

Internet pour communiquer, prospecter, vendre et fidéliser

OBJECTIFS

- **Intégrer** avec succès la communication web 2.0 dans la stratégie client et marketing de l'entreprise
- **Optimiser** les possibilités offertes par le réseau web pour acquérir une culture Internet de la vente et fidéliser les e.clients
- **Maîtriser** les différentes fonctions d'un site web
- **Faire** face à la concurrence des agences virtuelles
- **Bâtir** une stratégie Internet en optimisant le rôle de l'assistante d'agence

NIVEAU & PUBLIC

ESSENTIEL

Assistants commerciales, managers, directeurs d'agence

Prérequis : aucun

MODALITÉS DE PARTICIPATION

Durée : 1 jour (soit 8 heures)

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

Matériel nécessaire : vidéo projecteur, paper-board

Effectif maximum : 20

INTERVENANT(S)

Formateur : Professionnel spécialisé en management et relations humaines appliqués à l'immobilier

Validé par le Bureau de la Commission Formation FNAIM

TARIFS

Adhérent FNAIM : 220 € HT

Non Adhérent FNAIM : 320 € HT

PROGRAMME

UTILISER DES OUTILS DE MESURE POUR OPTIMISER SON SITE

I - LES POINTS-CLÉS

- Définir les mesures significatives
- Analyser le taux de rebond d'un site internet
- Identifier le parcours des internautes
- La gestion relation client – GRC/CRM
 - Capturer de nouveaux clients et les transformer en contacts
 - L'e-mail, la mailing-liste
 - Réaliser la Newsletter, E-pub et la veille concurrentielle
 - Anticiper la pique pour les commerciaux, mise en place des alertes

II - PILOTER SON SITE INTERNET

- Réussir son référencement naturel au quotidien
- Construire des annonces qui ont un impact
- Savoir améliorer le référencement de ses annonces
- Optimiser son site pour un référencement par images
- L'e-mail Marketing, usages, techniques, formats

III - UTILISATION OPÉRATIONNELLE DE L'INFORMATIQUE (PROGICIEL DE TRANSACTION, INTERNET, MESSAGERIE, RÉPONDRE À UN E-MAIL)

- L'optimisation de la gestion des e-mails (entrants/sortants)
- Utiliser les outils d'organisation et de contrôle (enregistrement des contacts,
- Origine des contacts, agenda centralisé, cahier d'évènements...)
- Tenir les statistiques de l'Agence

IV - COMMUNIQUER AVEC LA PRESSE ET SUR LES FORUMS

V - ANIMER SES RÉSEAUX SOCIAUX FACEBOOK, VIADEO

VI - CONTRÔLER SA E. RÉPUTATION