



SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE	5
CHAPITRE 1 STRATÉGIES DE PROMOTION IMMOBILIÈRE	9
CHAPITRE 2 RÉDACTION D'ANNONCES ATTRACTIVES	19
CHAPITRE 3 TECHNIQUES DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE	27
CHAPITRE 4 UTILISATION DE PORTAILS IMMOBILIERS	35
CHAPITRE 5 PUBLICITÉ VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX	43
CHAPITRE 6 MULTIDIFFUSION DES ANNONCES IMMOBILIÈRES	51
CHAPITRE 7 RESPECT DES RÈGLES DE MISE EN PUBLICITÉ	59
CHAPITRE 8 GESTION DE LA VITRINE D'AGENCE	67
CHAPITRE 9 ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS PROMOTIONNELS	75
CHAPITRE 10 TECHNIQUES DE CRÉATIVES POUR CAPTER L'ATTENTION	85
CHAPITRE 11 DÉVELOPPEMENT D'OUTILS PROMOTIONNELS INNOVANTS	93
CHAPITRE 12 ANALYSE DU MARCHÉ ET DES TENDANCES	103
CHAPITRE 13 STRATÉGIES POUR LE MANDAT EXCLUSIF	113
CHAPITRE 14 INTERACTION AVEC LES PLATEFORMES DIGITALES	123
CHAPITRE 15 VALIDITÉ LÉGALE DES CONTENUS PROMOTIONNELS	133
CHAPITRE 16 EVALUATION DE L'IMPACT DES CAMPAGNES	141
CHAPITRE 17 TECHNOLOGIES ÉMERGENTES EN IMMOBILIER	147
CHAPITRE 18 PLANIFICATION DES CAMPAGNES DE PROMOTION	155
CONCLUSION GÉNÉRALE	163