

MARKETING IMMOBILIER : LES MEILLEURES STRATÉGIES



Boostez la visibilité et les performances de vos activités immobilières en maîtrisant les meilleures stratégies marketing

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux du marketing appliqués à l'immobilier
- Développer une stratégie digitale performante et différenciante
- Optimiser sa présence en ligne grâce aux réseaux sociaux et au SEO
- Créer des contenus attractifs pour capter et fidéliser ses prospects
- Utiliser les outils numériques et l'e-réputation pour maximiser son impact

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Module 1 - Introduction au marketing immobilier

- Fondamentaux et enjeux du secteur
- Les tendances actuelles
- Identification des cibles et segmentation du marché

Module 2 - Stratégies digitales appliquées à l'immobilier

- Les fondamentaux du web marketing
- Stratégies de prospection et d'acquisition en ligne
- Référencement naturel et SEO local (avec exercices pratiques via la plateforme e-learning)

Module 3 - Développer sa marque et sa communication digitale

- Branding immobilier : positionnement et image de marque
- Construction d'un message percutant
- Optimisation des supports de communication

ORGANISATION PÉDAGOGIQUE

Prérequis

- Aucun

Formateur

- 1 formateur-expert en stratégie digitale

Moyens pédagogiques et techniques :

- Présentations interactives et supports numériques
- Études de cas, exercices et mises en situation
- Quiz ou QCM pour valider les acquis
- Intégration des ressources e-learning dans les différents modules

Public concerné : salariés des agences immobilières

Format mixte d'une durée totale de 24h00

Session en distanciel animée par un formateur-expert
+ 1 Accès individuel et illimité à une plateforme d'apprentissage e-learning avec tests, cours, exercices et cas pratiques

Tarif : 600 euros / salarié

- Prise en charge : OPCO EP (dans la limite du plafond 2025 15000 € pour un cabinet médical et 7 500 € pour un cabinet dentaire, des crédits annuels disponibles et sous réserve de l'accord de l'OPCO)
- Reste à payer : 0 € (sous réserve de l'accord d'OPCO EP)

Module 4 - Utiliser les réseaux sociaux pour la prospections

- Choisir les bonnes plateformes (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok)
- Stratégie de contenu adaptée à l'immobilier
- Publicité ciblée sur les réseaux sociaux
- Analyse de campagnes et ajustements stratégiques (exercices interactifs e-learning)

Module 5 - Techniques avancées de conversion et de fidélisation

- L'art du storytelling immobilier
- Lead nurturing et CRM immobilier
- Automatisation et intelligence artificielle au service du marketing
- Cas pratiques et simulations via la plateforme e-learning

Dispositif de suivi et d'évaluation des résultats de la formation :

- En amont de la formation, un questionnaire pour recueillir les attentes des stagiaires et/ou un test de positionnement en début de formation
- Feuille d'émargement pour le suivi des participants
- Quiz d'évaluation en fin de formation pour mesurer les connaissances et compétences acquises
- Questionnaire d'évaluation pour recueillir les impressions des stagiaires à l'issue de la session
- Attestation de suivi délivrée à l'issue de la formation
- Suivi post-formation : accès à notre Service Après-Formation, c'est-à-dire la possibilité de poser des questions complémentaires pendant 3 mois via une adresse e-mail dédiée