

## REALISER UNE ANNONCE IMMOBILIERE EFFICACE

### Objectifs pédagogiques et opérationnels

Repérer les éléments-clés d'une communication commerciale aboutie en immobilier  
Utiliser un plan rédactionnel structuré  
Mettre en valeur une annonce en intégrant les éléments graphiques appropriés

### Pré requis

Aucun

### Public

Responsables d'agence  
Négociateurs et leurs collaborateurs

### Suivi et validation

Questions orales ou écrites (QCM)  
Evaluation de la formation

### Méthodes pédagogiques et moyens techniques

Travaux en groupe et sous-groupe synthétisés par des débriefings  
Exercices de mise en situation  
Apports théoriques  
Elaboration personnelle de documents de travail

### Durée – Modalités

1 jour, soit 7 heures  
Présentiel ou distanciel synchrone  
(classe virtuelle)

## PROGRAMME DETAILLE

### 1. QUELQUES RAPPELS SUR LES GRANDS PRINCIPES DE LA COMMUNICATION

Les différentes familles de communication  
Le concept émetteur/récepteur  
La communication par l'image  
La communication écrite  
La publicité

### 2. IDENTIFIER LES ATTENTES DES CLIENTS IMMOBILIERS EN MATIERE D'ANNONCE

Les critères objectifs  
Les critères subjectifs  
Les attentes des prospecteurs acheteurs  
Les attentes du vendeur

### 3. DETERMINER LE POTENTIEL DE VENTE D'UN BIEN IMMOBILIER

Les atouts d'un bien immobilier  
Les faiblesses d'un bien  
La fiche de synthèse

#### **4. CONNAITRE LES ÉLÉMENTS CLÉS POUR RÉDIGER UNE ANNONCE IMMOBILIÈRE**

L'objectif et la cible d'une annonce

Le vocabulaire dédié

L'accroche ou le chapeau

Les éléments indispensables à développer

Le contenu

Les erreurs à ne pas commettre et les pièges à éviter

#### **5. LA MISE EN IMAGE**

Les photos

Les animations

Les règles graphiques

La maquette

#### **6. LES SUPPORTS**

La vitrine

L'annonce presse

Internet

Les réseaux sociaux

***Formation éligible au renouvellement de la carte des professionnels de l'immobilier conformément au décret n°2016-173 du 17/02/2016***