



Objectif

A l'issue de la formation, les stagiaires seront capable de :

- Optimiser la visibilité de son site web et des annonces immobilières à partir de l'utilisation des médias sociaux (Facebook, Twitter, Viadeo, LinkedIn, blogs, wikis, etc).
- Développer l'image de son agence immobilière et d'accentuer la promotion immobilière.

Participant

Agent immobilier

Moyens pédagogiques

Un Ordinateur et un support de cours par stagiaire

Validation des Acquis

Exercices de mise en application tout au long de la formation, questionnaire d'évaluation fin de formation

Prérequis

Connaissance du web et sachant naviguer sur le web

Programme

1. . Les outils de la collaboration numérique

10 exemples d'outils et d'usages collaboratifs et sociaux.

Frontière sphère privée et sphère publique.

Gestion de la réputation numérique.

Small World : étendre ses opportunités de rencontres professionnelles.

2. Une typologie des réseaux sociaux

Inscription rapide.

Avatars et listes d'amis.

Groupes d'affinité.

Invitations et messagerie.

Personnalisation.

3. Gérer son espace personnel ou professionnel

Multiplier les dispositifs de publication.

Facebook, Twitter, Viadeo, LinkedIn et autres réseaux sociaux.

Social bookmarking et syndication RSS.

Mesure d'audience versus réputation.

4. Afficher sa présence

Le blog personnel ou collectif au centre de la construction du réseau social.

Promotion Immobilière sur les Réseaux sociaux

2 jours
14 heures



Code CPF 237 359

Créer son profil et gérer ses relations.

Les clés du référencement et de la visibilité numérique

Intégration de services externes dans son espace de publication.

5. Stratégie de présence sur les réseaux sociaux

Gérer votre stratégie de présence sur les réseaux sociaux dans l'immobilier.

Etat des lieux de vos projets (intranet, système d'information, site web).

Quels dispositifs de communication (interne ou externe) intégrer ? Exemples d'intégration en entreprise.