



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Técnicas de Ventas y Comercialización en Inmobiliarias

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

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

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

MÓDULO 1. TÉCNICAS DE VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN EN INMOBILIARIAS

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



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