

Stratégie de contenu digital pour l'immobilier

Immobilier

DURÉE

7 heures soit 1 jour

TARIFS

Inter entreprises : 225 € net de TVA
Intra entreprises : nous contacter

PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Pas de pré-requis

Partenaires

 CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

 Dd
Datadock

Objectifs

Apprendre à créer une stratégie de contenu efficace, à organiser ses publications, et à exploiter tous les formats pour captiver votre audience, développer sa présence et sa notoriété digitale sur les réseaux sociaux. **À l'issue de la formation**, le stagiaire sera capable de **maîtriser la communication sur les réseaux sociaux** en créant et organisant du contenu pertinent et attractif :

Savoir créer une matrice de contenu pour générer des idées de manière régulière.

Organiser un calendrier éditorial pour planifier efficacement ses publications.

Utiliser des outils de gestion pour programmer et organiser ses contenus à l'avance.

Connaître les différents formats de contenu et leurs spécificités pour optimiser ses publications.

Programme

Introduction

Accueil et test de positionnement par QCM.

Etat des lieux de sa communication actuelle (ses sources, ses possibilités).

Comprendre les réseaux sociaux

Présentation des différents réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.).

Comprendre les spécificités et l'audience de chaque plateforme.

Comprendre les spécificités des différents formats de publication (reels, posts, stories).

Trouver sa cible (réseaux, groupes, hashtags).

Création d'une matrice de contenu

Définir les 4 thèmes de contenus.

Exercices pratiques pour générer des idées de contenus.

Organiser des rubriques (récurrence).

Organisation d'un calendrier éditorial

Définir sa stratégie de publication (Fréquences, rotation, durée).

Planifier ses publications sur la durée.

Équilibrer les types de contenu et les moments de publication.

Utiliser des outils comme Trello, Notion ou Google Calendar.

Programmer son contenu

S'organiser pour produire son contenu à l'avance (planning de production).

Programmer ses publications grâce à des outils pratiques (planning de publication).

Atelier pratique : programmer ses premiers posts.

Création de Visuels et Vidéos

Ressources pour trouver des images libres de droits (ia / canva...).

Turner des facecam rapidement.

Quelques exemples inspirants.

Optimiser sa stratégie

Analyser les retours et ajuster sa stratégie.

Interagir (commenter, partager, liker...) pour augmenter sa visibilité.

Donner de la valeur et être présent.

Pour aller plus loin : Les bases de la publicité payante.

Moyens et méthodes pédagogiques

- Apports théoriques, cas concrets et mise en pratique.
- Démarches déductives et inductives
- Mises en situations
- Individualisation de la formation

Evaluation

- Évaluations en début et fin de formation
- Attestation de formation