

Cédric Laporte

COMMENT AUGMENTER
VOTRE NOTORIÉTÉ
ET VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES

GRÂCE À **facebook** :

LE GUIDE ULTIME



Sommaire

Remerciements	4
Avant-propos	5
Ce guide est-il pour vous ?	6
Introduction	7
Les idées reçues sur Facebook	9
Qu'est ce que Facebook ?	10
Pourquoi l'utilisation de Facebook est IN-DIS-PEN-SABLE pour les pros de l'immobilier ?	12
Les professionnels de l'immobilier sont-ils sur Facebook ?	13
Qui doit créer sa page ?	13
Quel avenir pour l'immobilier sur Facebook	14
Profil personnel ou page professionnelle ?	15
Utiliser un profil « Passerelle » !	16
Comment créer sa page Facebook ?	17
• Créer sa page pas-à-pas	17
• La photo de profil	19
• La photo ou la vidéo de couverture	19
• Comment créer votre « histoire » ?	20
Comment préparer l'arrivée de vos futurs fans ?	22
Vos premières publications	23
Inviter vos « amis Facebook » à aimer votre page	24
Inviter vos contacts et les amis de vos contacts à aimer votre page	25
1. Vos clients	25
2. Vos partenaires	26
3. Vos collaborateurs	26
4. Vos ambassadeurs	27
5. Vos amis et votre famille	28
Inviter tous ceux qui aiment vos publications à aimer votre page	29
Comment animer sa page Facebook ?	31
Quelles sont les publications qui marchent le mieux ?	33
• Les présentations	33
• Présentation d'un nouveau collaborateur	35
• Vos mandats exclusifs	36
• Les articles de presse et de blog	36
• Les devinettes	36
• Les jeux-concours	37
• Autres idées concours	38
• Les événements	39
Comment comprendre et analyser Facebook Insights	40
Comment booster vos publications	44

Comment augmenter votre notoriété et votre chiffre d'affaires grâce à Facebook

Version 1
Février 2019

Plus d'informations et de conseils sur :

YouTube : <https://www.youtube.com/channel/UCv2KyDHP6PAu1fA9ItgImg>

Facebook: <https://www.facebook.com/CedricLaporteImmobilier/>

Instagram : https://www.instagram.com/cedric_laporte_immobilier/

Twitter : https://twitter.com/laporte_cedric

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/in/cédric-laporte-3246a0171/>

Avant-Propos

Je m'appelle **Cédric Laporte** et l'immobilier est pour moi bien plus qu'un job.

Gérant d'agence immobilière et fondateur du blog immobilier des pros : www.leblogimmobilierdespros.fr, j'ai créé ce site avec l'objectif de partager avec les conseillers, les mandataires, les courtiers, les consultants, les agents et tous les professionnels de l'immobilier, ma passion, mes connaissances et ma vision du métier.

Un véritable écosystème s'est mis en place autour du blog. Vous pouvez me retrouver sur YouTube, Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.

*« Choisis un travail que tu aimes
et tu n'auras plus à travailler un seul jour de ta vie »*

Confucius

Comment aimer son métier sans se lasser ?

J'ai commencé l'immobilier en 2002, en tant qu'apprenti, mon patron avait décidé que je ne toucherais pas un centime sur mes ventes durant mes 2 années d'alternance. Mon salaire était d'environ **800 euros/mois**.

Je lui dit encore **MERCI**, car ce qui m'a animé et qui m'anime encore aujourd'hui est beaucoup plus fort et puissant que l'argent.

« C'est la satisfaction de mes clients qui m'anime chaque jour »

Vous voyez de quoi je veux parler ?

Vous savez, lorsque votre client entre dans une maison ou un appartement et qu'il a un sourire jusqu'aux oreilles.

Ce guide est-il pour vous ?

Ce guide est un projet qui me tenait à cœur depuis des mois : pouvoir partager avec vous ce que nous avons réussi à faire avec mon équipe.

Ce guide est pour vous si vous êtes un **professionnel de l'immobilier soucieux de votre réussite, si vous aimez votre métier, si vous souhaitez développer un autre type de relation avec vos prospects, vos clients, vos ambassadeurs....**

Ce guide est pour vous **si vous souhaitez bâtir une communauté de fans qui deviendront vos meilleurs ambassadeurs** et surtout si vous voulez découvrir comment **augmenter votre notoriété et votre chiffre d'affaires** grâce au réseau social préféré des français, Facebook.

Ce guide est pour **vous qui n'y connaissez rien aux réseaux sociaux** et qui voulez avancer à pas de géant. Il est également pour vous **si vous êtes expérimenté et vous voulez prendre quelques idées** auxquelles vous n'auriez peut-être pas pensé.

Ce guide est pour vous que vous soyez **conseiller, mandataire, courtier, consultant ou agent immobilier**. Que vous soyez en activité à temps plein ou partiel. Il est aussi pour vous si vous pensez que réussir sur Facebook est difficile, chronophage ou pour les « jeunes ».

Ce guide est pour vous si vous voulez avoir **des conseils d'un confrère qui a tout simplement expérimenté** des actions sur son agence durant 3 ans. Mon agence est un laboratoire !

Ce guide présente une suite logique d'actions à mettre en place pas-à-pas pour atteindre un maximum de prospects et une réussite illimitée.

Je ne suis ni un spécialiste de Facebook, ni un Community Manager.

Introduction

Pour une meilleure compréhension j'ai intégré deux pastilles :



Je partage quelque chose qui a une grande incidence dans votre réussite.



Je partage une information qui me semble particulièrement intéressante.

L'interface du réseau social change souvent. Les illustrations ci-dessous ne refléteront sans doute plus la réalité dans quelques mois. Cependant, le contenu reste inchangé.

En 2018, sur la commune où j'officie, le nombre d'agences immobilières a été multiplié par 2 en 2 mois.

Cela nous a t'il porté préjudice ?

Non, notre chiffre d'affaires a augmenté de près de 10% avec moins de personnel.

La prospection terrain, c'est fini ?

Non, elle a encore de beaux jours devant elle. La prospection, pour être efficace, doit être « multicanale ».

Je vous expliquerai ce que vous pouvez faire en prospection pour avoir un maximum d'impact dans un prochain article.

D'après vous, en moyenne, combien de fois regardons-nous notre téléphone par jour ? Combien d'heures par jour l'utilisons-nous ? Combien de temps passons-nous sur Facebook et Instagram.

Facebook a réalisé cette étude et les dernières statistiques méritent que l'on s'y penche un peu plus.

En moyenne, nous regardons notre téléphone **30 fois par jour**, nous passons **3 heures par jour** à l'utiliser. Sur ces 3 heures, **1 minute sur 5** est passée sur **Facebook** et **Instagram**.

Tous simplement, énorme !

Autre chiffre qui nous intéressera plus tard, **93 %** de ces utilisateurs y accèdent **sur mobile**.

Les idées reçues sur Facebook

Lorsqu'un nouveau projet se présente à nous, de manière systématique, notre esprit critique va chercher à répondre à : pourquoi **NE PAS FAIRE**.

Changez cette fâcheuse habitude à voir le négatif, devenez un **bon sceptique**.

Lorsque je parle de Facebook aux professionnels de l'immobilier, je m'entends parfois dire :

« Facebook ne va rien m'apporter de bien, au contraire » **FAUX**

« Les réseaux sociaux sont faits pour la vie privée et non pour le pro » **FAUX**

« ma page Facebook ressemblera à un bureau des pleurs » **FAUX**

« Les clients vont salir mon image et je n'aurai aucun contrôle » **FAUX**

« Je n'ai pas le temps de gérer un truc en plus » **FAUX**

« Facebook, c'est un effet de mode » **FAUX**

.... j'en passe et des meilleures

Facebook peut vous apporter beaucoup plus que vous ne l'imaginez au niveau professionnel.

En 3 ans, nous n'avons eu qu'un seul avis négatif sur le réseau social. Nous n'avons jamais reçu de messages irrespectueux, personne n'a jamais mis de commentaire désagréable : sauf ma mère qui m'a reproché de ne pas avoir souhaité la fête des pères à mon papa ;-).

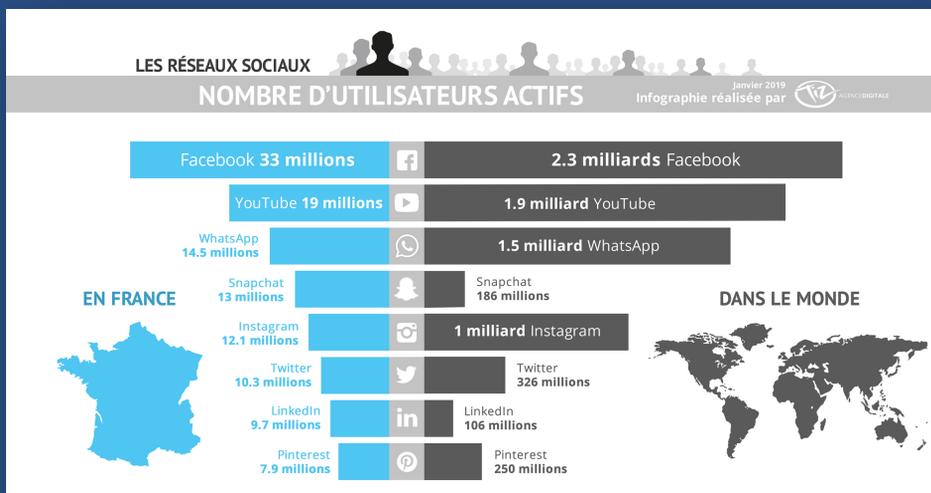
Je ne passe pas plus de 10 minutes par jour sur la page de l'agence.

Facebook existe depuis 2004, nous pouvons donc en conclure que s'il s'agissait d'un effet de mode la plateforme n'existerait probablement plus depuis longtemps.

Qu'est-ce que Facebook ?

C'est **LE** réseau social préféré des français avec plus de 33 millions d'utilisateurs actifs soit **un français sur deux**. 🇫🇷 🤖

Facebook est l'un des leviers les plus puissants au monde pour développer la **notoriété** des entreprises et des marques, quelle que soit leur taille et leur public.



Les réseaux sociaux au 3ème trimestre 2018 - Infographie réalisée par TIZ Agence Digitale

Je considère ce réseau social comme la **plus grande base de données** au monde et c'est de cette manière que tout entrepreneur malin doit le considérer.

voici la définition de Facebook sur Wikipédia :

Facebook est un réseau social en ligne qui permet à ses utilisateurs de publier des images, des photos, des vidéos, des fichiers et documents, d'échanger des messages, joindre et créer des groupes et d'utiliser une variété d'applications.

Il offre la possibilité de rester en **contact permanent avec son audience**. Les échanges y sont **amicaux**. Vous pouvez **appeler vos fans par leurs prénoms**, ils ne seront pas choqués puisque l'on est sur Facebook, et ça ... C'est l'une des clés qui va ouvrir les portes de votre **« relation confiance »**.

Imaginez, vous croisez un fan dans la rue que vous reconnaissez grâce à sa photo de profil, vous lui dites :

« Bonjour Sébastien, je suis Pierre de l'agence Tartempion. Je suis ravi de te rencontrer. Un grand merci à toi pour ton commentaire sur ma publication de vendredi. J'aime beaucoup ton post où tu expliques comment tu as réussi à décorer ton balcon. Je te souhaite une excellente journée et surtout si tu as besoin de mes services pour un projet immobilier, je serai ravi de pouvoir t'apporter mon aide. »

BOOOOOOMMMMM ✨

L'usage du « tu » ou du « vous » est à jauger en fonction de votre ressenti.



Créez de la proximité avec vos prospects. Vous devez appeler vos fans/ abonnés par leurs prénoms, ils ne seront pas choqués puisque l'on est sur Facebook.

Pourquoi l'utilisation de Facebook est IN-DIS-PEN-SA-BLE pour les pros de l'immobilier ?

Si vous utilisez déjà Facebook à titre personnel, vous constatez que le réseau social permet de : poster des vidéos de petits chats mignons 🐱, donner des nouvelles à sa grand-mère 👵, retrouver un(e) ami(e) d'enfance.

Grâce à Facebook vous pouvez également :

- informer sur vos services, votre adresse, votre équipe, vos horaires gratuitement ...,
- bâtir votre **E-réputation**,
- augmenter votre **visibilité**,
- créer et fédérer votre **communauté de fans** (ambassadeurs de votre marque),
- récupérer des **prospects qualifiés**,
- connaître vos clients et les **fidéliser**,
- réduire votre **budget marketing**,
- diminuer votre **temps de prospection**,
- analyser vos **résultats** grâce à Facebook Insights,
- augmenter votre **trafic vers votre site internet et votre agence**,
- Automatiser une partie de votre **prospection**,
- lancer des **campagnes publicitaires impactantes**,

Oui oui ! dans ce guide, je vous explique à faire tout ça 😊

Les professionnels de l'immobilier sont-ils sur Facebook ?

Il y a une véritable dichotomie entre les différents acteurs du marché francophones.

Certains ont, depuis plusieurs années, orienté leur stratégie sur la plateforme. Pour exemple, en 2016 l'agence Century 21 -Terres Catalanes, s'est exonérée des sites nationaux tels que seloger.com et logic-immo.com au profit du réseau social.

Pour une partie de la profession, le réseau social est un vaste cimetière de comptes peu renseignés ou abandonnés.

Pourquoi ?

Parce que la plupart des professionnels de l'immobilier ne connaissent pas bien son fonctionnement.

Qui doit créer sa page sur Facebook ?

Vous devez avoir une page pour l'agence si vous êtes une agence, une page pour chacun des collaborateurs. L'assistante commerciale doit également avoir une page Facebook.

Quel avenir pour l'immobilier sur Facebook ?

De toute évidence, Facebook est un support à exploiter dès maintenant. Même si vous bâtissez une véritable communauté sur le réseau social, il est important de ne pas le mettre au coeur de votre écosystème.

« Le meilleur moment pour planter un arbre était il y a 20 ans. Le deuxième meilleur moment est maintenant »

Proverbe chinois

Nous sommes malheureusement tributaires des changements d'algorithme qui, en 2018, ont profondément modifié la portée des publications.

Pour vous garantir de réussir sur Facebook, il vous faut apprendre à sortir les prospects du réseau social, et de les orienter vers d'autres canaux (blog, newsletter, landing page ...) en créant un tunnel de conversion.

Concernant les rumeurs qui annoncent la disparition de Facebook au profit d'Instagram, je vous avoue ne pas avoir la même opinion. Les deux réseaux sociaux n'ont absolument pas le même fonctionnement, l'un est orienté sur le partage d'informations, l'autre sur le visuel.

D'ici quelques mois, je publierai un article sur le sujet. En attendant, Facebook a de belles années devant lui, les pros de l'immobilier qui l'exploitent intelligemment, aussi.

Profil personnel ou page professionnelle ?



C'est une des premières questions que vous allez vous poser. Dois-je utiliser un profil ou une page professionnelle.

Voici la réponse de **Karine Mahieux de Social Média Manager**.

LES DIFFERENCES

PROFIL	PAGE
<ul style="list-style-type: none">• L'usage est personnel et non commercial• Vous avez des amis• Vous pouvez paramétrer la visibilité de vos publications• Vous avez accès à la Marketplace• La connexion à votre profil se fait uniquement avec votre consentement• La limite est de 5 000 amis	<ul style="list-style-type: none">• Communauté autour d'une entreprise ou d'une organisation• Vous avez des abonnés• 100% publique. La Page est accessible sur Internet sans compte Facebook• Possibilité d'avoir des recommandations• N'importe quel profil peut aimer votre page (on peut bannir un profil)• Vous pouvez ajouter des services ou des applications• Vous pouvez faire de la publicité, des sondages ou des concours• Le nombre d'abonnés est illimité

ON NE PEUT PAS

<ul style="list-style-type: none">• Utiliser un faux nom, nom de société, surnom ou sobriquet• Faire des concours• Faire de la publicité	<ul style="list-style-type: none">• Commenter, liker ou partager de votre page sur un profil• Envoyer en premier un message privé à un profil• Avoir des amis
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Immobilier Facebook

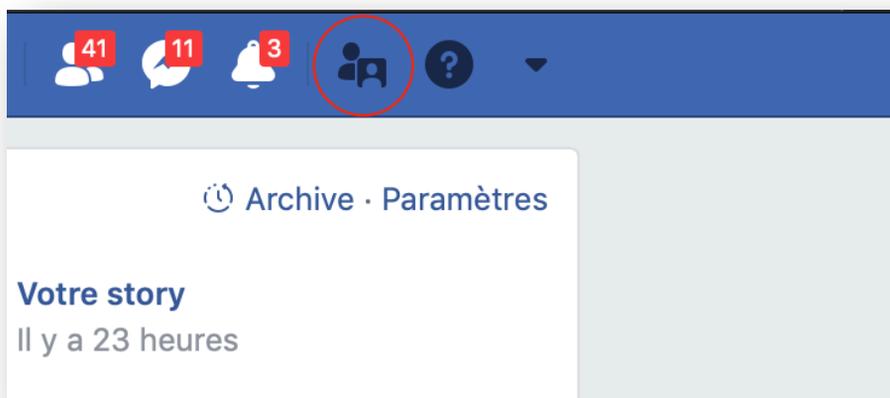
@KarineMahieux



Utiliser un profil « passerelle » !

Il s'agit d'un profil personnel qui vous permettra d'inviter des prospects, des clients ou des ambassadeurs, à aimer votre page professionnelle.

1. Soit, vous utilisez votre profil personnel si vous avez une bonne gestion de votre image et si vous utilisez des listes. Vous pourrez ainsi publier et choisir qui peut voir ou ne pas voir vos publications d'un simple clic.
2. Soit, vous créez un profil spécifique. Facebook vous proposera une touche de commutation pour passer d'un profil à l'autre. (sur pc et mac) Mais sachez que le règlement du réseau social n'autorise pas d'avoir deux profils.



Touche de commutation

Une fois amis, contactez-les par Messenger et invitez-les à aimer votre page professionnelle.

Vous êtes sur Facebook donc, abordez les personnes de manière simple. Intéressez-vous à eux. Posez leur des questions non intrusive et présentez-vous comme une opportunité. 😊

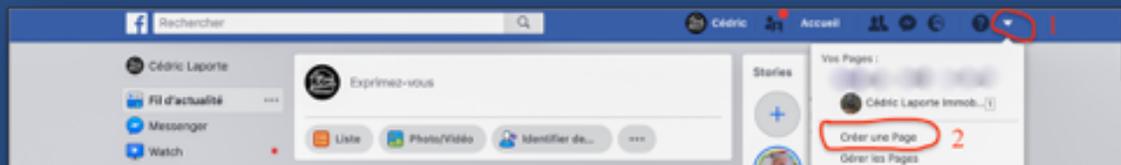
Une fois toutes les deux semaines, invitez vos amis à aimer votre page.

Comment créer sa page Facebook ?

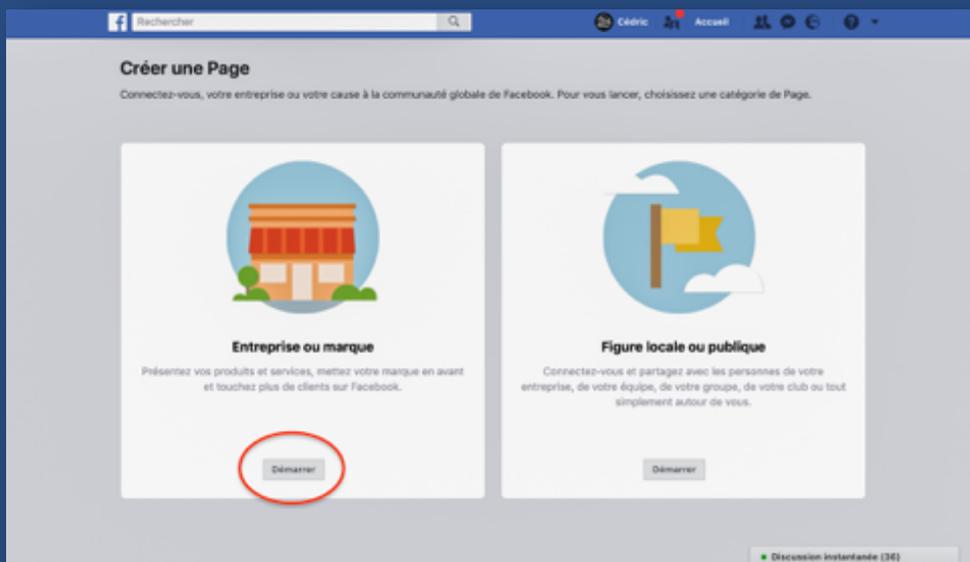
Créer une page Facebook est simple comme bonjour. Suivez le guide.

Créer sa page pas-à-pas !

Comme indiqué ci-dessous, il vous suffit de cliquer sur le petit triangle en haut à droite puis de cliquer sur « Créer une page »



Ensuite, cliquez sur Démarrer dans la case « Entreprise ou marque »



Maintenant vous allez indiquer le nom de votre entreprise puis ajouter, « immobilier », enfin, les services que vous proposez. Vous avez la place pour 75 caractères maximum.

Si vous êtes un conseiller, un courtier, un consultant ou un agent mandataire, indiquez votre « prénom », votre « nom », le réseau auquel vous appartenez, la mention « immobilier » puis votre secteur et vos services.

par exemple : « Jean Bourguignon Résimmo - Immobilier Charente - Achat - Vente - Estimation »

Indiquez ensuite votre catégorie. Pour les conseillers immobiliers et agents mandataires, il est préférable de choisir « Immobilier ». Le terme « Agence Immobilière » est réservé à celles et ceux qui possèdent un point de vente et qui sont titulaires de la carte professionnelle.

Précisez votre adresse puis votre numéro de téléphone.

Terminez en cliquant sur Continuer en bas à gauche.

Créer une Page

Connectez-vous, votre entreprise ou votre cause à la communauté globale de Facebook. Pour vous lancer, choisissez une catégorie de Page.

Entreprise ou marque

Nom de la Page
Agence Résimmo - Immobilier - Achat Vente Location Gestion Locative

Catégorie
Agence Immobilière

Adresse
25 rue des deux tours
Saint-Claud 82210

Numéro de téléphone (facultatif)
0909090909

Ne pas afficher mon adresse. Afficher que le fait que l'entreprise se trouve dans cette ville et dans la région.

Quand vous créez une Page sur Facebook, les Pages, Groupe and Events Pages s'appellent.

Continuer

Figure locale ou publique

Connectez-vous et partagez avec les personnes de votre entreprise, de votre équipe, de votre groupe, de votre club ou tout simplement autour de vous.

Démarrer

Discussion instantanée (3/2)

Ensuite il vous suffit de suivre les instructions. Pensez à bien renseigner vos services, votre adresse, votre équipe et vos horaires. C'est gratuit !!

La photo de profil

Pour les conseillers, les mandataires, les consultants et les courtiers, vous devez mettre votre photo de portrait. Tout l'intérêt de Facebook est de montrer l'**humain** qui se cache derrière le profil. Soyez sur la photo à l'image de ce **que vous êtes dans la vie**. Si vous êtes quelqu'un de joyeux, souriant et avenant, votre photo doit souligner ces particularités.

Pour les agences immobilières, mettez votre Logo. Soyez cohérents dans votre marketing et appliquez la même identité visuel sur tous vos supports. Vos clients doivent **reconnaître votre marque au premier coup d'oeil**.

La photo ou la vidéo de couverture

Eh oui, vous pouvez aussi mettre une vidéo de couverture et ça en jette ! Allez voir sur ma page www.agence-de-villepreux.fr.

Dites-vous que la couverture ou la bannière Facebook est l'un des premiers éléments que votre visiteur va voir, il faut donc que le visuel soit agréable, qu'il représente clairement ce que vous proposez et qu'il invite à s'abonner et à aimer votre page.

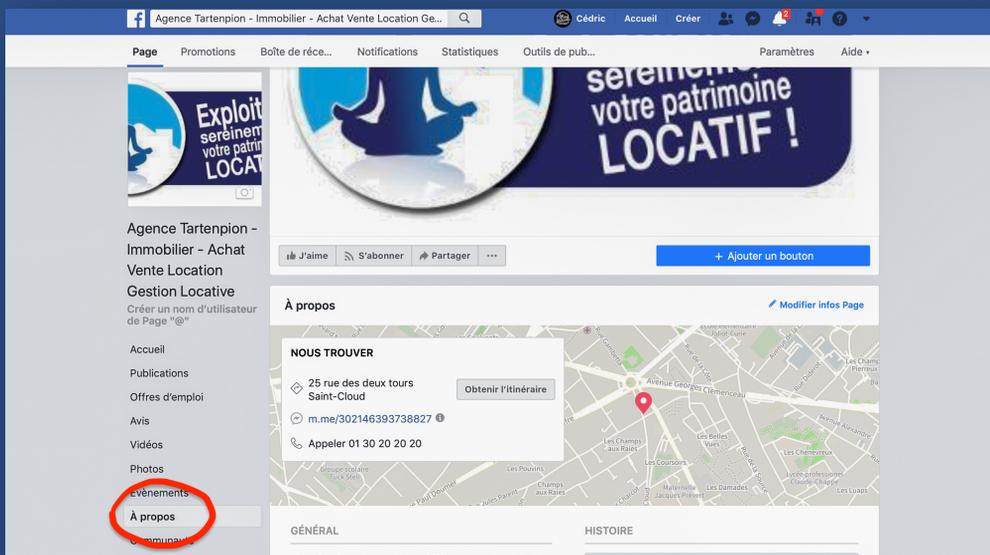
Pensez à harmoniser votre identité visuelle. Si vous êtes plusieurs collaborateurs au sein d'une agence par exemple, utilisez la même Template.



Utilisez les sites Com'Augmentée et/ou Canva pour réaliser votre bannière et, de manière générale, pour créer des visuels sympatiques.

Comment créer votre « Histoire » ?

En bas à gauche sur votre page d'accueil, vous avez l'onglet A propos, cliquez dessus.



Pensez à bien renseigner la partie « Général ». Vos informations sont indispensables pour améliorer votre visibilité dans la barre de recherche Facebook.

La partie « Histoire » de Facebook a beaucoup évolué. Elle vous permet d'intégrer du texte avec des titres, des puces, des numérotations, des liens (vers votre site par exemple), des citations et des images.

Vous avez la possibilité de raconter votre histoire, ce qui vous différencie. Présentez votre équipe, vos forces ...

Bref, c'est facile comme bonjour et ça ne vous coûte rien.

En couverture de votre histoire, mettez une photo de vous ou de votre équipe si vous êtes une agence immobilière. Présentez-vous et/ou l'équipe de manière sympathique en soulignant vos qualités et vos petits défauts.

N'oubliez pas que, montrer un visage trop parfait n'a rien d'authentique. Nous avons tous nos petites imperfections et c'est d'ailleurs pour cela que vos clients vous apprécient.

Parlez de vos valeurs, de votre histoire et de vos passions.

Les clients qui liront votre page « à propos » seront séduits par votre côté humain. N'hésitez pas, de temps en temps, à écrire une publication en invitant les fans à lire votre page à propos.

Pas besoin d'écrire un roman, soyez simple et efficace !

Agence Tartenpion - Immobilier - Achat Vente Location Gestion Locative

Créer un nom d'utilisateur de Page "@"

Accueil

Publications

Offres d'emploi

Avis

Vidéos

Photos

Évènements

À propos

GÉNÉRAL

Catégorie Agence immobilière Modifier

Nom Agence Tartenpion - Immobilier - Achat Vente Location Gestion Locative Modifier

Nom de compte Créer un nom d'utilisateur de Page

INFORMATIONS SUR L'ENTREPRISE

+ Modifier les renseignements professionnels

Modifier Date de début

Modifier les types d'entreprises

COORDONNÉES SUPPLÉMENTAIRES

+ saisir l'adresse e-mail

+ Entrer un site web

Modifier Autres comptes

PLUS D'INFORMATIONS

Modifier À propos

Modifier Mentions légales

HISTOIRE

Notre histoire

+ Décrivez votre entreprise

MEMBRES DE L'ÉQUIPE

Ces personnes gèrent la Page Agence Tartenpion - Immobilier - Achat Vente Location Gestion Locative. Elles ont choisi de la faire apparaître sur leur profil, et d'avoir leur nom et photo de profil affichés sur la Page.

Vous ajouter en tant que membre de l'équipe



Passez jeter un coup d'œil sur la page de mon agence www.agence-de-villepreux.fr.

Comment préparer l'arrivée de vos futurs fans ?

Vous avez créé votre page. Vos photos de profil et de couverture sont éditées. C'est le moment de recruter vos fans.

Chaque nouvelle mention « j'aime » est un engagement de la part d'un potentiel prospect envers vous.

Vous allez bâtir une véritable communauté qui véhiculera à son tour votre dynamisme, vos réussites, vos mandats, vos valeurs, vos compétences, votre humanité ... et j'en passe.

Alors, fêtez chaque grande étape avec vos fans.



Les paliers :

25 - 50 - 100 - 200 - 300 - 400 - 500 - 600 - 700 - 800 - 900 - 1 000 - 1 500 - 2 000 fans.

Ensuite, tous les 1000 fans !

A chaque palier vous créez un visuel comme celui-ci. Idem que pour la bannière, je vous conseille Com'augmentée et Canva.



Vos premières publications !

Avant d'inviter vos premiers amis Facebook il est plus judicieux de créer une ou deux publications de manière à ce que **vos fans n'arrivent pas sur une page totalement vierge.**

Quoi faire ?

1. Rédigez un article en reprenant ce que vous avez écrit dans votre histoire et vous l'épinglez en haut de page.
2. Rédigez un message de bienvenue.
3. Créez une publication qui va attirer l'attention de vos futurs prospects.

Par exemple, vous offrez une carte cadeau dans un magasin situé sur votre secteur de prospection. Une personne sera tirée au sort sur les 300 premiers inscrits. pour participer il faut aimer la publication, aimer votre page et partager sur son profil avec un #cartecadeauagencetartenpion.

Voilà, un premier jeu concours qui va vous apporter des « j'aime » facilement !

Inviter vos « amis Facebook » à aimer votre page

Facebook vous propose d'inviter vos amis. Ce sont vos tous premiers fans et abonnés à votre page. Félicitations !! 🙌💪

Votre entreprise est locale, vous vous dites peut-être que, seules les personnes qui vivent près de votre agence doivent être invitées à aimer votre page. Non, non, non et re-non !!

Ne soyez pas timide et criez haut et fort que vous avez une page Facebook. Vous allez animer votre page comme un pro avec mes conseils alors ne tergiversez pas et invitez le maximum de monde à aimer.

De plus le fait d'avoir une audience importante augmente votre preuve sociale.

Quelle est la différence entre « fan » et « abonné » ?



en cliquant sur « j'aime », vos visiteurs deviennent des fans et sont automatiquement abonnés à votre page, à vos actualités et notifications. En étant « Fans », vos visiteurs pourront également être ciblés lors de vos campagnes publicitaires visant les personnes qui aiment votre page, mais pas s'ils s'abonnent uniquement.

Il est donc plus judicieux d'inviter vos visiteurs à « aimer » votre page plutôt qu'à s'abonner.

Inviter vos contacts et les amis de vos contacts à aimer votre page

Qui sont vos contacts ?

Nous ne pensons pas naturellement à inviter certaines personnes car nous n'y voyons pas un intérêt immédiat.

Cette phase est extrêmement importante car elle va avoir une véritable influence sur la réussite de votre page Facebook.

Vous devez inviter toutes les personnes de votre entourage et plus encore.

Voici une liste non exhaustive que vous pouvez compléter :

- Clients,
- Partenaires,
- Collaborateurs,
- Ambassadeurs
- Amis,
- Famille,
- Boucher,
- Poissonnier,
- Fromager,
- Médecin,
- Garagiste,
- ...

Vous avez compris ? Ne vous limitez pas dans les invitations. Un « Top ambassadeur » se cache peut-être derrière l'un de ces contacts.

1. Vos clients

Quelle que soit la provenance de votre base de données, vous devez effectuer un mailing pour informer votre clientèle, ainsi que vos suspects et prospects, que vous avez une page Facebook.

Exemple de mail :

« *Objet/titre : Je souhaite partager plus avec vous* 😊 »

Hello, Hello,

Vous souhaitez gagner des cadeaux 🎁, connaître l'immobilier 🏠 sur votre secteur mieux que quiconque et découvrir les bonnes affaires 💰 avant tout le monde ?

Pour ça, il vous suffit d'aimer ma page Facebook 📍

« lien vers votre page »

C'est gratuit, sans engagement et ... cela me ferait extrêmement plaisir 😊

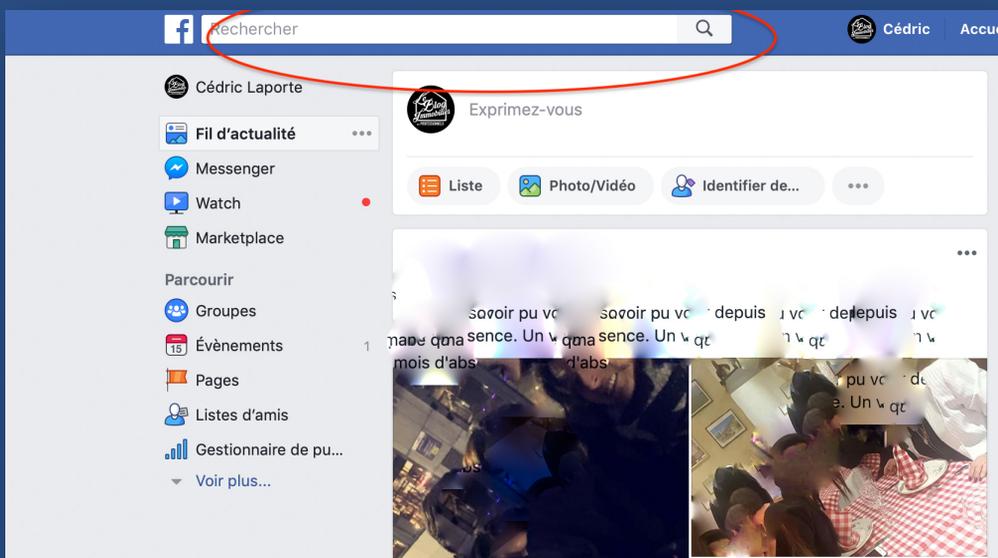
A tout de suite sur Facebook.

Pierre Tartempion 😊
Votre conseiller immobilier »

2. Vos partenaires

Il peut s'agir du club de foot que vous sponsorisez, du plombier, d'un notaire, de la mairie. Visez large et ne vous restreignez pas.

Vous pouvez faire une recherche directement dans la barre de recherche Facebook.



3. Vos collaborateurs

Si vous faites partie d'une équipe, vous devez absolument aimer les pages de vos collaborateurs et vice versa.

4. Vos ambassadeurs

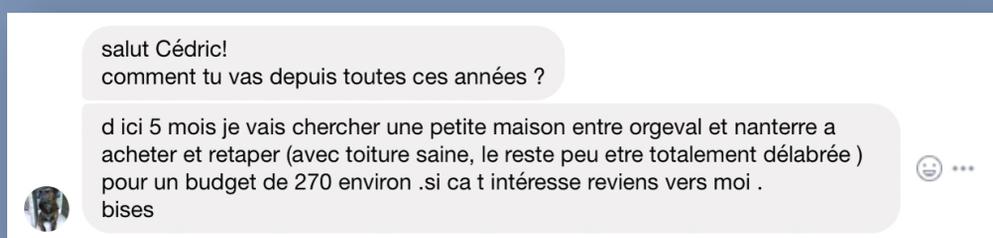
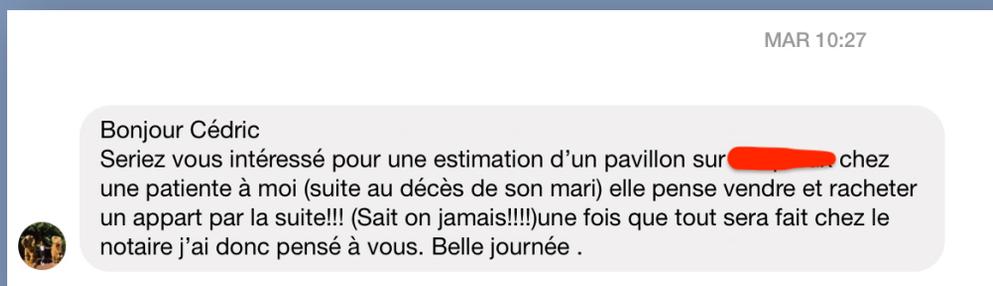
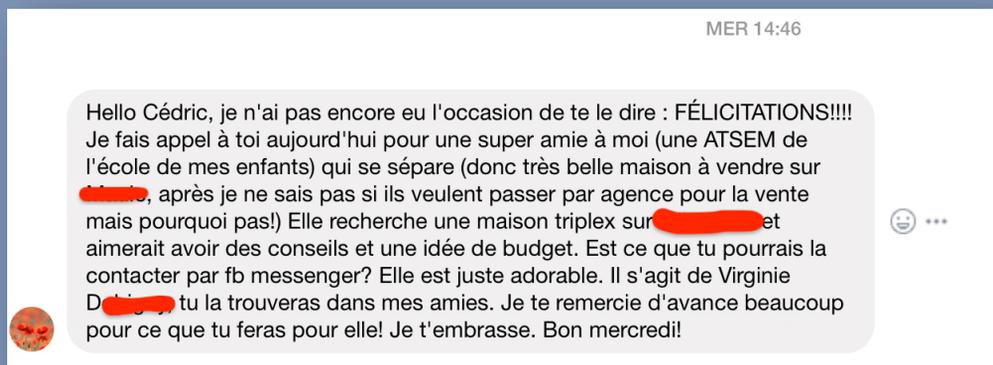
Ah les ambassadeurs ! Ils vous sont totalement dévoués. Ils apprennent qu'un de leur voisin a un projet, ils arrivent immédiatement chez vous et vous en informe. Ils entendent parler d'une personne qui recherche une maison, ils vous envoient les coordonnées. 🕵️

En somme, ils participent grandement à votre prospection.

Pour moi, les ambassadeurs sont à l'agent immobilier ce que les roues sont à la voiture. Ils sont INDISPENSABLES !

Toutes les semaines, je reçois des messages de mes ambassadeurs qui m'informent de nouveaux projets.

Voici quelques exemples :



Comme pour les partenaires, regroupez-les sur un fichier Excel ou sur votre CRM et, contactez-les un à un.

En les contactant, vous devez avoir l'**objectif qu'ils aiment votre page Facebook**.

5. Vos amis et votre famille

Si vous avez bien respecté le processus de ce guide, celles et ceux qui sont vos amis (profil personnel) sur Facebook, ont déjà dû recevoir une invitation à aimer votre page.

Pour les autres, il vous suffit de leur envoyer un texto ou un mail avec le lien vers votre page.

Fastoche !

Inviter tous ceux qui aiment vos publications à aimer votre page

Voici un Hack qui nous a beaucoup, beaucoup, beaucoup aidé à bâtir une belle audience.



Lorsqu'une personne aime une de vos publications, vous avez la possibilité de l'inviter à aimer votre page.

1. vous cliquez sur le pouce bleu en haut à gauche pour faire apparaître les personnes qui ont aimé votre publication.



2. Vous invitez à aimer celles et ceux qui ne l'ont pas déjà fait.



3. La personne passe au statut « en attente » et lorsqu'elle aura accepté, son statut affichera « Aime déjà ».



Et voilà, vous venez de découvrir un Hack EXTRA pour **augmenter significativement vos mentions « j'aime »**.

Sachez que ce type d'action prend très peu de temps pour un maximum de résultat.

Comment animer sa page ?

Tout l'intérêt du réseau social est d'entrer chez vos prospects par la grande porte et de ne plus en sortir. Vous voyez la différence avec votre flyer qui va directement à la poubelle. Vous allez vous ancrer dans l'esprit des gens.

Ce qu'il faut faire ou PAS !

Rappelons-le, Facebook est un réseau social pour échanger, partager, communiquer entre individus.

Notre Cher Mark Zuckerberg, accepte que l'on dépense notre argent pour être vu sur la plateforme mais ne souhaite pas que l'on dérange **l'expérience des utilisateurs.**

Depuis 2017, Facebook pénaliserait les engagements artificiels (engagement Bait). C'est le fait de demander à votre communauté d'interagir avec votre publication en écrivant par exemple : Aimez, commentez, partagez. Un robot lit toutes vos publications et baisse la visibilité des publications qui ne répondent pas au règlement. On entend même parler de suppression de compte dans les cas extrêmes. Même si je n'ai jamais vraiment compris pourquoi mes publications peuvent-être boostées alors qu'elles ne répondent pas intégralement aux normes du réseau social, je vous invite à être très vigilant et à ne pas trop abuser. J'imagine que vous ne souhaitez pas vous faire fermer votre page alors que vous avez mis des mois ou des années à la construire.

Comment sont présentées vos publications à votre audience ?

Pour faire simple, le réseau social propose votre publication à un premier cercle d'individus. Si ce post obtient des interactions et de l'engagement comme des « j'aime », des commentaires et des partages, vous obtiendrez un « Reach Organique » plus important.

Cela signifie que Facebook proposera votre publication à d'autres personnes et c'est comme cela que les petits cours d'eau font de grandes rivières. 😊

Si la « machine Learning » détecte que vous avez incité à interagir par un des moyens suivants, il pénalise votre publication et votre page si vous en abusez.

Le Vote Baiting : les publications qui partagent un visuel et incitent les internautes à voter en réalisant une action d'engagement (réaction Facebook ou commentaire).

Le React Baiting : les publications qui incitent les utilisateurs de Facebook à réagir aux publications en utilisant X ou Y réaction Facebook.

Le Share Baiting : les publications qui incitent les internautes à partager la publication pour participer à un concours ou tout autre raison.

Le Tag Baiting : les publications qui incitent les utilisateurs de Facebook à taguer un ou plusieurs amis.

Le Comment Baiting : les posts qui invitent les utilisateurs à commenter une publication.

Bien que Facebook dise pénaliser ces types de « Hacks », ils pullulent sur les pages d'agences et de conseillers immobiliers. Ces derniers semblent bien se porter alors je reste plutôt dubitatif face à cette information.

Mon conseil : faites vos expérimentations vous-même et comparez la portée de vos différentes publications.

L'objectif est que s'ils ont un projet immobilier, vous êtes LA personne à contacter.

Vous allez augmenter votre notoriété sur le long terme.

Posez-vous les questions suivantes :

Comment puis-je leur apporter de la valeur ?

Qu'est-ce qui fait qu'ils décideront de me contacter le jour où ils auront un projet ?

Vous allez donc chercher à leur apporter du contenu en restant authentique.

Quelles sont les publications qui marchent le mieux ?

Pour garder une audience attentive il faut **publier régulièrement**. Une publication par jour serait l'idéal. Vous manquez d'inspiration ? Les grands classiques marchent bien mais tout l'intérêt du réseau social est d'amener du **nouveau** et de l'**humain** sur le fil d'actualité.

Cela peut vous paraître étrange de vous prendre en photo avec votre paquet de flyers à la main avant d'aller prospecter, et pourtant. C'est exactement ce qui va **rappeler à votre audience que vous existez toujours**, que vous travaillez dur pour y arriver. Que vous avez su évoluer avec les outils de communication.

Il y a les grands classiques que nous allons détailler dans ce chapitre. Les indispensables et les moins connus. Au travail !

Les présentations

Quoi de plus normal que de se présenter.

Je fais partie de ceux qui pensent que **l'on va d'abord vers des individus plus qu'une enseigne**. Le fait que votre prospect vous ai déjà vu est juste génial. Il se dit qu'il vous connaît.

Vous serez ensuite surpris de voir des gens vous sourire dans la rue en vous disant « Je ne vois pas qui sait mais il m'a souri ».

Ne pensez pas à plaire ou à ne pas plaire. Pensez à ce que vous pouvez apporter aux autres.

Pour les agences immobilières, présentez chaque membre de votre équipe de manière sympathique.

Vos prospects peuvent aussi apprécier un peu d'humour. ils ne cherchent pas à découvrir l'agent immobilier parfait, s'il existait.

Vous allez **toucher les coeurs** avec ce genre de publication.

Agence De Villepreux - Immobilier - Achat Vente Location **Gestion Locative**, 🤗 merveilleusement bien, à Agence De Villepreux - Immobilier - Achat Vente Location Gestion Locative.

Publié par Hanitra Radofa [?] · 13 novembre 2018 · Villepreux · 🌐

Coucou les amis de l'agence de VILLEPREUX 😊😄
 👉 Notre agence est composée de collaborateurs passionnés et dévoués à leurs clients 🏡🏠🏢
 Restez connectés 📱 pour en apprendre plus sur votre équipe favorite 🤗



1 041 Personnes touchées **336** Interactions [Booster la publication](#)

Présentation de votre équipe

immobilier - Achat Vente Location ... 🔍 Cédric Acc

Notifications 2 Statistiques Outils de publi...

J'aime déjà Déjà abonné(e) Partager ...

Agence De Villepreux - Immobilier - Achat Vente Location **Gestion Locative**, 🤗 cool, à Agence De Villepreux - Immobilier - Achat Vente Location Gestion Locative.

Publié par Hanitra Radofa [?] · 17 novembre 2018 · Villepreux · 🌐

👋HELLO les amis de l'Agence de Villepreux !!! 🤗

Aujourd'hui on continue les présentations avec 🎁🎁🎁

👉 Valérie ROSIERE 🤗👉

- 👤 Quel est ton rôle au sein de l'agence ?

Je travaille à l'agence de Villepreux depuis un peu plus d'un an et demi en tant que responsable location et gestion locative. 👉

- 👤 Quels sont tes diplômes?

Après des études bancaires et quelques années dans ce milieu, j'ai suivi des formations dans l'immobilier et ai évolué rapidement.

- 📚 Qu'est-ce qui t'a motivé à intégrer l'Agence de Villepreux?

Depuis 10 ans l'immobilier reste une passion ! l'agence souhaitait créer le service location-gestion, et ce challenge était un beau défi à relever. 😊

- 🏠🔑 Qu'aimes-tu le plus dans ton métier?

Les relations avec mes clients, pouvoir les accompagner et les aider, c'est une aventure humaine incroyable !

- 🌟🎯 Quelles sont tes objectifs pour 2019 ?

Mettre tout en oeuvre pour continuer à développer le service et apporter toute satisfaction à mes clients... Et m'associer avec Pauline pour

Présentation de chaque collaborateur

Présentation d'un nouveau collaborateur

Un nouveau collaborateur dans votre équipe ?

Génial ! Montrez-lui votre intérêt pour son arrivée en créant une publication le présentant à vos fans.



AGENCE VILLEPREUX 1968

Agence De Villepreux - Immobilier - Achat Vente Location Gestion Locative a partagé une Page.

Publié par Cédric Laporte [?] · 13 novembre 2018 · 🌐

C'est le Mercato d'hiver ❄️🌨️ et cette année nous avons recruté une pépite 💎🌟

Nous vous présentons 🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁🥁

Alexandre Bouffard ADV - Immobilier 78 🎉🎊

Agent indépendant en Immobilier ! Alexandre aura le plaisir de se présenter cette semaine sur la page **AGENCE DE VILLEPREUX** comme l'ensemble de l'équipe.

Souhaitons-lui la bienvenue !!!! 😊👏😄👏

Ce que nous pouvons déjà vous dire ... Alexandre est un jeune homme passionné et passionnant. Toujours souriant et prêt à rendre service.

A peine arrivé, il a déjà signé deux ventes et envisage d'en signer **TOUTES LES SEMAINES !!!**

Félicitations Alexandre. Nous sommes fier de t'accueillir dans notre famille 😊

1968

« Mon objectif est de vous satisfaire au plus haut degré »

Alexandre Bouffard ADV - Immobilier

78

Agent immobilier · 105 J'aime

RD

👍 J'aime déjà ▼

Vos mandats exclusifs « photogéniques »

Voilà une question que vous vous posez probablement.

Dois-je mettre tous mes mandats sur Facebook ?

Je vais y répondre de manière **simple** et **rapide**.

La réponse est **NON** ! Mettre des photos d'un bien mal photographié ou peu photogénique sur votre page ne vous apportera rien de positif.

La deuxième raison est que vous devez impérativement le réserver à vos mandats exclusifs pour valoriser votre page. Toutes les agences ne communiquent pas sur le réseau social. C'est donc un moyen de différenciation.



Faites du Teasing pour susciter l'intérêt. Publiez une pré-annonce deux ou trois jours avant la sortie officielle de votre annonce. N'annoncez pas de prix. Des prospects vont se manifester. Sachez que ce sont souvent des personnes qui achèteront sur votre secteur dans les mois suivants. Mettez tout en œuvre pour les amener vers votre CRM.

Les articles de presse et de blog

Un fois par semaine, publiez un article de presse ou de blog qui a attiré à l'actualité, la décoration, la fiscalité, à l'argent ...

Soyez vigilant à ce qu'ils ne soient pas trop « épicés », c'est à dire qu'ils traitent d'un sujet avec une trop grande prise de position ou véhémence. Cela pourrait déranger certaines personnes. Faites également attention à ce qu'ils ne soient pas trop orientés politiquement. Bien évidemment, si votre audience vous connaît pour vos positions vindicatives, restez vous-même.

Les devinettes

Très appréciées, elles génèrent des interactions. La portée de ces publications vous offrent une meilleure visibilité.

Les jeux-concours

Créez un calendrier des évènements et organisez à l'avance vos jeux-concours.

Par exemple, faites gagner un dîner en tête à tête pour la Saint Valentin. Pensez à limiter dans le temps. Prévoyez plusieurs concours dans l'année et fixez-vous un budget.

Ce type de publication est génératrice de fans.

Impliquez les commerçants de votre commune. Créer un partenariat avec un restaurant, un magasin de décoration, un SPA sont de formidables occasions de **montrer votre implication dans le tissu local**.

De plus, il partagera lui-aussi le jeu concours sur sa page Facebook, ce qui vous permettra d'être encore plus visible.

Sachez qu'aujourd'hui, je ne finance plus les cadeaux que je fais à mes clients, sauf cas exceptionnel.

Pourquoi ? Ce sont mes partenaires qui financent le cadeau pour être visible auprès de ma communauté de plus de 2 600 fans.

En contrepartie, je fais de la publicité pour être encore plus visible sur le réseau social. Avec un budget de 20 euros vous pouvez déjà toucher des milliers de personnes.

Combien de temps et d'énergie vous faut-il pour toucher des milliers de personnes avec des flyers ? Beaucoup trop....



« Impliquez les commerçants de votre commune. Créer un partenariat avec un restaurant, un magasin de décoration, un SPA sont de formidables occasions de montrer votre implication dans le tissu local.

Sachez qu'aujourd'hui, je ne finance plus les cadeaux que je fais à mes clients, sauf cas exceptionnel, ce sont mes partenaires qui les financent pour être visible sur ma page. »

d'autres idées concours !

Le concours du meilleur déguisement d'Halloween ! Nous avons mis en place un partenariat avec le club photo de notre commune et **plus de 200 enfants** 🧒👧 ont été photographiés à l'agence.

Cet événement est très attendu chaque année.

Voici notre photo 😊



Nous avons reçu des mails de félicitations très touchants de la part de nombreux parents. Comme nous envoyons les photos de chaque enfant par mail, nous avons en plus constitué une excellente base de données de suspects très enthousiasmés par notre entreprise. **Certains d'entre eux se souviendront de nous le jour où ils auront un projet immobilier.** 😊

D'autres idées :

La plus belle lettre au père Noël.

Un cadeau pour la fête des mères, la fête des pères.

Un concours pour le Forum des associations.

Soyez créatif et testez plusieurs jeux. Analysez leur portée.



Pour créer de la viralité, il faut être constant et faire du teasing. Pensez à annoncer le prochain jeu à chaque fin de concours. Essayez de ne pas laisser plus de 3 mois entre chaque jeu.

Les évènements

Toutes les occasions sont bonnes pour créer une publication ! Il est facile de mettre en place un agenda des évènements annuels. Préparez le en fin d'année pour l'année suivante.

Voici quelques idées :

01/01 premier de l'an	08/03 journée internationale des droits des femmes
02/02 Soldes d'hiver	20/03 Printemps
06/01 Epiphanie	31/03 passage à l'heure d'été
02/02 Chandeleur	01/04 Poisson d'avril
16/02 Vacances zone A	21/04 Pâques
3/03 Fête des grands-mères	01/05 Fête du Travail

Comment comprendre et analyser Facebook Insights ?

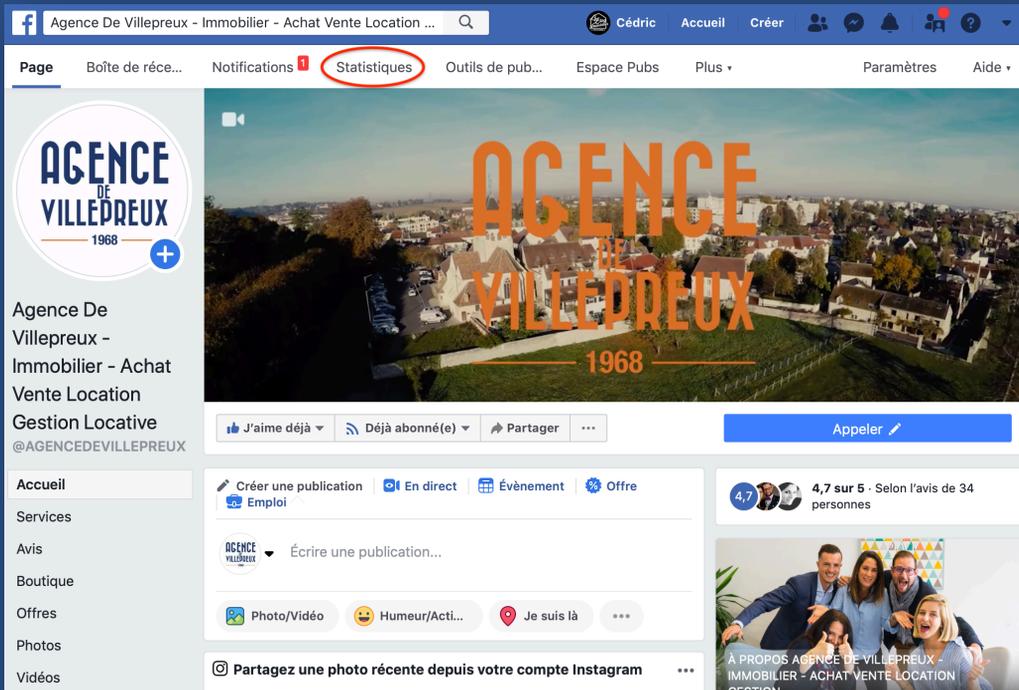
Aujourd'hui, tout ce qui se rapporte au web est analysable. Vous possédez peut-être déjà un compte Google Analytics, Adwords, LinkedIn ? Le principe est le même :

Analyser les statistiques de vos publications et mettre en place des actions pour en améliorer la portée.

Vous et moi sommes des professionnels de l'immobilier. Notre temps est précieux. Ma stratégie sur Facebook est d'y passer le moins de temps possible et y obtenir le maximum de résultats.

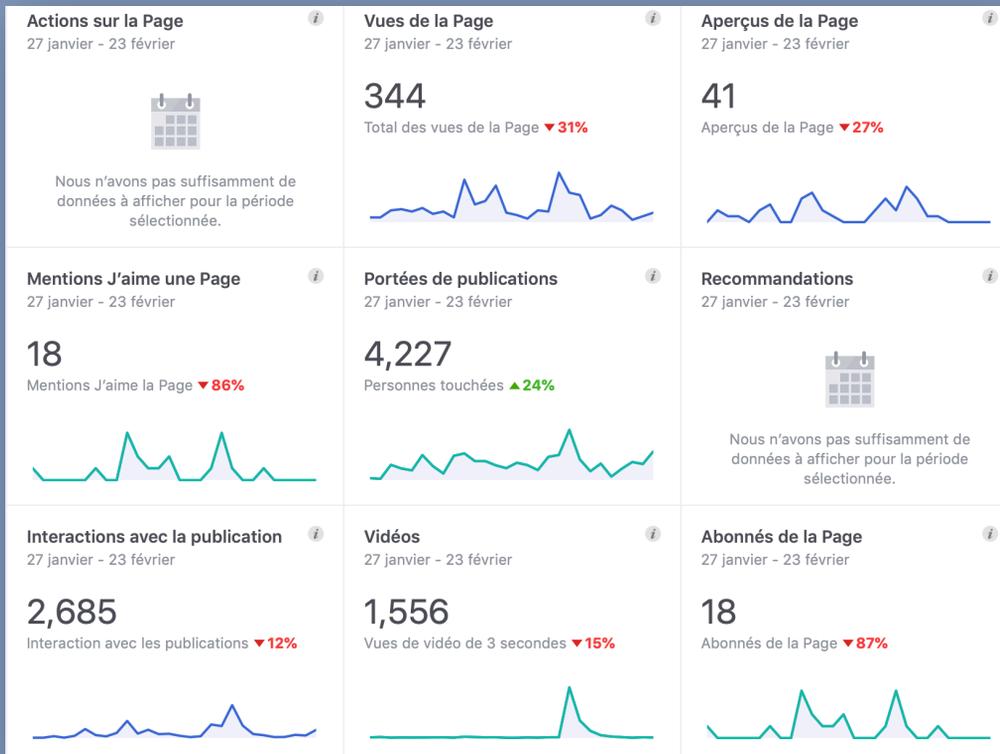
Il est donc indispensable d'avoir un minimum de connaissances dans les statistiques du réseau social.

Où trouver les Statistiques ?



The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Agence De Villepreux - Immobilier - Achat Vente Location ...'. The page header includes the name, a search bar, and navigation options like 'Cédric', 'Accueil', 'Créer', and notification icons. Below the header, the main navigation bar contains 'Page', 'Boîte de réce...', 'Notifications', 'Statistiques' (highlighted with a red circle), 'Outils de pub...', 'Espace Pubs', 'Plus', 'Paramètres', and 'Aide'. The page content features a large banner image with the text 'AGENCE DE VILLEPREUX 1968' overlaid on a cityscape. Below the banner are interaction buttons: 'J'aime déjà', 'Déjà abonné(e)', 'Partager', and 'Appeler'. The left sidebar shows the profile picture and name 'AGENCE DE VILLEPREUX 1968', followed by the description 'Agence De Villepreux - Immobilier - Achat Vente Location Gestion Locative @AGENCEDEVILLEPREUX'. The bottom section includes options for 'Créer une publication', 'En direct', 'Évènement', and 'Offre', along with a text input field 'Écrire une publication...' and buttons for 'Photo/Vidéo', 'Humeur/Acti...', and 'Je suis là'. A rating section shows '4,7' and '4,7 sur 5 - Selon l'avis de 34 personnes'. The bottom right corner features a photo of a family and the text 'À PROPOS AGENCE DE VILLEPREUX - IMMOBILIER - ACHAT VENTE LOCATION GESTION'.

Comprendre et Analyser !



Facebook vous donne l'analyse par rapport aux 28 jours précédents et non par rapport à la même période de l'année passée. Ce qui aurait pu être également intéressant.

En soit, des statistiques brutes n'apportent pas grand chose. Sur cette période nous avons volontairement arrêté les publications payantes afin de comparer la portée organique (portée sans payer) et la portée payée (portée boostée payante).

Pour faire simple, vous avez sous les yeux un tableau des points que vous devez améliorer pour réussir sur Facebook.

- Avoir plus de vues
- Avoir plus d'aperçus
- Avoir plus de j'aime
- Avoir une meilleure portée de publications
- Avoir plus d'interaction avec la publication
- Avoir plus de vues sur vos vidéos
- Avoir plus d'abonnés

Pourquoi ai-je perdu des vues sur ma page ?

Comme je l'ai dit plus haut, nous avons arrêté de payer par rapport à la période passée. C'est une première piste.

Pourquoi les mentions « j'aime » ont chuté ?

Hanitra, mon assistante a invité un grand nombre de ses amis à aimer la page sur la période précédente. C'est une piste.

Comment analyser la portée des publications ?

Sur l'ensemble des courbes on peut constater un pic qui est plus marqué sur le graphique de l'analyse de la portée des publications. Il s'agit du 15 février où j'ai publié une vidéo de drone. J'ai partagé cette vidéo sur des groupes. On peut constater que ça a eu beaucoup de succès. Rien que pour cette journée nous avons eu 1 702 personnes touchées sur 4 227 (total sur 28 jours). Enorme !

Comment comprendre les interactions ?

Il s'agit du nombre de fois que votre audience a interagi en aimant, commentant et partageant vos publications. Plus vous avez d'interactions, plus Facebook va considérer que ce que vous publiez est intéressant, plus il le mettra en avant.

Les statistiques en somme !

Prenez une petite demi-heure chaque mois pour analyser ce qui marche et ce qui ne marche pas dans vos publications. Ne prenez pas un chiffre pour argent comptant. Plusieurs actions ou événements ont pu influencer vos statistiques. C'est en faisant l'analyse régulièrement de vos données que vous pourrez construire une stratégie et faire grandir votre page. Soyez patient.

Comment booster vos publications ?

Comme nous l'a expliqué **Karine Mahieux** dans son infographie (page 15) nous pouvons booster les publications d'une page et non celles d'un profil.

Les « boost » sont réellement efficaces sur une publication qui a déjà une bonne portée organique. C'est à dire qui plait.

Cliquez sur Booster en bas de la publication.

👏👏👏 Cette semaine 🍷 2 signatures chez le notaire 🤝🤝

MAISON✅ APPARTEMENT✅

Que des clients satisfaits 🥰❤️ MERCI encore, nous vous souhaitons beaucoup de bonheur !!!

N'hésitez pas à nous contacter pour vos projets 😊

☎️ 01 34 62 48 97

✉️ contact@agence-de-villepreux.fr

👩🏫 Equipe professionnelle et disponible 🙌

🏡 Conseils pour la mise en valeur du bien 🌳🏠

👉 Estimation offerte sous 24 heures 🕒

🌐 Diffusion sur tous les sites immos 24h/24, 7jours/7, et sur notre page Facebook et Instagram 📺📱📧

🙏🥰 Un immense MERCI à tous nos abonnés pour vos partages et vos commentaires, c'est VOUS qui donnez vie à cette page ! 😊

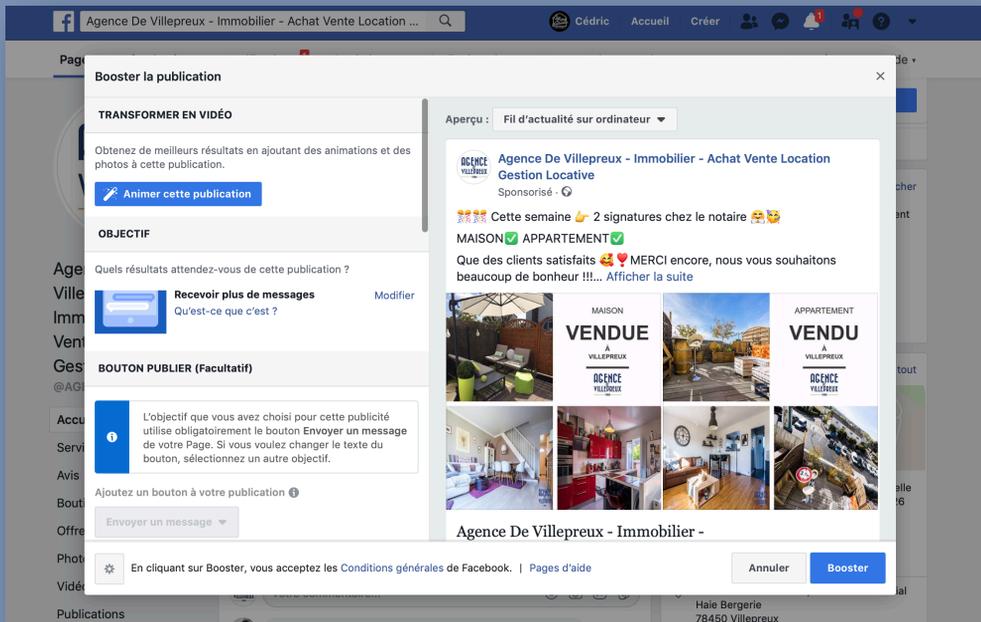


527
Personnes touchées

129
Interactions

Booster la publication

Une page va s'ouvrir et vous allez pouvoir définir votre objectif, le type de bouton qui apparaîtra sur la publication. Vous allez également pouvoir définir votre ciblage d'audience, votre budget et la durée du boost.



Ce guide vous est offert par Cédric Laporte fondateur du blog leblogimmobilierdespros.fr.

Il est en téléchargement gratuit sur le site internet.

Sa rediffusion, modification, copie ou revente sont interdites sauf accord ultérieur de Cédric Laporte.

Février 2019



Cédric Laporte