

### ► Paiement CB

#### Une nouvelle offre monétique évolutive

Accepter les cartes bancaires est essentiel, notamment pour réduire les risques d'impayés. La nouvelle offre Progécarte Évolution de la Société Générale est une solution complète et évolutive. Vous pouvez, par exemple, modifier le matériel au cours du contrat. L'offre

permet d'accepter le paiement par CB ; comprend la location pendant 48 mois d'un terminal de paiement électronique (avec une nouvelle génération de matériels, fixes, portables ou itinérants) et un ensemble de services d'assistance et de maintenance.

**Prix : à partir de 15,80 € HT par mois (11,85 € HT pour les clients Jazz Pro).**

### ► Recrutement

#### Une ligne téléphonique pour vos offres d'emploi

Le 39 95, ligne destinée à recueillir les offres d'emploi des entreprises, est ouvert depuis mi-mars par Pôle emploi. Cette plateforme va permettre aux employeurs de déposer des offres d'emploi et d'obtenir des informations génériques

sur le recrutement et les mesures d'aide à l'embauche, auprès d'agents dédiés à la prise d'appels. En phase de test depuis plusieurs semaines en Lorraine, Aquitaine et Poitou-Charentes, ce nouveau dispositif cible principalement les employeurs qui ne sont pas en relation avec l'organisme, comme les patrons de petites entreprises.

## INITIATIVE



Nouveauté. Forfait unique, conseils et options innovantes caractérisent le nouveau concept immobilier de Mikel de Rooij. Lancé en septembre dernier, Coach Proprio commence à trouver ses marques sur un marché où l'innovation est rarement de mise.

# Il développe un nouveau concept immobilier

Un forfait unique de 3 000 € HT. C'est ce que propose Coach Proprio aux propriétaires souhaitant vendre leur bien immobilier, et ce quel que soit son prix. Une somme à régler au moment de la vente. C'est l'une des particularités de Coach Proprio. « Mon concept se situe entre une agence immobilière et la vente entre particuliers », définit Mikel de Rooij, dirigeant de l'enseigne. Mais que peut espérer un client pour ce prix (dérisoire par rapport aux agences immobilières qui se rémunèrent via un pourcentage sur le prix de vente) ? Les vendeurs bénéficient d'une visite, de l'estimation du prix, de la prise de vue et de l'état des lieux de leur bien. Leur annonce est ensuite publiée sur 18 sites web, français et internationaux, avec traduction en anglais et en néerlandais. Les clients profitent également de conseils. En termes de relooking de leur intérieur, d'obligations, de visite et de négociation. En effet, ce sont les propriétaires qui sont en contact direct avec les acheteurs potentiels et qui assurent les visites et la négoc-

## Repères

- > Raison sociale  
Coach Proprio
- > Activité  
Prestations immobilières
- > Ville  
Saint-Ambroix (Gard)
- > Date de création  
Septembre 2009
- > Dirigeant  
Mikel de Rooij, 39 ans
- > Effectif  
4 personnes

ciation de leur bien. « Coach Proprio n'est qu'une aide pour mieux vendre », précise Mikel de Rooij.

### Options innovantes

Ce natif des Pays-Bas ne ménage pas sa peine. Il capitalise sur la connaissance du marché français de Virginie Dehri, son bras droit, et de sa propre expérience à l'étranger (il est associé dans une agence immobilière néerlandaise). Ainsi, propose-t-il des options innovantes. Pour un forfait de 25 € plus 1 € le m<sup>2</sup>, il réalise des plans interactifs en 2D et 3D, mis en ligne sur le site de Coach Proprio. « Les Français ne sont pas habitués à ce type de service. Mais en Belgique ou aux Pays-Bas, aucune vente ne se fait sans plan », certifie le dirigeant. Pour l'heure, le logiciel, néerlandais, est en cours de traduction. Toujours dans l'idée de permettre au futur acquéreur de s'identifier au logement à vendre, Mikel de Rooij propose aussi, pour 225 €, de relooker l'intérieur avec des images de synthèse. Une pièce vide se transforme alors en chambre design ou en salle de bains refaite au goût du jour.

Le concept immobilier de Mikel de Rooij, Coach Proprio, se situe entre l'agence immobilière et la vente entre particuliers.



Mikel de Rooij croit en son projet mais les débuts sont difficiles. Il ajuste son offre en fonction des commentaires de ses clients. Et mise sur une agence de relations presse, chargée de porter la bonne parole aux journalistes. Et pour maximiser les retombées, il conçoit une offre choc, baptisée "cadeau de Noël". Aux propriétaires arrivant en fin de prêt relais, il propose de diffuser gratuitement leur offre sur les 18 sites web. Une dizaine de vendeurs en bénéficie. Petit à petit, la notoriété se construit. Mais c'est un signe, le bouche à oreille commence à fonctionner et ramène déjà près de 20 % des rendez-vous de son équipe. ■ CARINE GUICHETEAU