l'as de Caro
L'accompagnement à la carte

06 70 94 75 56 · contact@asdecaro-coaching.fr

Qualiopi
processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
La certification Qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de Formation

PROGRAMME DE FORMATION · IA & DIGITAL · F-PR-009

Réseaux sociaux & marketing digital pour agents immobiliers

Facebook, Instagram et LinkedIn : des contenus qui amènent des rendez-vous, pas seulement des vues

16 h	Présentiel	2 à 12	670 € HT
2 jours de formation	inter ou intra-entreprise	participants	par stagiaire, net de TVA

ALUR

16 h de formation continue pour le renouvellement de votre carte professionnelle

Loi ALUR : 42 h sur 3 ans, dont 2 h de déontologie et 2 h de non-discrimination. Attestation nominative détaillée remise en fin de formation.

2 h déontologie

2 h non-discrimination

POUR QUI

Public et prérequis

PUBLIC VISÉ

- Agents commerciaux et mandataires
- Négociateurs et conseillers indépendants
- Directeurs d'agence
- Marchands de biens
- Tout professionnel de l'immobilier

PRÉREQUIS

- Travailler dans l'immobilier
- Disposer d'un ordinateur et d'un smartphone
- Avoir créé un compte Instagram et/ou LinkedIn (personnel ou pro) avant le stage

CE QUE VOUS SAUREZ FAIRE

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

1. Identifier l'intérêt des réseaux sociaux dans son activité d'agent immobilier
2. Choisir la ou les plateformes adaptées à sa cible et à son secteur géographique
3. Définir ses objectifs et décrire son public cible au travers d'un persona
4. Construire un profil professionnel optimisé (bio, photo, catégorie, lien en bio)
5. Définir ses piliers de contenu
6. Transformer une annonce classique en contenu qui raconte une histoire
7. Produire un post, un carrousel ou un Reel sans dépendre d'un graphiste
8. Rédiger des contenus courts et persuasifs avec les méthodes AIDA et PAS
9. Rédiger un post LinkedIn narratif à partir d'une situation professionnelle vécue
10. Utiliser Claude pour générer un post et son visuel à partir d'un projet configuré

11. Appliquer un garde-fou de vérification avant chaque publication
12. Construire un tunnel de conversion simple, du post à la prise de rendez-vous
13. Bâtir un calendrier éditorial de 30 jours et choisir les KPI à suivre
14. Évaluer une situation professionnelle ambiguë au regard des règles du code de déontologie et justifier une décision argumentée.
15. Concevoir une procédure de sélection locative objectivée, traçable et opposable en cas de contrôle, conforme aux critères légaux de non-discrimination.

VOTRE PARCOURS

Contenu de la formation

Poser les fondations de sa présence sur les réseaux sociaux

6 h

L'agent immobilier à l'ère digitale : de la vitrine à la machine de prospection ; portails vs réseaux sociaux ; la notion de preuve sociale

Compte personnel ou compte agence : pourquoi l'engagement va presque toujours au compte personnel ; analyse comparative de deux profils immobiliers

Tour d'horizon des réseaux : similitudes et différences ; particularités (#, @, emoji) ; fonctionnement des algorithmes

Choisir ses plateformes : Instagram pour le grand public et le résidentiel ; LinkedIn pour les apporteurs d'affaires et l'autorité ; TikTok pour les jeunes primo-accédants ; Facebook pour la proximité locale

Concevoir sa stratégie : définir ses objectifs ; analyser son public cible avec un persona ; fiche « Qui je vise / Où il se trouve / Quelle plateforme je choisis »

Créer et paramétrer ses comptes : page pro Facebook et sécurisation des accès ; compte pro ou créateur Instagram ; profil LinkedIn

Construire un profil qui convertit : les 4 éléments d'une bio efficace ; le nom de compte comme levier de référencement local ; le lien en bio ; atelier de réécriture de sa bio

Les piliers de contenu : expertise de marché ; biens et réalisations ; coulisses et humanisation ; guides et accompagnement ; la règle du tiers pour les annonces

Du catalogue au storytelling : démonstration ; atelier en binôme sur un bien réel ou fictif ; vote du groupe sur la version la plus engageante

Produire, publier et convertir

6 h

Les formats qui fonctionnent : Reels pour la portée ; carrousels pour l'engagement et la sauvegarde ; photo seule ; Stories pour la relation ; dimensions des images et vidéos

Rédiger des contenus courts : méthode AIDA ; méthode PAS ; banque de hooks ; appel à l'action en fin de post

Créer ses visuels : carrousel simple avec Canva ou équivalent ; retouche photo ; script court avant le tournage

LinkedIn : le post narratif court ; structure hook / situation / tension / résolution / enseignement ; stratégie de commentaire

L'IA au service de sa communication : créer un Projet Claude « Réseaux Sociaux » (instructions, charte visuelle, mentions légales) ; générer texte et visuel ; décliner un post en script Reels de 30 secondes

Le garde-fou avant publication : jurisprudence vérifiée à la source ; chiffres de marché datés et sourcés ; droit à l'image confirmé ; vérification finale toujours humaine

Un rythme par réseau : Facebook, la régularité et la réponse aux commentaires ; LinkedIn, 2 posts par semaine maximum ; Instagram, une accroche en 2 secondes

Du contenu au contact : bio, lien, page de destination, prise de rendez-vous ; stickers sondage et question en story ; offre d'estimation gratuite ; repérer le point de friction de son parcours

Calendrier éditorial 30 jours : répartition des piliers sur 4 semaines ; fréquence réaliste selon son temps ; KPI à retenir pour ajuster chaque mois

Mise en application : présentation de son plan d'action et de 3 contenus prêts à publier ; retours croisés entre participants

Code de déontologie de l'agent immobilier

ALUR · déontologie — 2 h

- Cadre juridique : décret n° 2015-1090, articulation loi Hoguet / loi ALUR, rôle du CNTGI et de sa commission de contrôle, contrôles de la DGCCRF
- Les règles du code : éthique professionnelle, respect des lois, compétence, organisation et gestion de l'entreprise, transparence, confidentialité, défense des intérêts en présence, conflit d'intérêts, confraternité, règlement des litiges
- Simulation décisionnelle « La zone grise » : mandat concurrent, information défavorable au bien, gratification du vendeur, avis en ligne, vente off-market
- Responsabilité civile et pénale, devoir de conseil ; quiz formatif

Non-discrimination dans l'accès au logement

ALUR · non-discrimination — 2 h

- Cadre légal : les critères de discrimination prohibés par l'article 225-1 du code pénal, loi n° 2017-86, aménagement de la charge de la preuve, sanctions encourues
- Mise en situation « testing » : reconstitution d'un contrôle sur dossiers locatifs
- Discrimination indirecte : critères apparemment neutres, instruction discriminatoire du bailleur, techniques de refus préservant la relation commerciale
- Grille de sélection objective, traçabilité des refus, rédaction d'annonces conformes ; quiz formatif

COMMENT NOUS TRAVAILLONS

Méthodes, suivi et évaluation

MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation

Documents supports de formation projetés

Exposés théoriques et démonstrations en direct

Études de cas issues de comptes réels (Instagram et LinkedIn immobilier)

Ateliers pratiques sur l'ordinateur et le smartphone des participants

Fiches outils : grille des piliers de contenu, calendrier éditorial vierge, banque de hooks, structure de post LinkedIn

Outil de création visuelle simple (Canva ou équivalent) et Claude pour la production de contenu

Mise à disposition en ligne des documents supports à la suite de la formation

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuilles de présence

Quiz de positionnement digital en début de formation

Ateliers pratiques avec grille d'auto-évaluation et retour du formateur

Questions orales ou écrites (QCM) et mises en situation

Présentation orale du plan d'action personnalisé (calendrier 30 jours et 3 contenus prêts à publier)

Formulaire d'évaluation de la formation à chaud et évaluation à froid à 3 mois

Certificat de réalisation de l'action de formation

À SAVOIR

Informations pratiques

ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE

CL

Caroline Ludwig, dirigeante et formatrice, forme les professionnels de l'immobilier depuis 2019. Elle est référente pédagogique et référente handicap de l'organisme.

SANCTION DE LA FORMATION

Attestation de fin de formation : objectifs, contenu, durée et résultats de l'évaluation des acquis (art. L.6353-1 du Code du travail)

Attestation d'assiduité pour le financeur

DÉLAIS D'ACCÈS ET TARIF

Inscription jusqu'à 15 jours avant le début de la session, délai nécessaire au dépôt d'une demande de prise en charge AGEFICE. En intra-entreprise, dates fixées avec le client.

Tarif : 670 € HT par stagiaire, exonéré de TVA (art. 261-4-4°a du CGI). Prise en charge possible : AGEFICE, OPCO, FIFPL selon votre statut.

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Les besoins sont recueillis dans le questionnaire de positionnement et l'accessibilité du lieu est vérifiée avant chaque session. Référente handicap : Caroline Ludwig, 06 70 94 75 56, contact@asdecaro-coaching.fr. Si l'adaptation n'est pas possible, le stagiaire est orienté vers un partenaire spécialisé.

Référente handicap : Caroline Ludwig, 06 70 94 75 56, contact@asdecaro-coaching.fr.

QUALITÉ

Nos résultats

Qualiopi processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
La certification Qualité a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de Formation

9,7 / 10	9,0 / 10	0 %	134	1 259
Satisfaction à chaud 2025	Satisfaction à froid 2025	Taux d'abandon 2025	Stagiaires formés en 2025	Participations depuis 2019

Moyennes des questionnaires stagiaires (notes sur 10) ; abandon = stagiaires ayant abandonné / stagiaires inscrits. Détail sur asdecaro-coaching.fr/resultats