

MF0811_2 COMERCIALIZACIÓN INMOBILIARIA

SKU: EVOL-1821-iNO-B | Categorías: [ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN](#), [Inmobiliaria](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [130](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

Más información [CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

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 FORMATIVA 1. MARKETING Y PROMOCIÓN INMOBILIARIA

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. El plan de medios y comunicación
4. Las acciones comerciales en el sector inmobiliario.
5. Las campañas publicitarias periódicas o puntuales.
6. Marketing directo
7. 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. Líneas de producto y estrategias de posicionamiento.
3. El proceso de decisión de compra.
4. Información gráfica de los productos inmuebles.



5. Documentación de la promoción comercial de inmuebles

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

1. El diseño del mensaje comercial
2. Medios e instrumentos de promoción
3. Soportes de promoción inmobiliaria

UNIDAD FORMATIVA 2. VENTA PERSONAL INMOBILIARIA**UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA VENTA DE BIENES INMOBILIARIOS.**

1. Definición de la venta personal inmobiliaria.
2. Características de la venta inmobiliaria.
3. La venta de bienes de consumo vs las ventas de alto precio y riesgo.
4. Las características del cliente y el proceso de decisión del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 técnicas de escucha activa
4. Presentación del producto inmobiliario.
5. Argumentación comercial
6. Técnicas de tratamiento de objeciones a la venta
7. El cierre de la venta inmobiliaria
8. Las técnicas del cierre.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN EN LA VENTA INMOBILIARIA.

1. El control de recepción de los clientes potenciales.
2. Las visitas al inmueble.
3. Preparación de las condiciones básicas de la oferta de compra.
4. La asistencia a la firma del acuerdo.
5. El estudio del éxito y fracaso de las operaciones intentadas.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN EL PROCESO DE VENTA.

1. Conflictos y reclamaciones en la venta inmobiliaria
2. Normativa de protección al consumidor en el caso de la comercialización inmobiliaria:
3. Gestión y resolución de reclamaciones
4. Ventajas y procedimiento.
5. Código deontológico y autorregulación de la comercialización inmobiliaria.



UNIDAD FORMATIVA 3. VENTA PERSONAL**UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNET COMO CANAL DE VENTA**

1. Las relaciones comerciales a través de Internet.
2. Utilidades de los sistemas «on line».
3. Modelos de comercio a través de Internet.
4. Servidores «on line».

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB

1. El internauta como cliente potencial y real.
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web.
3. Tiendas virtuales.
4. Medios de pago en Internet.
5. Conflictos y reclamaciones de clientes.
6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.

