

M3 REAL ESTATE MISE SUR *FLAT*

CHARLOTTE HENRY, MARKETING & COMMUNICATION MANAGER

PROPOS RECUEILLIS PAR
VICTORIA MARCHAND

M3 REAL ESTATE INNOVE EN PUBLIANT UN MAGAZINE. L'EX-RÉGIE CGI IMMOBILIER, RACHETÉE PAR ABDALLAH CHATILLA, N'A CESSÉ DEPUIS SON REBRANDING D'INNOVER DANS SA COMMUNICATION. APRÈS LES LUNETTES 3D, VOICI QUE LE PAPIER EST LE NOUVEL OUTIL MARKETING DE CE GROUPE SPÉCIALISÉ DANS L'IMMOBILIER GENEVOIS. CHARLOTTE HENRY, RESPONSABLE MARKETING ET COMMUNICATION, NOUS EXPLIQUE POURQUOI...

DEPUIS LE 8 NOVEMBRE DERNIER, M3 REAL ESTATE A LANCÉ *FLAT*. POUVEZ-VOUS NOUS PARLER DE CE TITRE ?

Il ne s'agit pas d'un catalogue sur nos biens en portefeuille, mais bien d'un magazine consacré au design et à la décoration d'intérieur. Il traite de toutes les facettes de l'habitat : des idées d'aménagement aux rencontres avec des créateurs et des experts en immobilier, avec visites d'appartements et de maisons en passant par les bonnes adresses de la région. Le concept éditorial a pour ambition de permettre au public romand de trouver des inspirations pour décorer autant son habitat privé que professionnel. Et bien sûr de proposer des analyses d'experts immobiliers.

QUEL SERA LE TIRAGE ET LA DIFFUSION DE CE TITRE ?

Le premier numéro a été tiré à 20000 exemplaires. Il a été envoyé à toute notre base de données (locataires, propriétaires, investisseurs, partenaires, etc.), soit 15000 personnes. Les exemplaires restants ont été distribués lors de notre opération de street marketing organisée le 10 novembre à la gare de Genève et sont actuellement vendus en kiosque. *FLAT* est un trimestriel de 84 pages.

POURQUOI AVOIR OPTÉ POUR LE PRINT ALORS QUE LA TENDANCE EST AU DIGITAL ?

Notre problématique de marché est la suivante : les locataires ne choisissent pas leur régie ; ils saisissent surtout les opportunités. Aujourd'hui les régies ne véhiculent pas forcément une bonne image – à tort parfois – mais c'est un fait, dû au marché et à la difficulté de se loger. Par l'envoi de ce magazine et d'autres projets en cours, nous cherchons justement à humaniser notre relation avec nos clients et à optimiser notre proximité. Nous voulons leur montrer une nouvelle fois qu'ils sont véritablement importants pour nous.

VOUS AVEZ MANDATÉ L'AGENCE LARGENETWORK POUR LA RÉALISATION DU CONTENU ET DE LA MISE EN PAGE. *FLAT* EST RÉSOLUMENT UN PRODUIT TENDANCE.

À QUI VOUS ADRESSEZ-VOUS ?

Bien que le contenu et la distribution visent un public très large, il est vrai que nous cherchons à toucher un public d'urbains, sensibles aux belles choses et s'intéressant à l'immobilier comme produit de placement. Ce magazine nous permet de mettre en avant, au fil des éditions, nos valeurs, nos centres d'intérêt. Nous misons sur le contenu pour marquer notre différence.

COMMENT PEUT-ON INNOVER DANS VOTRE SECTEUR ?

Après une période de surchauffe, le marché immobilier doit se réinventer afin de satisfaire des détenteurs de biens et trouver de nouveaux acquéreurs. En tant que conseillers, notre rôle est plus que jamais décisif. Nous devons trouver des solutions innovantes afin de relancer un marché qui est devenu frileux.



Nous le faisons notamment par la visualisation de biens au travers de lunettes 3D de type Samsung Gear. En tant que partenaire exclusif du portefeuille d'immobilier de luxe de John Taylor, nous commercialisons des logements à Megève par exemple. La réalité augmentée est dans ce cas un véritable outil d'aide à la vente.

Nous pouvons également agir sur la création de nouvelles affectations pour arriver à louer des locaux inoccupés, mettre sur pied des projets immobiliers originaux, etc. Il n'y a plus de recettes toutes faites : pour attirer des clients, il faut se démarquer. Notre leitmotiv : « Think different. »

QUELS SECTEURS SONT LES PLUS TOUCHÉS PAR LA CRISE ?

L'immobilier commercial. Le ralentissement économique et la transformation digitale, avec le développement du e-commerce et du coworking, jouent à la baisse sur la demande dans ce secteur.

L'INNOVATION NE SE DÉCRÈTE PAS, COMMENT ARRIVEZ-VOUS À INSUFFER CET ÉTAT D'ESPRIT À VOS ÉQUIPES ?

La réputation d'Abdallah Chatilla, entrepreneur visionnaire osant sortir des sentiers battus, n'est plus à faire. m3 REAL ESTATE est à son image et à celle de notre CEO, Teresa Astorina, une femme leader, qui s'impose dans le secteur immobilier, très masculin. Ensemble, nous nous attaquons au secteur de l'immobilier qui a fonctionné jusqu'à présent de manière très traditionnelle et conventionnelle. Notre volonté de changer les codes est visible notamment dans notre nouveau corporate. À l'interne, les collaborateurs partagent cette dynamique et notre vision : la société immobilière de demain doit servir ses clients comme une banque privée, c'est-à-dire les conseiller sur l'ensemble des métiers de l'immobilier via une approche toujours innovante et axée sur la performance.

QUELLE EST LA PLACE DU DIGITAL AUJOURD'HUI DANS VOTRE SECTEUR ?

Elle est prépondérante pour mettre en avant un portefeuille de biens à louer ou à vendre, et essentielle pour les transactions limitées dans le temps, comme les locations saisonnières. Et elle apporte une aide pour les biens à haute valeur ajoutée (ex. la vente de biens sur plans) où la relation avec le courtier reste la clé du succès.