



ÉCOLE
SUPÉRIEURE
DE L'IMMOBILIER

LES STAGES D'INTÉGRATION

ÉLABORER UNE STRATÉGIE COMMERCIALE ET DIGITALE POUR SON AGENCE IMMOBILIÈRE

WE-SIMDG001

OBJECTIFS

- 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

Tous les professionnels de l'immobilier

Pré-requis : Aucun, si ce n'est la maîtrise basique d'un ordinateur et la navigation sur Internet.

MODALITÉS DE PARTICIPATION

CYCLE INTENSIF

Durée : 2 jours (soit 16 heures)

- présentiel et digital

Matériel nécessaire : vidéo projecteur, paper board

Moyens pédagogiques :

1 support pédagogique :

- Élaborer une stratégie commerciale et digitale pour son agence immobilière

Cas pratiques

Quiz d'évaluation finale

Effectif maximum : 20

INTERVENANT(S)

Professionnel/formateur spécialisé sur les thématiques liées au Digital Immobilier

Validé par le Bureau de la Commission Formation FNAIM



ÉLABORER UNE STRATÉGIE COMMERCIALE ET DIGITALE POUR SON AGENCE IMMOBILIÈRE

PROGRAMME

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

MAÎTRISER 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 un 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

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 clics
- Créer des vidéos de qualité pour plus d'impact

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



Programme accessible aux personnes en situation de handicap

ÉCOLE SUPÉRIEURE DE L'IMMOBILIER

20 ter rue de Bezons
92415 COURBEVOIE
CEDEX
www.groupe-esi.fr

CONTACT

Annie Fillault
Tél. : 01 71 06 30 26
Mail : fintegration@fnaim.fr