

Dossier de presse

Samuel Dadoun et Cyril Delpon ont créé, en 2018, une agence immobilière fraîche et novatrice. Leur ascension est fulgurante passant d'une à 6 agences (bientôt 7!), plus de 2,8 millions de chiffre d'affaires en 2024 et 12,8 millions en 6 ans.

Aujourd'hui, on souhaite en savoir plus sur ce concept, leur perception du marché et le fonctionnement du réseau.



GREEN HOME IMMOBILIER

Samuel, comment est né Green Home Immobilier ?

Green Home Immobilier, c'est une équipe initiée par Cyril & moi-même et composée de passionnés d'immobilier et de rencontres. Après 10 ans d'expérience en immobilier, nous avons créé un concept avec une identité forte. Nous avons tout conçu de A à Z. Notre agence se veut digitale et humaine. Nous connaissons tous nos collaborateurs, nos partenaires et nos clients qui nous recommandent leurs amis, leurs familles et leurs proches. C'est une aventure humaine qu'on fait grandir chaque jour.

Quels sont les valeurs et le concept de la société ?

On est une équipe animée par des valeurs communes qui tiennent en trois mots : écoute, exigence et professionnalisme. Un concept différent des agences lambda fondé sur le suivi et l'échange permanent via un interlocuteur unique. Sur notre site web ou sur les réseaux sociaux, nous mettons tout en œuvre pour révéler le potentiel de nos biens et générer un maximum de coups de cœur. L'idée est de s'investir dans les projets comme si c'était les nôtres.

«Green Home a été créée pour aller à contre-courant de ces agences»

On a fait le constat d'un marché immobilier composé d'agences traditionnelles sans service. Green Home a été créée pour aller à contre-courant de ces agences. Green Home est une structure à taille humaine avec des services qualitatifs que l'on est quasiment les seuls à proposer. Pour cela, on a tout créé à cette image : site internet, logiciel interne, intervention de photographe d'architecture, scénographe, directrice artistique, community manager, vidéaste et un eshop pour renforcer l'image de marque. On est dans une société d'image et le coup de cœur visuel est essentiel, pour vendre au meilleur prix en conditionnant davantage l'acquéreur. La visite peut alors quasiment s'apparenter à une contre-visite.

«On est dans une société d'image et le coup de cœur visuel est essentiel, pour vendre au meilleur prix en conditionnant davantage l'acquéreur»

De quelle manière la marque Green Home a grandi en 7 ans ?

Réparties sur 6 agences entre Marseille, Aix-en-Provence, Paris et Sanary, la base de données de 30 000 clients est issue de la France entière. Avec plus de 800 avis client notés 5 étoiles*, Green Home est la première entité des Bouches-du-Rhône en nombre de ventes et satisfaction client sur plus de 810 professionnels*.



«800 avis client notés 5 étoiles»

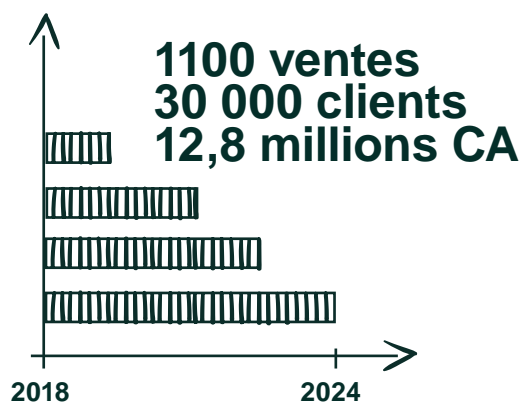
On a mis en place des process innovants et une identité marquée. L'humain est au centre de tout. Nous sommes désormais 23 conseillers immobiliers et 35 professionnels à graviter autour de la marque. De l'intégration d'un candidat avec une formation, la réussite passe par un accompagnement quotidien du responsable de l'agence.

«23 conseillers immobiliers et 35 professionnels»

Cela passe par des services qualitatifs pour le vendeur. On a effectué 250 ventes en 2024 avec un chiffre d'affaires de 2,8M.

«un chiffre d'affaires de 2,8M»

*selon le site meilleursagents.com



Tout ce qui est mis dans un écrin se vend plus cher et du côté des acquéreurs cela passe par un conditionnement psychologique lié à l'augmentation de la certitude d'achat. Rien n'est laissé au hasard puisqu'on a charté plus de 84 documents et 21 mails types afin que l'expérience client soit irréprochable.

Comment se porte le marché immobilier ?

Le marché est en pleine mutation ! Le monde bouge et les individus aussi. En moyenne, un Français déménage tous les 6 ans. Les taux jouent un rôle important. Leur baisse favorise les transactions. Face à ce marché complexe, les propriétaires se tournent vers des professionnels qui ont des services différenciants. Face à l'augmentation des taux, Green Home a continué à se développer et à augmenter son chiffre d'affaires.

«Face à ce marché complexe, les propriétaires se tournent vers des professionnels qui ont des services différenciants.»

Qu'est-ce qui explique que Green Home ait progressé malgré la crise de 2023 ?

C'est faire tout l'inverse des agences traditionnelles. Site qualitatif épuré avec une expérience client simple, tout est axé sur la mise en valeur des biens avec photo d'architecture, plan, scénographie, géolocalisation et sur certains biens une vidéo réalisée par un vidéaste professionnel. Le propriétaire va confier son bien à une équipe qui est là pour sublimer son bien et assurer un suivi irréprochable. 10 à 20% moins élevée que nos concurrents, nos honoraires compétitifs sont à 4,9% pour des services premium.





«Tout est axé sur la mise en valeur des biens avec photo d'architecture, plan, scénographie, géolocalisation et sur certains biens une vidéo»

Comment se déroule la formation initiale et continue ?

Il s'agit d'une formation initiale d'une semaine puis un suivi pendant 6 mois. Nous avons créé un pôle de formation afin d'être dans la progression permanente. Pour cela, 84 documents dont un manuel de formation, un mémo conseiller pour savoir comment développer son activité, un manuel du manager et 21 mails types afin de singulariser l'expérience client, sont à disposition des conseillers. Rien n'est laissé au hasard. Nous apportons aide et accompagnement au quotidien. Le but est la réussite collective.

Quels sont les outils de gestion et de communication mis en place ?

Nous avons créé un logiciel interne ergonomique et efficace pour suivre l'activité en temps réel. Il permet un gain de temps pour la création d'annonce, le rapprochement vers des acquéreurs. Un algorithme qui détecte les acquéreurs ayant une forte certitude d'achat, le suivi du chiffre d'affaires et le suivi de tous nos rendez-vous.

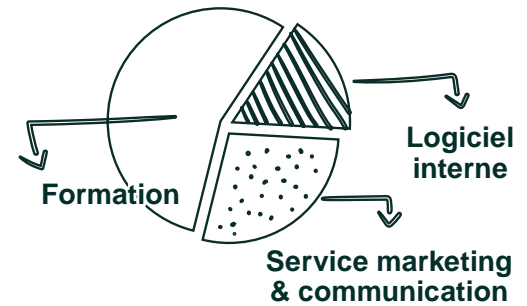
Pour la communication, on dispose d'une directrice artistique et un responsable communication rejoindra bientôt notre équipe. Notre communauté sur les réseaux sociaux est fidèle avec plus de 20 000 abonnés. Pour la commercialisation d'un bien, on effectue des campagnes avec vidéos immersives, drone, sondage, portrait client. On interagit quotidiennement avec eux.

Le e-shop contribue au développement de la marque.

«Un logiciel interne ergonomique et efficace pour suivre l'activité en temps réel.»

Comment est animé le réseau et le suivi d'un franchisé ?

Actuellement, deux franchises ont vu le jour en 2022 et 2023 à Aix-en-Provence et dans le Var à Sanary-sur-Mer. Les agences sont animées au quotidien sur les réseaux sociaux par notre community manager qui est mis à disposition par le siège et développe la communauté digitale.



Nous réalisons une campagne de référencement sur Google, des formations gratuites tous les trimestres par un animateur du réseau, une assistance lors du recrutement de nouveaux collaborateurs et une aide régulière par les fondateurs qui se déplacent à minima 2 fois par an dans chaque agence.



Pourquoi se développer en franchise ?

Le modèle et les process fonctionnent, le modèle est duplicable. La transformation du modèle traditionnel de l'immobilier est en marche et nous sommes un acteur de ce changement. Depuis 6 ans, 90% de nos conseillers immobiliers ne sont pas issus du secteur et sont en parfaite réussite grâce aux process et à la notoriété. Le recrutement n'est pas systématique et le feeling est primordial. Lors de chaque entretien, la question que l'on se pose est la suivante « si cette personne vient chez moi, est-ce que je lui donne mon bien à la vente ? Est-ce quelqu'un de bien avec de belles valeurs ? »

Clairement, Aix-en-Provence et Sanary en sont les exemples et leurs dirigeants nous accompagnent sur le salon de la franchise à Paris. Nous serons 5 sur le stand mais toute l'équipe voulait y assister et parler de ce qu'ils vivent. C'est fort.

«90% de nos conseillers immobiliers ne sont pas issus du secteur et sont en parfaite réussite grâce aux process et à la notoriété.»





Investissement

80K

dont apport 10k

dont frais d'entrée 25K



CA annuel HT
Frais mensuels HT

Année 1

Année 2

Année 3

220K

550K

770K

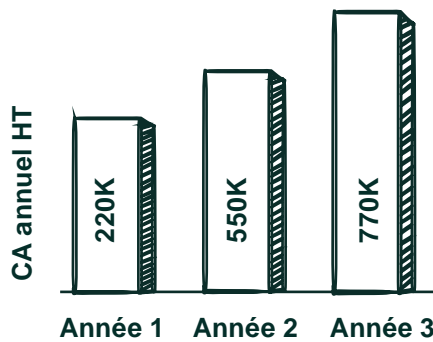
3900€

5600€

6500€

Quel est l'investissement initial à prévoir ?

Il faut prévoir un faible investissement pour un modèle de franchise. C'est 80 000€ financés grâce à un prêt professionnel qui comprend un apport personnel de 10 000€. Ce montant peut être réduit en fonction de l'état de l'agence qui doit être visible et d'une surface minimum de 40 m². Cela inclut le droit d'entrée de 25 000€, d'un fonds de roulement de 25 000€ puisque la première vente s'effectue 4 à 5 mois après le démarrage de l'activité, d'un fonds de travaux si nécessaire, d'une campagne publicitaire, d'une inauguration, d'un dépôt de garantie du loyer, de la décoration de l'agence et signalétique.



Comment sont calculées les redevances ?

Elles sont calculées sur le chiffre d'affaires réalisé par l'agence. Il s'agit de 8% HT du chiffre d'affaires.

Quel chiffre d'affaires espéré ?

C'est variable en fonction de l'attractivité de la ville et des prix au mètre carré. Habituellement, la première année sur une ville moyenne, il sera réalisé un CA de 220 000€, la 2eme 550 000€ et 3eme année, 790 000€. Ces chiffres d'affaires sont réalisés en intégrant 2 nouveaux conseillers par an. Le calcul a été réalisé sur la moyenne de CA réalisé par un conseiller depuis 5 ans.

Quels sont les frais de roulement à prévoir ?

Les coûts sont peu élevés et dépendent du nombre de conseillers. Le loyer, les charges courantes, les prestations des professionnels en freelance et nos tarifs négociés sur les plateformes immobilières tels que Seloger, Leboncoin, Belles demeures, Figaro immobilier, Meilleurs agents peuvent osciller entre 3500€ au démarrage et s'élever autour de 6000€/mois avec 5 à 6 conseillers.

Quel est le profil recherché ?

Il peut s'agir d'une personne ayant un fort réseau dans une ville sans nécessairement être dans l'immobilier ou un agent immobilier en quête d'une ouverture d'agence ou un directeur d'agence traditionnel désireux de transformer son agence. Le projet peut se faire seul ou à deux. Idéalement accompagné lors de l'ouverture par un conseiller immobilier.

Quelles sont les perspectives de développement du réseau ?

On souhaite avant tout faire de belles rencontres qui adhèrent à la marque et au style Green Home. Des personnes qui souhaitent contribuer à leur développement personnel tout en s'intégrant à un collectif. Plus de 70 projets de vente ont été réalisés entre les 4 villes en 2024. Chaque nouvelle agence crée des interactions avec celles existantes et du business additionnel.

Quel est l'avenir de Green Home dans les 5 prochaines années ?

Tout se fait au feeling, on ne se pose aucune limite. Aujourd'hui, avec le succès lié à l'ouverture de 6 agences, le modèle est duplicable et répond à une demande des clients : dépoussiérer cette profession. La 7ème agence va voir le jour au prochain trimestre, à Hossegor. Il s'agit d'un couple ayant travaillé quatre ans à nos côtés au siège à Marseille et qui sont

partis vivre une aventure dans les Landes. Après un an sur place, ils nous ont sollicités pour ouvrir cette agence. L'expérience Green home est marquée au fer rouge auprès de nos collaborateurs.

En combien de temps puis-je ouvrir une agence Green Home ?

Une agence peut s'ouvrir en un à deux mois. Notre réactivité est importante pour trouver un lieu visible et attrayant. On parle d'un espace moderne, dans l'air du temps qui doit attirer les passants. La charte de l'agence est simple, peu onéreuse et facile à effectuer. Cela dépend également de l'état du local et des éventuels travaux à effectuer. Le délai dépend surtout de la création de la société et de l'obtention de la carte transaction. Pour toutes ces démarches, nous apportons notre expertise et notre aide. Nous mettons le franchisé entre les mains des partenaires fiables et réactifs comme expert-comptable, avocat spécialisé et courtier en prêt pour le montage financier et juridique.

Pour terminer et en connaître davantage, on peut vous retrouver au salon expo franchise ?

Exactement, nous aurons un stand au salon de la franchise du 15 au 17 mars à Paris, Porte de Versailles, au sein du pavillon immobilier. Notre espace personnalisé, lieu d'échanges et de découverte, vous attend !

