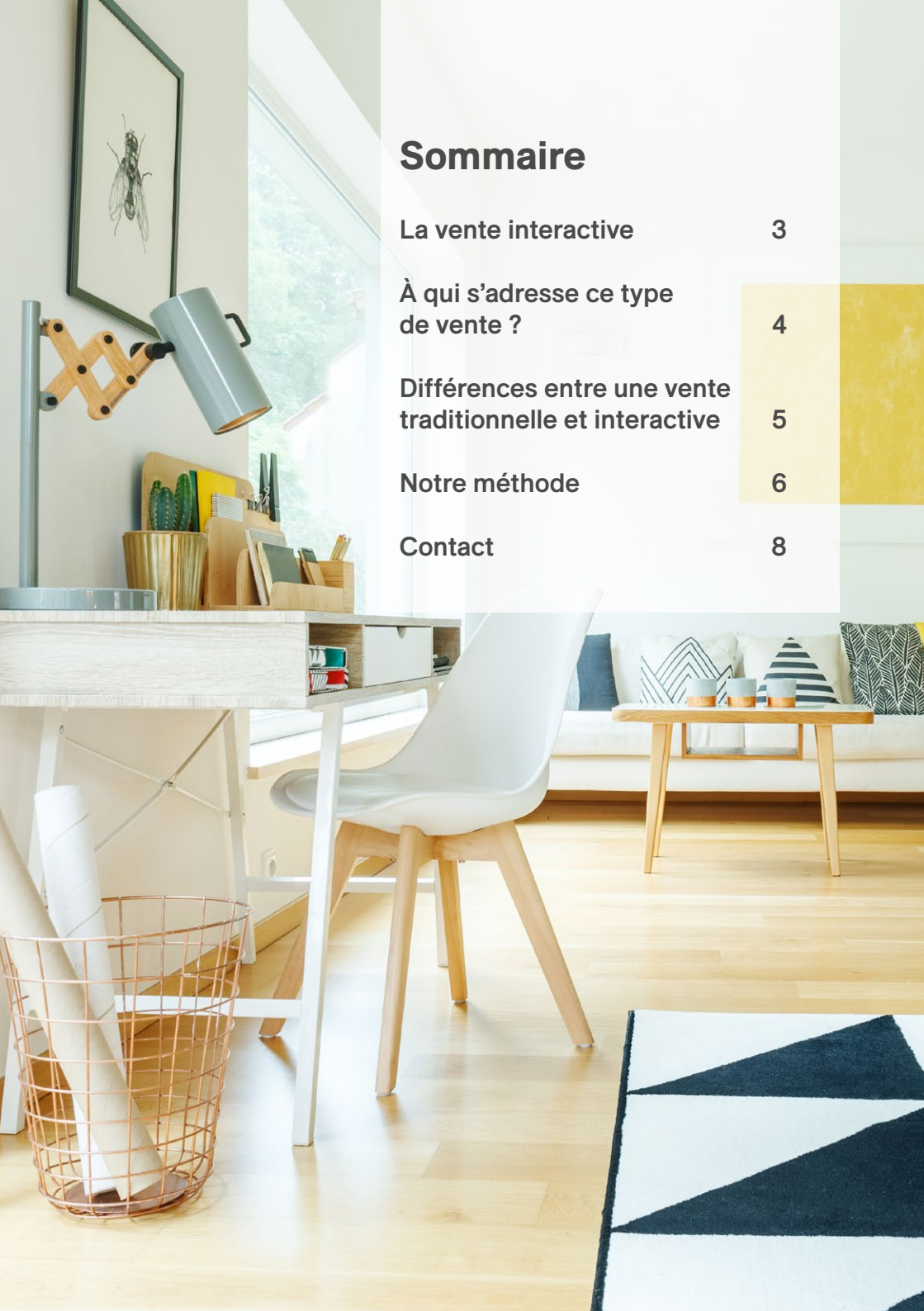
DYNAMIK

VENTE INTERACTIVE



Plus d’intérêt.
Plus de concurrence.
Plus de valeur.



Sommaire

La vente interactive	3
À qui s'adresse ce type de vente ?	4
Différences entre une vente traditionnelle et interactive	5
Notre méthode	6
Contact	8

La vente interactive

La vente interactive est une manière moderne de vendre un bien immobilier en créant une dynamique autour de sa commercialisation.

Plutôt que de fixer uniquement un prix et d'attendre les offres, le bien est présenté au marché avec une stratégie claire, un prix d'entrée attractif et un processus transparent.

Les personnes intéressées peuvent se positionner en déposant, dans le délai défini, une offre écrite, ferme et accompagnée d'une attestation de financement. À l'issue de ce délai, seule la meilleure offre sera retenue. En cas d'égalité entre plusieurs offres, le vendeur se réserve toutefois le droit de demander aux acquéreurs concernés de remettre une ultime proposition.

L'objectif n'est pas de "brader" un bien, mais au contraire de **révéler sa vraie valeur de marché.**

Lorsqu'un bien plaît à plusieurs acquéreurs, la vente interactive permet de créer une saine concurrence entre eux, tout en laissant le vendeur garder la maîtrise de sa décision finale.

Pour le vendeur, c'est une solution intéressante, car elle permet de tester réellement l'intérêt du marché, de stimuler les acheteurs et d'obtenir potentiellement une **meilleure offre.** Pour les acquéreurs, le processus est clair, encadré et plus transparent qu'une négociation traditionnelle.

En résumé, la vente interactive, c'est une vente immobilière plus vivante, plus dynamique et plus lisible, qui donne au marché l'occasion de s'exprimer pleinement. C'est une approche particulièrement adaptée aux biens qui méritent une vraie mise en lumière et une commercialisation différente.



À qui s’adresse ce type de vente ?

La vente interactive peut répondre à plusieurs situations immobilières bien distinctes.

1 **Aux propriétaires d’un bien difficile à estimer**
La vente interactive convient particulièrement aux biens atypiques, de caractère ou difficiles à comparer : vue exceptionnelle, architecture particulière, grand terrain, potentiel de transformation ou situation spécifique.
Elle peut aussi être adaptée aux objets présentant certaines contraintes (autoroute, lignes à haute tensions, cimetière, porcherie).
Lorsque les références de marché sont insuffisantes, elle permet de confronter l’estimation à l’intérêt réel des acquéreurs.

2 **Aux propriétaires d’un bien très recherché**
Un appartement bien situé, une villa familiale ou un bien répondant parfaitement à la demande locale peut rapidement attirer plusieurs acquéreurs.
La vente interactive permet d’organiser cette concurrence de manière claire et équitable, en donnant à chacun la possibilité de remettre sa meilleure offre dans un délai défini.

3 **Aux propriétaires qui souhaitent vendre dans un délai précis**
Cette méthode s’adresse aux vendeurs qui souhaitent éviter une commercialisation trop longue.
Les visites, la remise des offres et la décision du propriétaire sont organisées selon un calendrier connu à l’avance, offrant ainsi davantage de rythme, de visibilité et de maîtrise.

4 **Aux propriétaires qui souhaitent relancer une vente**
Un bien présent depuis trop longtemps sur le marché peut perdre progressivement de son attractivité.
La vente interactive permet de repartir avec une nouvelle présentation, un positionnement différent et une communication concentrée dans le temps. Elle recrée un événement autour du bien et peut attirer de nouveaux acquéreurs.

Différences entre une vente traditionnelle et interactive

Concurrence	elle est souvent invisible en vente traditionnelle, alors qu'elle est organisée et stimulée en vente interactive.
Transparence	la vente traditionnelle repose souvent sur des négociations séparées ; la vente interactive donne un cadre clair, avec des règles et des délais connus.
Prix	la vente traditionnelle part d'un prix demandé ; la vente interactive permet au marché de révéler jusqu'où les acquéreurs sont prêts à aller.
Intérêt	la vente traditionnelle mesure l'intérêt au fil des visites ; la vente interactive transforme cet intérêt en engagement concret.

Notre méthode

1 **Analyse et estimation du bien**

Nous commençons par analyser le bien, son emplacement, ses qualités, son potentiel et nous estimons sa valeur de marché afin de définir une stratégie de vente adaptée.

---

2 **Définition de la valeur indicative**

Une valeur indicative attractive et cohérente est fixée pour susciter l'intérêt des acquéreurs, créer du mouvement et encourager les visites. Cette valeur ne représente pas forcément le prix final attendu, mais le point de départ de la démarche.

---

3 **Préparation de la commercialisation**

Nous préparons une présentation soignée du bien : photos, vidéos, images de synthèse, visite virtuelle, descriptif, dossier de vente, supports de communication et stratégie de diffusion.

---

4 **Lancement sur le marché**

Le bien est mis en vente avec une communication claire expliquant le principe de la vente interactive, les délais, les conditions et le fonctionnement du processus.

---

5 **Visites et intérêt des acquéreurs**

Les acquéreurs visitent le bien, posent leurs questions et peuvent se positionner s'ils souhaitent participer à la démarche.

---

6 **Période d'offres**

Les personnes intéressées transmettent leur offre dans un cadre et un délai clairement définis, accompagnée d'une attestation de financement

---

7 **Analyse des offres**

À l'issue de la période d'offres, toutes les propositions sont présentées au vendeur. En présence de plusieurs offres valables et solvables, chaque acquéreur concerné est informé de son classement et des montants proposés, en toute transparence. Il dispose alors de dix jours pour améliorer son offre, sans obligation. En présence d'une seule offre valable et solvable, celle-ci est directement soumise au vendeur pour décision.

---

8 **Décision du vendeur**

Le vendeur conserve l'entière maîtrise de sa décision. Le prix est important, mais d'autres critères peuvent être pris en compte : financement, délais, conditions et solidité du dossier. Il reste libre d'accepter l'offre qui lui convient, de négocier ou de renoncer à la vente

---

« Une estimation n'est pas une promesse de vente. C'est une analyse basée sur les données du marché. Le prix réel est toujours celui qu'un acquéreur est prêt à payer à un instant donné. Notre rôle est justement de créer les conditions permettant d'obtenir le meilleur prix possible. »

DYNAMIK

Appelez-nous dès aujourd'hui !
www.progin-grangier.ch

Steve Progin
steve.progin@progin-grangier.ch
076 708 98 88

PROGIN &
GRANGIER
IMMOBILIER