manuscry

Trouver vos futurs vendeurs : les signaux qui annoncent une mise en vente

Ce qui précède vraiment une vente, ce que la loi permet d'en faire, et une méthode de prospection par rue pour être là au bon moment



Sommaire

Introduction 3

1. Les mandats se gagnent avant l'annonce 4

2. Les signaux qui annoncent une vente 6

2.1 Les signaux du bien 7

2.2 Les signaux de la rue et du cycle de détention 8

2.3 Les signaux des personnes morales et du bâti collectif 9

2.4 Ce que chaque signal vaut vraiment 10

3. Ce que la loi permet, ce qu'elle interdit 12

4. La méthode en 4 étapes 14

4.1 Choisir ses rues 15

4.2 Composer le message 17

4.3 Cadencer 18

4.4 Mesurer 18

5. Trois exemples de courrier 19

5.1 La rue qui bouge 19

5.2 Le quartier acheté il y a cinq à sept ans 20

5.3 Le quartier ancien, à l'approche de 2028 21

6. Et avec Manuscry 22

6.1 Après le premier contact 24

6.2 Intégrez vos outils 25

Prêt à passer à l'action ? 26

Introduction

Un mandat se gagne rarement le jour où le bien apparaît sur un portail. Il se gagne dans les semaines qui précèdent, quand le propriétaire fait estimer, commande ses diagnostics et choisit, souvent, l'agence dont il connaissait déjà le nom.

Pour savoir ce qui annonce réellement une vente, nous avons rejoué le passé sur une métropole de l'Ouest : 38 000 diagnostics et 36 000 ventes publiques, quatre dates de référence, des signaux mesurés un par un. Certains sont très forts mais interdits à l'usage commercial, d'autres sont modestes mais publics et parfaitement utilisables.

Ce playbook vous donne les chiffres, le cadre légal, et une méthode concrète : choisir ses rues, écrire un message qui parle de la rue, revenir régulièrement, et mesurer ce qui fonctionne.

1. Les mandats se gagnent avant l'annonce

Quand une maison apparaît sur un portail d'annonces, le plus gros du travail commercial est déjà fait. Le propriétaire a choisi son agence, signé un mandat, fait réaliser ses diagnostics. Les agents qui découvrent le bien à ce moment-là arrivent **après la décision**.

La décision, elle, se prend dans les semaines qui précèdent : on fait estimer, on commande les diagnostics obligatoires, on compare deux ou trois agences, parfois on termine des travaux. Pendant cette période, rien n'est encore public, et le vendeur est très attentif à ce qui arrive dans sa boîte aux lettres.

L'agent qui est **présent au bon moment, dans la bonne rue**, avec une information utile plutôt qu'un slogan, part avec une longueur d'avance.

22,9 %

des maisons qui reçoivent un diagnostic de performance énergétique sont vendues dans les 6 mois qui suivent, selon notre analyse sur une métropole de l'Ouest.

×7

c'est l'écart avec une maison prise au hasard dans la même ville (3 % vendues sur la même période), selon la même analyse.

1 sur 2

environ une vente de maison sur deux est précédée d'un diagnostic récent, selon notre analyse : l'autre moitié se vend avec un diagnostic plus ancien, encore valide, donc sans signal visible.

Code de la construction et de l'habitation (DPE obligatoire à la vente) ; Analyse Manuscry, métropole de l'Ouest : 38 000 DPE et 36 000 ventes DVF, analyse 2026 (dates de référence 2025)

Ces chiffres ne servent pas à démarcher les personnes qui ont fait un diagnostic : la loi l'interdit, nous y revenons en partie 3. Ils servent à **comprendre le calendrier d'un vendeur**. Une vente se prépare, elle laisse des traces publiques autour d'elle, et ces traces se lisent à l'échelle d'une rue ou d'un quartier. Voici le parcours type d'un vendeur avant l'annonce.

1. **Le déclic**
   Une naissance, un départ à la retraite, une mutation, une séparation, des enfants qui partent. Le projet existe dans la tête du propriétaire bien avant d'exister sur le marché. C'est souvent **5 à 7 ans après l'achat** que la question se repose, selon notre analyse.
2. **La curiosité**
   Le propriétaire regarde les prix de son quartier, remarque les panneaux « vendu » de sa rue, se demande ce que vaut sa maison. Une vente voisine est un déclencheur fréquent : quand une maison de la rue part, la suivante n'est jamais loin.
3. **Les diagnostics**
   Le diagnostic de performance énergétique est obligatoire dès la mise en annonce, et l'audit énergétique l'est pour les maisons classées F ou G depuis 2023 et E depuis 2025. Selon notre analyse, l'audit suit le diagnostic de 17 jours en médiane : à ce stade, le projet est engagé.
4. **Le choix de l'agence**
   Deux ou trois estimations, une comparaison, un mandat. L'agence choisie est très souvent celle que le vendeur **connaissait déjà** : celle qui lui a écrit, celle dont il a gardé la carte, celle qui connaît sa rue.

> **À retenir**
> Votre objectif n'est pas de deviner qui va vendre. C'est d'être l'agence dont le nom est déjà sur le frigo le jour où le projet se décide.

Code de la construction et de l'habitation (DPE obligatoire à la vente) ; Analyse Manuscry, métropole de l'Ouest : 38 000 DPE et 36 000 ventes DVF, analyse 2026 (dates de référence 2025)

2. Les signaux qui annoncent une vente

Pour savoir ce qui précède réellement une vente, nous avons rejoué le passé sur une métropole de l'Ouest : à une date donnée, on regarde tout ce qui était connu (diagnostics, ventes passées de la rue, âge du bâti, annonces légales, permis), puis on compte les biens effectivement vendus dans les mois suivants (de 5 à 12 mois selon le signal), d'après les ventes publiées par l'État (DVF). Une méthode de **backtest**, répétée sur quatre dates de référence pour ne garder que ce qui tient à chaque fois.

Chaque signal se lit avec deux chiffres : **la part de biens vendus** (sa précision) et **le nombre d'adresses** qu'il désigne (son volume). Un signal très précis qui ne désigne que vingt adresses par an ne remplit pas un agenda ; un signal à peine meilleur que le hasard sur des milliers d'adresses ne sert pas non plus.

Trois familles de signaux se dégagent : ceux du **bien**, ceux de la **rue** et du cycle de détention, ceux des **personnes morales**. Le diagnostic récent est de loin le plus fort, mais il est hors d'usage commercial ; les autres servent surtout à **trier** et à choisir les quartiers.

Attention au piège de l'immeuble

Dans un immeuble de 80 lots, une vente a lieu presque chaque trimestre : n'importe quel signal mesuré « à l'adresse » y paraît excellent sans rien dire du logement. La mesure honnête se fait sur les **maisons**, où une adresse égale un bien. Tous les chiffres « maisons » de ce chapitre sont mesurés ainsi.

Analyse Manuscry, métropole de l'Ouest : 38 000 DPE et 36 000 ventes DVF, analyse 2026 (dates de référence 2025) ; DVF+ open data (Cerema) ; BODACC ; Sitadel ; Registre national des copropriétés

2.1 Les signaux du bien

Signal (maisons)	Part vendue ensuite	Comparé à	Ce qu'il vaut
Diagnostic de performance énergétique de moins de 6 mois	22,9 %	3 % pour une maison quelconque (×7)	Signal le plus fort, mais interdit à l'usage commercial (partie 3)
Audit énergétique E, F ou G dans l'année	43 à 47 %	22 % pour une maison avec diagnostic	Confirme la vente plus qu'il ne l'annonce, même interdiction
Étiquette F ou G	21 à 36 %	17 à 23 %	Qualifiant utile, lisible à l'échelle d'un quartier ancien
Grande surface (quart supérieur)	26 à 35 %	10 à 19 %	Les grandes maisons changent de main avec les étapes de vie
Construction ancienne (avant 1975)	net avantage	construites après 2000 : 7,7 %	Le bâti ancien bouge plus, le récent très peu
Nouveau diagnostic après travaux	neutre à négatif		Le propriétaire a investi : il reste

Lecture : parmi les maisons ayant reçu un audit énergétique classé E, F ou G dans l'année, 43 à 47 % ont été vendues dans l'horizon étudié, selon notre analyse sur une métropole de l'Ouest. Les fourchettes reflètent les écarts entre dates de référence.

Deux enseignements pratiques. D'abord, **le bâti dit beaucoup** : un lotissement des années 2010 tourne peu, un quartier de maisons d'avant-guerre chauffées au gaz ou au fioul tourne beaucoup. Ensuite, **les travaux retiennent** : une maison qui vient d'être rénovée, avec un nouveau diagnostic, est une maison où l'on compte rester.

Analyse Manuscry, métropole de l'Ouest : 38 000 DPE et 36 000 ventes DVF, analyse 2026 (dates de référence 2025)

2.2 Les signaux de la rue et du cycle de détention

Ce sont les signaux qui restent **utilisables commercialement** : ils viennent des ventes publiées par l'État (DVF) et de la structure du bâti, et ils se lisent rue par rue, sans viser une personne. Pris seuls, ils sont modestes. Croisés, ils deviennent intéressants.

Signal de rue (maisons)	Part vendue ensuite	Écart avec le hasard
Une maison vendue dans la rue depuis moins de 6 mois	4,7 %	×1,4
Au moins 2 maisons vendues dans la rue sur un an	5,3 %	×1,5
Rotation de la rue de 6 % ou plus	4,4 %	×1,3
2 ventes dans l'année + rue d'avant 1975 + propriétaires installés depuis 4 ans	7,4 %	×2,1
Une vente récente + moins de 2 km du centre + propriétaires installés	10,1 %	×3,1
Rue construite après 2000	2,1 %	×0,6

Lecture : la rotation est la part de logements vendus dans la rue sur deux ans, rapportée au nombre de foyers. Le hasard correspond à une maison quelconque de la ville, vendue à 2 à 4,5 % sur l'horizon étudié, selon notre analyse.

Le second levier est le **cycle de détention** : depuis combien de temps les maisons d'un secteur ont-elles été achetées ? Les ventes publiques sur douze ans (DVF+, Cerema) permettent de le lire quartier par quartier. Un quartier où beaucoup de maisons ont changé de main il y a cinq à sept ans, et où les panneaux « vendu » réapparaissent, entre dans son cycle de revente ; un lotissement livré il y a trois ans ne vendra presque rien avant longtemps.

×1,9

Les maisons achetées il y a 5 à 7 ans se revendent près de deux fois plus que la moyenne, selon notre analyse.

×2,9

Même tranche de 5 à 7 ans, dans une rue qui bouge : près de 10 % vendues sur l'horizon étudié.

×0,6

Les maisons achetées il y a moins de 3 ans se revendent beaucoup moins : inutile d'y insister.

Analyse Manuscry, métropole de l'Ouest : 38 000 DPE et 36 000 ventes DVF, analyse 2026 (dates de référence 2025) ; DVF+ open data (Cerema), mutations 2014-2025

2.3 Les signaux des personnes morales et du bâti collectif

Une partie du parc appartient à des sociétés civiles, se trouve en copropriété ou fait l'objet de permis. Ces signaux sont **publics** (annonces légales, registres, permis) et souvent très précis, mais rares. Les parts ci-dessous sont mesurées à l'adresse sur 8 mois, contre 1,8 % pour un logement quelconque de la ville, selon notre analyse sur une métropole de l'Ouest.

Signal	Part des adresses vendues ensuite	Volume pour une grande ville	Usage
Copropriété immatriculée depuis moins d'un an	24 %	environ 100 par an	Immeuble qui se divise ou change de main : un sujet pour vos partenaires syndics
Société civile en procédure collective (BODACC)	12,8 %	environ 500 par an	Courrier à la société, à son siège, jamais à ses dirigeants
Société civile dissoute ou radiée (BODACC)	9 à 10 %	quelques centaines	Liquidation du patrimoine à venir
Permis de construire autorisé (Sitadel)	9,1 %	environ 50 par an	Projet de division ou d'agrandissement
Permis de démolir	3 %	une vingtaine	Peu utile seul

En pratique

Les annonces légales désignent des **sociétés**, pas des particuliers. Écrivez à la société à son siège, en langage professionnel, et n'exploitez jamais les noms des gérants ou des liquidateurs publiés dans l'annonce.

Analyse Manuscry, métropole de l'Ouest : 38 000 DPE et 36 000 ventes DVF, analyse 2026 (dates de référence 2025) ; BODACC ; Sitadel ; Registre national des copropriétés

2.4 Ce que chaque signal vaut vraiment



Signal fort

Une maison vendue dans la rue ces 6 derniers mois, croisée avec un bâti ancien
Un secteur où beaucoup d'achats datent de 5 à 7 ans, dans une rue qui bouge
Une société civile en dissolution ou en procédure collective
Une copropriété immatriculée depuis moins d'un an

Signal moyen

Rue à forte rotation (6 % ou plus)
Quartier de maisons d'avant 1975, grandes surfaces
Quartier de logements anciens énergivores, à l'approche d'une échéance de location
Permis de construire dans la rue

Signal faible

Maisons jamais revendues depuis plus de dix ans
Rue isolée sans vente récente
Lotissement récent ou achats de moins de 3 ans (signal négatif)
Permis de démolir seul

Combiner des signaux publics, sans aucune donnée de diagnostic, donne des **paniers d'adresses** dont nous avons mesuré la performance. Voici ce qu'on peut attendre, ramené à un secteur de 100 000 habitants :

Panier (signaux publics seulement)	Adresses par mois	Part vendue ensuite
Fort : achat il y a 5 à 7 ans, dans une rue qui bouge ou près du centre	14	9 %
Moyen : achat il y a 5 à 12 ans, rue qui bouge, centrale ou ancienne	45	5 %
Faible : maisons non revendues depuis 2014, rue qui bouge ou près du centre	145	4,7 %

Analyse Manuscry, métropole de l'Ouest : 38 000 DPE et 36 000 ventes DVF, analyse 2026 (dates de référence 2025)

Lecture : mesure sur les maisons d'une ville où elles représentent 17 % du parc, selon notre analyse sur une métropole de l'Ouest. Dans une commune pavillonnaire, les volumes sont deux à trois fois plus élevés et les taux sont à revérifier.

Ce tableau dit une chose importante : **sans diagnostic, la meilleure sélection fait deux à trois fois mieux que le hasard, pas vingt**. Le signal public ne désigne pas un vendeur, il désigne un **terrain fertile**. C'est pour cela que la bonne unité de travail est la rue et le quartier, pas l'adresse, et que la régularité compte plus que la précision.

Les limites, en clair

Ces mesures viennent d'une seule métropole et d'une période donnée. Les ventes publiques arrivent avec environ six mois de retard. Une part vendue n'est pas une part de mandats : entre les deux, il y a votre message, votre réputation et votre suivi. Aucun signal ne garantit une vente, et aucun courrier ne garantit un mandat.

Analyse Manuscry, métropole de l'Ouest : 38 000 DPE et 36 000 ventes DVF, analyse 2026 (dates de référence 2025)

3. Ce que la loi permet, ce qu’elle interdit

Le signal le plus fort de ce playbook, le diagnostic de performance énergétique, est aussi celui qu'on ne peut pas utiliser. Depuis le 2 juillet 2025, **l'article L126-32 du Code de la construction et de l'habitation interdit l'usage à des fins commerciales des diagnostics et audits transmis à l'observatoire de l'ADEME**, même s'ils sont publiés en open data. Les contrôles relèvent de la DGCCRF.

Nous l'avons utilisé ici pour une étude statistique, ce que la loi permet : comprendre qu'une vente est précédée d'un diagnostic est une connaissance utile. **Construire une liste de prospection à partir de cette base, en revanche, ne passe pas.**

Deux autres règles encadrent la prospection des particuliers :

Le téléphone : depuis le 11 août 2026, le démarchage téléphonique d'un particulier est interdit sans son consentement préalable (loi du 30 juin 2025).

Le courrier reste possible au titre de l'intérêt légitime du RGPD, à condition d'informer le destinataire et de lui permettre de s'opposer dès le premier envoi. Un flyer distribué **par rue**, sans nom ni donnée personnelle, ne traite aucune donnée nominative : c'est le format le plus simple et le plus sûr.

Les ventes publiques (DVF) sont des statistiques ouvertes : leur licence interdit de s'en servir pour réidentifier les acheteurs ou les vendeurs. On les utilise pour parler d'une rue, jamais d'un voisin.

Code de la construction et de l'habitation, art. L126-32 ; loi n° 2025-594 du 30 juin 2025 ; RGPD art. 6.1.f et 21 ; Livre des procédures fiscales, art. L112 A et R112 A-3

Ce qui passe

- ✓ Choisir ses rues avec les ventes publiques, la rotation, l'âge du bâti et le cycle de détention du quartier
- ✓ Distribuer un flyer par rue, sans nom, en respectant les boîtes « Stop Pub »
- ✓ Imprimer les prix et le nombre de ventes de la rue, issus des données publiques
- ✓ Écrire à une société civile à son siège, à partir d'une annonce légale
- ✓ Rappeler le calendrier légal des passoires thermiques à tout un quartier ancien
- ✓ Travailler avec diagnostiqueurs, artisans, notaires et syndics, dans le respect de leur secret professionnel

Ce qui ne passe pas

- × Prospecter à partir de la base des diagnostics ou des audits de l'ADEME
- × Appeler un particulier sans son consentement
- × Retrouver le nom d'un acheteur ou d'un vendeur à partir des ventes publiques
- × Croiser un décès, une succession ou un divorce avec une adresse
- × Récupérer des annonces de portails pour relancer les vendeurs
- × Écrire « votre maison est classée G » à quelqu'un dont vous n'avez pas vu le diagnostic

En pratique

Chaque courrier porte le nom de l'agence, son adresse, et une ligne simple pour ne plus en recevoir. Gardez une liste des rues ou des adresses qui ont demandé à être exclues, et respectez-la à chaque passage. En cas de doute sur un usage de données, demandez l'avis de votre juriste avant d'envoyer.

Code de la construction et de l'habitation, art. L126-32 ; loi n° 2025-594 du 30 juin 2025 ; RGPD art. 6.1.f et 21 ; Livre des procédures fiscales, art. L112 A et R112 A-3

4. La méthode en 4 étapes

1 **Étape 1 : choisir ses rues**

La méthode tient en une idée : **choisir peu de rues, y revenir souvent, et mesurer**. Partez de votre agence et dessinez une zone de 1 à 3 km. Gardez les rues qui bougent (ventes récentes, rotation), les quartiers anciens, les secteurs achetés il y a 5 à 12 ans. Écartez les lotissements récents.

2 **Étape 2 : composer le message**

Une information propre à la rue (prix médian, nombre de ventes, évolution), une offre concrète (estimation offerte, avis de valeur écrit), une seule action (QR ou numéro direct).

3 **Étape 3 : cadencer**

Deux à trois passages par an dans les mêmes rues, plus un passage dans le mois qui suit chaque vente que vous réalisez dans la rue. La reconnaissance se construit par la répétition.

4 **Étape 4 : mesurer**

Scans par rue, appels, estimations demandées, mandats signés par zone. Au bout de deux passages, gardez les rues qui répondent et remplacez les autres.

Analyse Manuscry, métropole de l'Ouest : 38 000 DPE et 36 000 ventes DVF, analyse 2026 (dates de référence 2025) ; loi Climat et résilience du 22 août 2021

4.1 Choisir ses rues

Les critères ci-dessous se lisent tous dans des données publiques, rue par rue. Aucun ne demande de connaître un propriétaire. Le calendrier des passoires thermiques (loi Climat et résilience du 22 août 2021) se communique à tout un quartier ; il ne se plaque jamais sur une adresse dont vous ne connaissez pas le diagnostic.

- **Ventes récentes** : au moins une maison vendue dans la rue ces six derniers mois, ou deux sur l'année. Une vente en appelle une autre.
- **Rotation** : part de logements vendus sur deux ans rapportée au nombre de foyers. Au-delà de 6 %, la rue est vivante.
- **Âge du bâti** : maisons d'avant 1975, et a fortiori d'avant 1948. Les quartiers récents tournent peu.
- **Cycle de détention** : beaucoup d'achats datant de 5 à 12 ans dans le secteur. Évitez les secteurs achetés il y a moins de 3 ans.
- **Prix de rue sous la médiane de la ville** : un marché accessible, où les ménages se renouvellent plus vite, selon notre analyse.
- **Quartiers anciens énergivores** : pour les bailleurs, le calendrier des interdictions de location crée des décisions à prendre.

Étiquette énergie	Location d'un logement interdite à partir du	Ce que ça change pour vos rues
G	1er janvier 2025	Déjà en vigueur : les bailleurs concernés rénovent ou vendent
F	1er janvier 2028	Fenêtre de décision en 2026 et 2027 pour les bailleurs de logements anciens
E	1er janvier 2034	Sujet de fond pour les quartiers d'avant 1975

Analyse Manuscry, métropole de l'Ouest : 38 000 DPE et 36 000 ventes DVF, analyse 2026 (dates de référence 2025) ; DVF ; loi Climat et résilience

Cette rue mérite-t-elle un passage ?

Une maison s'est-elle vendue dans la rue ces six derniers mois ?

+1pt Oui +0pt Non

La rue est-elle majoritairement composée de maisons construites avant 1975 ?

+1pt Oui +0pt Non

Une bonne partie des maisons du secteur a-t-elle été achetée il y a 5 à 12 ans ?

+1pt Oui +0pt Non

Pouvez-vous citer un chiffre propre à cette rue (prix médian, nombre de ventes) ?

+1pt Oui +0pt Non

La rue est-elle à moins de 3 km de votre agence, pour y revenir facilement ?

+1pt Oui +0pt Non

Votre verdict :

4-5 pts
Rue prioritaire
Intégrez-la à votre secteur et prévoyez trois passages sur l'année.

2-3 pts
Rue à tester
Un passage, puis décidez sur les scans et les appels.

0-1 pts
Pas maintenant
Gardez votre budget pour des rues qui bougent.

Analyse Manuscry, métropole de l'Ouest : 38 000 DPE et 36 000 ventes DVF, analyse 2026 (dates de référence 2025) ; DVF ; loi Climat et résilience

4.2 Composer le message

Un flyer de prospection immobilière se lit en quelques secondes, debout devant la boîte aux lettres. Il doit répondre à une seule question : **pourquoi cette agence m'écrit-elle à moi, dans ma rue, maintenant ?**

- **Le nom de la rue**, en gros. Le lecteur se reconnaît immédiatement, ce n'est pas un prospectus générique.
- **Un chiffre de la rue** : prix médian au m², nombre de ventes, évolution des prix. C'est l'information que le propriétaire cherche déjà.
- **Une offre concrète et sans risque** : une estimation offerte sur place, un avis de valeur écrit qu'il garde.
- **Une seule action** : un QR code vers votre prise de rendez-vous, ou un numéro direct. Pas les deux en concurrence.
- **Une signature humaine** : un prénom, une photo, une agence de quartier. On confie sa maison à quelqu'un, pas à un logo.



4.3 Cadencer

Un passage isolé s'oublie. Trois passages dans l'année installent un nom. La bonne cadence pour un secteur :

Un passage de fond au printemps et un à la rentrée, quand les projets se décident.
Un passage d'actualité dans le mois qui suit chaque vente que vous réalisez dans la rue : « une maison de votre rue vient de trouver preneur », sans nom ni numéro, c'est la preuve la plus forte qui soit.
Un passage de fin d'année avec des vœux, sans demande, pour rester présent.

La répétition compte plus que la précision du ciblage : sans diagnostic, les signaux publics ne font que deux à trois fois mieux que le hasard (partie 2.4), c'est donc la présence régulière qui fait la différence.

4.4 Mesurer

Sans mesure, une campagne de boîtage reste une impression. Avec un QR code par rue, en option, chaque scan est rattaché à la rue d'où il vient. Donnez-vous deux passages avant de juger une rue : un seul passage mesure surtout le hasard.

Indicateur	Ce qu'il dit	Décision
Scans par rue	L'intérêt suscité par le message dans chaque rue	Rues sans scan après deux passages : remplacer
Appels et demandes d'estimation	Les projets réels	Rappeler sous 24 heures, noter la rue d'origine
Mandats signés par zone	Le seul résultat qui compte	Comparer le coût du secteur aux honoraires obtenus
Ventes de la rue (données publiques)	Le marché, que vous ayez le mandat ou non	Une vente sans vous : repasser dans la rue rapidement

5. Trois exemples de courrier

Trois situations, trois messages. Les éléments entre accolades sont remplacés automatiquement, rue par rue, à partir des ventes publiques (DVF). Aucun ne s'adresse à une personne nommée, aucun n'affirme quoi que ce soit sur le logement du lecteur.

Avant d'imprimer, relisez chaque message avec une question : si le destinataire n'a aucun projet, apprend-il quelque chose d'utile sur sa rue ? Si oui, votre flyer sera gardé, et il resservira le jour où le projet arrivera.

5.1 La rue qui bouge

F

Flyer distribué dans la rue

Bonjour,

{nom_rue} : {nb_ventes} ventes analysées dans {niveau_stat}, un prix médian de {prix_m2} le m² et une évolution de {evolution_pct} depuis {annee_reference} (source : ventes publiques DVF).
Ces chiffres disent ce que vend la rue, pas ce que vaut votre maison : son jardin, son exposition, ses travaux font toute la différence.
Si vous vous posez la question, même sans projet immédiat, je vous propose une estimation offerte, chez vous, en 45 minutes.
Vous repartez avec un avis de valeur écrit, sans aucun engagement.
Scannez le QR code pour choisir un créneau, ou appelez-moi directement.

Camille, Agence du Quartier (exemple fictif)
Pour ne plus recevoir nos courriers : stop@agence-du-quartier.example

5.2 Le quartier acheté il y a cinq à sept ans

F

Flyer distribué dans le quartier

Bonjour,

Dans votre quartier, beaucoup de maisons ont changé de mains il y a cinq à sept ans.
C'est souvent à ce moment-là qu'on se repose la question : une pièce en plus, une école plus proche, un jardin plus petit, une autre ville.
Depuis, le marché a évolué : le prix médian dans {niveau_stat} est aujourd'hui de {prix_m2} le m².
Si un projet mûrit chez vous, je vous propose de faire le point sans engagement : ce que vaut votre maison aujourd'hui, et ce que coûterait vraiment la suivante, frais compris.
Scannez le QR code pour réserver, ou passez nous voir.

Thomas, Agence du Quartier (exemple fictif)
Pour ne plus recevoir nos courriers : stop@agence-du-quartier.example

5.3 Le quartier ancien, à l'approche de 2028

F

Flyer distribué aux propriétaires du quartier

Bonjour,

Vous êtes propriétaire d'un logement que vous louez dans le quartier ?
Depuis 2025, un logement classé G ne peut plus être mis en location. À partir du 1er janvier 2028, ce sera le cas des logements classés F (loi Climat et résilience).
Dans un quartier ancien comme le vôtre, beaucoup de bailleurs se posent la question dès maintenant : rénover, vendre en l'état, ou vendre après travaux ?
Nous vous proposons un point offert : la valeur de votre bien aujourd'hui, la valeur après rénovation, et un contact avec un artisan partenaire pour chiffrer les travaux.
Vous décidez ensuite, en connaissant les deux scénarios.
Scannez le QR code ou appelez l'agence.

Sophie, Agence du Quartier (exemple fictif)
Pour ne plus recevoir nos courriers : stop@agence-du-quartier.example

Loi Climat et résilience du 22 août 2021

6. Et avec Manuscry

Le scénario **Boîtage immobilier** de Manuscry reprend la méthode de ce playbook de bout en bout. Vous dessinez votre zone autour d'un point de départ, Manuscry compte les boîtes aux lettres rue par rue et calcule pour chaque rue les statistiques issues des ventes publiques. Chaque flyer est personnalisé avec les chiffres de sa rue.

- **La zone** : une adresse de départ, une distance de 0,5 à 10 km, et une carte qui montre les rues retenues. Vous retirez ou ajoutez une rue d'un clic, et vous filtrez sur le nombre de ventes, la progression des prix ou le type d'habitat.
- **Les variables par rue** : {nom_rue}, {ville}, {prix_m2}, {nb_ventes}, {tendance}, {evolution_pct}, {annee_reference}, {niveau_stat}, {nb_foyers_rue}. Quand une rue compte trop peu de ventes, le chiffre est pris au niveau du quartier, puis de la commune, et le flyer le dit : jamais de faux chiffre.
- **Les liasses** : les flyers (A6, papier 160 g) sont livrés à l'agence en liasses triées par rue, avec une carte de garde en tête de chaque rue. Pas d'affranchissement : vos équipes distribuent dans l'ordre de leur tournée, à partir de 1 000 flyers par campagne.
- **Le QR de suivi en option** : un QR par rue, qui renvoie vers votre page d'estimation ou de prise de rendez-vous. Les scans s'affichent rue par rue dans votre tableau de bord.



Flyers A6 au modèle Littoral, livrés à l'agence avec les chiffres de chaque rue.



Boitage immobilier

Des flyers différents pour chaque rue de votre zone de farming, avec les vrais chiffres du marché local et un QR code de suivi.

- Flyer A6
- Frais de port

À partir de **0,11 €**



Envoi à une liste

Le scénario à tout faire ! Importez vos propres contacts ou ajoutez-les un par un, manuellement par csv.

- Carte ou lettre
- Enveloppe
- Affranchissement

À partir de **1,23 €**



Vœux 2027

Rendu manuscrit ou non, personnalisées par destinataire, déposées à La Poste à la date que vous choisissez.

- Carte ou lettre
- Enveloppe
- Affranchissement

À partir de **1,23 €**

Le + de Manuscry

Le boîtage installe votre nom dans la rue. Pour les personnes qui vous ont déjà contacté (estimations, anciens clients, propriétaires rencontrés), vous pouvez envoyer un courrier personnalisé à partir de votre propre liste, et garder le lien chaque fin d'année avec une carte de vœux. Vous restez dans la même logique : aucune donnée achetée, uniquement vos relations.

6.1 Après le premier contact

Une estimation réalisée, un mandat signé, une vente conclue : ce sont autant de moments où une carte personnalisée fait la différence. Si vous suivez vos contacts dans un CRM ou un simple tableur, le courrier peut partir automatiquement quand une fiche change d'étape : un remerciement après l'estimation, un point d'étape après trois semaines de commercialisation, une carte de félicitations le jour de la signature.



Étape de deal HubSpot

Déclenchez l'envoi d'une carte à chaque étape clé de vos deals HubSpot.

Carte ou lettre
Enveloppe
Affranchissement

À partir de **1,23 €**

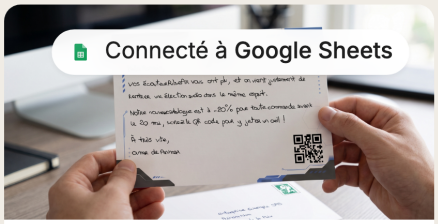


Étape de deal Pipedrive

Déclenchez l'envoi d'une carte à chaque avancée clé dans votre pipeline Pipedrive.

Carte ou lettre
Enveloppe
Affranchissement

À partir de **1,23 €**



Nouvelle ligne Google Sheets

Déclenchez l'envoi d'une carte à chaque nouvelle ligne ajoutée dans Google Sheets.

Carte ou lettre
Enveloppe
Affranchissement

À partir de **1,23 €**

6.2 Intégrez vos outils

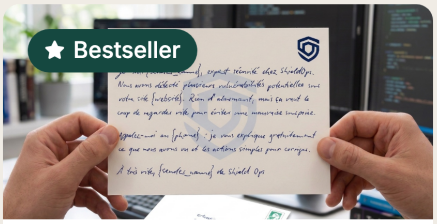


Envoi via Zapier

Déclenchez l'envoi automatique d'une carte depuis n'importe quelle app connectée à Zapier.

Carte ou lettre
Enveloppe
Affranchissement

À partir de **1,23 €**

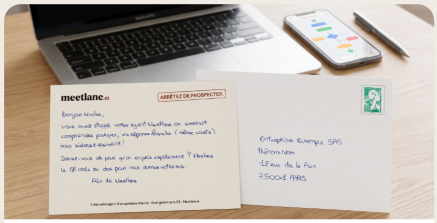


Envoi par API

Déclenchez l'envoi de cartes physiques directement depuis votre application via l'API.

Carte ou lettre
Enveloppe
Affranchissement

À partir de **1,23 €**



Envoi par MCP

Déclenchez l'envoi de cartes physiques directement depuis vos agents IA via MCP.

Carte ou lettre
Enveloppe
Affranchissement

À partir de **1,23 €**

Intégration	Usage
Connecteurs natifs	Applications connectables directement depuis la page « Intégrations » de votre campagne, dont HubSpot, Pipedrive, Salesforce, Sellsy, noCRM, Folk, Google Sheets, Airtable et Monday. Tout autre outil reste compatible via Zapier, Make, n8n ou l'API.
Zapier	8 000+ applications connectées. Idéal pour démarrer rapidement sans compétence technique, par exemple depuis votre logiciel de transaction.
Make	Workflows visuels avancés avec logique conditionnelle.
n8n	Pour les équipes techniques qui veulent un contrôle total sur leurs automatisations.
API	Envoi de courriers, ajout de contacts, recherche d'adresses postales : intégration sur mesure à vos outils internes, documentation complète disponible.
MCP (agents IA)	Votre assistant ou agent IA pilote Manuscry directement : ajouter un contact et déclencher un courrier, valider des envois, consulter vos statistiques.
Webhooks	Notifications en temps réel : courrier prêt à valider, envoyé, livré, QR code scanné, rendez-vous pris.

Prêt à passer à l'action ?

Aucun signal ne désigne un vendeur à coup sûr, et aucun courrier ne garantit un mandat. Ce que montrent les chiffres, c'est que les ventes se concentrent dans certaines rues, à certains moments du cycle de détention, et qu'elles se préparent des semaines avant l'annonce. L'agence qui choisit ses rues avec méthode, leur parle avec des chiffres utiles et y revient régulièrement met toutes les chances de son côté.

Vous voulez dessiner votre premier secteur, ou voir à quoi ressemblerait un flyer avec les chiffres de vos rues ? Parlons-en directement.

Demander un échantillon
manuscry.com/#sample →

Trouver mon scénario idéal
manuscry.com/scenarios →

Réserver une démo
manuscry.com/demo →

Voir nos autres playbooks
manuscry.com/playbooks →

> Une lettre parfaite est une lettre qui ne contient qu'une idée. Si vous avez une idée, dites-la et arrêtez-vous. C'est déjà si beau, d'avoir une idée !
>
> **Paul Reboux**