

DIFFUSER MON ANNONCE SUR LE WEB



SUR GOOGLE, FACEBOOK...

10 SEPTEMBRE 2018

80 Bis rue des Engagés Bruniquel
97434 La Saline Les Bains

HOTEL DINA MORGABINE
9H00-18H00

LES ESSENTIELLES

- Savoir amplifier la diffusion de mes biens sur le web.
- Maîtriser les outils et modes de communication des différents supports.
- Mesurer l'impact de votre effort de communication.

Le mandat est rentré, vous vous apprêtez à saisir les informations du bien dans votre logiciel afin de diffuser l'annonce...

Comment faire en sorte que celle-ci atteigne un maximum de prospects

Lors de cette journée de travail nous passerons en revue les différents supports qui permettent de diffuser votre annonce.

I - RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

Rédiger l'annonce pour obtenir le meilleur positionnement sur les moteurs de recherche. Nous en profiterons pour diagnostiquer le référencement de votre site web

II - RÉFÉRENCIEMENT COMMERCIAL

Communiquer sur « l'annonce » pour attirer les acquéreurs qualifiés et séduire les vendeurs potentiels, une tactique qui fera sortir votre agence du lot.

III - RÉSEAUX SOCIAUX

Analyse des réseaux sur lesquels mon annonce peut être diffusée.

Forme et ton à adopter pour maximiser l'impact.

IV - MESURER L'IMPACT

Évaluer l'impact des différents supports afin d'affiner son « mix » de communication et devenir plus efficace sur le long terme

Animé par Ludovic RENOULT

Fondateur et Consultant d'une agence de Web marketing

Durée : 1 jour – 8 heures

RESPONSABLES D'AGENCE IMMOBILIERE

OU RESPONSABLES « WEB / COMMUNICATION » DANS L'AGENCE

Depuis le 1er avril 2016, les professionnels de l'immobilier (et leurs personnels habilités) ne peuvent plus obtenir le renouvellement de leur carte professionnelle (ou de leur habilitation) sans avoir suivi deux jours de formation minimum par an (décret n°2016-173 du 18 février 2016).

Tarif adhérent : **217 € TTC** chèque à l'ordre de l'ESI-BE + intendance 45€
Tarif non adhérent : **325.5 € TTC** chèque à l'ordre de l'ESI-BE + intendance 50€
(Tarif en vigueur jusqu'au 31 décembre 2018)

BULLETIN D'INSCRIPTION EN PAGE 2

A retourner à :

Fnaim oi

10 rue de la Fraternité, lot N° 4, immeuble Odalisque
ZAC, Triangle 97490 SAINTE CLOTILDE

Cette inscription n'est définitive que si elle est accompagnée de son règlement.
Toute absence non signifiée par lettre recommandée AR, 10 jours avant le début du stage, sera due.
Toute inscription fera l'objet d'une confirmation de notre part au plus tard 10 jours avant le stage.

Référence : **E-MDG159** Formation : **DIFFUSER MON ANNONCE SUR LE WEB — Sur Google, Facebook...** Date : 10 septembre 2018

Tarif adhérent : **217 € TTC** chèque à l'ordre de l'ESI-BE + intendance **45€**

Tarif non adhérent : **325.5 € TTC** chèque à l'ordre de l'ESI-BE + intendance **50€**

(Tarif en vigueur jusqu'au 31 décembre 2018)

Intendance + repas :

ENTREPRISES FNAIM DE MOINS DE 11 SALARIES :

TOUTES CES INFORMATIONS SONT OBLIGATOIRES POUR LA PRISE EN CHARGE DANS LE CADRE DU GUICHET UNIQUE OU DES DEMANDES INDIVIDUELLES (MERCİ DE JOINDRE LA COPIE DE VOTRE RECU LIBERATOIRE AGEFOS)
POUR LES AGENTS COMMERCIAUX NE PAS REMPLIR LA PARTIE AGENCE

Agence : Effectif de l'agence :

N° adhérent ou Référence client : N° SIREN :

Adresse :

Code postal : Ville :

Tel : Fax : e-mail :

Veuillez compléter les informations relatives au participant (merci d'indiquer son adresse mail pour l'envoi du support)

Nom du participant : Prénom : Sexe* :

Date de naissance : CSP : Niveau scolaire :

Type de contrat * :

Email du participant : N° de portable (en cas de changement de dernière minute) :

Statut salarié : Statut non salarié : DNS :

Date, Signature et Cachet de L'Entreprise

- CSP (catégories socio-professionnelles) : Signaler à quelle CSP appartient le salarié parmi la liste proposée :

1. Ouvriers non qualifiés (ONQ) ; 2. Ouvriers qualifiés (OQ) ; 3. Employés (EMP) ; 4. Techniciens / Agents de maîtrise (TAM) ; 5. Ingénieurs et cadres (CAD) ; 6. Dirigeants salariés (DS) ; 7. Dirigeants non salariés, exclus de la prise en charge par AGEFOS PME (DNS)

- Sexe* : H – F

- Type de contrat* : 1. CDD ; 2. CDI ; 3. Contrat de professionnalisation ; 4. Contrat d'apprentissage ; 5. CUI (Contrat unique d'insertion) ; 6. EA (Emploi d'avenir)

E-MDG159 DIFFUSER MON ANNONCE SUR LE WEB

—
Sur Google, Facebook...



ÉCOLE
SUPÉRIEURE
DE L'IMMOBILIER

OBJECTIFS

- **Savoir** amplifier la diffusion de mes biens sur le web
- **Maîtriser** les outils et modes de communication des différents supports
- **Mesurer** l'impact de votre effort de communication

NIVEAU & PUBLIC

ESSENTIEL

Responsables d'agence immobilière
ou Responsables « web / communication » dans l'agence

Prérequis : aucun

MODALITÉS DE PARTICIPATION

Durée : 1 jour (soit 8 heures)

Équipement : Amener un ordinateur portable

(pouvant se connecter au WIFI)

Salle disposant d'une connexion WIFI

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

Matériel nécessaire : vidéo projecteur, paper-board

Effectif maximum : 20

INTERVENANT(S)

Mickaël CARTON

CONSORTIUM IMMOBILIER

Gérant Fondateur de Consortium Immobilier

Consultant – formateur spécialisé sur les thématiques liées
au Digital Immobilier.

Ludovic RENOULT

Fondateur et Consultant d'une agence de Web marketing
spécialisée dans l'immobilier

TARIFS

Adhérent FNAIM : 200 € HT

Non Adhérent FNAIM : 300 € HT

PROGRAMME

Le mandat est rentré, vous vous apprêtez à saisir les
informations du bien dans votre logiciel afin de diffuser
l'annonce...

**Comment faire en sorte que celle-ci atteigne un maximum
de prospects**

**Lors de cette journée de travail nous passerons en revue les
différents supports qui permettent de diffuser votre annonce**

I - RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

Rédiger l'annonce pour obtenir le meilleur positionnement
sur les moteurs de recherche.

Nous en profiterons pour diagnostiquer le référencement
de votre site web

II - RÉFÉRENCIEMENT COMMERCIAL

Communiquer sur « l'annonce » pour attirer les acquéreurs
qualifiés et séduire les vendeurs potentiels, une tactique qui fera
sortir votre agence du lot.

III - RÉSEAUX SOCIAUX

Analyse des réseaux sur lesquels mon annonce
peut être diffusée.

Forme et ton à adopter pour maximiser l'impact.

IV - MESURER L'IMPACT

Évaluer l'impact des différents supports afin d'affiner son « mix »
de communication et devenir plus efficace sur le long terme