

TÉCNICAS DE VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN EN INMOBILIARIAS

60 Horas

Objetivos:

Aprenderás cómo mejorar las habilidades necesarias para 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.

