Initiation au marketing immobilier

421

Durée: 2 jours.

Public:

Toute personne en charge du marketing et qui souhaite développer ses compétences. Derniere MAJ : Avril 2024

Objectifs:

S'initier à la démarche marketing, à ses outils et à leur mise en pratique dans le secteur de l'immobilier.

Pré-requis :

Avoir des connaissances métiers sur l'un des aspects immobiliers (gestion, syndic, transaction, promotion?).

Máthadas -

Etude de cas et jeux de rôle. Echanges entre les participants et des retours d'expériences autour des bonnes pratiques.

Fundantion

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire.

Derniere MAJ: Avril 2024

L'approche marketing

Les différents types de marketing

Les étapes clés : maîtriser la démarche marketing

La concurrence

Organiser la veille concurrentielle : les informations du terrain

Suivre l'évolution du paysage Evaluer ses parts de marché

Se différencier pour exister

L'identité du produit / du bien L'identité de l'entreprise

Son positionnement

Les outils de communication pour être identifié

Analyse SWOT

Comment optimiser son marketing: les 4 P

Le plan média

Bâtir un plan de communication : identifier les bons outils de communication, définir des objectifs, maîtriser les enjeux de chaque communication

L'impact des nouvelles technologies, des réseaux sociaux Le e-marketing : découvrir les clés et les outils du e-marketing Comment utiliser ces nouveaux outils pour communiquer

Evaluer les retours et chiffrer les résultats

