

Bonjour à toutes et à tous,

Le marché prend son temps. Les acheteurs hésitent, comparent, repoussent leur décision. Et côté mandats, les sources qui vous alimentaient hier peuvent ralentir.

Dans ce contexte, attendre que l'activité revienne ne fait que la retarder. Ce qui change la donne, c'est l'initiative : aller chercher les opportunités, puis savoir les concrétiser.

Ce numéro réunit les deux : comment provoquer des rendez-vous d'estimation, dans le cadre légal qui s'applique en 2026, et comment accompagner un acheteur hésitant jusqu'à la décision.

→ **LE THÈME DE CE RENDEZ-VOUS :**
PROVOQUER L'OPPORTUNITÉ, ET LA TRANSFORMER



Julien BERNADACH
Chargé de développement

LE DÉCRYPTAGE DE JULIEN

Le vrai piège porte un nom : le confort. Quand une source vous alimente en estimations (un notaire, un partenaire, un flux régulier de recommandations), la prospection passe au second plan. Puis vient le moment où vous manquez de biens à vendre, et votre trésorerie s'en ressent.

La prospection est un travail de fond, qui porte ses fruits sur le long terme. Un flyer déposé aujourd'hui ne fait pas signer un mandat demain. Ce qui compte, c'est d'avancer avec régularité, surtout quand tout va bien.

→ **DEVENEZ L'AGENT DE RÉFÉRENCE SUR VOTRE SECTEUR.**

Choisissez une zone et travaillez-la. Allez vers les gens : porte-à-porte, marchés, commerçants et artisans, clubs d'affaires et réseaux de recommandation. Le contact physique met un visage sur votre nom et installe la confiance. On connaît tous l'importance de ces actions. Pourtant, peu les mènent vraiment, et encore moins avec régularité. C'est là que vous faites la différence.

La peur du refus arrête beaucoup d'agents avant même d'essayer. Pourtant, un non vous apprend toujours quelque chose pour la rencontre suivante. Et agir, même imparfaitement, rapporte toujours plus que rester chez soi.

Semez. Un rendez-vous d'estimation s'obtient rarement au premier passage, plus souvent au troisième, au cinquième, au septième. C'est la régularité qui fait le travail.

→ **LE DIGITAL PROLONGE LE TERRAIN.**

Chaque personne croisée en prospection, ajoutez-la sur vos réseaux. Vos publications régulières rappellent, semaine après semaine, que vous êtes actif dans votre métier. Et à travers les preuves que vous partagez (ventes signées, biens rentrés, retours de clients), elles donnent une vraie raison de faire appel à vous.

Dernier réflexe, le plus simple : dites autour de vous que vous récompensez les recommandations, et répétez-le. Avec AXO Ambassadeur, le cadre est prêt.

Inutile de tout faire en même temps, ou de vous forcer sur une méthode qui ne vous ressemble pas. Choisissez le levier qui vous correspond, un seul, et travaillez-le à fond.

Ressource offerte : Comprendre chaque acheteur pour l'aider à se décider

Votre acheteur visite, compare, et ne se décide pas. Avant de présenter un bien, comprenez ce qui fait vraiment avancer la personne en face. Un investisseur, un primo-accédant, une famille nombreuse ou un retraité ne se décident pas pour les mêmes raisons.

Cette fiche décrypte **cinq** profils d'acheteurs. Vous pourrez :

- cerner la motivation dominante dès le premier échange
- adapter votre argumentaire, les biens proposés et le rythme à chaque profil
- sécuriser le positionnement de l'acheteur sur un bien de votre portefeuille

Et même s'il ne retient pas le bien présenté, votre écoute ouvre une autre porte : le mandat de recherche.



Télécharger le document



Fanny QUILAN

Juriste AXO

LE MOT DE FANNY

La prospection immobilière évolue profondément en 2026 avec l'entrée en vigueur de la loi n° 2025-594 du 30 juin 2025.

À compter du 11 août 2026, le démarchage téléphonique auprès des particuliers est interdit sans consentement préalable, mettant fin à la pige téléphonique « à froid » et au dispositif Bloctel.

Pour les agences immobilières, la publication d'un numéro sur une annonce immobilière ne constitue plus une autorisation de démarchage. Seuls les prospects ayant expressément consenti à être contactés ou les clients déjà liés par une relation contractuelle peuvent être appelés.

À l'inverse, le boîtage demeure autorisé. Les agences peuvent continuer à distribuer flyers et supports publicitaires, sous réserve de respecter les mentions « Stop Pub ».

Ce que vous devez retenir : La pige téléphonique à froid, réalisée à partir d'annonces, devient un démarchage illicite sans consentement préalable et documenté. Le boîtage, lui, reste un canal de prospection légal, dans le respect du Stop Pub.

À faire (simple et utile) : Réorientez votre prospection vers les canaux conformes et intégrez dès maintenant une clause de consentement dans vos formulaires de contact.

[Lire l'article complet](#)

POUR CONCLURE

- Le marché attend. L'agent qui prend l'initiative, lui, avance.
- Prospector crée les opportunités. Comprendre l'acheteur les transforme en signatures. Les deux dépendent d'une seule chose : ce que vous décidez de faire cette semaine.
- Cette semaine, une seule chose à faire : choisissez votre secteur, et allez à la rencontre de cinq personnes. Le reste s'enchaîne.

Soyons Actifs,

L'équipe AXO



AXO et ACTIFS Immobilier : 10 rue du Grand Launay 49000 ANGERS – SAS au capital de 240 000 € –
RCS ANGERS 442.984.266 – CPI 8501.2016.000.008.068 (CCI du Maine et Loire) – GF 110 000 € : QBE
Insurance (Europe) Limited, sis Cœur Défense, Tour A – 110 Esplanade du Gde de Gaulle 92931 La
défense RCP Serenis assurance N°VD 7.000.001/14553

Inscrivez-vous à la newsletter