Le **MLM dans l'immobilier** (Multi-Level Marketing), c'est l'idée d'appliquer un système de *réseau* (comme celui de certaines marques de cosmétiques ou de compléments alimentaires) au métier de mandataire immobilier.



On l'appelle aussi **marketing de réseau** ou **système pyramidal légal**. (Attention, on parle bien de système légal ici, pas d'arnaque).

Le MLM dans l'immobilier – Analyse, dérives et alternative Soleiadou Immo

Introduction : Le MLM (Multi-Level Marketing), aussi appelé *marketing relationnel* ou *marketing de réseau*, est un modèle bien connu dans certains secteurs comme la cosmétique, les compléments alimentaires ou le bien-être.
Ces dernières années, il a fait son entrée dans le secteur immobilier, séduisant certains réseaux de mandataires avec la promesse de revenus passifs, d'expansion rapide et d'un effet levier "illimité".
Mais derrière l'argumentaire commercial se cache une réalité plus nuancée.
Appliqué sans cadre éthique, le MLM peut dénaturer le métier d'agent immobilier, créer des tensions, fragiliser les équipes et réduire la qualité du service offert aux clients.
Ce dossier a pour objectif de comprendre le fonctionnement du MLM appliqué à l'immobilier, d'en analyser les avantages et les limites, et de présenter l'alternative professionnelle et éthique proposée par Soleiadou Immo.

Le fonctionnement du MLM appliqué à l'immobilier
Dans un modèle MLM, le mandataire immobilier :
1. Vend des biens immobiliers, comme dans un modèle classique.
2. Recrute d'autres mandataires ("filleuls").
3. Perçoit des commissions non seulement sur ses propres ventes, mais aussi sur celles de son équipe… et parfois sur plusieurs niveaux en dessous.

Exemple simplifié :
- Vous vendez un bien → vous touchez votre commission.

- Vous recrutez Paul → Paul vend un bien → Paul touche sa commission, et vous percevez un pourcentage.
- Paul recrute Marie → Marie vend un bien → Paul touche sa commission, et vous recevez un pourcentage indirect.

Le modèle promet ainsi un revenu récurrent grâce aux ventes réalisées par son réseau.

Les promesses mises en avant par les réseaux MLM
- Effet levier : vos revenus ne dépendent plus uniquement de vos ventes personnelles.
- Revenus passifs : possibilité de générer un revenu régulier grâce à la performance de votre équipe.
- Scalabilité : pas de limite théorique à la taille de votre réseau.
- Transmission : plus vous aidez vos recrues à réussir, plus vos revenus augmentent.

La réalité du terrain : pourquoi le MLM déraille souvent dans l'immobilier

Derrière les slogans séduisants, le MLM appliqué à l'immobilier comporte des effets pervers.

Dénaturation du métier

L'agent immobilier se retrouve à passer plus de temps à recruter qu'à exercer son cœur de métier :
- Moins d'accompagnement client.
- Moins de prospection terrain.
- Moins de suivi qualitatif.
- Résultat : baisse d'expertise, perte de crédibilité et de confiance côté client.

Dépendance malsaine

Le revenu finit par dépendre :
- Du nombre de filleuls.
- De leur performance.
- De la croissance du réseau.
- Ce schéma pousse certains à recruter pour compenser un chiffre d'affaires personnel en baisse, créant une fragilité économique.

Tensions et conflits humains

Recruter famille, amis ou proches, c'est engager sa crédibilité personnelle. En cas d'échec :
- Sentiment de responsabilité morale.
- Rancunes et tensions relationnelles.
- Mélange néfaste entre sphère personnelle et professionnelle.

Essoufflement du modèle

Un système pyramidal ne fonctionne que si la base continue de croître.

Lorsque :
- Le marché ralentit.
- Les recrutements stagnent.
- Les promesses de revenus ne se concrétisent pas…
- … la motivation chute, les départs se multiplient et le réseau se fragilise.

Atteinte à l'esprit d'équipe

Dans un réseau sain, les agents partagent, s'entraident et travaillent main dans la main. Dans un modèle MLM, les interactions peuvent devenir calculées, motivées par la commission plutôt que par l'entraide réelle.

Les signaux d'alerte d'un MLM malsain

- L'accent est mis davantage sur le recrutement que sur la vente immobilière.
- Les réunions internes ressemblent plus à des sessions de "motivation pour recruter" qu'à des formations métier.
- Les annonces de revenus passifs "faciles" masquent la réalité : l'immobilier reste un métier exigeant.
- Les promesses reposent sur la taille du réseau, pas sur le savoir-faire.

Notre position : Soleiadou Immo, l'anti-MLM

Chez Soleiadou Immo, nous avons fait un choix clair :

- Pas de pyramide.
- Pas de commission sur les autres.
- Pas de pression pour recruter.

Nous croyons à un modèle basé sur :

- La compétence individuelle : chaque agent est formé et accompagné pour exceller dans son métier.
- L'accompagnement collectif : entraide réelle, outils partagés, diffusion internationale des annonces (6 langues).
- La transparence financière : rémunération claire, paiement 24h après acte notarié, sans abonnement ni frais cachés.

Les avantages de notre modèle

- Focus métier : le temps est consacré aux clients, pas au recrutement en chaîne.
- Formations continues : techniques de vente, prospection, marketing immobilier.
- Outils performants : IA, studio graphique, campagnes locales, visibilité internationale.
- Sécurité financière : rémunération rapide et stable.
- Cohésion d'équipe : entraide naturelle, pas calculée.

Chez Soleiadou Immo, nous préférons un modèle solide, éthique et durable, où la réussite repose sur le professionnalisme et non sur un recrutement en cascade.
Notre engagement est clair :

- Former des pros.
- Offrir des outils puissants.
- Construire des carrières durables.

"Ici, pas de pyramide. Juste du solide."

Conclusion : Le MLM peut séduire par son discours… mais il comporte de sérieuses limites dans un métier comme l'immobilier, où la confiance, la compétence et la relation humaine sont primordiales.

LE **TURN-OVER ELEVE**

Le **turn-over élevé** dans les réseaux MLM (marketing de réseau) est presque structurel, et il tient à une combinaison de facteurs économiques, psychologiques et organisationnels. Voici une analyse détaillée, en allant au fond du problème :

Modèle basé sur la promesse plus que sur la réalité

- **Promesse initiale** : revenus rapides, indépendance financière, "travailler de chez soi", souvent accompagnée de témoignages spectaculaires.
- **Réalité** : la majorité ne gagne que peu ou pas d'argent, surtout dans les premiers mois.

- **Conséquence** : la désillusion frappe vite, et beaucoup quittent avant d'atteindre un seuil de rentabilité.

Entrée facile, sortie facile
- Les conditions pour entrer sont souvent minimes : inscription rapide, faible droit d'entrée, formation express.
- Mais cette faible barrière d'entrée entraîne aussi **une faible barrière psychologique à l'abandon**.
- Dès que l'enthousiasme baisse ou que la pression sociale se dissipe, le distributeur part.

Pression sur le recrutement
- Dans de nombreux MLM, le revenu dépend davantage de la capacité à **recruter** que de la vente réelle de produits ou services.
- Ce système épuise rapidement le réseau personnel du nouvel entrant.
- Une fois la "liste chaude" (famille, amis) épuisée, les ventes et recrutements chutent, créant frustration et départs.

Finances : le poids des abonnements et frais récurrents
Dans la plupart des réseaux MLM, le coût réel pour "exercer l'activité" ne se limite pas au droit d'entrée initial. Dès les premiers jours, l'adhérent découvre qu'il doit assumer **des charges mensuelles** souvent significatives, sans certitude que ces dépenses se traduiront en revenus. Ces frais récurrents peuvent vite dépasser les revenus générés. À moyen terme, les plus motivés eux-mêmes quittent pour éviter de "payer pour travailler".

Abonnements mensuels obligatoires
- Pour rester "actif" et percevoir des commissions, il est fréquent de devoir souscrire à un **abonnement mensuel** : plateforme en ligne, kit d'échantillons, ou packs produits imposés.
- Ce montant, qui peut sembler modeste au départ (100 à 200 € par mois), devient lourd pour ceux qui ne génèrent pas de ventes suffisantes.
- **Conséquence** : beaucoup se retrouvent dans une logique de "payer pour travailler" au lieu de dégager un bénéfice réel.

Packs fournitures et matériel promotionnel
- Les nouveaux entrants sont souvent incités à acheter des **packs de démarrage** plus chers pour "accélérer" leur réussite :
  - ✓ Brochures, catalogues, flyers.
  - ✓ Échantillons ou stocks pour démonstration.
  - ✓ Accès à des événements de formation ou conventions.
- Ces dépenses sont rarement amorties, surtout si l'activité s'arrête dans les premiers mois.

Frais cachés et événements obligatoires
- **Formations payantes** : séminaires, webinaires premium, déplacements.
- **Outils de prospection** : CRM, publicité locale, cartes de visite…
- **Renouvellements annuels** : frais d'adhésion ou de licence.
- Dans de nombreux cas, ces frais représentent plusieurs centaines, voire milliers d'euros par an.

Absence de garantie de retour sur investissement
- Le modèle économique repose sur la motivation et l'activité personnelle, mais **aucune garantie contractuelle** n'assure que les investissements seront compensés par des ventes.
- Les statistiques internes de nombreux MLM montrent qu'une grande majorité des membres ne récupère jamais la totalité de leurs dépenses.

- Ce déséquilibre financier est l'un des premiers motifs d'abandon, parfois dès les trois premiers mois.

Conclusion : Les frais récurrents – abonnements, packs, matériel, formations – sont souvent présentés comme un "investissement dans son avenir".
En réalité, pour beaucoup, ils deviennent un **facteur d'endettement** ou de **perte financière** qui pousse à quitter le réseau rapidement.
Le modèle ne favorise pas la prudence, mais encourage la dépense, même quand les revenus ne suivent pas.

5. Formation et accompagnement souvent insuffisants
- Les formations sont parfois plus **motivantes** que **pédagogiques**.
- Les techniques de vente ou de prospection ne sont pas toujours adaptées au profil du distributeur, ce qui entraîne un sentiment d'impuissance.
- Le manque de compétences réelles pour convertir les prospects pousse au découragement.

6. Érosion naturelle du réseau
- Le MLM fonctionne comme une pyramide inversée : pour maintenir la croissance, il faut un afflux constant de nouveaux membres.
- Or, chaque départ affaiblit mécaniquement la ligne hiérarchique au-dessus, qui perd alors motivation… et finit parfois par quitter à son tour.
- Cet effet domino crée un **cycle de renouvellement permanent**.

7. Facteur social et image
- Les critiques du modèle MLM sont omniprésentes : soupçon de système pyramidal, pression sur l'entourage, témoignages négatifs.
- Cela crée un malaise chez certains distributeurs qui n'assument plus de représenter l'activité publiquement.

En résumé : Le turn-over massif vient de **l'écart entre la promesse et l'expérience vécue**, couplé à un modèle où :
- Le recrutement prime sur la vente réelle.
- Les gains ne compensent pas les efforts et dépenses.
- L'usure sociale et mentale est rapide.

Dans le MLM, le véritable défi n'est pas de **recruter**… mais de **retenir**.
Et la rétention n'est possible que si :
- Le produit est réellement différenciant et vendable même sans le plan de rémunération.
- La formation est orientée **résultats concrets**.
- Le système ne repose pas sur une pression financière ou sociale continue.