

Management et Communication

INFORMATIONS

CODE PRODUIT :
CEI155A

PUBLIC CONCERNÉ

- Notaires et collaborateurs

NIVEAU :

Pratique courante

DURÉE :

1 jour(s) (7,0 heures)

PRÉREQUIS :

- Aucun prérequis n'est exigé. Cependant, des connaissances ainsi qu'une présence sur un réseau social (page entreprise et/ou profil individuel) sont fortement conseillées pour suivre cette formation dans les meilleures conditions. Nous vous invitons à réaliser le quiz de positionnement pour tester vos connaissances.

MODALITÉS D'EXÉCUTION

Formation en présentiel ou Visioformation

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Type de formation : inter, intra ou commandé

L'animation pédagogique permet de susciter l'engagement des stagiaires et de favoriser l'interactivité avec le formateur

Animation pédagogique ponctuée de questions/réponses entre les stagiaires et le formateur

Mise en œuvre pédagogique par des exemples pratiques et des mises en situation professionnelles illustrant la théorie

Un support de formation est mis à disposition de chaque stagiaire préalablement à la formation de manière dématérialisée

MODALITÉS TECHNIQUES

En présentiel : salle de formation adaptée avec tableaux et vidéoprojecteur ; respect des règles sanitaires et de sécurité d'accueil du public

En visioformation : plateforme de visioconférence adaptée à l'animation pédagogique (interactions orales ou écrites, partage d'écrans et de documents en direct) ; accompagnement technique possible par assistance téléphonique pour la première connexion et la découverte environnementale de la plateforme

MODALITÉS D'ENCADREMENT

Inaфон s'assure préalablement à la formation que le formateur dispose des qualités pédagogiques et des compétences techniques d'expertise nécessaires pour dispenser la formation

MODALITÉS DE SUIVI ET APPRÉCIATION DES RÉSULTATS

Émargement par les stagiaires participants et l'intervenant

Feuille d'émargement signée en présentiel ou électroniquement (régularisée par l'édition du rapport

des connexions à la plateforme de visioconférence)

Évaluation à chaud à l'issue de la formation :

- Un quiz en ligne est adressé à chaque stagiaire afin de lui permettre d'évaluer ses connaissances et compétences acquises au cours de la formation. Les résultats de l'évaluation restent confidentiels pour chaque stagiaire ;
- Un questionnaire en ligne de satisfaction de fin de formation est adressé à chaque stagiaire (enquête mesurant la qualité organisationnelle et pédagogique de la formation).

REMISE D'UNE ATTESTATION

Une attestation de présence et un certificat de réalisation de formation sont remis à chaque stagiaire à l'issue de la formation

Les clés de la communication sur les réseaux sociaux pour les notaires, collaborateurs de notaires et négociateurs immobiliers

À la fin de la formation, le bénéficiaire sera capable de :

- Appréhender les réseaux sociaux et les bases de la communication et de la visibilité pour une présence individuelle et une présence institutionnelle dans le contexte notarial.
- Identifier et appliquer les usages possibles des réseaux sociaux en phase avec la déontologie notariale.
- Définir les bases d'une stratégie de communication et d'une ligne éditoriale, en choisissant les bonnes plateformes en fonction des besoins.
- Élaborer une feuille de route afin de s'organiser.

CONTENU

Faire un zoom sur les réseaux sociaux différents, l'écosystème notarial et la déontologie notariale

- Les enjeux des réseaux sociaux, leurs modes de fonctionnement pour les notaires.
- Visite des différents réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook et Instagram) et des exemples et user cases des notaires.
- Application de la déontologie notariale aux usages des réseaux sociaux pour les notaires : exemples concrets des usages et contenus en phase avec la déontologie.
- Les différences entre la présence de l'étude et des individus de l'étude : la page institutionnelle et le profil.

Créer de la visibilité à travers sa communauté et sa ligne

- Définition : cibles, messages, contenus, formats et plateforme(s).
- Bonnes pratiques rédactionnelles pour les publications : fréquence, règles, routines et outils.
- Identification et mobilisation des membres de son écosystème en ligne.
- Mise en place de techniques d'engagement.
- Définition de la ligne éditoriale et de la valeur ajoutée proposée/perçue.

Mesurer son ROI (retour sur investissement)

- Identification de différents types de ROI
- Les bases du ROI quantitatif et qualitatif
- Organisation de sa prise de mesure