

PROGRAMME 3 – Créer une commercialisation digitale performante avec l'IA

Annonces, contenus, vidéos, landing pages et mesure de performance

Nature de l'action	Action de formation professionnelle continue – développement et perfectionnement des compétences.
Durée	14 heures – 2 jours de 7 heures (7 h de programme + 7 h d'ateliers pratiques).
Public visé	Agents immobiliers, négociateurs, mandataires, responsables d'agence et professionnels de la transaction disposant déjà d'une pratique du métier.
Prérequis	Maîtriser les fondamentaux de la transaction immobilière et disposer d'une expérience professionnelle de la relation vendeur/acquéreur.
Modalités	Présentiel ou classe virtuelle synchrone selon l'organisation retenue. Alternance d'apports, démonstrations, études de cas, travaux individuels et collaboratifs.
Délai d'accès	Selon calendrier de sessions et après validation de l'inscription / contractualisation. Délai précis communiqué au bénéficiaire avant l'entrée en formation.
Tarif	Sur devis selon modalité, effectif et conditions de prise en charge.
Reconnaissance	Attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, le contenu, la durée et la date de réalisation.
Accessibilité	Recueil des besoins en amont. Adaptations pédagogiques, techniques ou organisationnelles étudiées avec le bénéficiaire et, si nécessaire, mobilisation d'un réseau spécialisé handicap. Référent handicap : à renseigner par l'organisme.
Contact	IPSO FORMA – contact pédagogique et administratif selon les coordonnées figurant sur le devis, la convention ou la convocation.

Finalité et objectif général

Déployer une stratégie digitale cohérente et mesurable en utilisant l'IA comme outil d'assistance à la production, à la personnalisation et à l'optimisation des contenus.

Objectifs opérationnels et compétences visées

- À l'issue de la formation, le participant sera capable de choisir les canaux digitaux selon le bien et la cible.
- À l'issue de la formation, le participant sera capable de produire des annonces et contenus différenciés sans perdre la fiabilité de l'information.
- À l'issue de la formation, le participant sera capable de créer des scripts vidéo, storytelling et supports de visite virtuelle.
- À l'issue de la formation, le participant sera capable de construire une landing page orientée conversion et qualification des prospects.
- À l'issue de la formation, le participant sera capable de analyser les données de diffusion pour améliorer la campagne.

Positionnement et analyse du besoin

En amont de la formation : questionnaire de positionnement portant sur l'expérience du participant, ses pratiques actuelles, ses difficultés rencontrées et ses attentes. Les cas et exercices peuvent être adaptés aux profils du groupe et aux situations professionnelles communiquées par le commanditaire.

Jour 1 – Programme structuré : 7 heures

Durée	Séquence	Contenu
1 h 30	Architecture d'une campagne digitale	Objectifs, cibles, canaux, séquence de lancement, cohérence des messages.
1 h 45	Annonces et storytelling	Titres, accroches, bénéfices, preuves, hiérarchisation des informations, adaptation aux portails et publics.
1 h 45	IA, vidéo et contenus	Prompts, scripts, déclinaisons sociales, traduction, scénarisation, contrôle humain et maîtrise des informations produites.
2 h 00	Landing page et pilotage des performances	Parcours de conversion, CTA, formulaire, suivi des leads, indicateurs : vues, clics, demandes, visites, transformations.

Jour 2 – Module ateliers pratiques : 7 heures

Durée	Atelier	Mise en pratique
1 h 15	Atelier 1 – Campagne digitale express	Créer le plan de campagne complet d'un mandat.
1 h 15	Atelier 2 – Annonce premium multicanale	Rédiger puis adapter une annonce à plusieurs supports.
1 h 30	Atelier 3 – Script vidéo et storyboard	Créer une vidéo courte, une visite commentée et un angle storytelling.
1 h 30	Atelier 4 – Landing page de conversion	Structurer une page dédiée au bien et son formulaire de qualification.
1 h 30	Atelier 5 – Audit des performances	Lire les résultats d'une campagne et produire un plan d'optimisation.

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Pédagogie active centrée sur des situations professionnelles réelles de transaction immobilière.
- Apports structurés, démonstrations, échanges de pratiques et analyse de cas.
- Mises en situation, jeux de rôle, grilles de décision et production d'outils directement réutilisables en agence.
- Utilisation raisonnée de l'IA lorsque pertinente, avec contrôle humain des résultats et vigilance sur les données utilisées.
- Débriefing collectif et feedback du formateur après chaque atelier.

Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

- Support de formation remis aux participants et fiches outils / check-lists adaptées au thème.
- Ordinateur, vidéoprojecteur ou solution de visioconférence, connexion internet et outils collaboratifs selon modalité.
- Cas pratiques, dossiers immobiliers reconstitués, grilles d'analyse et modèles de tableaux de bord.
- Encadrement par un formateur disposant d'une expertise opérationnelle en transaction immobilière et en formation professionnelle.

Modalités de suivi et d'évaluation

- Évaluation diagnostique : questionnaire de positionnement en amont.
- Évaluation formative : questions, exercices, productions et feedback au fil des séquences.
- Évaluation des compétences : observation à partir d'une grille critériée lors des ateliers et étude de cas de synthèse.
- Évaluation finale : QCM ou quiz de validation complété par la restitution du dernier atelier ; seuil de réussite recommandé : 70 % des critères / réponses attendus.
- Suivi de l'assiduité : émargement par demi-journée ou dispositif de traçabilité adapté au distanciel.
- Évaluation de satisfaction à chaud ; possibilité d'un recueil à froid selon le dispositif qualité de l'organisme.



Critères de réussite et livrables

Le participant valide la formation lorsqu'il participe aux séquences prévues, réalise les travaux demandés et démontre, dans l'étude de cas ou la mise en situation finale, sa capacité à mobiliser les méthodes et outils travaillés. Les productions d'atelier constituent des livrables opérationnels réutilisables dans sa pratique professionnelle.

Indicateurs de résultats à renseigner par l'organisme

Taux de satisfaction	96 %
Taux d'assiduité	100 %
Taux d'atteinte des objectifs	100 %
Méthode de calcul	Résultats obtenus après le recueil des résultats aux QCM et aux évaluations de satisfaction à chaud et à froid des participants.

Prévention des ruptures et accompagnement

Les difficultés d'apprentissage, contraintes techniques ou besoins d'adaptation sont identifiés au plus tôt. Le formateur et l'organisme proposent, selon la situation, des ajustements de consignes, des supports complémentaires, une assistance technique ou une réorganisation compatible avec les objectifs et les conditions de la prestation.

Version 2,0