



Prérequis

Aucun

Public

Tout public

Objectifs

Optimiser sa communication grâce au marketing

Mieux comprendre la démarche marketing pour performer commercialement

Pédagogie

Approche participative alliant théorie et mise en pratique (exercices, mises en situation)

Visio et vidéo formations séquencées
Validation des acquis par QCM en fin de formation

Validation

Evaluation des compétences par QCM ou formulaire en ligne

Attestation de formation

AFEST

VISIO



N° déclaration
22 600 288 660

Marketing immobilier

1 jour – 7 heures

Le positionnement marketing des agences

- Le positionnement par la segmentation de l'offre
- Le positionnement marketing sur la zone géographique
- Le positionnement sur le type de biens
- La segmentation de la demande
- La segmentation par le revenu
- La segmentation par le lieu de résidence

La stratégie de recherche de mandats et/ou de contrats

- La notoriété : se faire connaître auprès des vendeurs et/ou propriétaires
- La communication publicitaire de l'agence et des réseaux immobiliers et d'assurances
- Le Farming, une technique américaine
- Le sourcing direct : la prise de mandat et/ou de contrat
- Les stratégies «Pull» pour trouver des mandats / contrats
- Les stratégies «Push» pour trouver des mandats / contrats
- La négociation avec le propriétaire (uniquement immobilier)
- Évaluation du bien et fixation du prix de vente
- Les fichiers communs

Le rôle d'Internet pour le marketing de l'immobilier et de l'assurance

- Internet : premier support de communication immobilière / assurance
- Internet pour les annonces immobilières et cabinets d'assurances, du message à la sélection en passant par les recherches sur les différents médias

Internet pour l'agence immobilière et le cabinet d'assurance : la place du site web et des réseaux sociaux