



Construire une prospection digitale et terrain

Formation interentreprises

Objectifs :

- Mettre en œuvre les outils et méthodes de la prospection et notamment de la prospection digitale
- Gérer les rentrées de mandats par la prospection digitale
- Produire le développement dynamique de l'enseigne et sa survie économique avec le digital

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

Pré-requis : aucun

Modalités pédagogiques mobilisées: la pédagogie active et participative de cette formation s'appuie sur des présentations théoriques, par un enseignement du digital et sa mise en pratique via des exercices pratiques, des partages d'expériences et des mises en situation.

Animation : formation animée par un professionnel expert dans le domaine.

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

Lieu de la formation : CP Formation – 8 avenue d'Aubière – 63800 Cournon d'Auvergne

Planning – durée - horaires:

Planning : 20 et 21 octobre 2022

Durée : 2 jours (14 heures)

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

Prix : 540,00 € non soumis à TVA / personne

→ Bon pour accord à nous retourner

Nom du participant :

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.formation3@gmail.com

Construire une prospection digitale et terrain

Contenu de la formation

JOUR 1

Qu'est-ce que la Prospection immobilière ? A qui s'adresse-t-elle ? A quoi sert-elle ? Comment la faire ?

Quelles sont les méthodes et quels sont les canaux de prospection ?

Les 7 secrets qui font une prospection réussie

Les 8 raisons de prospecter votre secteur en priorité

Inbound marketing immobilier : attirer et convertir ses prospects

Comment organiser le suivi de ses prospects ?

Comment collecter des données de prospection sur le terrain ?

Comment adapter son plan de découverte des prospects vendeurs ?

Le tunnel de conversion Inbound : 4 étapes pour convertir ses leads et fidéliser ses clients

Avant de lancer sa stratégie, commencer par définir son offre !

Comprendre l'importance de la génération de prospects vendeurs dans l'immobilier

JOUR 2

Les 3 obstacles qui empêchent de rentrer plus de mandats

9 bonnes pratiques pour affiner sa stratégie marketing et rentrer plus de mandats

À quoi ressemble le marketing immobilier en 2022 ?

5 excellentes raisons de passer à la prospection digitale

Les 8 erreurs de phoning qui empêchent de prendre des contacts

Les outils de préparation de la prospection