

8 recettes pour gagner plus d'abonnés...

... mais les bons : locaux, engagés et
qualifiés !

Avant de commencer : pas de baguette magique

Chez Cocoon-Immo, ça fait plus de cinq ans qu'on accompagne des professionnels de l'immobilier sur la gestion de leurs réseaux sociaux — aujourd'hui plus de 1 300 agences et conseillers en France, au Benelux et au Canada.

Et quand on parle réseaux sociaux, à un moment, on parle forcément **communauté** et **abonnés**. Avoir des réseaux bien alimentés, c'est une superbe vitrine pour votre agence. Mais sans abonnés derrière, c'est comme avoir une vitrine magnifique devant laquelle personne ne passe.

Spoiler : il n'existe pas de recette miracle pour exploser ses communautés du jour au lendemain. Ce qui marche, c'est du travail de fond, des bons réflexes, et surtout des actions avec un vrai retour sur investissement. Ce guide rassemble les 8 que l'on a testées avec nos clients et qui fonctionnent.

L'objectif n'est pas seulement de gagner plus d'abonnés, mais de gagner les **bons** : des abonnés locaux, engagés et qualifiés, qui pourront demain devenir des prospects, puis des clients. Parce que la visibilité, oui — mais de la visibilité utile à votre business.

Voyez ce guide comme une **checklist concrète** : passez chaque recette en revue et vérifiez ce que vous avez déjà mis en place... et ce qu'il vous reste à activer.

Les **8 recettes** en un coup d'œil

1 Invitez vos relations à liker vos pages

2 Misez sur le follow-unfollow

3 Misez sur vos ambassadeurs

4 Organisez des jeux concours locaux

5 Capitalisez sur « la vraie vie »

6 Pensez multicanal

7 Saupoudrez tout ça de publicité ciblée

8 Attirer, c'est bien. Fidéliser, c'est mieux.

► DISPONIBLE EN REPLAY

Ce guide est tiré d'un **webinaire**

Vous préférez le format vidéo ? Toutes ces recettes ont été présentées et commentées en direct lors de notre atelier de formation. Le replay est disponible gratuitement, quand vous voulez.

Regarder le replay →



Ou scannez ce QR code

watch.getcontrast.io/videos/a7aacfda-dec2-4935-a53a-10c177ae5685

1

**Invitez vos
relations
à liker vos pages**

Invitez vos relations à liker vos pages

On commence par la base. Mais une base qui, dans les faits, est rarement bien exploitée par les agences qu'on accompagne. Sur la plupart des réseaux, vous avez une **page** d'un côté, et des **amis / relations** de l'autre — et ces relations ne sont pas forcément abonnées à votre page, même si elles vous connaissent.

Le premier réflexe, tout simple : repasser sur chaque réseau pour **inviter vos relations à suivre vos pages**.

Facebook

Sur votre page professionnelle, cliquez sur le bouton « ... » (trois points) en haut à droite, puis sur **Inviter des ami(e)s**. Vous accédez à vos amis Facebook personnels : cochez-les et envoyez les invitations. Ils reçoivent une notification pour liker votre page.

Le réflexe collectif

Vous faites du B2C : tous vos amis sont des clients potentiels. Demandez aussi à vos collaborateurs de le faire. Pour ça, ils doivent être **administrateurs** de la page (ajoutez-les dans les rôles de la page). En capitalisant sur les relations de toute l'agence, vous démultipliez votre base d'abonnés.

Instagram

Un peu moins puissant, mais ça existe : menu burger en haut à droite → **Suivre et inviter des amis**. Vous pouvez y retrouver vos contacts, et partager le lien de votre compte (groupe Messenger, WhatsApp...) pour inviter à vous suivre.

LinkedIn

Sur une page LinkedIn (en tant qu'administrateur), un bouton **Inviter à suivre** vous permet d'inviter vos relations. Vous disposez de **250 crédits par mois**, rechargés automatiquement — soit beaucoup d'invitations possibles.

Encore faut-il avoir des relations...

Sur LinkedIn, les relations sont le nerf de la guerre. Personne ne le fera à votre place. Mettez-vous un **bloqueur de 10 min tous les vendredis** : repassez vos rendez-vous de la semaine et ajoutez en relation les personnes rencontrées. 5 à 10 nouvelles relations / semaine = **250 à 500 par an**, des gens que vous connaissez vraiment. Une fois en relation, ils voient vos publications — et vous pourrez les inviter à suivre votre page d'agence.

✓ **Checklist recette 1**

- ☐ J'ai invité mes amis Facebook à liker la page de l'agence
- ☐ Mes collaborateurs sont admins et ont invité leurs amis
- ☐ J'ai activé « Suivre et inviter » sur Instagram
- ☐ J'utilise mes 250 crédits LinkedIn chaque mois
- ☐ J'ai mon créneau hebdo de prospection LinkedIn dans l'agenda

2

**Misez sur le
follow-
unfollow**

Misez sur le follow-unfollow

Le principe est simple : **aller suivre proactivement des comptes ciblés** sur votre secteur. Une partie d'entre eux vous suivra en retour — c'est un levier qui marche particulièrement bien sur **Instagram** et **TikTok**.

Qui suivre ?

Pas n'importe qui : l'idée est de viser **local et pertinent**, pour attirer des abonnés de votre zone de chalandise.

- Votre ville, votre mairie, les comptes institutionnels locaux
- Vos concurrents (et leurs abonnés, qui sont vos prospects)
- Les acteurs locaux : restaurants, hôtels, commerces, associations...

Le « unfollow »

Pensez de temps en temps à faire le ménage : **désabonnez-vous des comptes qui ne vous ont pas suivi en retour**. Vous gardez ainsi un ratio sain entre abonnés et abonnements, et un profil crédible.

À garder en tête

Restez raisonnable dans le rythme : enchaîner des centaines d'actions par jour peut être perçu comme du spam par les plateformes. Mieux vaut un effort régulier et ciblé qu'une rafale ponctuelle.

✓ Checklist recette 2

- ☐ J'ai listé les comptes locaux pertinents à suivre
- ☐ Je suis mes concurrents et leurs communautés
- ☐ Je fais le tri régulièrement (unfollow des non-suiveurs)

3

**Misez sur vos
ambassadeurs**

Misez sur vos ambassadeurs

Autour de votre activité, des gens peuvent devenir les **ambassadeurs de votre visibilité** : ils likent, commentent et surtout **partagent** vos publications. Et c'est le partage qui nous intéresse ici.

Quand un ambassadeur partage votre post, celui-ci devient visible auprès de **son** réseau — des personnes qui ne sont pas dans votre cercle direct. C'est la logique des cercles concentriques : amis de vos amis, relations de vos collaborateurs... vous vous faites découvrir bien au-delà de votre audience habituelle.

Qui sont vos ambassadeurs ?

- En agence : **tous vos collaborateurs** et leurs réseaux personnels
- Conseiller indépendant : vos proches, vos soutiens
- En réseau / équipe : les autres conseillers à vos côtés

Mettez en place un process (et une carotte)

Soyons honnêtes : sans incitation, les gens ne partageront pas spontanément. Il faut un **processus** et, idéalement, une **petite récompense**.

Notre exemple chez Cocoon-Immo : on a lancé un concours ambassadeurs en fin d'année. Chaque collaborateur gagne un point quand il like, commente ou partage une publication de l'agence. À la fin de l'année, celui qui a le plus de points remporte un cadeau. Résultat : **nettement plus de partages** de la part de l'équipe depuis sa mise en place.

L'avantage est de votre côté

Chez nous, l'entourage des collaborateurs n'est pas forcément composé d'agents immobiliers. Chez vous, c'est du B2C : vos clients finaux, c'est monsieur et madame tout le monde. **Chaque repartage est donc pertinent** pour votre activité.

Prévenez-les automatiquement

Encore faut-il que vos ambassadeurs sachent qu'une nouvelle publication est en ligne. Avec une plateforme de programmation comme Cocoon, vous pouvez **notifier automatiquement vos ambassadeurs** avec le lien du post à liker / commenter / partager. Ce n'est pas possible nativement depuis les réseaux : c'est tout l'intérêt d'un outil pro.

✓ **Checklist recette 3**

- ☐ J'ai identifié mes ambassadeurs potentiels
- ☐ J'ai mis en place une mécanique d'incitation (concours, points...)
- ☐ Mes ambassadeurs sont prévenus à chaque nouvelle publication

4

**Organisez des
jeux
concours locaux**

RECETTE 4 — LE LEVIER LE PLUS PUISSANT

Organisez des jeux concours locaux

Le jeu concours reste **l'un des meilleurs moyens de gagner des abonnés** sur les réseaux sociaux. Encore faut-il le concevoir pour attirer des abonnés **locaux** — pas des chasseurs de cadeaux à l'autre bout de la France.

Deux conditions qui font la différence

- **Un lot local et attractif** : un dîner dans un restaurant du coin, un partenariat avec un commerçant voisin... Cela crée un partenariat gagnant-gagnant et ancre le concours dans votre territoire.
- **Le retrait du lot à l'agence** : précisez dans le règlement qu'il faudra venir chercher le lot sur place. Quelqu'un qui habite loin ne sera pas intéressé — vous maximisez ainsi la participation de personnes vraiment locales.

La mécanique classique

Pour participer : **s'abonner à la page + liker le post** (et éventuellement identifier un ami ou partager en story). C'est cette condition d'abonnement qui transforme la portée du concours en nouveaux abonnés.

Un résultat concret : une agence a gagné **131 abonnés en 12 jours** grâce à un jeu concours local — contre 125 abonnés sur toute l'année précédente. Un seul concours bien pensé peut donc surpasser une année entière de croissance organique.

Le bon réflexe juridique

Attention au cadre : un jeu concours sur les réseaux a un **règlement** à respecter, et vous ne pouvez pas réutiliser les noms, logos ou marques de tiers (partenaires, marques citées) sans autorisation. Cadrez bien le lot et la mention du partenaire en amont.

✓ Checklist recette 4

- ☐ Mon lot est local et désirable (partenaire de proximité)
- ☐ Le retrait du lot se fait à l'agence
- ☐ L'abonnement à la page est une condition de participation
- ☐ J'ai un règlement et l'accord du partenaire

5

**Capitalisez
sur**

« la vraie vie »

Capitalisez sur « la vraie vie »

Votre activité génère chaque jour des contacts physiques. Tout l'enjeu : **transformer ces contacts du monde réel en abonnés** sur vos réseaux. Voici les actions qu'on recommande.

Sur vos supports print

Flyers, boîtage, cartes de visite, panneaux... Faites-y toujours figurer **a minima les logos de vos réseaux**, avec une phrase d'incitation. Mais attention :

Expliquez toujours pourquoi vous suivre. Les gens ne s'abonnent pas pour vous faire plaisir, mais parce qu'ils estiment avoir quelque chose à y gagner. Posez-vous la question : quelle valeur j'apporte ? Des conseils exclusifs ? Mes biens en avant-première ? Exemple : « Suivez-nous sur Instagram pour découvrir nos biens en exclusivité. »

Les outils malins

- **Plaque NFC / QR code** en agence : « Collez votre téléphone » ou « Scannez-moi » → le visiteur arrive directement sur votre compte. Idéal sur le comptoir d'accueil.
- **Compteur d'abonnés** physique (style Instagram / Facebook) posé en vitrine ou à l'accueil : ça intrigue et ça crée la preuve sociale.

À chaque interaction client

Estimation, mandat, visite, signature... Autant d'occasions de dire simplement : « Suivez-nous, on partage [votre valeur ajoutée]. » Le bon moment, c'est quand le client est déjà satisfait de l'échange.

✓ Checklist recette 5

- ☐ Mes supports print affichent mes réseaux + une raison de suivre
- ☐ J'ai une plaque NFC / QR code en agence
- ☐ Mon équipe a le réflexe d'inviter à suivre à chaque RDV



Pensez
multicanal

Pensez multicanal

Vos réseaux sociaux ne vivent pas en silo. Tous vos autres points de contact digitaux peuvent **renvoyer du trafic** vers vos comptes — à condition d'y penser et de les configurer une bonne fois pour toutes.

Les canaux à activer

- **Votre site web** : icônes de réseaux bien visibles dans le footer (et idéalement en header).
- **Votre fiche Google Business** : renseignez vos profils sociaux dans « Informations sur l'établissement ». Vos comptes apparaissent alors directement dans les résultats Google.
- **Votre signature e-mail** : chaque membre de l'agence devrait avoir les icônes cliquables de vos réseaux. Multipliez par le nombre d'e-mails envoyés chaque jour...
- **Vos newsletters** : bandeau « Suivez-nous sur les réseaux » avec les liens, en en-tête ou pied de page.

L'idée maîtresse

Chaque canal que vous possédez déjà est une **passerelle gratuite** vers vos réseaux. La plupart de ces réglages se font une seule fois et travaillent pour vous en continu.

✓ Checklist recette 6

- ☐ Icônes réseaux sur mon site (footer + header)
- ☐ Profils sociaux renseignés sur ma fiche Google Business
- ☐ Signature e-mail de toute l'équipe avec liens réseaux
- ☐ Bandeau réseaux dans mes newsletters

7

**Saupoudrez tout
ça
de publicité ciblée**

Saupoudrez tout ça de publicité ciblée

Quand on manque encore d'abonnés, il existe un levier qui n'est pas miraculeux mais qui fonctionne bien : **compenser avec de la publicité ciblée**. Tous les réseaux en proposent — c'est leur modèle économique — et c'est facile à activer, notamment en **boostant / sponsorisant** une publication que vous avez déjà créée.

Pourquoi ça marche

- Vous touchez des personnes **au-delà de vos abonnés actuels**
- Vous pouvez **cibler géographiquement** (votre ville, votre zone) et par centres d'intérêt
- Le budget est maîtrisable : on peut démarrer avec quelques euros par jour

Sans jeter son argent par les fenêtres

Ne boostez pas n'importe quel post. Sponsorisez vos **meilleurs contenus** (ceux qui performent déjà en organique), ciblez précisément votre zone locale, et définissez un objectif clair. Un petit budget bien ciblé bat toujours un gros budget arrosé au hasard.

✓ Checklist recette 7

- ☐ J'identifie mes posts qui performent le mieux
- ☐ Je cible géographiquement ma zone de chalandise
- ☐ Je définis un budget et un objectif avant de booster



Attirer, c'est bien.
Fidéliser, c'est
mieux.

Attirer, c'est bien. Fidéliser, c'est mieux.

Toutes les recettes précédentes servent à **faire venir** des gens sur vos réseaux. C'est indispensable... mais ça ne suffit pas. Car deux choses se jouent au moment où une personne découvre votre compte :

- Un visiteur qui tombe sur votre profil et y voit des contenus **peu inspirants** ne s'abonnera tout simplement pas.
- Un abonné qui ne trouve plus rien de pertinent finit par **se désabonner**.

Autrement dit : attirer du trafic vers un compte sans intérêt, c'est remplir un seau percé. **Le vrai nerf de la guerre, c'est d'avoir des réseaux sociaux de qualité.**

Le cercle vertueux : quand vous attirez des gens pertinents et que votre contenu apporte de la valeur, ils s'abonnent... et ils restent. Chaque nouvelle recette devient alors démultipliée, parce qu'elle alimente une base qui ne fuit pas.

Ce qui donne envie de suivre — et de rester

- **De la régularité** : publier de façon constante, 52 semaines sur 52, pour rester présent dans le fil.
- **De la valeur** : conseils, décryptage du marché local, biens en avant-première, réponses aux questions que se posent vos clients.
- **De l'humain** : montrez votre équipe, vos coulisses, vos visages. On suit des personnes, pas seulement une marque.
- **Du sympa** : du contenu agréable à consommer, qui donne le sourire et l'envie de revenir.

Travaillez ces quatre dimensions et vous transformez vos réseaux en aimant : non seulement vous gagnez des abonnés, mais vous **les gardez** — et ce sont eux qui, demain, deviendront vos prospects et vos clients.

✓ Checklist recette 8

- ☐ Je publie de façon régulière (rythme tenu dans la durée)
- ☐ Chaque post apporte une vraie valeur à mon audience locale
- ☐ J'humanise mon compte (équipe, coulisses, visages)
- ☐ Mon contenu donne envie de rester abonné

Et maintenant, parlons-nous.

Vous avez les 8 recettes. La bonne nouvelle : vous pouvez en activer plusieurs dès cette semaine. La promesse Cocoon-Immo, c'est de vous faire gagner du temps là-dessus — en 5 à 10 minutes par semaine, on vous transforme en community manager immobilier.

Programmation sur tous vos réseaux, connexion à votre logiciel de transaction pour mettre en avant vos annonces, idées de contenu prêtes à l'emploi, notification de vos ambassadeurs... et des community managers qui peuvent gérer vos réseaux pour vous et avec vous.

✉ hello@cocoon-immo.io
www.cocoon-immo.io

