

## CAPIFRANCE et Se Loger innovent conjointement

**CAPIFRANCE et Se Loger s'associent le temps d'une opération commerciale inédite... « Les 30 jours privés ». Explications avec Philippe Buyens, Directeur Général de CAPIFRANCE.**

Acheter un appartement lors d'une vente privée ? C'est le pari que s'est lancé CAPIFRANCE lors d'une opération inédite co-signée avec Se Loger : « les 30 jours privés ». L'idée : surfer sur la tendance de e-commerce en pleine expansion (+17,5% d'augmentation du nombre de transactions en 2013 selon la FEVAD) pour créer **un rendez-vous immanquable dans l'immobilier.**

*« Il nous est paru essentiel pour que cette action soit une réussite mais surtout qu'elle capte un maximum d'internautes, de s'entourer des meilleurs. Se Loger s'est imposé comme le partenaire idéal, le groupe est en effet un leader incontournable de l'immobilier en ligne et détient, qui plus est, une audience qualifiée »* explique Philippe Buyens, Directeur général de CAPIFRANCE.

### **Dynamiser le marché pour les acheteurs**

Portée par deux acteurs majeurs du secteur immobilier, cette opération se donne donc clairement pour objectif de dynamiser le marché. Durant les 30 jours de l'opération, les propriétaires ayant confié la vente de leur bien au réseau CAPIFRANCE s'engagent à revoir les prix à la baisse. *« Il s'agit de créer un effet déclencheur qui peut manquer aux particuliers pour susciter l'acte d'achat. Une sorte de coup de pouce »* ajoute Philippe Buyens. Pour bénéficier de cette offre promotionnelle les acheteurs intéressés devront simplement remplir un formulaire sur la plateforme [capiFrance.fr](http://capiFrance.fr) ou sur le site partenaire [SeLoger.fr](http://SeLoger.fr).



[www.capiFrance.fr](http://www.capiFrance.fr) du 1<sup>er</sup> au 30 novembre 2014

**les 30 jours** Privés by CAPIFRANCE

Profitez des meilleurs prix **de l'immobilier**

Capi FRANCE SeLoger .com

## CAPIFRANCE et Se Loger innovent conjointement

### La garantie de vendre plus vite

De leur côté, les vendeurs profiteront d'une exposition supplémentaire de leurs biens pour « booster » leurs ventes. En effet, selon les commanditaires de l'opération, « *les biens en ligne devraient être consultés par plus de 8 200 000 visiteurs mensuels mais également mis en valeur par un plan de communication dédié* ». Pour accompagner cette opération et augmenter son succès, CAPIFRANCE a misé sur une campagne e-mailings de grande ampleur ainsi que sur une large communication auprès de la presse écrite et des réseaux sociaux. CAPIFRANCE a également habillé ses outils internet (sites, blogs et autres profils de réseaux sociaux) ainsi que tous les documents administratifs (mandats et avenants), aux couleurs de l'événement.

Bien entendu, CAPIFRANCE compte également sur l'implication de ses 1 400 conseillers sur le terrain, qui ont d'ailleurs tout à gagner à sensibiliser leurs clients sur ces ventes privées. Ces trente jours sont en effet pour eux, l'occasion de retravailler leur portefeuille client et de favoriser les échanges et les contacts et ce pour la satisfaction des différentes parties engagées.

### CAPIFRANCE en quelques chiffres



1 400 conseillers immobiliers  
96,1 % de clients satisfaits  
Plus de 168 heures de formation par an  
et par conseiller immobilier

75 salariés  
Plus de 1 400 supports web  
Chiffre d'affaires : 56 millions d'€  
2002 : date de création

Rejoignez-nous sur

