

**216 rue Maurice le Boucher
ZA de Tournezy
34070 MONTPELLIER
TEL : 04 67 66 31 19**

N° FORMATEUR : 11755884575 2 Numéro de TVA intracommunautaire : FR54838295160

Développer sa stratégie commerciale sur les réseaux sociaux dans le secteur immobilier

PLAN DE FORMATION RESEAUX SOCIAUX

Objectif 1 : Sur quels réseaux se positionner selon sa cible et ses objectifs ?

- Les usages
 - " Être agent immobilier = être visible
 - " Pourquoi être présent sur les réseaux sociaux ?
 - " Les différents réseaux sociaux, leurs cibles, l'intérêt de chacun d'entre eux, les chiffres : Facebook, Instagram, LinkedIn, (description rapide de Tik-Tok, Snapchat...)
- Le langage
 - " Le social selling : Pourquoi devenir un référent dans l'immobilier fait vendre ?
 - " La méthode SALSA du social seller
 - " Utiliser le branding sur les réseaux sociaux : définir son image de marque, sa cible et ses valeurs afin de développer une personnalité unique
 - " Définir son personal branding
 - " Utiliser le storytelling (savoir mettre en valeur ses biens immobiliers ou sa carrière en racontant une histoire)
 - " La preuve sociale : l'outil de vente essentiel sur les réseaux sociaux

Objectif 2 : Comment se démarquer sur Facebook et développer son activité dans l'immobilier ?

- Comment Facebook se démarque d'Instagram et de LinkedIn ?
- Comment Facebook juge-t-il la pertinence d'un contenu ?
 - " La qualité du contenu
 - " Les premières vues
 - " Les signaux de classement
 - " Tirer parti de l'algorithme de Facebook
- Optimiser sa page professionnelle
 - " Personnaliser sa page d'agence immobilière pour être visible
 - " Susciter l'intérêt avec les boutons action
 - " Y a-t-il un intérêt à poster plusieurs visuels dans 1 seule publication ?
- Se démarquer avec les fonctionnalités de Facebook
 - " Qu'apportent les Lives dans l'immobilier ?
 - " La nouveauté de la Covid 19 : Les salons
 - " L'antagonisme des liens dans une publication
 - " Lier une page Facebook à Instagram

**216 rue Maurice le Boucher
ZA de Tournezy
34070 MONTPELLIER
TEL : 04 67 66 31 19**

N° FORMATEUR : 11755884575 2 Numéro de TVA intracommunautaire : FR54838295160

- Optimiser ses publications
 - " La méthode AIDA
 - " Et si on faisait du « teasing » ?
 - " Publications avec photos vs publications sans photos
 - " Ne vous prenez pas toujours au sérieux
 - " Les heures de publication
 - " La description, longue ? Courte ?
 - " Susciter les commentaires
 - " 1 hashtag (#), 2 fils de discussion
 - " Programmer ses publications pour gagner du temps
- Créer des stories
 - " Quelles sont leurs utilités ?
 - " Comment les poster ?
- Créer ou intégrer des groupes de spécialistes dans l'immobilier

Objectif 3 : Comment attirer des prospects sur Instagram ?

- Comment Instagram se démarque de Facebook et de LinkedIn ?
- Comment Instagram juge-t-il la pertinence d'un contenu ?
 - " La qualité du contenu
 - " Les premières vues
 - " Les signaux de classement
- Optimiser son compte
 - " Le pseudo, la description, le logo ou image
 - " La biographie
 - " La différence entre le compte professionnel, le compte personnel et un compte de créateur
- Gérer le contenu de son compte
 - " Qu'est-ce que le feed ?
 - " L'importance d'un feed harmonieux
- Mettre en place une stratégie pour créer un lien avec sa communauté
 - " Amener de l'émotion
 - " Rester authentique
- Optimiser ses publications
 - " Heures optimales, la fréquence des publications
 - " Les carrousels, les vidéos, les IGTV
 - " Comment réaliser une description pertinente
 - " Les hashtags
 - " Poster automatiquement sur Facebook
- Les stories pour fidéliser
 - " Quelles sont leurs utilités ?
 - " Les outils liés aux stories
 - " Les astuces peu connues par le grand public
 - " Les stories à la Une
 - " Les lives

**216 rue Maurice le Boucher
ZA de Tournezy
34070 MONTPELLIER
TEL : 04 67 66 31 19**

N° FORMATEUR : 11755884575 2 Numéro de TVA intracommunautaire : FR54838295160

- Valoriser les autres pour accroître sa visibilité auprès de ses prospects dans l'immobilier
 - " Les likes
 - " Le follow/unfollow
 - " L'intérêt des listes d'amis proches
 - " Valoriser un commentaire positif sur Instagram
 - " Les nouveautés 2020
 - " Les concours, les influenceurs
- Les applications à utiliser
- Le taux d'engagement

Objectif 4 : Comment se positionner comme référent dans l'immobilier sur LinkedIn ?

- Comment LinkedIn se démarque de Facebook et d'Instagram ?
- Comment LinkedIn juge-t-il la pertinence d'un contenu ?
 - " La qualité du contenu
 - " Les premières vues
 - " Les signaux de classement
- La présentation sur LinkedIn – Avoir un compte d'expert absolu
 - " La photo de profil/couverture
 - " Indiquer les informations sur l'entreprise
- Mettre son activité en valeur sans parler de soi
 - " Les recommandations
 - " Devenir une référence/un influenceur dans l'immobilier sur LinkedIn
 - " Racontez des histoires
 - " Aidez à apprendre
- Optimiser ses publications
 - " Publications textuelles/vidéos/photos
 - " Les jours et heures de publication
 - " Les liens internes à privilégier
 - " Savoir poster des liens externes à l'application
 - " Les hashtags, les tags
 - " Soignons les 2 premières lignes
 - " La fréquence des posts
- Exploiter les nouveautés 2020 de LinkedIn
 - " Les lives
 - " Les stickers
 - " Les stories
 - " Créer des publications spécifiques (célébrer une occasion, créer un sondage, offrir de l'aide, trouver un expert, partager un profil)

Objectif 5 : Quelle pertinence apporter aux messages privés ?

- " Messenger (avec ou sans messages automatiques)
- " Messagerie Instagram (principal, général, spams)
- " Messagerie LinkedIn (quel en est l'intérêt ?)
- " Est-il opportun d'envoyer des messages à ses prospects ?

**216 rue Maurice le Boucher
ZA de Tournezy
34070 MONTPELLIER
TEL : 04 67 66 31 19**

N° FORMATEUR : 11755884575 2 Numéro de TVA intracommunautaire : FR54838295160

Objectif 6 : Comment exploiter ses statistiques pour améliorer sa visibilité ?

- " Récupérer et analyser les statistiques générales
- " Le taux d'engagement
- " Optimiser ses publications grâce à ses statistiques

Conclusion : Comment mettre en place concrètement une routine Social Selling et devenir un référent dans l'immobilier ?

- " Ne soyons pas de vendeurs de biens mais des social seller !
- " Résumé des bonnes pratiques sur les réseaux sociaux
- " Conseils sur la création de contenus
- " Les difficultés de la mise en place d'une routine social selling
- " Les réseaux sociaux sont-ils réellement gratuits ?
- " Le calendrier clé en main du social seller

Public

Tout professionnel de l'immobilier

Durée

14 heures réparties sur 2 journées.

Dernière mise à jour

21-09-2021

Animatrice

Madame Eve MORY

Prérequis/Matériel

- * Avoir une bonne maîtrise de la compréhension écrite et orale de la langue française.
- * Aucun niveau d'étude requis.
- * Avoir son téléphone portable.
- * Avoir un ordinateur portable et une connexion internet.
- * **IMPERATIF : Avoir ses comptes Instagram – Facebook et LinkedIn ouverts (avec ou sans posts)**

Moyens pédagogiques, ressources

Une ingénierie de l'apprentissage et une pédagogie active qui utilisent quatre modes d'apprentissage qui sont le transmissif, le behavioriste, le constructivisme et le socio constructivisme avec une pédagogie inversée. Analyse d'autres comptes, construction avec les stagiaires des éléments à mettre en place sur les réseaux sociaux, mise en pratique de la théorie apportée. Faire un état des lieux des connaissances du stagiaire et le compléter au fil de la formation avec pour objectif de créer des liens avec les différents objectifs de la formation. Atelier de questions/réponses entre les stagiaires et le formateur.



**216 rue Maurice le Boucher
ZA de Tournezy
34070 MONTPELLIER
TEL : 04 67 66 31 19**

N° FORMATEUR : 11755884575 2 Numéro de TVA intracommunautaire : FR54838295160

Mise en pratique des outils proposés.

Utilisation d'une pédagogie interactive, le stagiaire construit ses réseaux sociaux tout au long de la journée de formation.

Objectifs du programme

- * Permettre aux entreprises immobilières de développer leur notoriété sur les réseaux sociaux.
- * Apporter les bases du social selling sur Instagram, Facebook et LinkedIn
- * Montrer aux entrepreneurs de l'immobilier l'intérêt d'utiliser les réseaux sociaux comme outil de communication et de vente.
- * Comprendre et mettre en place des stratégies pour développer et renforcer son image de marque.



FormaTec

**216 rue Maurice le Boucher
ZA de Tournezy
34070 MONTPELLIER
TEL : 04 67 66 31 19**

N° FORMATEUR : 11755884575 2 Numéro de TVA intracommunautaire : FR54838295160