



# Mettre en œuvre une communication digitale

## Formation interentreprises

### Objectifs :

- Maîtriser la communication digitale (site Internet et réseaux sociaux) en mobilisant les différents supports de promotion des biens immobiliers
- Référencer son site Internet à l'aide de mots-clés
- Construire des supports de communication pour les réseaux sociaux

**Public :** gérants, salariés, agents commerciaux, négociateurs et plus généralement toute personne ayant le pouvoir d'engager le titulaire de la carte professionnelle.

**Pré-requis :** connaissances des réseaux sociaux Facebook et LinkedIn (au moins à titre personnel).

**Méthodes pédagogiques mobilisées :** apports théoriques et entraînement sur les cas pratiques amenés par les participants.

**Animation :** intervenant spécialiste de la communication digitale et des réseaux sociaux.

**Suivi des acquis et validation :** contrôle continu des connaissances acquises. Attestation de formation.

**Lieu de la formation :** CP Formation – 8, avenue d'Aubières - Cournon d'Auvergne

**Planning – durée - horaires :**

Planning : 17 et 18 novembre 2022

Durée : 2 jours (14 heures)

Horaires : de 9h00 à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Prix : 540 € non soumis à TVA / personne

→ Bon pour accord à nous retourner

Nom du participant / date / Signature

Destinataire de la facture : OPCO  Entreprise

Coordonnées :

Entreprise

Nom - Prénom :

Fonction :

Date / cachet et signature

Contact CP Formation

Laetitia Fuentes - Téléphone : 07 69 75 62 43

Email : cp.formation63@gmail.com



# Mettre en œuvre une communication digitale

## Contenu de la formation

### JOUR 1

- Le site Web et la vitrine

Créer du trafic

- SEO et référencement naturel
- Principes et fondamentaux
- Google : indexation, algorithme et critères de pertinence
- Optimiser son site pour Google
- Suivre et améliorer son positionnement

- Les supports et/ou portails de publicité

- Le web 2.0

- Le RGPD (Règlement Général de la Protection des Données)

- Les réseaux sociaux

- Etat des lieux
- Quel réseau social choisir pour sa communication ?
- Mise en œuvre d'une stratégie de communication
- Veille et Community Management
- Les « *Keys Performance Indicators* » sociaux

- Les forums, blogs, moteurs de recherche

### JOUR 2

- La cible et la stratégie

Un bien, plusieurs cibles

La stratégie par cible

Les médias adaptés au secteur de l'immobilier.

La stratégie numérique adaptée aux biens immobiliers

- La conception d'annonces

Impact de la loi ALUR dans la rédaction des annonces

Rédaction web

Utiliser Canva pour créer des supports de communication

**Exercices : Construire une E-réputation pour les réseaux sociaux (comprendre les enjeux de la construction d'un réseau social) - Créer une stratégie de communication - Créer un support de communication pour un post sur un réseau social au choix.**

