

18 septembre 2018

Pourquoi acheter des rendez-vous en défiscalisation immobilière ?



Il existe différents leviers ou moyens pour trouver des prospects en défiscalisation, les principaux se trouvent avec le marketing digital. Les rendez-vous en défiscalisation par exemple sont des excellents moyens pour y arriver.

Qu'est-ce que la défiscalisation ?

Aujourd'hui en France, il existe plusieurs leviers afin de **défiscaliser une partie de ses revenus**.

La [défiscalisation](#) existe depuis une vingtaine d'années et s'applique dans le financier et l'immobilier.

C'est le fait d'investir de l'argent pour récupérer une partie de la somme en **réduction d'impôt et donc payer moins d'impôts**. Ces avantages ou lois sont souvent mis en place dans le but de favoriser un secteur, de le soutenir ou de le relancer.

Plusieurs **lois de défiscalisation immobilière 2016** existent et permettent de se financer un bien immobilier à l'aide de ses impôts.

Les **lois de défiscalisation immobilière** sont mises en place dans le but de subvenir au manque de logements en France.

Les différents leviers pour trouver des prospects en défiscalisation

1) L'Email marketing :

L'emailing est un levier permettant d'acquérir des visites.

Le courrier électronique était, à la base, un simple moyen d'échanger avec d'autres individus.

Il est rapidement devenu un levier marketing convoité, synonyme de communication personnelle et d'échanges avec les clients.

2) Les rendez-vous qualifiés en défiscalisation :

Il existe de différentes stratégies innovantes permettant d'acquérir les meilleurs prospect souhaitant défiscaliser et investir dans l'immobilier.

Les demandes de [rendez-vous en défiscalisation](#) sont issus de démarches pro actives.

Il est de plus important de trouver des rendez-vous qualifiés.

3) Le référencement naturel/ SEO

Le référencement naturel est une technique permettant d'améliorer la visibilité de son site web.

2 mots importants :

– positionnement (positionner les pages de son site dans les premières pages de résultats sur certains « mots clés »)

– soumission (faire connaître son site auprès des outils de recherche)

Le principe est simple : un internaute cherche un produit, une marque, une thématique... et va taper une « requête » sur la barre de recherche d'un moteur de recherche (Google, Bing, Yahoo...).

En cliquant sur « rechercher », l'internaute va être face à différents résultats de recherche. Ces liens font partie du référencement naturel.

[Partager sur Facebook](#)[Partager sur Twitter](#)[Share on LinkedIn](#)