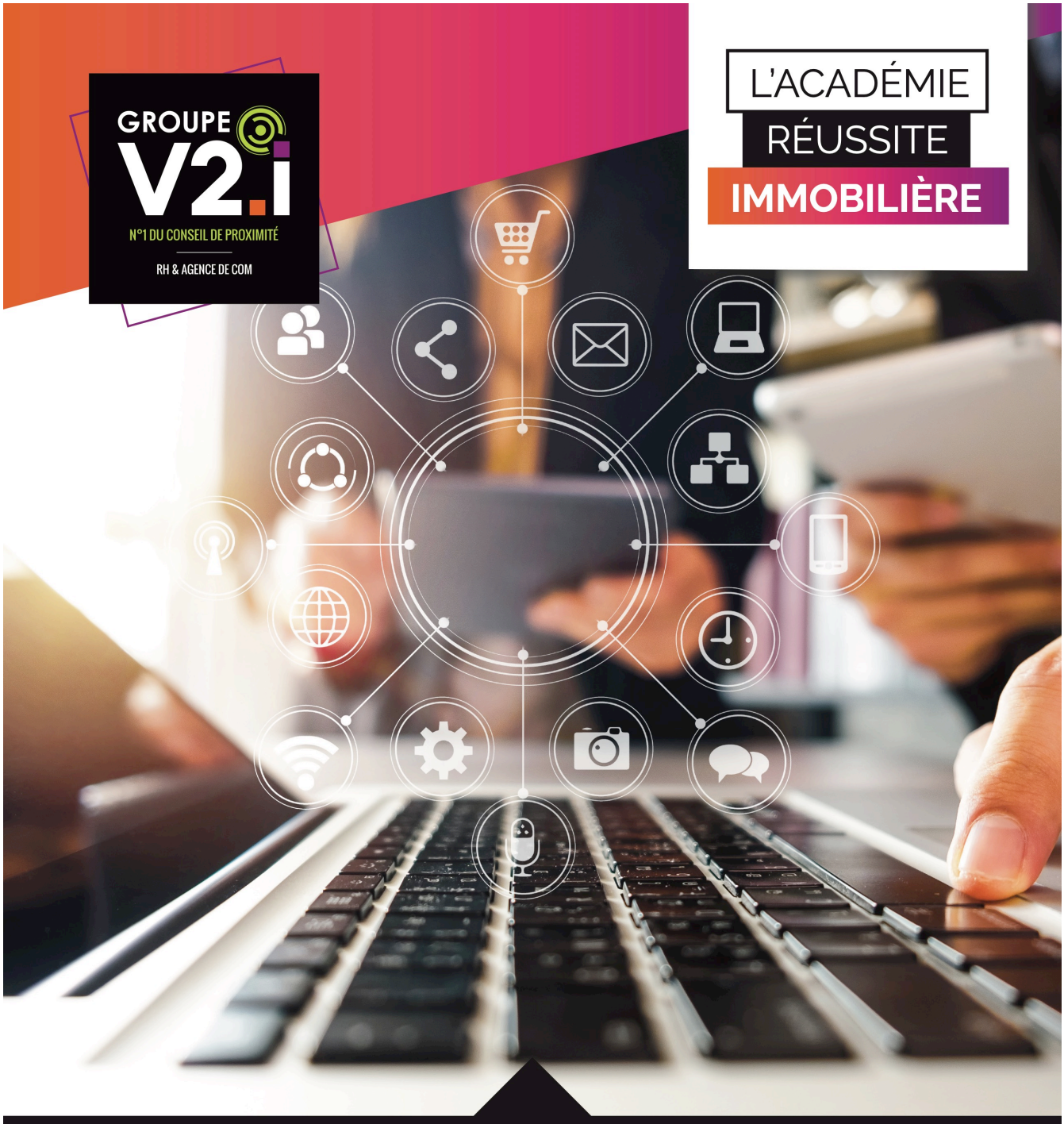
GROUPE V2.I

N°1 DU CONSEIL DE PROXIMITÉ

RH & AGENCE DE COM

L'ACADÉMIE RÉUSSITE IMMOBILIÈRE



LES **PROGRAMMES** SPÉCIFIQUES AU **DIGITAL**

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

© VISION 2I - ne pas jeter sur la voie publique - crédit photo : ADOBE STOCK

L'ACADÉMIE PÉDAGOGIQUE

MODE D'EMPLOI

GROUPE V2.I
N°1 DU CONSEIL DE PROXIMITÉ
RH & AGENCE DE COM

Spécialiste du **Conseil immobilier** depuis plus de **25 ans**, nous accompagnons aujourd'hui plus de 1500 points de vente dans leur développement.

Le catalogue Formation que vous allez découvrir est le fruit de nos inventions sur mesure et de nos actions de coaching terrain.

La liste des modules présentés est non exhaustive, puisque nous avons plus de **150 offres** à disposition.

Bien sûr chaque thème peut être personnalisé en fonction du profil de votre entreprise.

Bonne découverte,

Yann Simon

Dirigeant de V2i Conseil

VISION 2I CONSEIL BY MIX
338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. [illegible] / [illegible]
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44
Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

LA PRISE EN CHARGE

LE DÉROULEMENT

- Chez **Vision 2i**, nos services vous fournissent **TOUTE** la logistique pour la prise en charge de vos actions de formation.

- Notre organisme étant **agréé DATADOCK** et reconnu par les instances compétentes, toutes nos formations sont susceptibles d'être prises en charge financièrement dans le cadre de vos droits et de vos obligations pour la carte professionnelle.

LA PÉDAGOGIE

- Interactive, participative, notre animation est avant tout orientée sur l'application immédiate et le retour sur investissement.

Vidéo training, jeux de rôle, quizz intéractif etc... permettent aux participants de prendre conscience de leur points forts et faiblesses, pour aboutir à la mise en place d'un programme de monter en compétence valorisant.
Mais Vision2i se singularise par la mise en place de supports marketing d'application

VISION 2I CONSEIL BY MIX
338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

COMMENT DYNAMISER LE PERSONNEL

VOUS SOUHAITEZ AVOIR UNE ÉQUIPE 100% PRODUCTIVE GRÂCE À LA FORMATION IL FAUT :

- ANIMER CHAQUE SERVICE COMME DE VRAIS CENTRES DE PROFITS COMMERCIAUX
- ANALYSER CHAQUE POSTE ET DÉTERMINER LA PRODUCTIVITÉ DU POSTE
- ANALYSER CHAQUE ACTEUR ET SON POTENTIEL NON EXPLOITÉ
- METTRE LA QUALITÉ DE SERVICE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE
- FORMER LES ÉQUIPES SUR DES RÉFLEXES COMMERCIAUX IRRÉPROCHABLES
- APPRENDRE AUX ÉQUIPES À TRAVAILLER SUR UNE ORGANISATION PRODUCTIVE
- NE PAS OUBLIER LA FORMATION SUR LE MENTAL ET LE SAVOIR ÊTRE

SI «UNE MAUVAISE MÉTHODE VAUT MIEUX QUE PAS DE MÉTHODE DU TOUT», DE NOTRE COTÉ NOUS VOUS APPORTONS LES MÉTHODES QUI FONT DE NOS CLIENTS DES LEADERS RECONNUS

VISION 2I CONSEIL BY MIX
338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

L'OUTIL DE VISUALISATION

COMMENT DÉFINIR LE BESOIN FORMATION

IL FAUT UTILISER UN OUTIL TRÈS SIMPLE ET TRÈS VISUEL
LE COLLABORATEUR VA LE REMPLIR
ENSUITE C'EST À VOUS !

VOTRE AVIS

À REMPLIR PAR LE COLLABORATEUR

VOS MOINS

1.
2.
3.
4.
5.

QU'EST CE QUE CELA VOUS COÛTE

LA CAUSE MAJEURE

IL FAUT VOUS FORMER SUR

VOS PLUS

1.
2.
3.
4.
5.

QU'EST CE QUE CELA VOUS RAPPORTE

SUR QUOI METTRE L'ACCENT

VISION 2I CONSEIL BY MIX
338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

L'ANIMATION DE L'AGENCE

IL FAUT **DONNER DU RYTHME** DANS LE TRAVAIL DU COLLABORATEUR COACHÉ / FORMÉ

SUR QUOI DONNER DU RYTHME	QUAND	COMMENT
EXIGER LA LECTURE DES SUPPORTS DE FORMATION	30' CHAQUE SEMAINE 15' AVANT UN RDV IMPORTANT	AVEC LES CLÉS USB OU AVEC LES VIDÉOS TUTO
EXIGER UN ENREGISTREMENT DE LA FORMATION	A CHAQUE FORMATION	LE COMMERCIAL ENREGISTRE DES POINTS CLÉS
EXIGER L'ENREGISTREMENT D'UN ENTRETIEN	1 FOIS PAR SEMAINE	AVEC SON IPHONE
TESTER LES CONNAISSANCES	30' UNE FOIS PAR SEMAINE	QUIZZ ÉCRIT SUR UN THÈME
ACCOMPAGNEMENT TERRAIN	1 FOIS PAR MOIS	SUR UN CLIENT CIBLE EN RDV
TRAVAILLER LE MENTAL ET JOUER LE MOTEUR	CHAQUE JOUR	RAPPEL DU POURQUOI ON SE BAT POUR FAIRE DU CHIFFRE
RECHERCHE INTERNET	CHAQUE MATIN	LA REVUE PRESSE
ENGAGEMENT MENSUEL ET CHANGEMENT	CHAQUE MOIS	2 PRIORITÉS SE + SF
S'ENGAGER SUR 4 MANDATS CROYANCE	CHAQUE MOIS	LES EXCLUSIVITES
S'ENGAGER CHAQUE SEMAINE SUR UNE PERFORMANCE, UN RÉSULTAT	SEMAINE	ME + V + CA

VISION 2I CONSEIL BY MIX
338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

LES PROGRAMMES

SPECIFIQUES AU DIGITAL

7 MODULES

À PERSONNALISER

CECI N'EST QU'UN EXTRAIT DE NOTRE CATALOGUE GLOBAL

VISION 2I CONSEIL BY MIX
338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

SPÉCIAL DIGITAL

VD001D – VOTRE PAD: COMMENT METTRE EN PLACE UN PLAN D'ACTION DIGITAL

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Définir une vraie stratégie digitale
- Appliquer les dernières solutions en maîtrisant les coûts

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.

À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:
Minimum : 1 Maximum: 20
Public: Commerciaux, Managers
Prérequis: aucun
Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic…)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie
Moyens pédagogiques:

- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / Elaborer sa stratégie de communication digitale:

- Pourquoi le digital ?
- Evaluer notre pouvoir et notre communication
- Bâtir un plan de communication: quels médias et réseaux sociaux pour quels objectifs ?
- Choisir le ton de sa communication
- A quoi sert la communication digitale ?
- Qui doit communiquer ?

PARTIE 2 / Les réseaux et médias sociaux :

- Point sur l'évolution des différents médias sociaux: Facebook, Twitter, Linkedin, Instagram, Snapchat, Youtube…

PARTIE 3 / Programmer nos actions :

- Augmenter la visibilité sur les réseaux sociaux
- Créer un dispositif pour valoriser un événement
- Utiliser les événements positifs pour produire du contenu

PARTIE 4 / Identifier les opportunités publicitaires :

- Faut-il investir ?
- Comment présenter les réseaux sociaux aux vendeurs et aux acquéreurs ?
- Tour d'horizon des solutions publicitaires et des bienfaits de la communication proposée par Facebook, Twitter, Linkedin, Instagram, Snapchat

PARTIE 5 / Mesurer les actions de communication digitale :

- Connaître les différentes métriques : Like, share, portée, impressions, RT, followers
- La mesure de l'engagement

PARTIE 6 / Gérer la communication de crise en ligne :

- Evaluer les crises: appréhender les typologies de crise: appréhender les typologies sur internet (fail, bad buzz, crise…)
- Comprendre l'importance de la gestion des avis clients négatifs sur internet
- Evaluation du transfert des acquis pour valider la mise en œuvre en situation de travail

PARTIE 7 / Comment créer sa vidéo de présentation :

- Quelle vidéo faire pour se créer de la visibilité ?
- Comment et avec quels outils ?
- Bien définir le projet et l'objectif
- Si on essayait ?

CONCLUSION :

Jusqu'où et comment programmer vos applications digitales services. Votre PAD.

- Priorités
- Budget

POUR TOUT **RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX
338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

SPÉCIAL DIGITAL

VD002D– COMMENT VENDRE AVEC UNE NOUVELLE APPROCHE DIGITALE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Avoir un stock mandat 100% exclu
- Renforcer son image et sa crédibilité
- Éviter que le client ne prenne l'ascendant

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.
À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:
Minimum : 1 Maximum: 20
Public: Commerciaux, managers, débutants ou confirmés
Prérequis: aucun
Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic…)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie
Moyens pédagogiques:
- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

- Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)
- Pourquoi et comment le client essaye de prendre le pouvoir
- L'impact des messages contraignants de notre enfance
- L'impact de la pudeur et de la confiance en soi

PARTIE 1 / Comment donner de la dimension à sa fonction. discours. outils. méthode. vidéo :

- Comment dimensionner la présentation de son entreprise
- Comment dimensionner la présentation personnelle
- Comment dimensionner vos résultats
- Le prompteur d'une vidéo pour se présenter
- Timing, emplacement, mots et phrases clés
- L'application I-Moovie

PARTIE 2 / Comment donner de la dimension à sa fonction

- Simulation et construction de la vidéo en 4 sous groupes
- Débriefing et sélection de la meilleure vidéo

PARTIE 3 / L'utilisation de la vidéo amateur sur Iphone

- Filmer un bien
- Filmer les témoignages clients

PARTIE 4 / Quand et comment se saisir de la vidéo dimension :

- Visio conférence avec une ou un négociateur qui l'utilise chaque jour

PARTIE 5 / La vidéo du bien :

- La vidéo classique
- La vidéo je « teste » pour vous
- La vidéo décalée

PARTIE 6 / Le transfert des vidéos sur les applis :

- Youtube
- Facebook / Linkedin
- Sur les fichiers clients

PARTIE 7 / Le cobrandina du commercial :

- La vidéo pour présenter le rendez-vous avant le rendez-vous
- La vidéo pour conforter le rendez-vous à 24 heures

CONCLUSION :

Conseil et plan d'action individuel

- Budget
- Priorités

POUR TOUT **RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX
338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

SPÉCIAL DIGITAL

VD003D –LA NOUVELLE METHODE DE CONCEPTION DE VOS VITRINES INTÉRACTIVES EN 12 LEÇONS

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Rendre vos vitrines attractives
- Augmenter le trafic acheteurs / vendeurs / propriétaires

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.
À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:
Minimum : 1 Maximum: 20
Public: Toute personne qui a la responsabilité d'aménager la vitrine.
Prérequis: aucun
Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic…)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie
Moyens pédagogiques:
- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / Le repérage :
- Comment amener les clients jusqu'à la vitrine ?
- Faut-il des totems, des néons, etc. ?

PARTIE 2 / Comment donner de la dimension
- 50% des ventes peuvent venir de la vitrine si l'on sait lui donner une vraie dimension ?

PARTIE 3 / Les codes couleurs :
- Quel est le meilleur code couleur pour attirer l'œil ?
- Faut-il une unité ou des variations ?

PARTIE 4 / L'aménagement général :
- Comment rendre une vitrine attractive : par un aménagement simple et efficace quelque soit la dimension disponible

PARTIE 5 /Les messages forts
- Slogans, accroches qui vont interpeller le passant à pied comme en voiture

PARTIE 6/ L'alternance :
- Faut-il casser l'immobilisme de la vitrine et ce, à quel rythme ?

PARTIE 7/ L'utilisation du thermo collé :
- Un outil que peu de gens osent utiliser et qui est pourtant efficace si on sait le manier

PARTIE 8 / Les thématiques par cible :
- Comment attirer toutes les cibles, acheteur, vendeur, propriétaire, locataire, investisseur, etc.

PARTIE 9 / Les thématiques par cible :
- Comment attirer toutes les cibles, acheteur, vendeur, propriétaire, locataire, investisseur, etc.

PARTIE 10 / La politique des prix :
- Comment afficher les prix pour une efficacité maximum
- Comment définir votre budget

PARTIE 11 / L'utilisation des écrans LED :
- La vidéo des biens
- La vidéo de l'entreprise
- La vidéo des clients

PARTIE 12 / L'affichage des satisfactions clients en vidéo / visio
- L'utilisation « opinion système »
- La banque satisfaction avec les 3 touches S / MS / PS
- L'affichage des statistiques du marché

CONCLUSION
Un stage indispensable pour ceux qui veulent faire de leur vitrine la plus attractive de leur secteur.
Ils augmenteront le trafic, la fréquentation, rentreront du mandat spontané et défendront ainsi leur image de marque.
Des concepts inédits encore jamais vus dans la profession.

POUR TOUT **RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX
338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

SPÉCIAL DIGITAL

VD004D (MDG181) – LA PUBLICITE ET LA COMMUNICATION GLOBALE EN AGENCE

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Rentabiliser son investissement
- Renforcer l'image de marque
- Optimiser les contacts
- Prendre une longueur d'avance, innover

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.
À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:
Minimum : 1 Maximum: 20
Public: Chefs d'agence, négociateurs
Prérequis: aucun
Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic…)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie
Moyens pédagogiques:
- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?
Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Quel budget / quelle stratégie ?

PARTIE 1 / L'idée générale de la communication en l'an 2018

PARTIE 2 / L'approche benchmarking. savoir se démarquer

PARTIE 3 / Les nouveaux concepts du « parler vrai »

PARTIE 4 / Savoir agencer et faire vivre sa vitrine

PARTIE 5 /Savoir agencer les locaux d'accueil et de réception

PARTIE 6/ Savoir rédiger une bonne publicité. choisir les bons mots

PARTIE 7/ Savoir mettre en valeur une publicité sur un support

PARTIE 8 / Construire une plaquette

PARTIE 9 / Savoir rédiger un mailing efficace

PARTIE 10 / Savoir rédiger les sélections prestiges/patrimoines

PARTIE 11 / Savoir créer son propre journal

PARTIE 12 / Les outils de communication innovants

PARTIE 13 / Construire les supports « plus »

Le dossier de mise en valeur produit

Le dossier bien vivre son achat

Le dossier pratique « et si on vous disait tout », etc.

PARTIE 14 / Construire les outils de prospection et de Boîtage

PARTIE 15 / Les bornes interactives

PARTIE 16 / Se servir d'un PC pour communiquer

PARTIE 17 / L'utilisation des écrans LED :

- La vidéo des biens
- La vidéo de l'entreprise
- La vidéo des clients

PARTIE 18 / L'affichage des satisfactions clients en vidéo / visio
- L'utilisation « opinion système »
- La banque satisfaction avec les 3 touches S / MS / PS
- L'affichage des statistiques du marché

PARTIE 20 / Le digital et le plan à 3 ans :
- Les réseaux sociaux (Facebook, Linkedin…)
- Les news letters électroniques
- Le Mag d'annonces électroniques
- Les ventes privées
- Les vidéos d'entreprises
- Les vidéos produits

CONCLUSION

Beaucoup trop d'agences négligent l'impact de la communication sur l'image et le chiffre d'affaires.

Quel budget consacrer et comment le répartir

LES APPORTS DU STAGE : Nous leur donnons là les moyens de se positionner comme des acteurs dynamiques de l'immobilier, en prenant une longueur d'avance sur la concurrence.

POUR TOUT **RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX
338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

SPÉCIAL DIGITAL

VD005D – LES CLEFS DE LA COMMUNICATION GAGNANTE PAR LE WEB

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Apprendre à utiliser la communication comme un outil performant dans la recherche acquéreurs et vendeurs
- S'approprier l'ensemble des outils permettant de construire un plan marketing efficace

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.
À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:
Minimum : 1 Maximum: 20
Public: Négociateurs, responsables d'agence, patrons
Prérequis: aucun
Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic…)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie
Moyens pédagogiques:
- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?
Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

Tour de table et échanges sur les problèmes de terrain. la communication par le WEB

PARTIE 1 / Marketing de proximité et communication :
- Qu'est-ce que la communication ?
- Les clés du succès d'un message
- Les objectifs / les cibles
- L'analyse et les mesures

PARTIE 2 / Les différents canaux de communication
- La boîte à outil pour avoir des contacts (supports presse, portails internet, mailing, dépliants... Coûts et rendement)
- Site web : ses enjeux et nos réponses
- Autres outils d'aide à la vente
- Partage et analyse sur les pratiques de chaque participant

PARTIE 3 / Construire des supports impactant
- Savoir faire une bonne photo
- Rédiger une bonne annonce
- Les clés d'un mailing qui marche

PARTIE 4 / L'évolution d'un site responsable
- L'opération 1 vente / 30€ à la ligue contre le cancer
- L'opération 1 jour pour les enfants hospitalisés

PARTIE 5 / Le site communautaire :
- Les gardes d'enfants
- Les petits jobs
- Le troc meubles
- Le troc talents

PARTIE 6 / La vidéo collaborativee :
- La communauté des clients qui montre « ses » talents
- Quel budget et quelles priorités

CONCLUSION :
Le pacte de progrès, les consignes d'application.

Aujourd'hui 80% des contacts viennent d'internet. Comment faire pour capter ceux-ci, avoir une approche différenciante et novatrice pour optimiser les taux de retour, qualifier ces contacts et pérenniser ces transactions.

POUR TOUT **RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX
338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

SPÉCIAL DIGITAL

VD006D – LES NOUVELLES APPROCHES NUMÉRIQUES EN MARKETING POUR EXPLOITER VOS FICHIERS ET DÉVELOPPER VOTRE CLIENTÈLE.

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Faire la différence vis-à-vis de la concurrence, interpeller les clients par la qualité des supports, ne plus perdre de temps dans la conception improvisée.
- Se doter de supports marketing et de communication opérationnels et novateurs.

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.
À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:
Minimum : 1 Maximum: 20
Public: Négociateurs, Managers, Assistantes
Prérequis: aucun
Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic…)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie
Moyens pédagogiques:
- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION: Internet et réseaux sociaux vecteurs de développement + quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?

Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin. CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / Les erreurs faites en com

PARTIE 2 / Pourquoi vos mailings ne marchent pas

PARTIE 3 / Nouvelles orientations en matière de communication via les mails

PARTIE 4 / Mailings institutionnels

PARTIE 5 / Mailings à destination des acheteurs

PARTIE 6 / Mailings à destination des vendeurs

PARTIE 7 / Mailings à destination des bailleurs

PARTIE 8 / Mailings à destination des locataires

PARTIE 9 / Comment concevoir son book de présentation agence sur tablette

PARTIE 10 / Comment rédiger ses pubs sur le web

PARTIE 11 / Comment faire sa pub en vitrine avec un écran

PARTIE 12 / Comment exploiter les réseaux sociaux

PARTIE 13 / Marketing appliqué à l'exploitation des réseaux sociaux

PARTIE 14 / La com numérique et les slogans « racoleurs »

POUR TOUT **RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX
338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite

SPÉCIAL DIGITAL

VD007D – LES NOUVELLES APPROCHES NUMÉRIQUES COM ET MARKETING POUR FAIRE DE SON AGENCE UN RÉFÉRENT

OBJECTIFS

À l'issue de cette formation, le stagiaire ou le participant sera capable de:

- Faire la différence vis-à-vis de la concurrence, interpeller les clients par la qualité des supports, ne plus perdre de temps dans la conception improvisée.
- Se doter de supports marketing et de communication opérationnels et novateurs.

MODALITÉS DE SUIVI ET D'APPRÉCIATION

Exposés théoriques illustrés par des ateliers. Évaluation des compétences par des ateliers pratiques; études de cas et mises en situation.
À l'issue de cette journée, une attestation de formation sera délivrée.

PUBLIC, PRÉREQUIS, NOS EXPERTS

Nombre de participants:
Minimum : 1 Maximum: 20
Public: Négociateurs, Managers, Assistantes
Prérequis: aucun
Nos experts: Notre équipe de consultants et de formateurs, experts confirmés, interviennent dans les métiers de l'immobilier (transaction, ADB, syndic…)

DURÉE ET MOYENS

Durée: 1 jour, 8 heures dont 1h de déontologie
Moyens pédagogiques:
- Supports pédagogiques
- Vidéoprojecteur
- Échanges

PROGRAMME

INTRODUCTION : Quizz sur l'aspect éthique et déontologie : où en êtes vous ?
Préambule sur le respect de la législation et la déontologie professionnelle (Tracfin, CNTGI et éthique professionnelle)

PARTIE 1 / Les nouveaux outils qui fonctionnent

PARTIE 2 / L'approche vente privée sur Internet

PARTIE 3 / La segmentation mailing opérationnel et institutionnel

PARTIE 4 / Présenter son entreprise avec une tablette

PARTIE 5 / Se présenter sous forme de vidéo: Ce qu'il faut faire / ce qu'il ne faut pas faire

PARTIE 6 / Présenter une affaire en format vidéo

PARTIE 7/ Facebook

- Comment l'exploiter
- Le marketing associé

PARTIE 8 / Comment rentabiliser sa COM

- Messages et engagements qui percutent
- Ciblages outils / clients
- Approche parrainage réseaux sociaux et marketing associé
- Avant / après : utiliser le numérique sur les biens à rénover
- La visite virtuelle pour accélérer la vente et éviter les pertes de temps.

POUR TOUT **RENSEIGNEMENT**

VISION 2I CONSEIL BY MIX
338 ROUTE DE VANNES - 44700 ORVAULT
Tél. 02 40 94 70 48 / Fax. 02 40 04 07 65 / Mail. vision2i@vision2i.fr / www.vision2i.fr
RCS Nantes - SIREN 483 552 584 - N° Organisme de format° 52 44 04688 44

Formation professionnelle V2I. Ce document est la propriété de V 2I. Reproduction interdite