

OBJECTIF(S)

- Expérimenter les techniques de persuasion les plus efficaces dans la prospection immobilière.
- Exploiter le digital pour élargir la visibilité locale et accélérer le développement de son agence.
- Structurer un plan d'action commercial digital complet

NIVEAU & PUBLIC

ESSENTIEL

Tous les professionnels de l'immobilier.

Prérequis : aucun, si ce n'est la maîtrise d'un ordinateur et la navigation sur internet.

MODALITÉS DE PARTICIPATION

CYCLE INTENSIF

Durée : 2 jours (soit 14 heures)

Moyens pédagogiques : Les supports pédagogiques sont adressés au stagiaire dès son inscription.

Support pédagogique :

- Élaborer une stratégie commerciale et digital pour son agence immobilière

Quiz d'évaluation finale.

Matériel nécessaire : vidéo projecteur, paper-board

Effectif maximum : 20

INTERVENANT(S)

Formateur : Professionnel / formateur spécialisé sur les thématiques liées au Digital immobilier

Validé par le Bureau de la Commission Formation FNAIM

TARIFS

Adhérent FNAIM : 650 € HT

Non Adhérent FNAIM : 1 500 € HT

Demandeur d'emploi : 1 100 € HT

PROGRAMME

JOUR 1- INTRODUCTION

Les enjeux du digital dans l'immobilier

CONVAINCRE SES PROSPECTS, ACHETEURS, VENDEURS, BAILLEURS

- Segmenter ses cibles avec la méthode des personas pour préparer sa démarche commerciale
- Exploiter les différentes techniques de persuasion issues des neurosciences et de la psychologie économique
- Profiler son interlocuteur pour adapter son discours et sélectionner ses arguments.

MAITRISER LA PRÉSENCE DE SON AGENCE IMMOBILIÈRE SUR GOOGLE

- Optimiser son site et son référencement
- Créer et animer votre page Google locale
- Gérer les avis et la relation-client en ligne
- Lancer une campagne publicitaire sur Google Adwords

GAGNER DES CLIENTS AVEC FACEBOOK ET INSTAGRAM

- Créer une présence forte : paramétrage et fonctionnalités méconnues
- Générer de l'engagement : les ressorts à exploiter
- Elaborer un planning de publication
- Optimiser son temps et ses actions en reliant les deux réseaux pour publier et faire de la publicité

LA PLACE DE LINKEDIN DANS LA DÉMARCHÉ COMMERCIALE DE SON AGENCE IMMOBILIÈRE

- Créer son profil efficace pour les membres de l'équipe
- Créer une page pour l'agence en lien avec le site internet
- Élargir son réseau Professionnel avec méthode pour prospecter dans son périmètre géographique
- Détecter des opportunités en publiant avec stratégie.

JOUR 2 – CRÉER SUPPORTS DE COMMUNICATION ET PUBLICATIONS DYNAMIQUES POUR L'IMMOBILIER

- Choisir son positionnement stratégique et le ton de sa communication
- Structurer ses messages pour déclencher l'action et s'adresser aux différents types de profils
- Créer des visuels accrocheurs et dynamiques en quelques clic

ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT POUR SON AGENCE IMMOBILIÈRE

- Connaître les leviers de performance à utiliser selon ses objectifs
- Structurer son plan d'action commercial et digital, de la prospection à la fidélisation
- Optimiser ses résultats grâce aux indicateurs-clés et aux statistiques