent sembler très simples. Mais le diable se cache dans les détails.

Quelle est la bonne hauteur pour prendre les photos ? Dois-je utiliser un grand-angle ? Comment photographier pour montrer clairement l'intérieur et l'extérieur sur la même photo ? Comment fournir des plans faciles à lire ? Comment réaliser une visite virtuelle ? Comment accéder à tous les portails immobiliers de Suisse et à l'international ?

La mise en valeur est également une spécialité de marketing. Quel est le profil des potentiels acheteurs pour mon bien ? Quels sont les arguments auxquels ils seront sensibles ?

Même la manière de diriger la visite fait partie de la mise en valeur. Les 90 premières secondes sont déterminantes pour la prise de décision des acheteurs.

Si votre bien provoque un effet « Whaaaa », il faut le provoquer dans les premières 90 secondes de la visite.

Tous ces éléments font partie de la mise en valeur d'un bien immobilier. Et si tous ces facteurs ne sont pas correctement alignés les uns avec les autres, le résultat ne sera pas optimal. Et ne vous y trompez pas, je veux bien dire par « pas optimal » que vous allez perdre de l'argent.

Certaines personnes pensent que mettre en valeur consiste à truquer les chiffres, comme d'annoncer une surface habitable plus importante que la véritable surface. Je ne préconise pas du tout cette technique. Les acheteurs s'en rendront compte à un moment ou à un autre et cela peut donner lieu à des négociations très désagréables et à de grosses déceptions.

L'élément clé d'une vente immobilière réussie est la confiance. Toute la mise en valeur du bien, les documents fournis, les réponses données, doivent permettre de renforcer la confiance.

Le fait de fournir des plans avec un tableau des surfaces renforce la confiance. Noter « vue lac » alors que vous devez vous mettre sur la pointe des pieds dans le coin droit du balcon pour entrapercevoir le lac entre deux toitures, n'est pas de la mise en valeur.

Un autre élément de mise en valeur est la préparation du bien avant sa mise en vente. Des petites réparations, refaire les joints des salles de bains, réparer la porte qui frotte par terre et nettoyer à fond sont des actions élémentaires.

Vient ensuite la dépersonnalisation de votre bien. Retirer les photos de famille, des éléments de décoration très typés ou d'autres éléments trop personnels fait partie de la mise en valeur.



Un exercice à faire est d'adopter le point de vue de personnes qui ne sont jamais entrées chez vous. Est-ce que votre regard reste accroché sur certaines choses ? Si c'est le cas, vous devriez faire quelque chose pour améliorer la mise en valeur de votre bien.

Un autre cas de figure est l'objet à rénover. Le gros de la valeur ne réside pas dans l'objet actuel, mais plutôt dans ce qui pourrait y être fait. Nous parlons alors de « potentiel ». Ce potentiel doit être correctement communiqué et mis en valeur. Dans ce cas, une simulation virtuelle « après rénovation » sera très efficace.

Une expression a fait son apparition dans le domaine de l'immobilier ces dernières années : le « home staging ». Anglicisme par excellence, home staging pourrait se traduire par « valorisation immobilière », même si la traduction littérale est « mise en scène ». Il s'agit de préparer son bien immobilier au mieux afin de réussir la vente

dans les meilleures conditions possibles. L'animateur de radio et de télévision française Stéphane Plaza y fait très souvent référence.

Mais comme toute bonne chose, il ne faut pas en abuser. En Suisse, nous sommes habitués à des critères de qualité très élevés. Mieux vaut présenter les choses telles qu'elles sont et calculer le prix de vente correctement en tenant compte de la vétusté de l'objet. Camoufler des défauts n'est pas de la mise en valeur.

Ne pas entreprendre toutes les actions de mise en valeur va nuire à votre vente. Ce sont tous ces petits détails, mis bout à bout, correctement, qui font qu'un bien est présenté sous son meilleur jour.

Chaque détail compte : valorisez, soyez authentique et vendez avec succès !



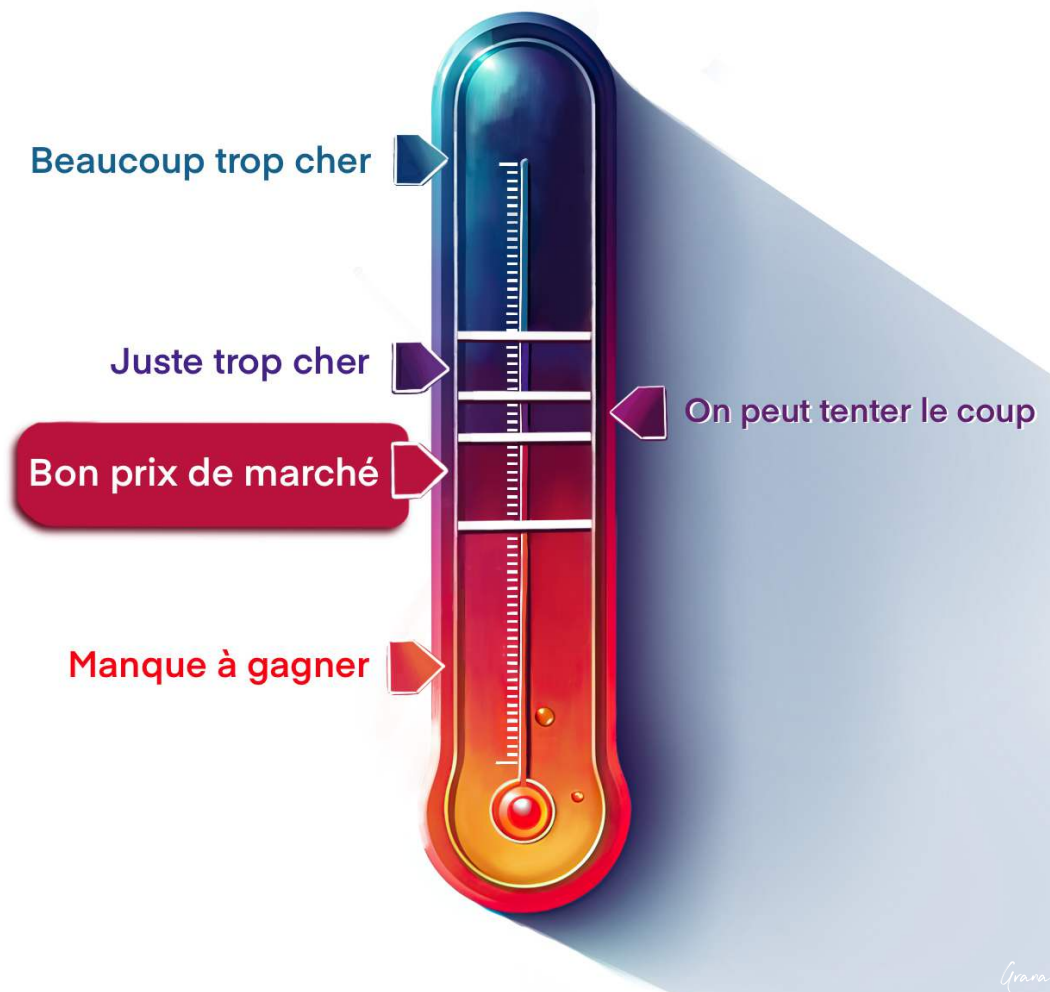
Ne pas afficher le bon prix de marché dès le départ

Vous pourriez penser que pour vendre au meilleur prix il faut afficher le prix le plus élevé possible. Ce raisonnement peut être juste.

À condition d'être en mesure de déterminer de manière neutre et impartiale quel est le prix le plus élevé possible auquel un bien pourra se vendre.

Cependant, le propriétaire d'un bien est rarement en mesure de faire preuve d'objectivité au sujet de sa valeur. C'est un problème que j'ai abordé dans le Journal de l'Immobilier n° 83 du 28 juin 2023, sous le titre « L'un des pièges de la pensée en matière d'estimation ».

Dans les grandes lignes, nous accordons inconsciemment plus de valeur à ce que nous possédons qu'à ce que nous ne possédons pas.



Donc le fait d'être propriétaire d'une villa ou d'un appartement fait que, sans même vous en rendre compte, vous allez y attribuer une valeur plus importante.

Et toujours dans la même catégorie de raisonnement, certaines personnes pensent qu'elles méritent une prime pour accepter de se défaire d'une possession.

C'est le problème de la valeur sentimentale. Une manière d'atténuer ce défaut de raisonnement est de vous poser la question suivante : « Si je ne possédais pas ce bien, à quel prix serais-je désireux de l'acheter ? ».

Une autre solution est de comprendre ce qui se passe lorsqu'un bien est proposé bien au-delà de sa valeur de marché. C'est très simple, les acheteurs vont rester à l'écart.

- Si le prix est vraiment trop élevé, vous n'aurez pas de visite.
- Si le prix est un peu trop élevé, vous aurez des visites mais pas d'offres.
- Si le prix est juste, vous aurez des visites et des offres.

Et bien entendu, si le prix est trop bas, de nombreux acheteurs feront des offres au prix sans la moindre tentative de négociation. Et là, vous devrez augmenter le prix, ce qui n'est pas génial non plus.

Mais pourquoi ne pas simplement baisser le prix petit à petit jusqu'à ce que les acheteurs affluent, me demanderez-vous.

Parce que vous allez griller votre bien.

Le phénomène est le suivant : les acheteurs recherchent un type de bien en particulier, avec un certain nombre de pièces, d'une surface entre tant et tant, dans un budget défini, et dans une zone géographique précise.

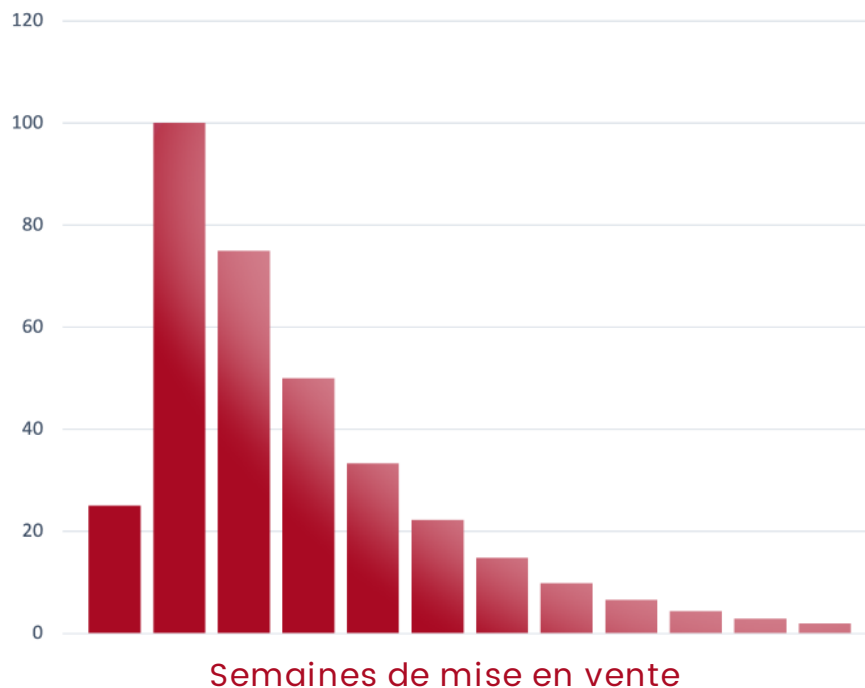
Ils consultent les annonces de ventes immobilières sur les portails et reçoivent des alertes automatiques à chaque fois qu'un nouveau bien correspondant à leurs critères est mis sur le marché.

Lorsqu'un bien reste trop longtemps en ligne, les acheteurs le remarquent. Cela génère de la méfiance. Si ce bien ne se vend pas, c'est qu'il doit avoir de gros défauts.

Et par la suite, lorsque vous devrez baisser le prix pour avoir une chance de vendre, les potentiels acheteurs le verront.

Cela ouvrira la porte à des négociations agressives. Et c'est là que vous devrez brader votre bien, alors que vous vouliez faire exactement le contraire en affichant un prix trop élevé.

Nombre d'acheteurs



Dans le domaine de la vente immobilière, le temps joue contre vous. Pour illustrer cela, voici un graphique qui met en relation le nombre de potentiels acheteurs avec le temps durant lequel votre bien est présenté à la vente :

Comme vous pouvez le voir, tout se joue dans les premières semaines de la commercialisation. C'est un autre effet d'Internet.

La solution réside dans le fait d'afficher un prix explicable dès le départ. Un bon estimateur tiendra compte d'une longue liste de facteurs et de critères, de la situation économique, de son expérience dans la région, etc.

Plusieurs méthodes d'estimation doivent être recoupées. Des hypothèses sont posées. Seules les plus plausibles sont retenues et développées.

Et vous, votre projet et votre situation doivent être pris en compte. Ce n'est qu'en mettant tous ces éléments ensemble qu'une vente peut être bien réussie.

Et vous, quelle est l'estimation de la valeur de votre bien ?



Être trop émotionnel

Une erreur courante dans la vente immobilière est d'être trop émotif. Les émotions font vendre, me direz-vous. C'est vrai. Mais c'est chez les acheteurs que doivent naître les émotions.

Pour bien réussir votre vente immobilière, vous allez devoir prendre un peu de recul. Un attachement trop personnel au bien que vous désirez vendre risque de vous empêcher d'en estimer la valeur objectivement.

Les bons souvenirs ainsi que le temps et les efforts que vous avez investis dans votre logement peuvent vous amener à en donner une valeur plus élevée.



Au contraire, des souvenirs pénibles peuvent vous pousser à le sous-estimer.

Étant émotionnellement attaché à votre propriété, vous pourriez vous montrer moins enclin à négocier le prix ou d'autres conditions de vente avec les acheteurs potentiels. Cela peut dissuader les acheteurs et empêcher de parvenir à un accord mutuellement avantageux.

Il n'est pas rare que de potentiels acheteurs critiquent le bien qu'ils visitent. Cela peut être vraiment blessant pour vous. De votre point de vue, ce n'est pas l'objet

qu'ils critiquent, mais votre manière de vivre. Là aussi, le courtier professionnel va pouvoir vous apporter une plus-value lors des visites, car il ou elle fera « tampon » entre les acheteurs et vous-même. En tant que courtier, je sais que les critiques sont des manières détournées de dire : « Le bien m'intéresse ».

Une autre difficulté qui peut être attribuée à un attachement émotionnel trop important concerne la mise en scène.

Vous pourriez être réticent à dépersonnaliser les espaces ou à apporter des changements qui rendraient la propriété plus attrayante pour les acheteurs potentiels. Ici, à nouveau, la solution réside dans le fait de recevoir et d'accepter les conseils du pro pour vous aider à vendre aux meilleures conditions.

Certains propriétaires pensent que si les acheteurs ont un coup de cœur, ils achèteront en dépit du prix trop élevé et des imperfections de l'objet.

Le coup de cœur est un élément favorisant la vente. Cela ne fait pas le moindre doute. Et vous devez mettre toutes les chances de votre côté pour provoquer ce fameux coup de cœur. Mais cette notion varie en fonction du point de vue. Les acheteurs qui recherchent un logement ont un coup de cœur lorsque le bien, ses caractéristiques, sa localisation et son prix correspondent à leurs critères de recherche. Et dans certains cas, un « plus » inattendu provoque le déclic.

Il est intéressant de préciser ici que les banques n'ont pas de cœur. Elles ne prêteront l'argent aux acheteurs que si elles sont certaines de récupérer leur mise en cas de vente forcée. C'est une réalité économique qui doit être prise en compte dans l'estimation de la valeur de marché.

Un autre moment où les émotions personnelles peuvent altérer votre jugement, est lors de la négociation. Une vente doit pouvoir être traitée de manière calme et détendue tout en maintenant le dialogue. Pouvoir en discuter avec une oreille attentive et bien intentionnée vous aidera à atténuer vos émotions.

L'une des solutions pour amoindrir un attachement personnel trop important est de vous focaliser sur le projet que vous voulez réaliser en vendant votre bien. L'autre solution est de mandater un courtier compétent pour vous soutenir dans cette épreuve.

En faisant appel à un agent immobilier, vous pourrez bénéficier d'une perspective extérieure et d'un soutien professionnel pour vous aider à prendre des décisions objectives.

Et ainsi mener à bien la vente de manière plus efficace.



Essayer de vendre aux mauvais acheteurs

Un bon nombre de propriétaires avec qui je travaille me demandent de trouver des acheteurs sympathiques. Je m'efforce bien entendu d'œuvrer en ce sens. Mais est-ce un bon critère de sélection ?

Pour déterminer ce qu'est un « bon » acheteur, regardons en premier lieu quelles sont les caractéristiques du « mauvais » acheteur.

Le premier point est la solvabilité. Le mauvais acheteur ne disposera pas des fonds propres et des revenus suffisants pour l'achat de votre bien.

Vient ensuite une série de caractéristiques plus ou moins importantes telles que : une négociation excessive, des exigences déraisonnables, des changements ou désistements de dernière minute, etc.

Mais revenons sur le point principal. La surface financière. Pour acquérir votre bien, l'acheteur doit disposer des fonds propres et des revenus adéquats.

Les banques exigent actuellement un minimum de 20% de fonds propres, dont 10% peuvent provenir du deuxième pilier. Les 10% restants doivent être du cash. Les charges liées au bien immobilier ne doivent pas dépasser un tiers des revenus des acheteurs.

C'est-à-dire que les intérêts de la dette calculés avec un intérêt théorique, généralement de 5%, plus l'amortissement d'une partie de la dette, à savoir l'hypothèque en deuxième rang, généralement 15%, doivent être remboursés en 15 ans, ou au plus tard à l'âge de la retraite.

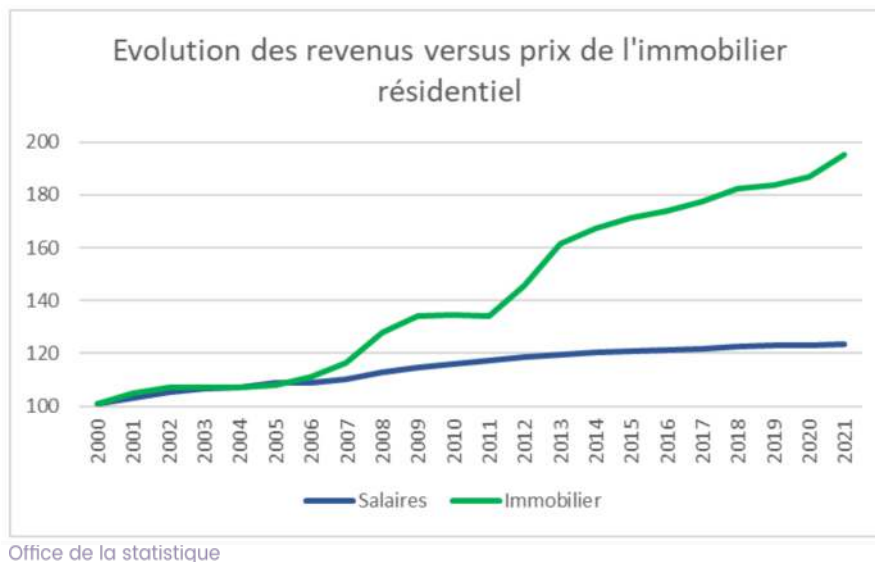
À cela s'ajoutent les frais d'entretien du bien, généralement estimés à 1% de sa valeur.

L'addition de tous ces éléments, intérêts, amortissement et frais d'entretien, ne doit pas être supérieure au tiers des revenus.

Voici un exemple : pour pouvoir acheter un bien à CHF 1'500'000.-, les acheteurs doivent disposer de CHF 300'000.- de fonds propres, auxquels il faut encore ajouter +/- CHF 75'000.- de frais d'achat (frais de notaire), et de CHF 264'000.- de revenus annuels, soit plus ou moins CHF 22'000.- de revenus mensuels.

Pour les couples, deux fois onze mille francs de salaire mensuel ça joue aussi. Mais inutile de préciser que seule une petite partie de la population dispose de tels revenus. On comprend mieux pourquoi la Suisse est un pays de locataires.

Et ce n'est pas tout. Voici un graphique qui met en relation l'évolution des prix de l'immobilier sur les 20 dernières années avec l'évolution des salaires sur la même période :



Il n'est pas nécessaire d'avoir un Master en sciences économiques pour analyser ce graphique.

Depuis 2006, les prix de l'immobilier ont évolué à la hausse beaucoup plus vite que les salaires. Il y a donc de moins en moins de personnes qui disposent des revenus nécessaires pour devenir propriétaires en Suisse.

Cela ne veut pas dire que vous allez devoir brader votre bien pour le vendre. Mais cela signifie que le bon acheteur est la personne qui dispose du pouvoir d'achat pour votre propriété.

Il est donc vital, pour la réussite de la vente, de comprendre les calculs indiqués plus haut et d'oser demander aux potentiels acheteurs quel est le montant de fonds propres dont ils disposent et quels sont les revenus qu'ils génèrent.

Il est tout aussi vital d'entreprendre toutes les actions nécessaires afin d'attirer l'attention de cet acheteur vers votre bien. Ce qui est l'objet du dernier chapitre de ce guide.

Et vous, quel est votre avis : à partir du moment où l'acheteur a démontré sa capacité financière, est-il encore important qu'il soit sympathique ?



Ne pas utiliser la bonne stratégie marketing



Le marketing est un ensemble de moyens pour faire connaître un produit à des consommateurs afin de leur donner l'envie de l'acheter.

L'une des notions de base du marketing est les 4P, pour Produit, Prix, Promotion (Communication) et Placement (Distribution).

Le produit, c'est votre bien immobilier.

Le prix résulte d'une analyse approfondie incluant votre projet de vie.

La promotion comprend l'ensemble des moyens mis en œuvre pour faire connaître votre produit aux acheteurs. Et la distribution concerne les points de vente. Dans l'immobilier, le produit étant immobile, le point de vente sera chez vous, incluant votre projet de vie.

Les 4P doivent être harmonieusement réglés les uns avec les autres. Présenter un bien de luxe à Bougy-Villars au prix d'un deux-pièces à rénover à Sainte-Croix ne va pas générer de la confiance.

Tout comme présenter un deux-pièces à rénover dans un magazine de biens de luxe ne va pas non plus créer l'effet désiré.

Tout comme présenter un deux-pièces à rénover dans un magazine de biens de luxe ne va pas non plus créer l'effet désiré.

Je grossis le trait avec ces deux exemples, car les réglages entre les 4P peuvent être assez fins et demandent une réelle expertise pour augmenter les chances de réussite de l'opération de vente.

Cela ne se fait pas au petit bonheur la chance. La stratégie marketing fait partie intégrante de la réussite de votre projet.

Et comme notre entreprise est une histoire de famille, c'est ma chère et tendre épouse, avec son Master en marketing, qui m'a enseigné une autre notion clé.

La matrice SWOT.

Il s'agit d'un acronyme formé des premières lettres des mots anglais Strengths (Forces), Weaknesses (Faiblesses), Opportunities (Opportunités) et Threats (Menaces). Regardons ensemble comment, chez IMMO 4G, nous appliquons ce principe à votre bien.



Les deux premiers éléments, les forces et les faiblesses, sont propres à votre maison ou appartement. Il s'agit de facteurs internes tels que l'orientation, la vue, l'état général du bien résultant de sa date de construction et des rénovations, le type de chauffage, les performances énergétiques, etc.

Les forces et faiblesses sont des facteurs sur lesquels vous pouvez avoir un contrôle.

Par exemple, de nombreux propriétaires ont fait installer des panneaux solaires et une pompe à chaleur dans leur villa ces dernières années.

Les deux derniers éléments de cette analyse, les opportunités et les menaces, sont des facteurs externes. Tels qu'une construction planifiée en face de chez vous, une guerre dans un pays proche ou encore les taux d'intérêt hypothécaires.

Même si vous mangez fréquemment avec le président de la BNS, il vous sera difficile, voire impossible, d'avoir une réelle maîtrise des facteurs externes que sont les opportunités et les menaces. Il s'agit d'éléments qui sont là et dont nous devons tenir compte dans la stratégie marketing.

Une analyse de ces différents éléments concernant votre bien est vitale. Les forces augmentent la valeur de votre bien. Cela doit être mis en avant dans les communications. Les faiblesses doivent être connues, et les parades doivent être anticipées afin de fournir les informations rassurantes aux potentiels acheteurs au bon moment.

Si par exemple votre cuisine n'est plus au goût du jour, la parade serait d'obtenir un devis pour une nouvelle cuisine tout en démontrant que le prix de vente affiché tient compte de cette faiblesse.

Et personnellement, je vais transformer cette « faiblesse » en une force en mettant en avant que les acheteurs pourront choisir leur cuisine selon leurs envies.

Si votre villa convient à une famille avec deux ou trois enfants, le message publicitaire doit inclure cet élément. Mais si votre propriété dispose de droits à bâtir conséquents, la stratégie marketing sera totalement différente et devra attirer des promoteurs par des moyens de communication qui leur sont appropriés.

Mettre sur pied une stratégie marketing cohérente, basée sur des analyses fines et pointues de ces quatre points (force, faiblesse, opportunités et menaces), est une étape cruciale pour la réussite de votre vente immobilière.

Négliger cette étape pourrait se traduire par un sérieux manque à gagner, voire un échec cuisant.

Vous aimeriez établir une stratégie marketing gagnante pour optimiser vos profits ?
J'en discute très volontiers avec vous.

**Je prends contact
par message !**

Ou au 021 565 68 74





Conclusion

Voilà le top 10 des plus grosses erreurs que l'on puisse commettre lors d'une vente immobilière. Si l'une d'entre elles est présente, votre vente ne sera pas optimale. Si plusieurs de ces erreurs sont combinées, vous allez à coup sûr perdre du temps et de l'argent. Et si vous combinez une majorité de ces erreurs, votre vente sera tout simplement impossible.

J'ai une proposition :

Si vous êtes propriétaire dans le canton de Vaud et que vous avez l'intention de vendre votre bien d'ici les deux prochaines années, appelez-moi dès aujourd'hui pour prendre un rendez-vous.

Je vous propose une consultation gratuite, incluant une estimation de la valeur de votre bien ainsi qu'une analyse d'autres estimations que vous auriez déjà fait faire.

Ma consultation inclut une analyse des 4P pour votre bien, ainsi qu'une analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces de votre projet.

Je vais vous aider à mettre toutes les informations à plat afin de les agencer au mieux les unes avec les autres. Le but étant de réussir au mieux la vente de votre bien, aux meilleures conditions du marché.

Plongez dans "Limpide"

La newsletter qui éclaire l'horizon des vendeurs !

Profitez de conseils clairs, d'accès anticipé à nos contenus et de ressources précieuses :

AU PROGRAMME

💧 Un océan d'informations pour les propriétaires vendeurs :

"Limpide" est une newsletter mensuelle qui vous accompagne tout au long de votre parcours de vente, avec des conseils et des ressources clairs et pratiques pour maximiser vos chances de réussite.

💡 Accès exclusif à des ressources cristallines :

En vous abonnant, bénéficiez de ressources uniques et précieuses, telles que des guides, des études de cas, des astuces et des outils pour vous aider à naviguer dans le monde complexe de la vente immobilière sans être noyé.

🏆 Soyez les premiers informés de nos nouveautés :

En tant qu'abonné à notre newsletter, profitez d'un accès en avant-première à nos nouveaux contenus, tels que des articles, vidéos, webinaires, et bien d'autres formats. Restez à la pointe de l'information et découvrez les dernières stratégies de vente immobilière, pour une expérience de vente aussi limpide que possible.



JE M'ABONNE



immo 4G