

Programme de Formation

Le Social Selling - L'art de vendre sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram)

Formatrice : Eve Mory

Durée : 16 heures (2 jours)

Public cible : Professionnels de l'immobilier (agents immobiliers, gestionnaires de biens, conseillers en transaction immobilière, responsables marketing).

Objectifs pédagogiques :

1. Comprendre les mécanismes du social selling et son importance dans l'immobilier.
 2. Maîtriser les outils et techniques de vente sur Facebook et Instagram.
 3. Savoir créer des contenus engageants et adaptés à l'audience cible pour développer sa notoriété.
 4. Générer des leads qualifiés et construire une stratégie commerciale efficace sur les réseaux sociaux.
 5. Savoir mesurer l'efficacité de ses actions et ajuster sa stratégie en conséquence.
-

Programme détaillé :

Jour 1 : Comprendre et maîtriser les bases du Social Selling (8 heures)

1. Introduction au Social Selling et enjeux pour l'immobilier

- Définition du social selling et son impact dans le secteur immobilier.
- Évolution des comportements d'achat en ligne : pourquoi les réseaux sociaux sont devenus incontournables ?
- Présentation des spécificités de Facebook et Instagram pour la vente immobilière.

2. Développer sa présence professionnelle sur Facebook et Instagram

- Créer et optimiser un profil professionnel attractif.
- Structurer une page Facebook et un compte Instagram orientés vers l'immobilier.
- Choisir les bons formats de contenu (posts, stories, vidéos) pour maximiser l'engagement.

3. Créer des contenus engageants et adaptés à votre audience

- Définir une stratégie de contenu adaptée à vos objectifs commerciaux.
- Les éléments clés pour rédiger des posts impactants : storytelling, visuels, call-to-action.
- Utiliser Instagram Stories, Reels, et Facebook Lives pour capter l'attention de vos prospects.

4. Ateliers pratiques - Créer un calendrier éditorial et vos premiers contenus

- Élaborer un plan de communication sur les réseaux sociaux : fréquence, timing, cohérence.
 - Conception de publications, vidéos courtes et stories adaptées à l'immobilier.
 - Feedback sur les créations des participants.
-

Jour 2 : Techniques avancées pour vendre sur Facebook et Instagram

5. Utiliser la publicité sur Facebook et Instagram pour attirer des leads

- Introduction à Facebook Ads et Instagram Ads : créer des campagnes publicitaires ciblées.
- Paramétrage de campagnes : ciblage, budget, création de visuels et textes publicitaires.
- Optimisation des campagnes publicitaires pour maximiser le retour sur investissement (ROI).

6. Générer des leads et gérer les interactions avec les prospects

- Techniques pour engager des conversations via Messenger et Instagram Direct.
- Gérer les commentaires et répondre aux questions pour convertir les prospects en clients.
- Outils pour automatiser les réponses et améliorer l'efficacité de votre prospection.

7. Construire une stratégie de vente performante sur les réseaux sociaux

- Structurer un tunnel de vente sur Facebook et Instagram.
- Techniques pour convertir des abonnés en acheteurs potentiels.
- Intégrer le social selling dans votre stratégie commerciale globale.

8. Mesurer l'efficacité de vos actions et ajuster votre stratégie

- Analyse des statistiques (Insights Facebook, Instagram) : engagement, conversion, portée.
 - Ajustement de la stratégie en fonction des résultats obtenus.
 - Outils pour améliorer continuellement vos performances de vente.
-

Méthodes pédagogiques :

- Alternance entre théorie et pratique (50 % - 50 %).
 - Cas pratiques basés sur des exemples concrets du secteur immobilier.
 - Ateliers interactifs avec des exercices de création de contenu et simulation de campagnes publicitaires.
 - Accompagnement personnalisé pour chaque participant.
-

Évaluation des acquis :

- Mise en place d'une campagne de social selling sur Facebook ou Instagram.
- QCM pour valider la compréhension des concepts clés.
- Cas pratique final sur la création d'un plan de vente adapté à l'immobilier.

Prérequis/Matériel

- * Avoir une bonne maîtrise de la compréhension écrite et orale de la langue française.
- * Aucun niveau d'étude requis.
- * Avoir un ordinateur portable
- * Etre un professionnel de l'immobilier
- * Avoir une aisance orale

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 de situations d'enseignement, construction avec les stagiaires des éléments à mettre en place, 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.

Mise en pratique des outils proposés.

Utilisation d'une pédagogie interactive, le stagiaire construit ses outils tout au long des journées de formation.

Modalités pédagogiques

La formation peut être réalisée en Présentiel, en distanciel (classe virtuelle) synchrone.

Cible

Créateurs d'entreprise en lien avec l'immobilier, chefs d'entreprises dans l'immobilier, agents immobiliers et négociateurs immobiliers

Contact

Eve MORY, Responsable pédagogique et référente handicap –
06.85.60.93.85