

PROGRAMME DE FORMATION

L'IA AU SERVICE DE L'IMMOBILIER

PUBLIC Agents immobiliers, négociateurs, agences, mandataires	PRÉREQUIS Aucun. Pratique courante du métier suffit.	FORMAT Présentiel	RYTHME Temps plein
DURÉE 1 jour — 6 heures	TARIF HT Sur devis	DÉLAI D'ACCÈS Entretien	ACCESSIBILITÉ PSH Nous consulter

OBJECTIFS

- **Identifier** les cas d'usage concrets de l'IA dans le quotidien d'un agent immobilier : annonce, relation client, mise en valeur des biens.
- **Utiliser** des outils d'IA pour créer des visuels engageants et mettre en valeur un bien à la vente ou à la location.
- **Mettre en œuvre** des techniques simples de retouche photo et de home staging virtuel pour aider à la projection.
- **Évaluer** la fiabilité des résultats produits par l'IA et adopter les bons réflexes déontologiques.

PROGRAMME

Matinée : Comprendre l'IA et ses applications immobilières

- **Fondamentaux de l'IA générative** : ce que l'IA sait faire aujourd'hui, ses limites, et ce que cela change concrètement pour le métier d'agent immobilier.
- **Panorama des cas d'usage métier** : aide à la rédaction d'annonces, mise en valeur visuelle, relation client, suivi de prospects.
- **Premiers pas pratiques** : prise en main d'un assistant IA sur des tâches courantes (rédaction d'annonces, synthèse de documents, extraction d'informations clés).
- **Fiabilité et vigilance** : savoir vérifier les résultats de l'IA et comprendre les précautions à prendre dans un contexte professionnel encadré (loi Hoguet, transparence client).

Après-midi : sublimer ses biens et créer des visuels engageants avec l'IA

- **Retouche et amélioration d'images** : embellir des photos de biens en quelques clics (luminosité, cadrage, suppression d'éléments indésirables) avec des outils d'IA accessibles.
- **Home staging virtuel et projection** : meubler virtuellement une pièce vide, proposer des ambiances décoratives, aider acquéreurs et locataires à se projeter.
- **Création de visuels engageants** : produire des contenus attractifs pour les annonces, les réseaux sociaux et les supports de communication de l'agence.
- **Plan d'action individuel** : chaque participant identifie deux à trois usages prioritaires à mettre en œuvre dès le retour en agence.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- **Démonstrations et ateliers pratiques** sur des cas réels du métier, avec manipulation des outils par chaque participant.
- **Travail sur les visuels des participants** : chacun apporte des photos de biens en cours pour les transformer en direct.
- **Échanges collectifs et retours d'expérience** pour adapter les usages aux réalités de chaque structure (agence indépendante, franchise, réseau de mandataires).