

La formation en résumé

Le digital touche tous les secteurs d'activité et l'immobilier ne fait pas exception. Vous voulez savoir comment tirer parti de toutes les possibilités offertes par le web et les réseaux sociaux pour vendre des biens immobiliers ?

2 journées pour explorer les pratiques gagnantes et gagner en aisance sur la communication digitale.

Objectifs :

- Comprendre les enjeux de la transformation digitale pour le métier d'agent immobilier et prendre conscience des opportunités créées.
- Améliorer l'image de marque de son agence et/ou son personal Branding en tant qu'agent immobilier
- Utiliser les réseaux sociaux pour développer son activité immobilière
- Attirer des prospects, dont les propriétaires ayant un bien à vendre

Participants :

- Les titulaires de la carte professionnelle mentionnée à l'article 1er du décret du 20 juillet 1972 ou, lorsqu'il s'agit de personnes morales, leur représentant légal et statutaire
- Les personnes qui assurent la direction d'un établissement, d'une succursale, d'une agence ou d'un bureau
- Les personnes, salariées ou non, habilitées par le titulaire de la carte professionnelle à négocier, s'entremettre ou s'engager pour le compte de ce dernier

Prérequis :

Une expérience dans le domaine de l'immobilier est souhaitée.

810 €

(non assujetti à la TVA)

**14 heures****2 jours**

Mises en situation

Dates et villes

À distance -

Sessions à venir - Nous contacter

Lyon - 04 72 53 88 00

- 20/02, 21/02
- 10/04, 11/04
- 16/10, 17/10

Le contenu

Construire sa stratégie social média

- L'état d'esprit à adopter pour réussir sur les réseaux sociaux
- Les contenus appréciés des internautes
- Anatomie d'un post parfait : conseils clés

Booster sa visibilité avec GOOGLE MY BUSINESS

- Comment Google détermine ce qu'il affiche sur le web quand un internaute tape "agence immobilière" ?
- Comment utiliser Google My Business pour votre agence immobilière ?
- Créer un compte Google My Business ou optimiser son compte existant
- Gérer son tableau de bord de performances
- Gestion des photos et posts sur Google
- Les avis clients : comment obtenir plus d'avis ? Comment gérer ses avis négatifs
- Créer des posts sur Google

Facebook pour les pros

- Comment fonctionne l'algorithme de Facebook (pour le contourner)
- Optimiser sa page pour mieux la référencer
- Tous les formats à connaître sur Facebook pour atteindre ses objectifs

Maîtriser sa communication sur Instagram

- Comment fonctionne l'algorithme d'Instagram (pour le contourner)
- Construire une stratégie hashtags efficace
- Optimiser son compte Instagram pour atteindre ses abonnés
- Améliorer sa visibilité
- Découvrir et tester tous les nouveaux formats

Devenir un expert du social selling sur LinkedIn

- Comment fonctionne l'algorithme de LinkedIn (pour le contourner)
- Les meilleurs formats pour atteindre ses objectifs
- Optimiser sa page entreprise pour mieux la référencer (page de l'agence)
- Quel social seller êtes-vous ? (Social Selling Index)
- Les règles d'or d'un profil d'agent immobilier efficace
- Interagir avec son réseau

Boîte à outils de l'agent immobilier

- Faire de la veille immobilière et de la curation pour trouver des idées de contenu
- Où trouver des images libres de droit ?
- Créer des visuels professionnels comme un pro (bannière, visuel graphique, story, mockup, GIF, ect.)
- Devenir vidéaste en quelques clics
- Apprendre à planifier ses publications
- S'organiser et gérer ses comptes et gagner du temps

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques et d'encadrement :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 6 participants maximum.

Formation animée par un de nos formateurs experts de son domaine et sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré [« Agir et Apprendre »](#). Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mises en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

