

Técnicas de ventas y comercialización en inmobiliarias

Duración: 60 h

Objetivos

Adquirir las competencias profesionales necesarias 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.

TEMARIO

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

Conceptos básicos de marketing aplicados a la comercialización inmobiliaria.

El plan de marketing:

- Objetivos y finalidad.
- Marketing estratégico: acciones.
- Marketing operativo: acciones.

El plan de medios y comunicación:

- El proceso y objetivos del plan de comunicación.
- Medios y canales de comunicación.

Las acciones comerciales en el sector inmobiliario.

- Establecimiento de objetivos.
- Identificación de características y valor añadido de los inmuebles o servicio de intermediación inmobiliaria.
- Identificación del mercado potencial y el entorno competitivo.
- Elaboración del mensaje.
- Identificación de los medios de publicidad y promoción. Ventajas e inconvenientes de su utilización.

Las campañas publicitarias periódicas o puntuales.

- La estimación del presupuesto de la acción comercial
- La coordinación de la campaña.
- Establecimiento de métodos de control de la campaña.

Marketing directo:

- Naturaleza.
- Principales herramientas del marketing directo.

- El control de los resultados.

Telemarketing y gestión de relaciones con clientes (CRM).

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA.

Los puntos de venta de inmuebles:

- La agencia.
- El piso piloto.
- La red de colaboradores activos.
- Otros puntos de comercialización de inmuebles: ferias del sector.

Líneas de producto y estrategias de posicionamiento.

- La cartera de inmuebles a la venta o en alquiler.
- Dimensiones del producto inmobiliario.
- Jerarquía y clasificaciones.

El proceso de decisión de compra.

- Roles y comportamientos en la compra inmobiliaria.
- Etapas en el proceso de decisión de compra.
- La percepción de la oferta.
- Factores principales que influyen en la decisión de compra.

Información gráfica de los productos inmuebles.

- Documentación y materiales de muestra exigible por la legislación vigente.
- Interpretación de planos y superficie.
- Presentaciones digitales.
- Los libros de muestra de cada uno de los productos a la venta o alquiler.
- La memoria de calidades, materiales, instalaciones y equipamiento.
- Lista de precios de cada producto en venta o en alquiler y de sus condiciones de compra o posesión.
- Condiciones de adquisición y arrendamiento de cada inmueble.

Documentación de la promoción comercial de inmuebles:

- Documentación a obtener del interesado, en cada momento.
- Carpeta de información a entregar a cada interesado.
- Libros de control de prospectos interesados en la promoción.
- Los circuitos de información con la dirección.

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

El diseño del mensaje comercial:

- Contenido y estructura en la promoción de inmuebles.
- Definir el mensaje que se quieren transmitir: las características relevantes.
- Tipos y formatos del mensaje.

- Visibilidad y percepción del mensaje.

Medios e instrumentos de promoción:

- Medios y canales: personales y no personales.
- El mix de medios en la promoción inmobiliaria.
- El presupuesto de comunicación de medios.

Soportes de promoción inmobiliaria:

- Tipos de soporte: anuncios, cartas, folletos y carteles entre otros.
- Ventajas y desventajas de cada soporte.
- Técnicas básicas de elaboración: rotulación, forma y color para folletos y carteles.
- Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA DE BIENES INMOBILIARIOS.

Definición de la venta personal inmobiliaria.

Características de la venta inmobiliaria.

- Disputada (competitiva y cooperativa).
- De alto precio y riesgo.
- Compleja.
- Azarosa.
- Estratégica.
- Planificada (metódica).
- Incremental y multivisita.

La venta de bienes de consumo vs las ventas de alto precio y riesgo.

Las características del cliente y el proceso de decisión del cliente.

- La necesidad y deseo de compra en el caso de bienes inmuebles.
- La reacción al precio.
- La reacción al vendedor.

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

El proceso de venta.

Detección de necesidades y capacidad del cliente de productos o servicios inmobiliarios:

- Las necesidades críticas y no críticas en el deseo del cliente.
- El sistema de preguntas: clases, formas y momentos.
- Reglas básicas para formular preguntas y calificar a los clientes demandantes.
- La comprobación de la existencia de inmuebles en la cartera de inmuebles.
- Detección de la capacidad económica y operativa del cliente.

Las técnicas de escucha activa.

- La recepción del mensaje comercial.
- La conducta de escucha.

- La comunicación no verbal.

Presentación del producto inmobiliario.

- Características, beneficios y ventajas de la oferta.
- Técnicas de muestra de los inmuebles.
- Las “ayudas” a las Ventas.

Argumentación comercial:

- Objeciones en la venta inmobiliaria: concepto y clasificación de las objeciones.
- Los Métodos de contraargumentación.
- Prevención de las objeciones.

Técnicas de tratamiento de objeciones a la venta:

- Tratamiento de las objeciones de carácter universal.
- Tratamiento de las objeciones basadas en el importe de la intermediación.
- Tratamiento de las objeciones basadas en la pretendida falta de eficacia de la intermediación.
- Tratamiento de las objeciones basadas en la forma de establecer la relación con el propietario.
- Tratamiento de las objeciones basadas en nuestra imagen de empresa.
- Tratamiento de objeciones basadas en otros criterios.

El cierre de la venta inmobiliaria:

- Naturaleza, finalidad y características del cierre.
- Las dos vías al cierre.
- El miedo al cierre.
- El cierre anticipado.
- Otros aspectos del cierre.

Las técnicas del cierre.

- Cierre directo.
- Cierre indirecto.
- Cierre condicional.
- Cierre de Rackham/Huthwaite.
- Otros tipos de cierre.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DOCUMENTACIÓN EN LA VENTA INMOBILIARIA.

El control de recepción de los clientes potenciales.

Las visitas al inmueble.

- La confirmación de la cita.
- Preparación de la entrevista.
- La realización de la visita al inmueble.
- La hoja de visita.
- Los finales de la visita.

- La comunicación del resultado de la visita.

Preparación de las condiciones básicas de la oferta de compra.

- El estudio documental, tributario y fiscal de la operación con el comprador potencial.

- La oferta de compra al propietario.

- Gestiones posteriores en caso de acuerdo inicial.

- Cumplimentación de documentos comerciales y precontratos de operaciones inmobiliarias.

La asistencia a la firma del acuerdo.

El estudio del éxito y fracaso de las operaciones intentadas.