



Le guide de la prospection immobilière

telescop

Quelques mots pour commencer...

Acteur du mouvement de la proptech,
Telescop est un outil de prospection
immobilière digital.

Nous simplifions la recherche de biens
immobiliers et de leurs propriétaires grâce à
la carte de prospection la plus puissante du
marché !

Notre plateforme analyse pour vous toutes
les données du marché, accélère vos
projets immobiliers et optimise la rentabilité
de votre entreprise.



telescop

SOMMAIRE

I. LA PROSPECTION DES PERSONNES MORALES

- A. En ciblant un type de bien
- B. Le service de gestion locative en ciblant des multi-proprétaires

II - PROSPECTER DES PERSONNES PHYSIQUES

- A. En fonction des événements de vie
- B. En fonction des annonces publiées
- C. En passant par les parcelles
- D. En fonction des transactions passées

I. LA PROSPECTION DES PERSONNES MORALES

A. En ciblant un type de bien

t

Vous rencontrez une forte demande sur un type de bien ? Sur Telescop, vous pouvez **filtrer les propriétaires selon leur type de bien** (maisons ou appartements) et leur surface.

ÉTAPE 1

Faites une recherche en sélectionnant le type de bien qui vous intéresse.

ÉTAPE 2

Renseigner une surface en m2 pour affiner votre recherche.

ÉTAPE 3

La carte se met à jour automatiquement avec les points de résultats qui correspondent à votre recherche.

ÉTAPE 4

Vous pouvez exporter les données et effectuer un [publipostage](#) en utilisant un [modèle de courrier](#) mis à disposition par Telescop.



B. Proposer des services de gestion locative en ciblant les multi-proprétaires

t

En France, 49% des multi-proprétaires détiennent au moins un logement en location. Le troisième logement des particuliers est essentiellement à usage locatif.

Afin de louer ces biens et pouvoir bénéficier d'avantages fiscaux ou de réduction d'impôt, la plupart de ces propriétaires optent pour la création d'une SCI. On en dénombre plus d'un million en France !

Sur Telescop, vous pouvez cibler des dirigeants avec un patrimoine immobilier consolidé et les contacter en quelques clics seulement !



Pensez à colorier les résultats avec le pot de peinture pour orienter votre recherche en fonction de l'âge des propriétaires par exemple.

LES ETAPES

- 1 . Cliquer sur le module "Propriétaires"
2. Aller sur le filtre "patrimoine consolidé du dirigeant"
3. Préciser le nombre de logements
4. La carte se met à jour automatiquement

Prospecter par courrier ou par téléphone ?

t

Comment les contacter ?

Vous pouvez leur envoyer un courrier depuis Telescop ou les appeler directement grâce au TOP 5 des numéros de téléphone disponibles.



Le courrier postal



Le message est personnalisé
& adapté à votre cible

Participe à l'image de marque de
l'entreprise

S'adapte à vos besoins aux
occasions de vos envois

Pour vous aider, nous mettons à votre disposition plusieurs [modèles de courriers](#) que vous pouvez personnaliser et adapter à votre cible et les envoyer en quelques clics seulement.



Le téléphone



Un contact direct avec le prospect

Une communication interactive
& plus personnalisée

Possibilité d'organiser un rendez-
vous physique



C'est assez intrusif

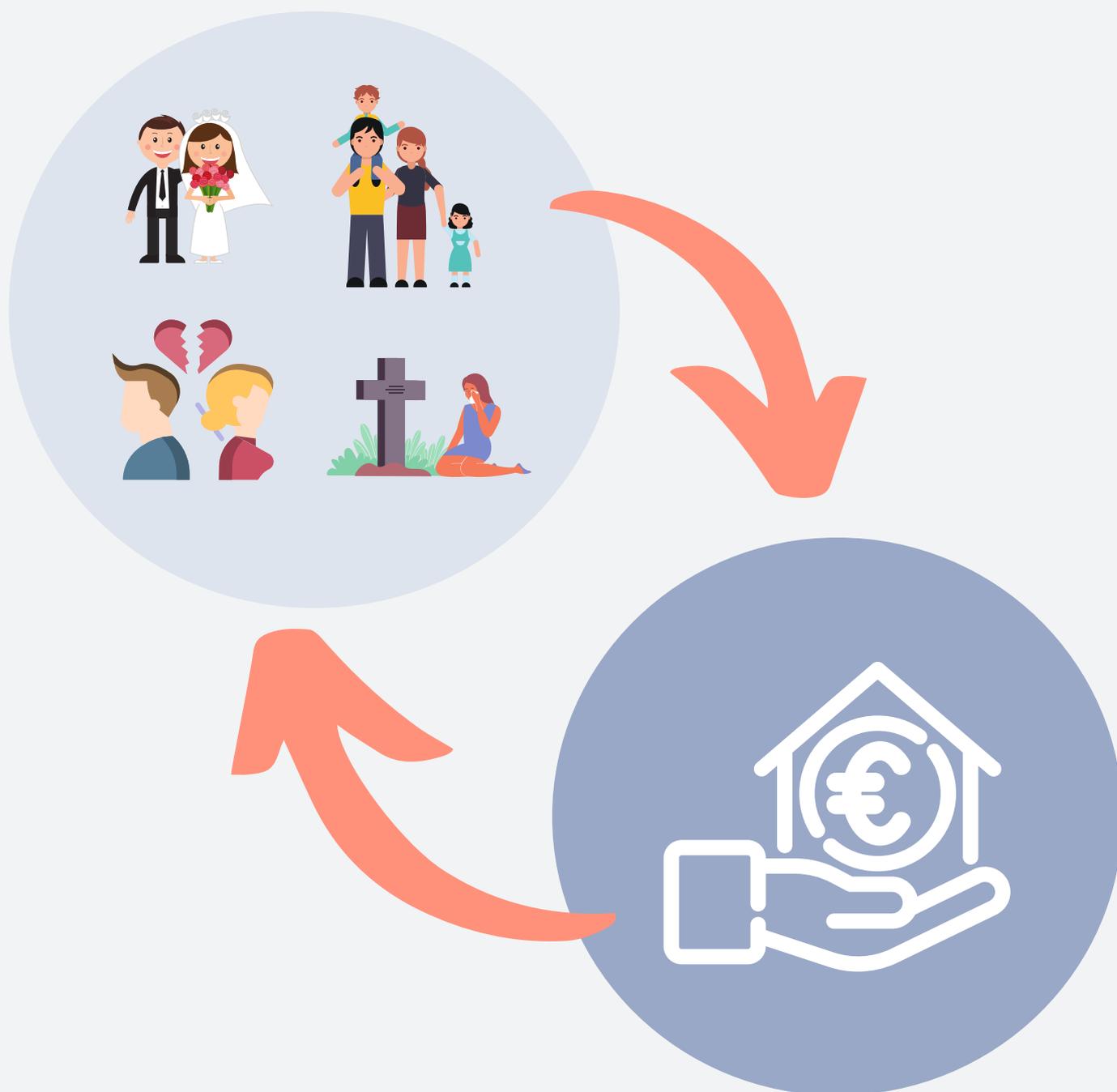
Mauvaise réputation

Chronophage

II. LA PROSPECTION DES PERSONNES PHYSIQUES

A. En fonction des événements de vie

Les événements de vie tels que les mariages, les naissances, les divorces et les décès sont créateurs d'opportunités immobilières pour les professionnels du secteur. En effet, tous ces événements amènent bien souvent les propriétaires à déménager.



II. LA PROSPECTION DES PERSONNES PHYSIQUES

A. En fonction des événements de vie

t

Telescop a développé un algorithme de prédiction des ventes d'habitation basé sur ces événements, ce qui vous permet de géo-localiser sur notre carte, de potentielles opportunités - un excellent outil de prospection des propriétaires physiques !

ÉTAPE 1

Dans le module 'Opportunités', sélectionner 'prédiction de vente' puis cliquer sur un point de résultat.

ÉTAPE 2

Une fenêtre s'ouvre avec le nom de la personne concernée et l'adresse. Vous pouvez cliquer sur le bouton "contacter."

ÉTAPE 3

Vous pourrez alors renseigner vos informations, [rédiger le courrier](#), le prévisualiser puis l'envoyer.

B. En fonction des annonces publiées

Grâce à la technique du Picking, vous retrouvez sur Telescop les annonces des biens qui sont actuellement en vente dans votre secteur.

Cette méthode de prospection apporte de vrais résultats car elle vous permet d'échanger avec des prospects qui sont déjà dans la démarche de vendre.

Un bon contact avec une présentation convaincante et un respect du souhait du prospect peut mener à une réponse plusieurs jours ou semaines plus tard.

Et un nouveau mandat de signé !



Optez pour le porte-à-porte !

Efficace et rapide, c'est la technique idéale pour :

Accroître votre notoriété
Cibler vos prospects
Créer un vrai rapport relationnel



Le porte-à-porte, la prospection sur le terrain



Les avantages du porte-à-porte

C'est une technique particulièrement efficace pour se faire connaître physiquement lors du démarrage d'une activité immobilière.

C'est un moyen efficace pour générer de la sympathie & créer un vrai rapport humain et relationnel avec le prospect dès les premiers instants, contrairement à la prospection digitale ou téléphonique.

Comment réussir le porte-à-porte ?

Respecter un ciblage précis

Préparer son discours au préalable avec une phrase d'accroche

Donner un document récapitulatif aux prospects qui présente vos services et vos coordonnées

t

Grâce à Telescop, vous allez retrouver les biens qui sont actuellement disponibles à la vente sur votre secteur. Cela vous permet à la fois d'avoir un état du marché mais également de prospecter directement les propriétaires.

ÉTAPE 1

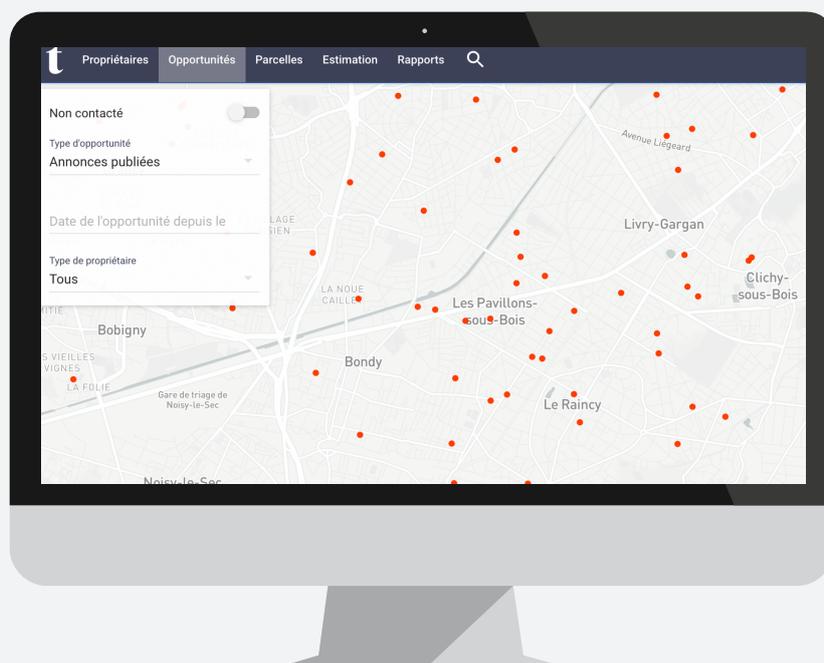
Dans le module 'Opportunités', sélectionner 'annonces publiées' puis cliquer sur un point de résultat.

ÉTAPE 2

Une fenêtre s'ouvre avec les informations générales de l'annonce et éventuellement les noms des personnes concernées.

ÉTAPE 3

Vous récupérez l'adresse & pouvez opter pour la prospection physique ou pour la prospection téléphonique car vous avez accès aux pages blanches.



C. En passant par les propriétaires de parcelles

t

Demande de propriétaire au cadastre

Vous pouvez obtenir les coordonnées des propriétaires personnes physiques et morales de parcelles, directement depuis Telescop !

Il suffit de cliquer sur la parcelle qui vous intéresse puis sur le bouton "demande propriétaire", ce qui va générer un email qui sera envoyé à la mairie compétente ou au centre des impôts dont la parcelle dépend.

ÉTAPE 1

Dans le bandeau blanc à gauche, vous devez sélectionner une surface minimale et/ou maximale pour faire apparaître les parcelles sur la carte. Vous pouvez également ajouter une surface bâtie.

ÉTAPE 2

Lorsque vous cliquez sur une parcelle, vous retrouvez à chaque fois les informations relatives à la parcelle, au propriétaire, l'option Street View ainsi que le plan du cadastre.

▲	▣
PARCELLE	PROPRIÉTAIRES
Code commune	93014
Nom de la commune	Clichy-sous-Bois
Section	AP
Numéro	27
Adresse	110 Allée Paul Dupont 93390 Clichy-sous-Bois
Surface	
	DEMANDE PROPRIÉTAIRE STREET VIEW CADASTRE FERMER

D. En fonction des transactions passées



En moyenne, les propriétaires restent 7 ans dans le même logement !



HISTORIQUE DES TRANSACTIONS

Retrouvez l'historique de toutes les transactions qui ont lieu les 6 dernières années. Vous pouvez renseigner une adresse précise dans la barre de recherche ou faire une recherche à l'aide des filtres.



TRANSACTIONS DE + 5 ANS

Grâce à la pastille "pot de peinture" de Telescop, vous pourrez colorier les points de résultat et voir les transactions qui datent de 5 ans et +



LE BOÎTAGE IMMOBILIER

Il permet un ciblage extrêmement précis et c'est un moyen efficace de générer de la sympathie. C'est idéal pour rappeler sa présence aux habitants d'une zone de chalandise sans être perçu comme trop agressif commercialement.



Les avantages du boîtage

Un ciblage précis dans un quartier spécifique, voire un type de bien.

Possible d'entretenir le contact avec vos prospects en offrant une carte pour les voeux de fin d'année par exemple.

La phase de distribution peut être sous-traitée facilement.

Les inconvénients du boîtage

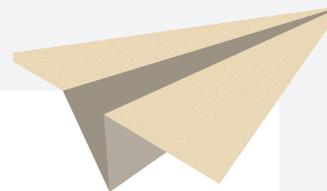
Le taux de retour est généralement assez faible (dû au nombre de flyers publicitaires que nous recevons)

Le risque est que les prospects ne se souviennent pas de vous !

t

Il est donc important de se différencier de la concurrence et d'espacer la distribution d'au moins 15 jours pour ne pas être trop envahissant.

telescop



Une question ?

Nous sommes joignables du lundi au vendredi à l'adresse suivante :

support@telescop.com

À tres vite et en attendant, bonne
propection !