

## ★ OBJECTIFS

- Tout connaître sur la vente immobilière
- Créer un profil LinkedIn attractif.
- Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn.
- Créer du contenu organique pour augmenter la visibilité de son profil LinkedIn.

## i INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 9h30

## 🏠 FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Compétences First identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

## 🧩 MOYENS

### Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

### Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

### Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

## 💬 CONTACT

### Tél :

01 87 66 02 19

### E-mail :

contact@immoforma.fr

### NDA :

76311071831

### Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

• Test de positionnement	5'00
○ <b>Module 1 : Bien remplir son profil LinkedIn et le rendre attractif</b>	
• Introduction	5'07
• Objectifs	2'14
• <b>Cas pratique n°1 : créer une page professionnelle en tant que Community manager</b>	
• Débuter sur LinkedIn avec un bon état d'esprit	7'29
• Utiliser LinkedIn pour se faire connaître	2'30
• Création du profil professionnel sur LinkedIn	2'44
• Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ?	
○ - Partie 1	14'06
• Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ?	
○ - Partie 2	6'16
• Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ?	
○ - Partie 3	10'10
• <b>Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn</b>	
• Qu'est-ce qu'une page LinkedIn attractive ?	2'55
• Quel impact peuvent avoir les posts d'un employé sur la société	
○ qui l'emploie ?	7'42
• Image de marque ou identité de marque ?	3'18
• <b>Cas pratique n°2 : attirer du trafic sur sa page professionnelle LinkedIn en tant qu'indépendant</b>	
• Rendre ma page attractive	2'36
• Cas pratique Capsule Marketing : L'importance de créer une identité	
○ de marque pour l'aligner avec ses valeurs/services	9'12
• Cas pratique La Capsule d'Alyssa : Présentation Nouvelle Identité	
○ de Marque	5'59
• Cas pratique : Comment mettre en place concrètement une nouvelle	
○ identité de marque sur LinkedIn ? – Partie 1	10'39
• Cas pratique : Comment mettre en place concrètement une nouvelle	
○ identité de marque sur LinkedIn ? – Partie 2	10'14
• Cas pratique : Le statut professionnel – Partie 1	8'08
• Cas pratique : Le statut professionnel – Partie 2	7'27
• Cas pratique : Coordonnées	9'03
• Cas pratique : Les abonnés et les relations	3'10
• Cas pratique : Les objectifs	10'08
• Cas pratique : Open To Work	5'17
• Cas pratique : Services	10'26
• Cas pratique : Statistiques	9'03
• Cas pratique : Ressources – Partie 1	8'46
• Cas pratique : Ressources – Partie 2	8'08
• Cas pratique : Ma Sélection	10'40

## 🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

## ★ OBJECTIFS

- Tout connaître sur la vente immobilière
- Créer un profil LinkedIn attractif.
- Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn.
- Créer du contenu organique pour augmenter la visibilité de son profil LinkedIn.

## i INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 9h30

## 🏠 FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Compétences First identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

## 🧩 MOYENS

### Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

### Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

### Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

## 💬 CONTACT

### Tél :

01 87 66 02 19

### E-mail :

contact@immoforma.fr

### NDA :

76311071831

### Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

## 🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

• Cas pratique : Infos – Partie 1	8'56
• Cas pratique : Infos – Partie 2	11'38
• Cas pratique : Expériences	10'03
• Cas pratique : Page Entreprise – Partie 1	7'43
• Cas pratique : Page Entreprise – Partie 2	8'30
• Cas pratique : Formation	3'34
• Cas pratique : Compétences – Partie 1	7'06
• Cas pratique : Compétences – Partie 2	5'33
• Cas pratique : Centres d'Intérêts	1'38
• Cas pratique : Profil public	2'40
• Transition	00'35
<b>Quiz</b>	<b>5'00</b>
<b>Total :</b>	<b>4'26'23</b>

### o **Module 2 : Créer du contenu organique pour augmenter la visibilité de son profil LinkedIn**

#### • Construire une stratégie de contenus

• Qu'est-ce qu'une stratégie de contenus ?	2'59
• Comment mettre en place une stratégie de contenus sur LinkedIn ?	2'23
• Etape n°1 - Définir les objectifs de votre stratégie de contenus	6'08
• Etape n°2 - Comprendre mon public cible	2'25
• Etape n°3 - Elaborer un plan de contenus	2'18
• Etape n°4 - Optimiser vos publications	3'56
• Etape n°5 - Promouvoir le contenu	2'44
• Etape n°6 - Analyser les performances de vos publications	3'44

#### • L'importance de définir sa ligne éditoriale sur LinkedIn

• Définir sa ligne éditoriale sur LinkedIn	3'05
• Qu'est-ce qu'une page Entreprise ?	4'37
• Qu'est-ce qu'une page personnelle ?	2'11
• Est-ce que la ligne éditoriale d'un profil personnel doit être la même que celle d'une page Entreprise sur LinkedIn ?	2'35
• Qu'est-ce qu'un groupe sur LinkedIn ?	4'05
<b>Quiz</b>	<b>10'00</b>

<b>Total :</b>	<b>53'10</b>
----------------	--------------

### o **Module 3 : Les méthodes pour créer du contenu captivant**

#### • Le copywriting

• Qu'est-ce que le copywriting ?	2'21
• Les techniques de base du copywriting	3'14
• La persuasion en copywriting	2'39
• Comment utiliser le copywriting pour rédiger des posts sur LinkedIn ?	3'08

## ★ OBJECTIFS

- Tout connaître sur la vente immobilière
- Créer un profil LinkedIn attractif.
- Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn.
- Créer du contenu organique pour augmenter la visibilité de son profil LinkedIn.

## i INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 9h30

## 🏠 FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Compétences First identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

## 🧩 MOYENS

### Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

### Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

### Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

## 💬 CONTACT

### Tél :

01 87 66 02 19

### E-mail :

contact@immoforma.fr

### NDA :

76311071831

### Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

## 🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

### • Le storytelling

- Le principe du storytelling **3'23**
- Les éléments clés du storytelling **2'56**
- Pourquoi créer un personnage pour consolider votre storytelling ? **2'16**
- Comment créer un personnage pour consolider votre storytelling ? **3'54**
- Pourquoi créer une histoire pour consolider votre storytelling ? **3'58**
- Les avantages du storytelling pour les entreprises **3'11**
- Comment utiliser le storytelling sur LinkedIn **1'56**
- Exemples de storytelling réussis sur LinkedIn **8'18**
- Exercice pratique : Créer votre propre histoire de marque **5'03**
- En résumé **1'42**

### Quiz

**10'00**

### Total :

**57'59**

### ○ Module 4 : Organiser sa production de contenu sur LinkedIn

#### • Organiser sa production de contenu

- Qu'est-ce qu'un contenu organique ? **3'15**
- Pourquoi organiser sa production de contenus sur LinkedIn ? **2'25**
- Comment organiser sa production de contenus sur LinkedIn ? **3'07**

#### • Cas pratique - Je rédige mon calendrier éditorial pour créer 12 types de contenu à publier sur LinkedIn

##### • Etape 1 : Je définis mon objectif

- Je définis mon objectif **2'32**

##### • Etape 2 : Je dessine mon client idéal

- Je dessine mon client idéal **12'52**

##### • Étape 3 : J'élabore mon calendrier éditorial et j'optimise mes publications

- Chiffres clés à connaître et actions à mettre en place avant de rédiger
- le calendrier éditorial **7'26**
- Définir sa ligne éditoriale **7'34**

##### • Étape 4 : Comment prévoir un mois de publication de contenus à l'avance ?

- Quels sont les contenus qui performant le mieux sur LinkedIn ? **6'55**
- Quels sont les sujets qui performant le mieux sur LinkedIn ? **1'54**
- Comment préparer son calendrier éditorial pour publier 3 posts
- par semaine ? – Partie 1 **11'04**
- Comment préparer son calendrier éditorial pour publier 3 posts
- par semaine ? – Partie 2 **14'19**
- Comment concevoir le texte de ses posts ? – Partie 1 **7'41**
- Comment concevoir le texte de ses posts ? – Partie 2 **8'16**
- Comment concevoir les visuels de ses posts pour bien rédiger
- son calendrier éditorial à un mois ? **7'58**

## ★ OBJECTIFS

- Tout connaître sur la vente immobilière
- Créer un profil LinkedIn attractif.
- Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn.
- Créer du contenu organique pour augmenter la visibilité de son profil LinkedIn.

## i INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 9h30

## 🏛 FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Compétences First identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

## 🧩 MOYENS

### Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

### Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

### Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

## 💬 CONTACT

### Tél :

01 87 66 02 19

### E-mail :

contact@immoforma.fr

### NDA :

76311071831

### Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

## 🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

### • Etape 5 : Je planifie et je fais la promotion de mes publications

- Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Texte **10'05**
  - + Image
- Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Carrousel – Partie 1 **11'25**
  - Carrousel – Partie 2 **13'11**
- Est-ce possible de programmer un sondage sur le planificateur de LinkedIn ? **12'00**

### • Etape 6 : J'analyse mes résultats avec les statistiques d'audience de LinkedIn

- Statistiques des 3 posts les plus performants – Partie 1 **11'21**
- Statistiques des 3 posts les plus performants – Partie 2 **11'45**
- Statistiques de l'audience **2'35**
- Les données à prendre en compte pour améliorer la portée de vos posts **3'27**
- Apprendre à analyser et interpréter les statistiques LinkedIn pour ajuster son calendrier éditorial **8'07**

### Quiz

**10'00**

### Total :

**3'11'14**

**Total : 9'38'46**

## ★ OBJECTIFS

- Tout connaître sur la vente immobilière
- Créer un profil LinkedIn attractif.
- Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn.
- Créer du contenu organique pour augmenter la visibilité de son profil LinkedIn.

## i INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 9h30

## 🏛 FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Competences First identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

## 🧩 MOYENS

### Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

### Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

### Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

## 💬 CONTACT

### Tél :

01 87 66 02 19

### E-mail :

contact@immoforma.fr

### NDA :

76311071831

### Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

## 🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

## L'accompagnement pédagogique

L'accompagnement pédagogique est assuré avec un formateur qui forme l'apprenant dans un parcours individuel, précisément adapté au besoin de l'apprenant dans le but d'obtenir la certification visée.

En dehors des heures de formations prévues, l'organisme prévoit un accompagnement pour s'assurer de la satisfaction de l'apprenant, de la conformité administrative de son dossier ainsi qu'un temps particulier pour la préparation à la certification.

## L'accompagnement technique

En début de parcours, un accès e-learning est envoyé à l'apprenant. Son utilisation est facultative mais permet à l'apprenant d'asseoir ses compétences théoriques. Les heures de connexion ne sont jamais décomptées des heures de formation prévues.

L'apprenant a un accès à une plateforme développée en interne par Competences First pour gérer les documents pédagogiques (Attestations , émargement, etc..).