TÉCNICAS DE VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN EN INMOBILIARIAS

SKU: EVOL-1725-iNO-B | **Categorías:** ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN, Inmobiliaria

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	90
Acreditado por Universidad	NO
Créditos ECTS	0

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

Este Curso Online de Técnicas de Ventas y Comercialización en Inmobiliarias le ofrece una formación básica en la materia. Debemos saber que en la actualidad la gestión comercial inmobiliaria dentro del área profesional de compraventa, necesitan personal con las capacidades adecuadas para llevar a cabo de manera exitosa la comercialización inmobiliaria, profundizando en aspectos como el marketing y promoción inmobiliaria, la venta personal y la venta online.

Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING Y COMUNICACIÓN EN EL SECTOR INMOBILIARIO.

1. Conceptos básicos de marketing aplicados a la comercialización inmobiliaria.
2. El plan de marketing:
3. - Objetivos y finalidad.
4. - Marketing estratégico: acciones.
5. - Marketing operativo: acciones.
6. El plan de medios y comunicación:
7. - El proceso y objetivos del plan de comunicación.
8. - Medios y canales de comunicación.
9. Las acciones comerciales en el sector inmobiliario.
10. - Establecimiento de objetivos.
11. - Identificación de características y valor añadido de los inmuebles o servicio de intermediación inmobiliaria.
12. - Identificación del mercado potencial y el entorno competitivo.
13. - Elaboración del mensaje.
14. - Identificación de los medios de publicidad y promoción. Ventajas e inconvenientes de su utilización.
15. Las campañas publicitarias periódicas o puntuales.

16. - La estimación del presupuesto de la acción comercial
17. - La coordinación de la campaña.
18. - Establecimiento de métodos de control de la campaña.
19. Marketing directo:
20. - Naturaleza.
21. - Principales herramientas del marketing directo.
22. - El control de los resultados.
23. Telemarketing y gestión de relaciones con clientes (CRM).

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA.

1. Los puntos de venta de inmuebles:
2. - La agencia.
3. - El piso piloto.
4. - La red de colaboradores activos.
5. - Otros puntos de comercialización de inmuebles: ferias del sector.
6. Líneas de producto y estrategias de posicionamiento.
7. - La cartera de inmuebles a la venta o en alquiler.
8. - Dimensiones del producto inmobiliario.
9. - Jerarquía y clasificaciones.
10. El proceso de decisión de compra.
11. - Roles y comportamientos en la compra inmobiliaria.
12. - Etapas en el proceso de decisión de compra.
13. - La percepción de la oferta.
14. - Factores principales que influyen en la decisión de compra.
15. Información gráfica de los productos inmuebles.
16. - Documentación y materiales de muestra exigible por la legislación vigente.
17. - Interpretación de planos y superficie.
18. - Presentaciones digitales.
19. - Los libros de muestra de cada uno de los productos a la venta o alquiler.
20. - La memoria de calidades, materiales, instalaciones y equipamiento.
21. - Lista de precios de cada producto en venta o en alquiler y de sus condiciones de compra o posesión.
22. - Condiciones de adquisición y arrendamiento de cada inmueble.
23. Documentación de la promoción comercial de inmuebles:
24. - Documentación a obtener del interesado, en cada momento.
25. - Carpeta de información a entregar a cada interesado.
26. - Libros de control de prospectos interesados en la promoción.
27. - Los circuitos de información con la dirección.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIOS Y SOPORTES DE PROMOCIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA.

1. El diseño del mensaje comercial:
2. - Contenido y estructura en la promoción de inmuebles.
3. - Definir el mensaje que se quieren transmitir: las características relevantes.

4. - Tipos y formatos del mensaje.
5. - Visibilidad y percepción del mensaje.
6. Medios e instrumentos de promoción:
7. - Medios y canales: personales y no personales.
8. - El mix de medios en la promoción inmobiliaria.
9. - El presupuesto de comunicación de medios.
10. Soportes de promoción inmobiliaria:
11. - Tipos de soporte: anuncios, cartas, folletos y carteles entre otros.
12. - Ventajas y desventajas de cada soporte.
13. - Técnicas básicas de elaboración: rotulación, forma y color para folletos y carteles.
14. - Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA DE BIENES INMOBILIARIOS.

1. Definición de la venta personal inmobiliaria.
2. Características de la venta inmobiliaria.
3. - Disputada (competitiva y cooperativa).
4. - De alto precio y riesgo.
5. - Compleja.
6. - Azarosa.
7. - Estratégica.
8. - Planificada (metódica).
9. - Incremental y multivisita.
10. La venta de bienes de consumo vs las ventas de alto precio y riesgo.
11. Las características del cliente y el proceso de decisión del cliente.
12. - La necesidad y deseo de compra en el caso de bienes inmuebles.
13. - La reacción al precio.
14. - La reacción al vendedor.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TÉCNICAS DE VENTA PERSONAL EN LA VENTA INMOBILIARIA.

1. El proceso de venta.
2. Detección de necesidades y capacidad del cliente de productos o servicios inmobiliarios:
3. - Las necesidades críticas y no críticas en el deseo del cliente.
4. - El sistema de preguntas: clases, formas y momentos.
5. - Reglas básicas para formular preguntas y calificar a los clientes demandantes.
6. - La comprobación de la existencia de inmuebles en la cartera de inmuebles.
7. - Detección de la capacidad económica y operativa del cliente.
8. Las técnicas de escucha activa.
9. - La recepción del mensaje comercial.
10. - La conducta de escucha.
11. - La comunicación no verbal.
12. Presentación del producto inmobiliario.
13. - Características, beneficios y ventajas de la oferta.

14. - Técnicas de muestra de los inmuebles.
15. - Las “ayudas” a las Ventas.
16. Argumentación comercial:
17. - Objeciones en la venta inmobiliaria: concepto y clasificación de las objeciones.
18. - Los Métodos de contraargumentación.
19. - Prevención de las objeciones.
20. Técnicas de tratamiento de objeciones a la venta:
21. - Tratamiento de las objeciones de carácter universal.
22. - Tratamiento de las objeciones basadas en el importe de la intermediación.
23. - Tratamiento de las objeciones basadas en la pretendida falta de eficacia de la intermediación.
24. - Tratamiento de las objeciones basadas en la forma de establecer la relación con el propietario.
25. - Tratamiento de las objeciones basadas en nuestra imagen de empresa.
26. - Tratamiento de objeciones basadas en otros criterios.
27. El cierre de la venta inmobiliaria:
28. - Naturaleza, finalidad y características del cierre.
29. - Las dos vías al cierre.
30. - El miedo al cierre.
31. - El cierre anticipado.
32. - Otros aspectos del cierre.
33. Las técnicas del cierre.
34. - Cierre directo.
35. - Cierre indirecto.
36. - Cierre condicional.
37. - Cierre de Rackham/Huthwaite.
38. - Otros tipos de cierre.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DOCUMENTACIÓN EN LA VENTA INMOBILIARIA.

1. El control de recepción de los clientes potenciales.
2. Las visitas al inmueble.
3. - La confirmación de la cita.
4. - Preparación de la entrevista.
5. - La realización de la visita al inmueble.
6. - La hoja de visita.
7. - Los finales de la visita.
8. - La comunicación del resultado de la visita.
9. Preparación de las condiciones básicas de la oferta de compra.
10. - El estudio documental, tributario y fiscal de la operación con el comprador potencial.
11. - La oferta de compra al propietario.
12. - Gestiones posteriores en caso de acuerdo inicial.
13. - Cumplimentación de documentos comerciales y precontratos de operaciones inmobiliarias.
14. La asistencia a la firma del acuerdo.
15. El estudio del éxito y fracaso de las operaciones intentadas.