

Guide pour les notaires

Saisir les opportunités digitales

Les conseils de **WebiNot**



“ La digitalisation de la relation ne fait plus peur et les clients sont de plus en plus réceptifs aux **offres digitales**. Le client « **connecté** » est aujourd’hui sur-sollicité et surentraîné. ”

Votre activité se porte bien ? Vous avez déjà de nombreux clients ?

Vous ne voyez pas l’intérêt de vous mettre au digital ? Vous pensez que le digital n’est pas à votre portée et qu’il ne pourra jamais remplacer la relation personnelle que vous entretenez avec vos clients ?

Vous pensez qu’il s’agit d’un phénomène de mode, ou d’un futur auquel vous avez le temps de vous préparer ?

Détrompez-vous ! Vous ne devez pas le penser en opposition avec vos pratiques actuelles, mais plutôt comme un complément.

En France, c’est déjà **88% de la population** qui utilise Internet et y passe plus d’1h22 par jour. Et ce chiffre ne fait que croître chaque année.

Le digital est bel et bien un présent auquel vous devez vous adapter. Mieux, c’est une mine d’opportunités pour :

- Pérenniser votre activité
- Accélérer votre développement

Dans ce guide, nous mettons en avant les 5 opportunités principales qui s’offrent à vous si vous passez au digital.

Saisir les opportunités du digital.

- ▶ Déontologie de la communication pour les notaires 4
- ▶ Image et présence digitale 7
- ▶ Animer ses contacts et les fidéliser 9
- ▶ Se positionner sur de nouveaux contacts 13
- ▶ Marque employeur 16
- ▶ Spécialité immobilier 18



Déontologie notariale et communication : que peuvent faire les notaires ?



Notaires : que pouvez vous faire sur Internet ?

Votre profession est encadrée par des règles de déontologie strictes, dictées par le Conseil supérieur du notariat. Ces règles visent à préserver l'éthique et la transparence du notariat.

La Commission de l'identité notariale du CSN a repris des critères objectifs et opératoires permettant de distinguer l'action licite de l'action illicite en matière de communication digitale.

La communication est donc autorisée, mais celle-ci doit être informative sans jamais être promotionnelle.

5 critères sont à respecter pour qu'une communication soit autorisée :

- Dignité, loyauté, confraternité, délicatesse
- Impartialité et objectivité
- Utilité pour le public
- Cohérence
- Utilité pour l'ensemble de la profession



"Le notaire n'est pas un commerçant. Il ne peut pas faire de publicité incitative."

Ce que les notaires peuvent faire :

- Avoir un site internet
- Être présent sur les réseaux sociaux.
- Réaliser de l'emailing à condition d'avoir le consentement ou une relation en cours (opt-in / opt-out).

Ce que les notaires ne peuvent pas faire :

- Utiliser des arguments commerciaux, des témoignages clients, des comparaisons avec d'autres études.
- Employer des formulations incitatives du type "profitez-en", "tarifs attractifs", etc.

animation

newsletter

site internet

réseau



2 Image et présence digitale : construire sa vitrine en ligne



Construire sa vitrine en ligne : créer un site internet

Votre site internet est bien plus qu'une simple carte de visite en ligne : **c'est la vitrine digitale de votre étude**, le point d'entrée privilégié pour toute personne qui cherche à vous connaître. Il constitue le socle de votre e-réputation, c'est-à-dire l'image que vous renvoyez sur le web, et c'est vous qui en gardez le contrôle. Grâce à lui, vous avez l'opportunité de construire, affirmer et maîtriser la perception que vos futurs clients auront de vous.

C'est souvent à partir de votre site que vos visiteurs vont se faire une première idée de votre sérieux, de vos compétences et de vos valeurs. Ils y cherchent des réponses simples : **Qui êtes-vous ? Que proposez-vous ? Pourquoi vous faire confiance ?**

Il est donc essentiel que ce site soit clair, soigné et cohérent avec l'image que vous souhaitez véhiculer.

C'est également le bon moment pour définir une identité visuelle professionnelle : logo, couleurs, typographies et éléments graphiques doivent refléter l'image que vous souhaitez transmettre. Les mots et les visuels (photos de l'étude, portraits, etc.) renforcent la **crédibilité** et la **cohérence** de votre présence en ligne.

Sur le plan juridique, votre site doit rester sobre, clair et informatif. Il doit comporter les mentions légales, une politique de confidentialité et respecter le RGPD.

En ce qui concerne vos services, il est recommandé de présenter vos domaines d'expertise de manière factuelle. Il convient aussi de ne pas afficher de tarifs ou de délais d'exécution, conformément aux règles déontologiques de la profession notariale.

60%

des internautes cliquent
sur les 3 premiers
résultats Google

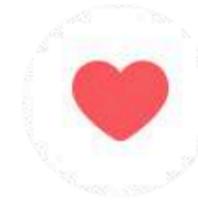
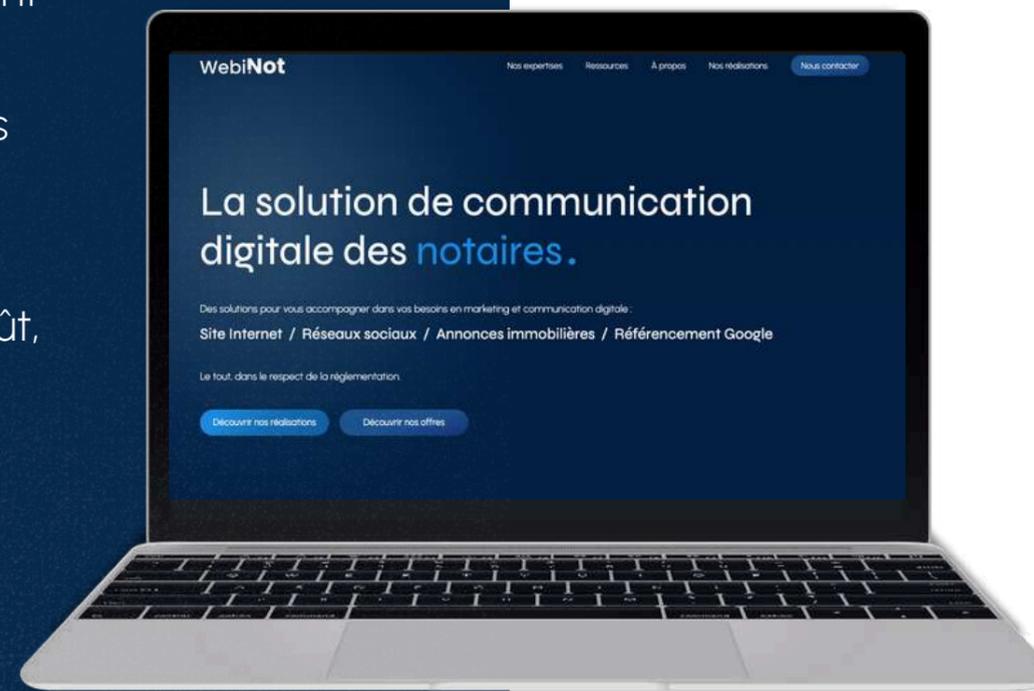
3 Animer et fidéliser ses contacts.



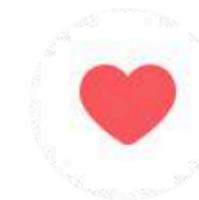
Animer ses contacts

Aujourd'hui, la présence des entreprises et des marques sur les réseaux sociaux s'est largement démocratisée. Pour un office notarial, cela représente un levier stratégique important : les réseaux sociaux permettent non seulement d'améliorer la visibilité en ligne, mais aussi de renforcer la notoriété de l'étude à moindre coût, avec un retour sur investissement souvent significatif.

Quelques chiffres parlent d'eux-mêmes : plus de 6 millions de Français sont actifs sur LinkedIn, et près de 30 millions utilisent Facebook. Ces plateformes sont désormais des canaux de communication incontournables, comparables aux médias traditionnels, tout en étant plus accessibles



Cependant, comme pour un site internet, la communication sur les réseaux sociaux doit être pensée avec rigueur. Elle constitue une véritable vitrine professionnelle, et à ce titre, elle est soumise aux mêmes obligations déontologiques que celles d'un office notarial.



Le Conseil Supérieur du Notariat (CSN) rappelle plusieurs objectifs à respecter en matière de communication externe :

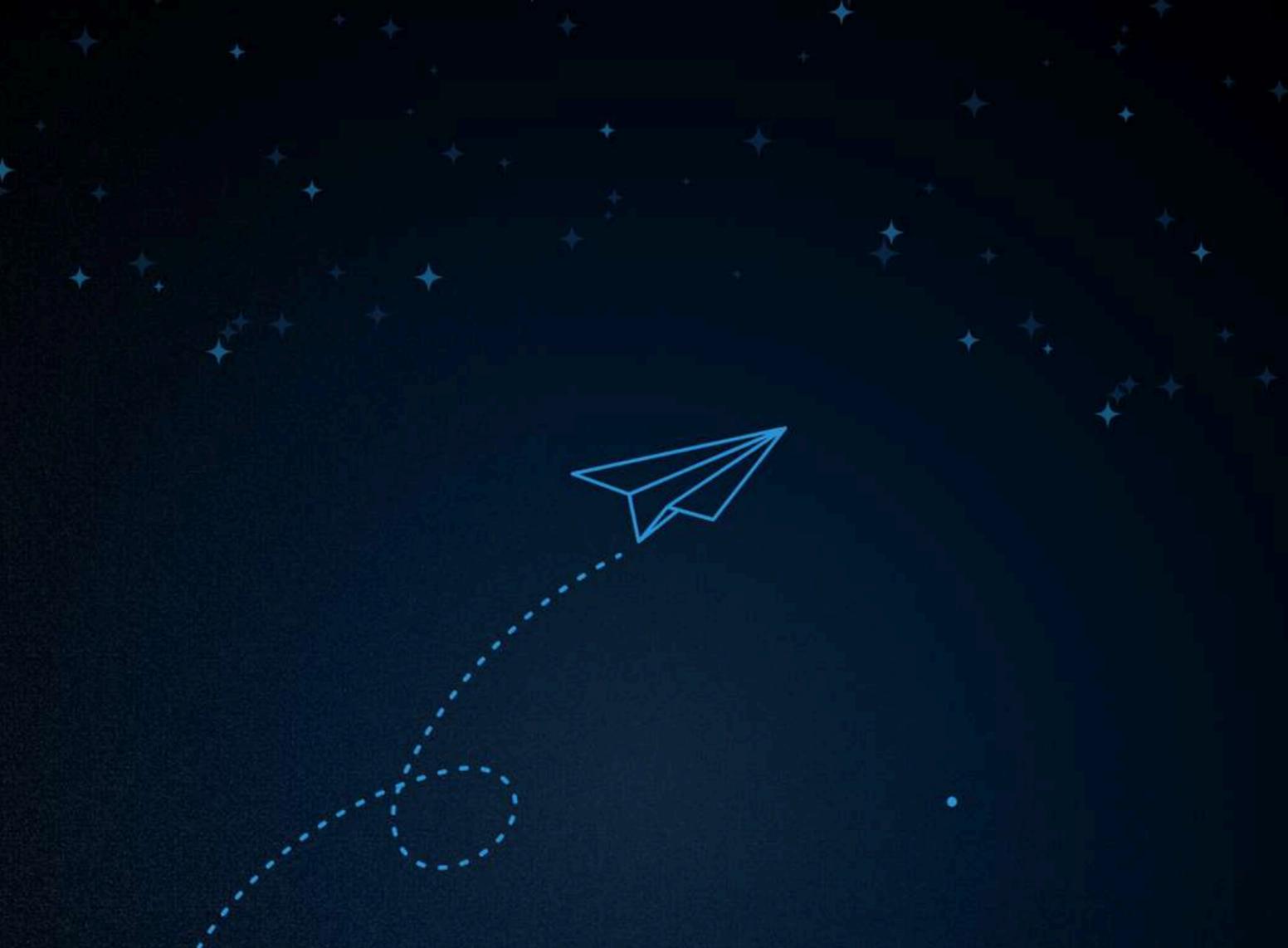
- **Mettre en valeur** l'expertise notariale en diffusant des contenus justes, objectifs et utiles pour le public comme pour la profession, dans le respect du secret professionnel et sans visée spéculative ;
- **Encourager les internautes** à consulter régulièrement les pages et sites liés au notariat pour développer un véritable « réflexe notarial » ;
- **Promouvoir une image moderne**, réactive et cohérente de la profession, tout en respectant les principes fondamentaux de réserve, de discrétion et de dignité ;
- **Améliorer le référencement des contenus** en ligne en citant les sources officielles et en insérant des liens vers les sites institutionnels ou pédagogiques du notariat, à l'exclusion de tout lien menant vers un site client.

Ce que les notaires peuvent faire

- Contenus pédagogiques, citations de textes juridiques, rappels de calendrier fiscal...
- Publication d'événements professionnels (colloques, nominations...)

Ce que les notaires ne peuvent pas faire

- Publications provocantes ou politiques
- Selfies, style personnel sur un compte professionnel.
- Les classements sont interdits



Notaires : osez la newsletter

animation

site internet

newsletter

réseaux sociaux

La newsletter est un outil sous-estimé et pourtant très intéressant pour la profession de notaire. Elles sont autorisées à partir d'un moment où elles procurent des informations utiles aux clients. Dans votre profession, il peut être parfois difficile de garder le contact avec vos clients. C'est là que la newsletter intervient. En plus de garder le contact elle vous permettra de fidéliser votre clientèle.

Le Conseil Supérieur du Notariat exige que "le principe de dignité, loyauté, confraternité, délicatesse doit être respecté."

Pour le contenu, nous vous conseillons de vous cantonner à un édito, une veille juridique et des articles de fond.

Quelques règles doivent être respectées pour utiliser ce moyen de communication :

Toute campagne doit :

- Être segmentée (pas d'envoi massif sans lien avec le destinataire).
- Comporter un lien de désinscription clair.
- Respecter les règles CNIL (consentement explicite sauf relation client en cours).

4 Se positionner sur de nouveaux contacts : Google et le SEO local.

72%

de vos futurs clients vous cherchent sur Google.

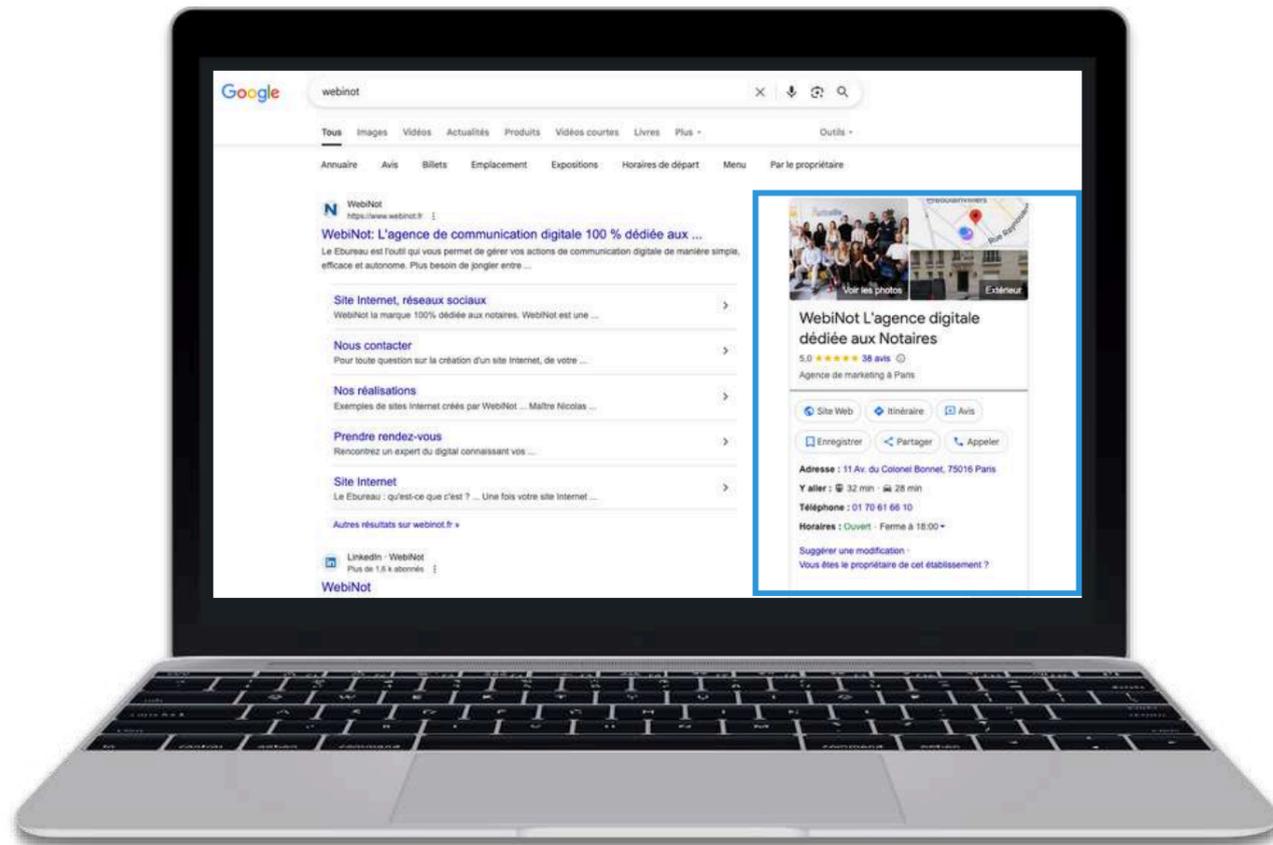
Optimisez votre référencement !

ation

site internet

visibilité locale

réseaux sociaux



En moyenne, c'est près d'un million de requêtes qui sont effectuées chaque mois dans le cadre de recherches pour des conseils ou services notariaux. Sachant que Google utilise la géolocalisation pour afficher les résultats les plus proches de l'utilisateur, il est nécessaire de travailler son **référencement local** pour apparaître dans les résultats les plus pertinents. Le référencement local vous permet d'augmenter votre visibilité dans une zone géographique ciblée.

Pour afficher les résultats les plus pertinents, Google prend en compte plusieurs critères :

- L'utilisation la profession recherchée dans les termes de recherche ;
- L'utilisation d'une zone géographique dans les termes de recherche ;
- La localisation de l'internaute qui effectue la recherche : Par exemple, "notaire lyon".

Dans une profession fondée sur la **confiance**, les avis clients sont une mine d'or pour votre étude.

Laissés sous votre page Google Business Profile, ils reflètent la satisfaction de vos clients et donnent davantage d'informations sur votre activité ou votre domaine d'expertise.

Ils sont un des aspects de votre e-réputation.

Comment optimiser sa fiche Google Business Profile ?

Pour travailler le référencement local il faut dans un premier temps créer une page **Google Business Profile** et l'optimiser en y ajoutant un maximum d'informations :

- Le nom de votre étude ;
- L'adresse physique de votre établissement ;
- Le numéro de téléphone sur lequel vous souhaitez être contacté : sachez que sur smartphone, l'internaute peut appeler le numéro d'un simple clic ;
- Votre site Internet si vous en avez un, ce qui générera encore plus de trafic ;
- Vos horaires d'ouverture : pensez à les mettre à jour régulièrement, en fonction des jours fériés, congés etc...
- Votre secteur d'activité ;
- Des photos de vos locaux et/ou de votre équipe ;



5 La marque employeur : attirer les bons profils



Constituez votre marque employeur

L'ensemble de votre communication digitale constitue une identité propre à votre étude. Elle vous ressemble. Vous avez donc envie que les gens qui vous rejoignent ainsi que vos nouveaux collaborateurs adhèrent à cette identité.

Cette identité crée une culture d'entreprise visible qui donnera envie de **rejoindre votre étude** pour ses valeurs, ses missions, son ambiance.

Que mettre en oeuvre ?

- Une page "recrutement" sur le site avec témoignages.
- Des posts LinkedIn valorisant la vie de l'étude.
- Une mise en avant des engagements (formation, labels, qualité de vie au travail...).

Immobilier : capter les projets et valoriser les mandats.



Une section immobilière sur votre site, ou des posts de vos annonces peuvent être un atout majeur pour votre étude. En France, 50% des revenus viennent de l'immobilier, mais la négociation ne représente que 2,7% : c'est un potentiel inexploité.

L'utilisation du bon canal peut développer votre activité immobilière et attirer de nouveaux clients.

Une section dédiée sur votre site, des posts réguliers sur vos réseaux sociaux ou encore une newsletter regroupant vos meilleures sont le meilleur moyen de promouvoir votre expertise immobilière.

Pour cette activité, les notaires peuvent utiliser des canaux différents. Les annonces immobilières peuvent être faites en social ads ou google Ads pour mettre vos biens en avant.



Pourquoi se faire accompagner par des experts du notariat ?

Votre métier exige un engagement total et une grande rigueur. Dans ce contexte, maîtriser les règles déontologiques et les codes de la communication peut représenter un véritable défi en termes de temps et de disponibilité.

C'est pourquoi il est essentiel de vous entourer d'experts du digital qui comprennent les spécificités de votre profession.

Bénéficiez d'un audit gratuit de votre présence en ligne, réalisé par des spécialistes, et profitez d'un accompagnement sur mesure grâce à un chef de projet dédié. Vous évitez ainsi les erreurs, tout en accédant à des outils pensés pour répondre aux exigences de votre secteur.

Le résultat ? Une communication clé en main, un véritable gain de temps, et la liberté de vous concentrer sur l'essentiel : votre cœur de métier et le développement de votre activité !

Vous voulez vous lancer mais vous ne savez pas comment vous y prendre ?
Faites le point sur les meilleures pratiques digitales pour les notaires et les solutions de mise en oeuvre.

[Nous contacter](#)

WebiNot

www.webinot.fr

01 47 79 48 00

contact@webinot.fr

11 avenue du Colonel Bonnet

75016 Paris



Spécialiste de la communication digitale des
notaires