



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

COMM050PO PLAN DE MARKETING EN EL SECTOR INMOBILIARIO

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este Curso COMM050PO PLAN DE MARKETING EN EL SECTOR INMOBILIARIO le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Comercio y marketing. Con este CURSO COMM050PO PLAN DE MARKETING EN EL SECTOR INMOBILIARIO el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y planificar y analizar el marketing inmobiliario, así como implementar un plan de marketing.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN EL SECTOR INMOBILIARIO

1. El marketing como sistema de gestión
2. - Discusión del término marketing
3. - El contexto actual del mercado inmobiliario
4. - El concepto de cadena de valor y la utilidad del marketing
5. El plan de marketing
6. - El mercado como entorno dinámico
7. - Epígrafes de un plan de marketing
8. - El plan de marketing en el sector inmobiliario

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN DE MARKETING

1. Sistemas de información de marketing
2. - La necesidad de obtener información de mercado
3. - Fuentes internas
4. - Fuentes secundarias
5. - Estudios ad-hoc
6. Segmentación
7. - Definición de segmentación
8. - Racional: ¿por qué segmentamos?
9. - Variables de segmentación típicas en el sector inmobiliario
10. - Targeting: cómo escoger un segmento y dirigirnos a él
11. Posicionamiento
12. - El concepto de posicionamiento: Ries y Trout
13. - El concepto de ventaja competitiva sostenible
14. - La marca como agregado de estímulos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPLEMENTANDO EL PLAN DE MARKETING

1. Marketing mix: el producto
2. - Definición de producto
3. - Las tres dimensiones del producto inmobiliario
4. - Distinción entre producto y marca
5. - El ciclo de vida del producto en el sector inmobiliario
6. Marketing mix: distribución

7. - Canales de venta
8. - El asesor de ventas
9. Marketing mix: el precio
10. - La importancia de la variable precio
11. - El carácter relativo del precio
12. - Estrategias de precios
13. - Métodos de fijación de precio
14. Marketing mix: comunicación/aspectos generales
15. - El mix de comunicación
16. - El fenómeno de la saturación publicitaria
17. - El modelo del “embudo de fidelidad a marca”.
18. Un modelo de gestión de los clientes
19. - El embudo aplicado al proceso de venta inmobiliario
20. - Comunicación impersonal
21. - Comunicación personal
22. Trabajando la notoriedad
23. - El uso de la publicidad en el sector inmobiliario
24. - El estudio del coste por impacto
25. - Agencias de publicidad
26. - Desarrollando una campaña de publicidad
27. La interacción personal, contact centers y gestión de las visitas
28. - Marketing de permiso frente a Marketing de interrupción
29. - Implantación y gestión de Contact Centers
30. - La visita
31. Gestionando la relación, el uso del CRM
32. - Introducción al CRM: consumer relationship management
33. - La importancia de la relación post-venta
34. - De la fidelidad a la evangelización
35. Marketing inmobiliario en internet
36. - Internet 2.0 y la empresa inmobiliaria
37. - Search marketing
38. - Estrategia on-line: recomendaciones



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es