

★ 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.

❶ 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 identifiée 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
○ Module 1: Bien remplir son profil LinkedIn et le rendre attractif	
• Introduction	5'07
• Objectifs	2'14
• Cas pratique n°1 : créer une page professionnelle en tant que Community manager	
• 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 ?	14'06
○ - Partie 1	
• Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ?	6'16
○ - Partie 2	
• Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ?	10'10
○ - Partie 3	
• Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn	
• 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
• Cas pratique n°2 : attirer du trafic sur sa page professionnelle LinkedIn en tant qu'indépendant	
• 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
○ de marque	5'59
• Cas pratique La Capsule d'Alyssa : Présentation Nouvelle Identité de Marque	
○ de Marque	10'39
• Cas pratique : Comment mettre en place concrètement une nouvelle identité de marque sur LinkedIn ? – Partie 1	
○ 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.

• 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
Quiz	5'00
Total :	4'26'23

❶ INFORMATIONS

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

❷ 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.

❸ MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

❹ CONTACT

Tél :

01 87 66 02 19

E-mail :

contact@immoforma.fr

NDA :

76311071831

Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

○ 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
Quiz	10'00
Total :	53'10

○ **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

⌚ 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.

❶ INFORMATIONS

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

❷ 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.

❸ MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

❹ CONTACT

Tél :

01 87 66 02 19

E-mail :

contact@immoforma.fr

NDA :

76311071831

Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

❺ 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 **7'26**
- le calendrier éditorial **7'34**
- Définir sa ligne éditoriale

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

- Quels sont les contenus qui performent le mieux sur LinkedIn ? **6'55**
- Quels sont les sujets qui performent le mieux sur LinkedIn ? **1'54**

• Comment préparer son calendrier éditorial pour publier 3 posts par semaine ? – Partie 1

- Comment préparer son calendrier éditorial pour publier 3 posts par semaine ? – Partie 2

• Comment concevoir le texte de ses posts ? – Partie 1

- Comment concevoir le texte de ses posts ? – Partie 2

• 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.

❶ 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

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

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

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

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

Quiz

Total :

10'00

31'14

Total : 9'38'46

⌚ 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.

❶ 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