

MARKETING IMMOBILIER ET COMMUNICATION COMMERCIALE

C0032



PUBLIC

Responsable clientèle.
Responsable vente Hlm.
Responsable communication.



OBJECTIFS

- > identifier les règles de base du marketing immobilier
- > déterminer les ressorts d'une bonne communication publicitaire
- > repérer les besoins et attentes de la clientèle et définir des cibles
- > utiliser la diversité des supports et canaux de communication
- > décrire positivement les caractéristiques de son patrimoine et de son offre de logements
- > concevoir des messages et des actions commerciales efficaces
- > s'appuyer sur les réseaux sociaux pour développer sa communication et faire connaître son offre.



PÉDAGOGIE & ÉVALUATION

Alternance d'apports didactiques et méthodologiques. Exercices de conception d'annonces et ébauche de documents commerciaux.

Chaque stagiaire sera questionné en amont, pendant et à l'issue de la formation pour identifier ses attentes, vérifier ses acquis et

évaluer sa satisfaction globale de la formation.

PRÉ-REQUIS

Aucun.

Des leviers pour optimiser son action.

En fonction de la nature de leur stratégie et de leurs objectifs de développement, les directions de la clientèle, de la gestion locative ou des ventes doivent mettre en place les actions commerciales et les communications adaptées.

Il est nécessaire que les responsables en charge de la commercialisation sachent analyser le marketing opérationnel et les supports à utiliser. Il s'agit ensuite de faire évoluer les messages en s'appuyant sur le service communication ou sur des prestataires pour réaliser des actions commerciales plus importantes.

CONTENU

Définir son offre commerciale

- > les cibles à conquérir
- > l'adéquation marché/produits
- > la définition de propositions commerciales adaptées

Préparer sa communication

- > le marketing mix
- > les bases de la communication
- > la segmentation de la clientèle
- > les objectifs à atteindre
- > le positionnement de l'organisme

Identifier les acteurs de la communication

- > les médias: presse, radio, affichage, internet, téléphonie
- > le hors média : la communication directe, la publicité sur le lieu de vente, la communication événementielle, les relations publiques et les relations presse
- > les réseaux sociaux

Élaborer des actions de communication commerciale

- > le plan de communication
- > l'importance du rétro-planning
- > les messages publicitaires : le choix des mots, l'attractivité du visuel, les accroches
- > le choix des supports: l'édition, l'annonce publicitaire, le panneau
- > la charte graphique: préserver l'identité de l'organisme, pérenniser l'image
- > prestataires internes ou externes: quelle option choisir ?

ANIMATION

Valérie LARSONNEUR ou Solenne DUTHOIT, Consultantes-formatrices spécialisées sur les thématiques commerciales.

DATES

CLASSE VIRTUELLE

3 et 4 avril 2023
4 et 5 septembre 2023

PROLONGEMENT

Vaincre la vacance : gagner en performance (C0149).

PRIX NET : 1440 EUROS - 14 h de formation

Ce prix comprend l'accès à la plateforme de diffusion.

Ce stage peut être organisé dans votre organisme ou dans votre région.

RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS : Anne de POULPIQUET - 01 40 75 79 06. anne.de-poulpiquet@afpols.fr

Personne en situation de handicap : contacter Cécile CROQUIN - 06 76 72 65 07. referenthandicap@afpols.fr