

# THESEIS s'appuie sur GEOCONCEPT pour affiner ses études et développer ses services en gestion de patrimoine

L'expert de la gestion de patrimoine a choisi de s'équiper des outils de géomarketing GEOCONCEPT afin de mieux visualiser et gérer les opportunités du marché.



## Le challenge de THESEIS : mieux appréhender les spécificités du marché immobilier pour améliorer la sélection des projets

THESEIS est un cabinet de conseil qui accompagne depuis 20 ans les professionnels de la gestion du patrimoine dans toutes les étapes de leurs démarches commerciales, de la recherche de prospects au suivi de leurs projets.

THESEIS propose à ces professionnels une palette complète de produits et services, centralisée sur une plateforme en ligne :

- des prospects investisseurs en recherche de solutions de défiscalisation, de placements immobiliers ou financiers (rendez-vous, e-contacts)
- des produits immobiliers et mobiliers sélectionnés répondant aux exigences du marché et aux besoins de leurs clients,
- des outils pour simplifier leur prospection,

- un accompagnement quotidien pour accélérer le développement de leur activité (formation, assistance juridique, solutions de financement, etc.).

Investir dans l'immobilier nécessite de bien appréhender les spécificités du marché, en particulier les critères fondamentaux et déterminants pour un investissement locatif : l'emplacement, le potentiel locatif, la pérennité et la qualité de construction.



le LABORATOIRE de l'IMMOBILIER

THESEIS dispose pour cela d'un service d'études interne, Le Laboratoire de l'Immobilier, qui analyse l'environnement sur la base d'éléments factuels tangibles, statistiques notamment, sur l'ensemble du territoire. Les résultats permettent de valider la pertinence des opérations immobilières en amont.

Pour affiner ses études immobilières et mieux visualiser les opportunités de marché pour ses clients, THESEIS a souhaité s'appuyer sur une solution intuitive en géomarketing. Les utilisateurs n'étant ni géomaticiens, ni informaticiens, l'une de ses priorités était la simplicité et l'ergonomie de l'outil.



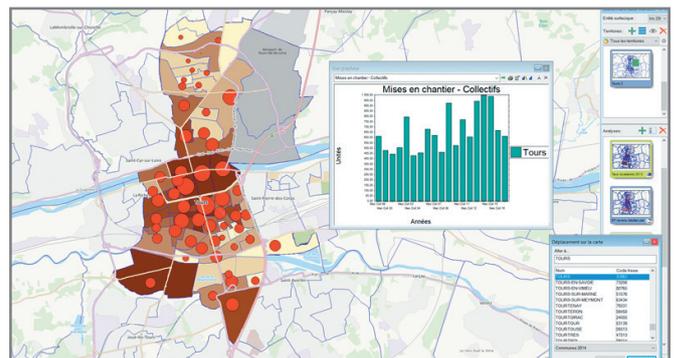
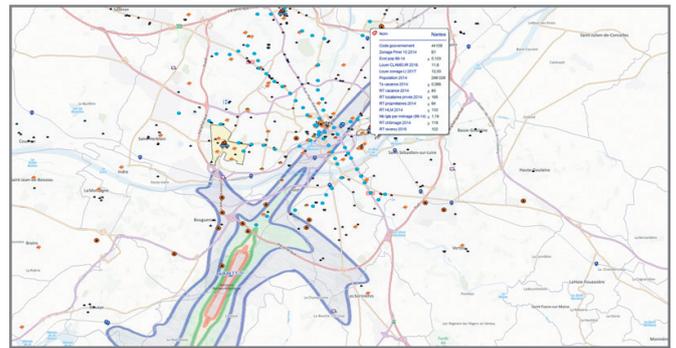
### A propos de THESEIS :

- Courtier et conseil depuis 1998
- 90 collaborateurs
- plus de 600 partenaires fédérés sur l'ensemble de la France
- Solutions de crédits, assurances et placements
- 3000 ventes immobilières par an
- 50 millions d'euros de produits de placements financiers

## — La réponse adaptée de GEOCONCEPT : le module Sales & Marketing, outil de visualisation et d'analyse de patrimoine incontournable pour la prise de décision

THESEIS choisit en 2016 de déployer le module Sales & Marketing de GEOCONCEPT, un outil d'analyse géomarketing qui permet de traiter de très gros volumes d'information et surtout de les organiser, de les recentrer à un niveau géographique, la clé pour THESEIS. La solution choisie permet de croiser les points d'intérêt avec les données sociodémographiques de l'INSEE, et la veille concurrentielle autour d'une adresse au sein d'un seul et même outil. Il offre une vue synthétique globale sur l'ensemble des données pertinentes pour la prise de décision.

« Très rapidement, la solution d'un système d'information géographique s'est imposée pour avoir cette approche analytique sur la totalité du territoire français. La partie étude avec le module Sales & Marketing correspond parfaitement à notre besoin d'analyse de territoires donnés de façon à sécuriser et systématiser notre démarche, quelle que soit l'opération et le territoire. » commente Franck Vignaud, Directeur Marketing de THESEIS. « GEOCONCEPT nous permet notamment de valider les emplacements des opérations que l'on propose en comité d'engagement foncier. Par exemple, nous pouvons analyser les flux pendulaires, les déplacements domicile-travail pour savoir si nous sommes plutôt sur une commune résidentielle ou à contrario sur une commune qui va proposer un bassin d'emplois. »



## — Le géomarketing optimise la gestion du risque et ouvre de nouvelles perspectives

Grâce à la solution de géomarketing de GEOCONCEPT, THESEIS minimise la prise de risque tant pour son partenaire commercial que pour le client final. Les informations qui ont servi en amont à la sélection des opérations sont restituées en aval aux partenaires commerciaux et in fine au client final, de manière transparente. Les informations issues des études géomarketing sont quant à elles partagées avec les partenaires commerciaux, pour chaque opération référencée, sur la plateforme THESEIS.

« Cette expertise que nous avons développée grâce à GEOCONCEPT, nous souhaitons la proposer à l'extérieur via le Laboratoire de l'Immobilier. C'est déjà le cas puisque nous avons des clients promoteurs, agences de communication, plateforme de crowdfunding, qui nous sollicitent pour des études d'implantation ou des études de faisabilité et nous souhaitons demain multiplier ces partenariats pour effectivement accroître notre expertise au-delà des frontières de THESEIS. » conclut Franck Vignaud, Directeur Marketing.

