

STRATÉGIE VIDÉO

*Mettre en place une vraie stratégie de vidéo
dans l'immobilier pour être inoubliable*

QUELLE STRATÉGIE ?

1. Définir une fréquence + une date de publication

Poster **une vidéo par semaine** puis compléter avec des posts photos / textes

Stories : 3x / semaine = contact régulier avec votre audience

Régularité aussi dans le contenu que vous proposez

2. À qui s'adresser ?

Adapter sa façon de parler à son audience

Certaines plateformes demandent de tenir un discours plus professionnel

Attention aussi au vocabulaire utilisé

3. La production

→ **la vidéo comme réflexe**

filmer en permanence sans changer sa fréquence de publication

→ **le batch producing**

concentrer tous les tournages sur une journée et programmer les publications dans le temps

LA VIDÉO : LE MÉDIA ROI

80%

des publications
seront des
vidéos en 2022



des gens qui regardent
une vidéo s'en rappellent
dans les 30j qui suivent

SEC + **157%**

 **x 5**

 + **1200 %**

les vidéos sont partagées 12X plus
que les photos et les textes

QUELLES PLATEFORMES ?

Identifier votre “persona” et analyser chaque plateforme selon la tranche d’âge, les codes utilisés :

 TikTok	 Instagram	 Facebook	 LinkedIn
Jeunes / Ados	18 - 34 ans	25 - 44 ans	25 - 52 ans
Potentiel Viralité	Qualité d’image Professionalisme	Notoriété Contacts	Recrutement Conseils

→ Où est votre audience ?

(si vous partez de 0 : choisir la plateforme que vous consommez le plus)

→ Poster en natif
Éviter les liens

EXERCICE

Analyser votre “Persona” cible.

Analyser quelle est la plateforme où vous avez le plus d’abonnés, l’audience la plus importante

.....
.....
.....
.....
.....

Quelle est votre plateforme favorite, celle où vous consommez le plus de contenu. Analyser le contenu que vous souhaitez produire et réfléchir à la plateforme qui se prête le plus à ce type.

.....
.....
.....
.....

Croisez les réponses aux dernières questions. Est-ce qu’une plateforme sort du lot ?

- Instagram**
- Facebook**
- Youtube**
- TikTok**
- Linkedin**
- Twitter**

Age :
Sexe :
Lieu de vie :
Situation familiale :
Emploi :
Niveau de revenus :



Liste des TOP sujets à utiliser pour communiquer



Présentez vos biens

Vos prospects ont besoin de se projeter dans vos appartements ou maisons. Utilisez la vidéo comme un outil efficace pour témoigner du charme et des atouts de vos biens.

Le petit + : Mettez en scène des moments de vies ou commentez en voix off les images.

Racontez la vie de quartier

Le plus important dans une transaction immobilière ? La localisation. Mettez en avant la vie du quartier, la proximité des commerces, des écoles et des hôpitaux et tous les critères importants pour de futurs acquéreurs.

Le petit + : interrogez les habitants du quartier et les commerçants du coin.

Partagez vos réussites

Susciter des émotions est généralement le meilleur vecteur pour tisser un lien étroit avec votre audience. En partageant vos petites victoires (et pourquoi pas vos échecs), vous invitez vos prospects dans votre quotidien d'agent immobilier.

Le petit + : intégrez vos clients dans la démarche, suite à une vente réussie par exemple.

Présentez vos équipes

Derrière vos services et vos prestations, des hommes et des femmes en contact direct avec vos prospects et clients. Les présenter dans des courtes interviews/vidéos, cela reste le meilleur moyen d'humaniser vos contenus.

Le petit + : parlez de leur passion, de leurs valeurs, de leur motivation à exercer ce travail...

Recrutez de nouveaux collaborateurs

La vidéo peut également être un bon outil pour recruter. En quelques minutes, partagez avec vos futurs collaborateurs, votre fonctionnement, votre organisation, vos équipes et surtout votre état d'esprit.

Le petit + : interrogez vos collaborateurs ou vos nouvelles recrues sur ces sujets

Donnez la parole à vos clients

Transformer vos clients en ambassadeur. Plus de 60% des consommateurs accordent leur confiance à d'autres clients. Pourquoi s'en priver ? Ils sauront mettre en avant leur satisfaction et les forces de votre service mieux que quiconque.

Le petit + : suivez un client durant tout son processus d'achat, de la première visite à la signature chez le notaire, et partagez son avis sur les réseaux.

PUBLIEZ VOS CONSEILS VIA DES TUTORIELS

Le secteur de l'immobilier peut paraître parfois compliqué et opaque aux yeux de vos clients. Partagez votre savoir et aidez vos interlocuteurs à prendre les bonnes décisions via une série de tutoriels clairs et instructifs et devenez la référence dans le domaine.

Le petit + : analysez et expliquez les évolutions légales et administratives pour booster votre référencement et attirer une nouvelle clientèle.

Le matériel minimum qu'il faut posséder

CAMÉRA

- Sony ZV-1
- Sony ZV-E10
- Sony a6000
- Panasonic GX80
- Canon EOS M50

SMARTPHONES

- Samsung Galaxy S20, S20+, S21, S21+
- iPhone 11 Pro, 11 Pro Max, 12 Pro, 12 Pro Max
- Xiaomi Mi 10, Mi 11, Mi 11 Ultra

MICRO

- Rode VideoMicro
- Rode Wireless Go
- Investir dans un micro externe :

- micro cravate quand il y a peu de mouvement

- micro canon lors de déplacements

STABILISATEUR

- DJI Osmo Pocket 4
- DJI OM 4
- Zhiyun Smooth 4

MONTAGE

- InShot
- KineMaster
- FilmoraGo
- GoPro Quick

- “Mode Pro”
- Filmic Pro
- MoviePro
- MAVIS Camera Pro