

Négociation immobilière

INFORMATIONS

PUBLIC CONCERNÉ

- Notaires, Négociateurs immobiliers

NIVEAU :

- ▮ Pratique courante

DATES :

18 mars 2026

DURÉE :

0,5 jour (3,5 heures)

FORMAT :

- ▮ Présentiel

PRIX

Salarié : **300,00€ HT**

Employeur : **500,00€ HT**

PRÉREQUIS

Aucun prérequis exigé. 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 : Intra, inter, 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

Emargement par les stagiaires participants et l'intervenant Feuille d'emargement signée en présentiel ou électroniquement (régularisée par l'édition du rapport des connexions à la plateforme de visioconférence)

Evaluation 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

[NEX929A] Notariat et social-médias : savoir bien communiquer dans le respect du cadre notarial

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

- Comprendre les fondamentaux de la communication (cible, objectif, message) appliqués au notariat

et à la négociation immobilière, en tenant compte du cadre déontologique dès la conception du message.

- Identifier les réseaux sociaux pertinents, leurs usages spécifiques selon les cibles visées, et les

particularités de la communication pour une profession réglementée

- Construire un plan de publication réaliste et régulier, intégrant le calendrier propre à la vie notariale

(instances, rendez-vous, événements de la profession)

- Distinguer les pratiques efficaces des erreurs courantes à travers l'analyse croisée de cas réels :

- efficacité de communication et conformité déontologique

- Repérer les opportunités offertes par l'IA dans

FORMATEURS

Monsieur Benjamin TEILLARD



Maître Nicolas NICOLAIDES

CONTENU

OUVERTURE – SE SITUER POUR MIEUX AVANCER (15 MIN)

Tour de table et recueil des attentes. Où en êtes-vous dans votre communication ? Quels freins ressentez-vous

? Ce temps d'échange permet également de poser le cadre : la profession notariale a ses règles, ses

instances, ses usages. C'est précisément parce que cette profession est singulière que la communication

doit être pensée différemment. Nicolas apporte d'emblée son éclairage de terrain : les idées reçues, les

erreurs fréquentes, et les opportunités que beaucoup ignorent.

LES FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION NOTARIALE (30 MIN)

Cible, objectif, message : les trois piliers de toute stratégie de communication.

L'angle de message : comment se différencier tout en respectant les règles de la profession.

Mise en

perspective avec le cadre déontologique : ce que la réglementation autorise, ce qu'elle interdit, et les zones

grises. Illustration par des exemples concrets.

QUEL RÉSEAU POUR QUELLE CIBLE ? (30 MIN)

Panorama des réseaux sociaux (Focus sur la négociation immobilière notariale) : LinkedIn, Facebook,

Instagram, Google Business Profile. Identification des cibles prioritaires par plateforme

(vendeurs,

acquéreurs, prescripteurs, confrères) et les usages les plus efficaces. Zoom sur les spécificités notariales :

ce qui fonctionne dans une étude n'est pas ce qui fonctionne dans une agence immobilière.

Retours

d'expériences terrain.

STRATÉGIE ET PLAN DE PUBLICATION (30 MIN)

Comment construire un calendrier éditorial simple et réaliste. Le principe clé : la régularité plus que le volume. Les types de contenus (photo, vidéo, carrousel, Reels), les bonnes pratiques autour des hashtags et des identifications, toujours en lien avec les objectifs et les cibles définis en amont. Zoom sur le calendrier notarial et les temps forts du métier, autant d'opportunités de prise de parole légitime et conforme.

LES OUTILS ET LES ANGLES AU QUOTIDIEN (25 MIN)

Programmation de publications (Meta Business Suite, etc.). Angles de messages concrets appliqués au droit notarial et à la négociation immobilière. La communication digitale n'est pas réservée aux grandes structures : avec quelques réflexes simples, toute étude peut s'y mettre. Le cadre déontologique est présenté ici comme un atout de différenciation plutôt que comme un frein.

CAS PRATIQUE – ANALYSE CROISÉE DE PUBLICATIONS (30 MIN)

A approfondir
Analyse de publications réelles issues du monde notarial et immobilier : ce qui fonctionne, ce qui ne fonctionne pas, ce qui pose problème.
Un oeil sur l'usage de l'intelligence artificielle (10 min)
Un mot sur la place de l'IA dans la création de contenus : génération de textes, d'idées de publications, d'accroches. Opportunités et limites, en particulier pour une profession soumise à des exigences de rigueur, de confidentialité et de conformité. Ce sujet mérite à lui seul une formation dédiée : il est ici évoqué en ouverture, pour sensibiliser et donner envie d'aller plus loin.

SYNTHÈSE ET CLÔTURE (10 MIN)

Les 5 points clés à retenir. Ressources utiles et prochaines étapes. Échanges libres avec les participants.