ATELIER RENT 2026 · LE GUIDE À GARDER

Réseaux sociaux immobiliers : les 8 erreurs à ne pas faire à l'ère de l'IA

Tout ce qu'on s'est dit pendant l'atelier, en version courte : les pièges à éviter, ce qu'il faut faire à la place, et une checklist à garder sous la main avant chaque publication.

Spoiler : **il n'y en a que 7.** On vous explique pourquoi page suivante.

Thomas Sadoul
Co-fondateur & CEO, Cocoon-Immo

cocoon-immo.io
hello@cocoon-immo.io

8 erreurs annoncées, 7 au programme.

L'erreur n°0, c'est celle qu'on a faite nous-mêmes : laisser ChatGPT souffler le titre de l'atelier avant d'avoir réfléchi à ce qu'on allait mettre dedans. Résultat : 8 erreurs promises, 7 vraiment utiles. On a préféré garder les 7.

0 *Laisser l'IA choisir le titre avant le contenu* (c'est fait)

1 **Créer des contenus qui sentent l'IA à plein nez** p. 3

2 **Publier des contenus que n'importe qui pourrait publier** p. 4

3 **Utiliser l'IA pour fabriquer de l'authenticité** p. 5

4 **Jeter le bébé avec l'eau du bain : ne pas utiliser l'IA** p. 6

5 **Confondre « effet wow » et priorité pour vous** p. 7

6 **Confondre « création de contenu » et « pilotage des réseaux sociaux »** p. 8

7 **Penser que parce que l'IA pourrait le faire, vous allez le faire** p. 9

✓ **La checklist à garder avant chaque post** p. 10

L'ERREUR

1 Créer des contenus qui sentent l'IA à plein nez

Notre cerveau s'habitue vite. Les visuels trop lisses, trop parfaits, « générés », tout le monde les reconnaît… et de plus en plus de gens les rejettent. Certains boycottent même des événements qui utilisent l'IA pour leurs affiches.

Et ce n'est pas valable que pour les visuels. C'est aussi vrai pour les textes :

> « Lorsque vendeurs, acquéreurs et conseillers avancent dans la même direction, l'écoute, la confiance et la transparence créent une véritable osmose. »
>
> Question : qui parle comme ça dans la vraie vie ?

À l'inverse, des visuels 100 % créés par l'IA peuvent très bien fonctionner. La condition : qu'ils auraient très bien pu être faits sur Canva. Ça ne respire pas l'IA, donc ça marche.

À FAIRE À LA PLACE

- ☐ **Le test de la voix haute :** relisez votre légende à voix haute. Si vous ne le diriez pas à un client à l'agence, réécrivez.
- ☐ **Chassez les tics d'IA :** « véritable », « osmose », « au cœur de », « n'hésitez pas à »… Remplacez-les par vos mots.
- ☐ **Visuels :** privilégiez des rendus simples et crédibles plutôt que l'hyperréalisme brillant.
- ☐ **Utilisez l'IA comme assistant**, pas comme auteur : elle propose, vous ajustez et vous signez.

À RETENIR **En 2027, l'IA qui marche dans le contenu, ce sera l'IA qui ne se voit pas.**

L'ERREUR

2 Publier des contenus que n'importe qui pourrait publier

Sujet générique, national, pas incarné, pas spécifique. Même avec votre logo et votre charte graphique, un post que n'importe quelle agence pourrait publier ne vous fera pas sortir du lot. (Et si un boulanger pourrait publier le même post que vous, le problème est encore plus sérieux.)

Pour évaluer un post à l'ère de l'IA, gardez en tête **trois critères** :

Local.

Votre ville, votre quartier, vos rues, votre marché. Pas « le marché immobilier en France ».

Incarné.

Un visage, une voix, une équipe. On doit sentir qu'il y a quelqu'un derrière le post.

Spécifique.

Ce que vous seul pouvez raconter : moments d'agence, coulisses du métier, cas client, retour terrain.

1 critère : ok | 2 critères : mieux | 3 critères : top

À FAIRE À LA PLACE

- [ ] **Prenez un post générique et localisez-le :** votre ville dans le titre, un lieu reconnaissable dans le visuel.
- [ ] **Incarnez-le :** votre photo, votre prénom, une phrase écrite à la première personne.
- [ ] **Rendez-le spécifique :** ajoutez une anecdote, un chiffre de votre agence, une question qu'un client vous a posée cette semaine.
- [ ] **Pour les contenus « conseils » ou « actu marché » :** partez d'un cas réel plutôt que d'une généralité.

À RETENIR

Avec l'IA, remonter le niveau d'exigence d'un cran prend 2 minutes. C'est simple, et c'est devenu nécessaire.

L'ERREUR

3 Utiliser l'IA pour fabriquer de l'authenticité

Une fausse photo du conseiller « dans son quartier », un avatar vidéo qui parle à votre place… C'est tentant. Mais c'est risqué.

> **Sous un post avec une photo générée, un prospect commente : « Ah, tu es à Londres ? On se prend un café ? »… Réponse de l'agent : « Euh non, je suis à Nice. »**
>
> Résultat : on casse exactement le lien de confiance que ce type de contenu devait renforcer.

Même débat pour les avatars vidéo. Le résultat est souvent peu convaincant, il faut itérer, et ça finit par prendre plus de temps que de se filmer. Surtout, dans un métier qui repose sur le lien humain et la confiance, est-ce vraiment souhaitable ? Notre conviction chez Cocoon : non.

À FAIRE À LA PLACE

- ☐ **Utilisez l'IA pour l'idée, pas pour la preuve :** trouver l'angle, l'exemple, rédiger un premier jet de légende.
- ☐ **Faites la vraie photo vous-même :** une photo smartphone de l'équipe, d'une remise de clés, d'une visite. Imparfaite, c'est très bien.
- ☐ **Assumez les contenus « confiance » :** coulisses, équipe, quartier, moments de vie de l'agence.
- ☐ **Face caméra :** 30 secondes filmées au téléphone valent mieux qu'un avatar parfait.

À RETENIR **L'IA peut écrire la légende. La photo, elle, doit être vraie.**

L'ERREUR

4 Jeter le bébé avec l'eau du bain : ne pas utiliser l'IA

Après les trois premières erreurs, on pourrait se dire « bon, l'IA, très peu pour moi ». Ce serait peut-être la plus grosse erreur de toutes. Et beaucoup d'agences en sont encore là.

L'IA fait gagner un temps fou. Mieux : elle permet de faire des choses qu'on ne savait pas faire, ou qui demandaient beaucoup plus de travail avant.

Visuels & légendes
Décliner un post, adapter un texte à chaque réseau, trouver un titre accrocheur.

Mise en valeur des biens
Sublimer vos annonces et vos photos avec beaucoup moins d'efforts qu'avant.

Montage vidéo
Même sans compétences, on peut devenir un monteur vidéo très efficace.

Motion design
Un simple enregistrement d'écran envoyé à une IA peut devenir une story animée prête à publier.

À FAIRE À LA PLACE

- [ ] **Commencez petit :** choisissez une tâche qui vous prend du temps chaque semaine et testez l'IA dessus.
- [ ] **Gardez la main :** l'IA produit, vous vérifiez (cf. erreurs 1 à 3).
- [ ] **Mesurez le temps gagné** et réinvestissez-le dans ce que l'IA ne fera pas : vos vraies photos, vos vrais clients.

À RETENIR **Le bon réflexe n'est pas « IA ou pas IA », c'est « IA pour quoi faire ».**

L'ERREUR

5 Confondre « effet wow » et priorité pour vous

L'IA donne accès à des choses tellement impressionnantes qu'on oublie de se poser une question toute simple : **est-ce que c'est vraiment mon problème aujourd'hui ?**

> Je suis agent immobilier. Je n'ai rien publié sur Instagram depuis six mois. Je tombe sur une vidéo qui explique comment créer un avatar IA de moi avec ma voix clonée. Je passe cinq heures à tester les outils… Sauf que mon problème, ce n'est pas que je n'ai pas d'avatar. Mon problème, c'est que je ne publie jamais.

Avant d'automatiser la création de 50 vidéos, mieux vaut trouver comment publier régulièrement une bonne photo, mettre en avant ses annonces ou partager un conseil chaque semaine. Avant de viser la lune, visez le 2e étage.

À FAIRE À LA PLACE

- [ ] **Posez le diagnostic :** régularité ? qualité ? visibilité locale ? engagement ? Un seul problème à la fois.
- [ ] **Misez sur les bonnes vieilles automatisations :** vos annonces publiées automatiquement depuis votre logiciel de transaction, vos avis clients mis en avant automatiquement.
- [ ] **Ayez des posts prêts à publier** et à personnaliser pour ne jamais partir d'une page blanche.
- [ ] **Avancez étape par étape** selon vos enjeux et là où vous en êtes.

À RETENIR **Ce n'est pas la prouesse du siècle. Mais être visible 52 semaines sur 52, ça marche.**

L'ERREUR

6 Confondre « création de contenu » et « pilotage des réseaux sociaux »

On parle beaucoup de création de contenu, parce que c'est là que l'IA bluffe le plus. Mais piloter ses réseaux sociaux, ce n'est pas « juste » créer un post au moment où on y pense. C'est un système qui tourne 52 semaines par an pour publier régulièrement, sur les bons canaux, et faire grandir sa communauté.

1. IDÉATION	2. CRÉATION	3. PUBLICATION	4. ANALYSE
Trouver les bonnes idées, au bon moment.	Créer du contenu impactant. *(Là où on se focalise tous.)*	Diffuser au bon moment, sur les bons canaux.	Mesurer, comprendre et améliorer.

GESTION DES COMMUNAUTÉS Interagir, répondre, créer du lien et fidéliser, à chaque étape.

Le cycle de pilotage des réseaux sociaux : la création n'en est qu'une étape sur cinq.

À FAIRE À LA PLACE

- ☐ **Idéation :** suivez les comptes de vos concurrents et des agences qui vous inspirent. L'IA peut les analyser pour vous.
- ☐ **Publication :** planifiez à l'avance, avec un rythme cible (ex. 3 posts par semaine) et plusieurs canaux.
- ☐ **Analyse :** regardez au moins une fois par mois ce qui a marché, et faites-vous recommander quoi améliorer.
- ☐ **Communauté :** répondez aux commentaires et aux messages. C'est là que naissent les mandats.

À RETENIR **Choisissez des solutions qui vous aident sur tout le cycle, pas seulement sur la création.**

L'ERREUR

7 Penser que parce que l'IA pourrait le faire, vous allez le faire

L'histoire classique : on se paie une formation IA avec le formateur à la mode, qui montre tout ce que l'IA sait faire. On en ressort en se disant « ça y est, j'ai tout compris, je peux tout gérer ».

Puis on rentre à l'agence. Et ça ne se passe pas comme prévu. C'est normal : ce n'est pas votre métier. Souvent, il ne se passe même… rien du tout, parce que le quotidien reprend ses droits.

> ChatGPT ne vous passera pas de coup de fil quand ça fait trois semaines que vous n'avez rien publié. Au mieux, il vous enverra une notification… qui se noiera dans toutes les autres.

CE QUI FAIT VRAIMENT LA DIFFÉRENCE : UN SYSTÈME

- ☐ **Quelqu'un de dédié**, ou du temps sanctuarisé dans votre agenda chaque semaine.
- ☐ **Des outils et des process** qui tournent même quand vous êtes débordé.
- ☐ **Et surtout de l'accompagnement :** un suivi régulier, quelqu'un de proactif qui vous relance et vous aide à progresser.

À RETENIR **L'IA peut changer la vie de votre agence, à condition d'avoir le bon suivi et le bon accompagnement.**

cocoonimmo

La checklist avant de publier

À imprimer, à épingler, ou à garder en capture d'écran.

AVANT CHAQUE POST

- [ ] Je dirais cette légende **à voix haute** à un client, sans rougir. erreur 1
- [ ] Le visuel ne **« sent » pas l'IA** : il aurait pu être fait sur Canva ou au smartphone. erreur 1
- [ ] Le post coche au moins un critère : **local, incarné ou spécifique**. erreur 2
- [ ] Aucune agence ne pourrait publier **exactement le même** post. erreur 2
- [ ] Les photos de personnes et de lieux sont **vraies**. erreur 3

CHAQUE MOIS

- [ ] J'ai testé l'IA sur **au moins une tâche** qui me fait gagner du temps. erreur 4
- [ ] Je sais quel est **mon problème n°1** sur les réseaux, et je ne travaille que sur lui. erreur 5
- [ ] Mes annonces et mes avis clients sont **publiés automatiquement**. erreur 5
- [ ] J'ai regardé mes **statistiques** et noté une chose à améliorer. erreur 6
- [ ] J'ai répondu à **tous les commentaires et messages**. erreur 6

MON SYSTÈME

- [ ] J'ai un **créneau fixe** dans mon agenda (ou une personne dédiée) pour les réseaux. erreur 7
- [ ] Je suis **accompagné** : quelqu'un me relance si je décroche. erreur 7

cocoon immo

Et si on construisait votre système ensemble ?

Chez Cocoon-Immo, on accompagne les agences sur tout le cycle : idées de posts, contenus prêts à publier et à personnaliser, mise en avant automatique de vos annonces et de vos avis clients, recommandations pour progresser… et surtout un chargé de compte qui vous suit, et qui vous appelle quand ça fait trop longtemps que vous n'avez rien publié.

Réservez votre démo personnalisée
Un échange pour faire le point sur vos réseaux sociaux et voir ce qu'on peut mettre en place pour votre agence.

Je réserve ma démo →

cocoon-immo.io/demo

1 500+

pros de l'immo accompagnés

400+

avis Google à 5/5, qui parlent surtout… du suivi

Retrouvez-nous au salon RENT
Stand D26

hello@cocoon-immo.io
www.cocoon-immo.io