



Ingénieur de formation, diplômé de l'École nationale supérieure d'arts et métiers, ENSAM Paris, Alexis Armand est actif depuis 15 ans dans les milieux de la construction et de l'immobilier. De 2002 à 2006, il exerce comme chef de projet immobilier pour les groupes Exxon Mobil et Gefco à Paris. Il rejoint en 2007 Implenia Suisse SA à Onex en tant que chef de projet, puis responsable commercial et responsable études et planification. Depuis 2018, il occupe le poste de responsable des ventes pour Genève et l'arc Lémanique au sein du Groupe DBS immobilier. Il exerce également la fonction de responsable du développement immobilier pour la marque Domicim depuis septembre 2019. « L'influence est très présente dans nos métiers de vente. À travers le « Marketing d'influence », nous cherchons à explorer au maximum le potentiel de nouveaux vecteurs. La digitalisation de nos outils et de nos données personnelles offre de nouvelles pistes qui peuvent permettre d'influencer les marchés. À titre personnel, indépendamment des outils que nous utilisons, mes actions ne sont pas directement destinées à influencer sur les

personnes qui m'entourent mais davantage à partager avec elles ma vision et mes valeurs.

Actif depuis 15 ans dans le milieu de l'immobilier, et aujourd'hui en tant que responsable des ventes du Groupe DBS Immobilier pour les agences de Genève à Lausanne, mon action s'exerce de façon implicite à travers mon réseau professionnel et personnel qui s'étoffe

énergétiquement et respectueux de notre environnement. Le Groupe DBS immobilier souhaite mettre à profit sa taille afin de s'impliquer quotidiennement dans cette démarche et d'apporter des solutions qui contribueront à garantir la pérennité de l'environnement: Antoine de Saint-Exupéry affirmait à juste titre que : « nous n'héritons pas la terre de nos ancêtres, nous l'empruntons à

---

*Alexis Armand,*

*Responsable des ventes pour Genève et l'arc Lémanique  
au sein du Groupe DBS immobilier*

---

au fil des années. Je consacre une partie importante de mon temps de travail à échanger, à l'interne et à l'externe, sur la vision du groupe et celle du marché dans lequel nous évoluons. J'apprécie le travail en équipe et souhaite rester en toutes situations positif, honnête et surtout à l'écoute des autres. Sans avoir la prétention d'y parvenir toujours, le meilleur vecteur de promotion de ces valeurs reste l'exemple que nous renvoyons par notre travail et nos décisions. Outre le fait que j'accorde plus de valeur aux « personnes inspirantes » qu'aux « personnalités influentes », je pense qu'une marque durable sur le marché résulte davantage du groupe que des individus qui le constituent. Dans le cadre du groupe DBS Immobilier, notre rayonnement peut se mesurer à la part de marché que nous occupons de façon croissante depuis notre création il y a 3 ans. Le Groupe a également une « responsabilité » sociétale, notamment en matière de développement durable qui est un enjeu majeur, au cœur des préoccupations des décideurs politiques et des nouvelles générations auxquelles je m'identifie. En tant qu'acteurs du marché immobilier, il nous incombe de développer, concevoir, réaliser et gérer les bâtiments pour les rendre toujours plus efficaces

nos enfants ». Par ailleurs et en termes d'innovation, le monde de l'immobilier bascule depuis quelques années dans l'ère numérique. Entre crowd-funding et réalité virtuelle, les acteurs de l'immobilier vont devoir se réinventer pour répondre aux besoins d'une nouvelle génération de clients hyper-connectés et toujours plus enclins à la nouveauté. Les supports de communication leur étant de plus en plus accessibles, il faudra leur proposer, au sein d'un marché très ouvert, toujours plus de services dans des délais extrêmement courts. Dans cette effervescence, les acteurs qui vont pouvoir perdurer sont ceux qui arriveront à allier technologie et écoute. Depuis sa création, le Groupe DBS Immobilier allie, par son réseau, la proximité et le développement de nouveaux outils digitaux ».

À TRAVERS  
LE « MARKETING  
D'INFLUENCE »,  
NOUS CHERCHONS À  
EXPLORER AU MAXIMUM  
LE POTENTIEL DE  
NOUVEAUX VECTEURS.