

E-MDG201 TRANSFORMATION DIGITALE DE L'AGENCE

4

Élaboration de la stratégie et mise en œuvre du changement
(en agence de transaction)

OBJECTIFS

- **Appréhender** l'étendue de la digitalisation à l'œuvre dans le secteur des agences immobilières transaction. Mesurer les vraies opportunités de business et d'efficacité
- **Évaluer** les changements les plus appropriés et pertinents en fonction de la structure de votre agence, de votre budget, de votre marché local, de vos concurrents et de votre équipe
- **Définir** la stratégie digitale et la feuille de route (priorités et planning de déploiement). **Identifier** les prestataires et **analyser** leurs offres en termes de valeur ajoutée et de rapport qualité / prix

NIVEAU & PUBLIC

ESSENTIEL

Responsables d'agence et personnes responsables du digital à l'agence

Prérequis : aucun

MODALITÉS DE PARTICIPATION

Durée : 1 jour (soit 8 heures)

Matériel à apporter par le stagiaire : ordinateur portable (pouvant se connecter au wifi)

Moyens pédagogiques : Cas pratiques - Support pédagogique Quiz d'évaluation finale

Matériel nécessaire : vidéo projecteur, paper-board

Effectif maximum : 20

INTERVENANT(S)

Formateur : Professionnel spécialisé sur les thématiques liées au Digital Immobilier

Validé par le Bureau de la Commission Formation FNAIM

TARIFS

Adhérent FNAIM : 220 € HT

Non Adhérent FNAIM : 320 € HT

PROGRAMME

I - LES ENJEUX DE LA TRANSFORMATION

- Avantages pour l'agence : service client amélioré, rentabilité, efficacité, volume de business, images de marque, etc.
- Les supports concernés : site web, logiciel de transaction, le point de vente physique, les services digitaux immobiliers et les généralistes, le matériel et les terminaux, les réseaux/télécoms
- Intelligence Artificielle et automatisation des processus avec les prospects, les clients, les collaborateurs et l'externe

II - IMPACT SUR TOUS LES PROCESSUS MÉTIERS DE LA TRANSACTION

- Prospection : estimation en ligne, pige, modules de prospection géo-localisée, externalisation partielle, dossier d'estimation semi-automatisé
- Communication / Marketing : avis clients, fichiers communs, réseaux sociaux, référencement, webdesign, vitrine de l'agence numérique / interactive, multidiffusion des biens, visites virtuelles, home staging, plans 3D, virtuel, emailing, newsletter, mobile marketing, web analytics, externalisation photos
- Vente : rapprochements automatiques, réalité virtuelle, supports commerciaux en mobilité
- Relation client : formulaires de contact, aide en ligne, messagerie instantanée (chat), extranet client
- Contractualisation et suivi de dossier : signature électronique, externalisation de la gestion locative et des EDL, registre des mandats électronique, etc

III - LE DIGITAL DANS LES ACTIVITÉS SUPPORT ET FONCTIONNELLES DE L'ENTREPRISE

- Collaboration et vie des équipes : outils en mobilité, communications unifiées, agendas partagés, messagerie interne, cloud, webmail intégré
- Recrutement
- Relations fournisseurs / partenaires
- Administratif et Finances

IV - MISE EN PERSPECTIVE

- Le facteur humain et la place des individus
- Le futur de l'immobilier
- International : retours d'expériences et d'innovations
- Les risques