

RESEAUX SOCIAUX ET PROMOTION NUMERIQUE 1/3

Les réseaux sociaux sont aujourd'hui indispensables pour développer sa notoriété et ses ventes. Chaque réseau a des fonctionnalités spécifiques qu'un professionnel de l'immobilier doit utiliser à bon escient. L'e-réputation est l'image véhiculée et/ou subie par une entreprise ou une personne sur internet et sur les autres supports numériques.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Connaître les réseaux sociaux et savoir les identifier
- Utiliser les réseaux sociaux pour les professionnels de l'immobilier, agents et mandataires
- Apprendre à communiquer en définissant une stratégie digitale adaptée
- Apprendre à se distinguer et à mettre en valeur la singularité de son entreprise
- Connaître ses prospects et savoir organiser sa veille
- Appréhender le référencement

PUBLIC VISE Tout professionnel de l'immobilier

PREREQUIS Connaissances générales en matière d'informatique et pratique internet.

DUREE ET DATE 14 heures réparties sur 2 jours.

ANIMATEUR Equipe FORMATEC

MOYENS ET METHODE PEDAGOGIQUE La méthode affirmative permet aux participants de découvrir un nouveau contenu. Elle se base sur l'exposé. Elle est utilisée par le formateur au cours d'une formation, pour des actions d'information ou pour des apports théoriques.

Exercices pratiques sur l'ordinateur personnel du stagiaire.

La formation a lieu dans une salle de réunion de l'hôtel NOVOTEL Montpellier Sud, équipée de tout le matériel nécessaire (liaison Wi-Fi, projecteur vidéo, tableau papier)

DOCUMENTS A COMPLETER PAR LE STAGIAIRE Fiche de renseignements, QCM Avant-projet, QCM Après-projet, Feuille d'émargement, Attestation d'assiduité.

PROGRAMME Introduction : Accueil des participants et tour de table de présentation

**RESEAUX SOCIAUX ET PROMOTION
NUMERIQUE 2/3**

PLAN DE FORMATION

Journée 1 – 7 heures

Appréhender les réseaux sociaux et leurs fonctionnalités

- Définition, usages et chiffres-clés des réseaux et médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Google, Pinterest, Instagram, Snapchat...

- Facebook :
 - Les différents formats : profil, page, groupe
 - Quelle utilisation des fan pages par les agences
 - Le Edge Rank de Facebook
 - La publicité sur Facebook
 - La marketplace

- Twitter :
 - Fonctionnalités et usages
 - Le vocabulaire : tweet, hashtag, followers...
 - Intérêt pour une agence : la veille

- LinkedIn et Viadeo : usages professionnels individuels
 - Comment créer et optimiser son profil pour prospecter ses clients
 - Intérêt et usages par les agences

- Google My Business :
 - Intérêt de l'outil pour les agences immobilières
 - Comment optimiser sa visibilité locale et régionale
 - Optimiser l'expérience pour les acheteurs

**RESEAUX SOCIAUX ET PROMOTION
NUMERIQUE 3/3**

Journée 2 – 7 heures

**Apprendre à communiquer en définissant une stratégie digitale
adaptée à l'immobilier**

- Définir et mettre en place une stratégie digitale en immobilier
- Analyse de la situation de son marché (vente, location, gestion) et de ses concurrents
- Définition des cibles : B to B, B to C ?
- Comment choisir les réseaux adaptés pour toucher mes cibles ?
- Identifier ses différents publics, leurs usages et besoins
- Savoir interagir avec ses prospects et ses clients : apprendre à rédiger, publier et partager des publications
- Définir ses objectifs d'audience précis et réalisables
- Allouer les budgets financiers, humains et organisationnels

Pratiquer une veille

- Agréger des contenus ciblés, collecter des ressources sur mesure,
- Veiller sur les réseaux sociaux (Facebook avec les pages, groupes, Twitter avec les influenceurs...)
- Mesurer les résultats

Travaux pratiques

Etablir et définir une ligne éditoriale et un planning Web en fonction des réseaux choisis.

VALIDATION DE LA FORMATION QCM Après-projet (évaluation sur les acquis de la formation),
Attestation individuelle de formation.