



Técnicas de venta inmobiliaria

Técnicas de venta inmobiliaria

Duración: 30 horas

Precio: euros

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un acceso a una plataforma de teleformación de última generación con un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

Titulación:

Al finalizar el curso obtendrás un certificado de realización y aprovechamiento del curso según el siguiente modelo:



Requisitos previos:

No hay requisitos previos ni profesionales ni formativos

Salidas profesionales:

Esta formación está encaminada a obtener una mejor cualificación y competencia profesional.

Programa del curso:

Unidad Didáctica 1: Introducción.1. Introducción 2. Objetivos específicos 3. Términos clave del marketing 3.1. Introducción 3.2. Orientación a la producción 3.3. Orientación al marketing 3.3.1. Investigación comercial 3.3.2. Organización comercial 3.3.3. Planificación comercial 4. El concepto de marketing aplicado a la intermediación inmobiliaria 4.1. Introducción 4.2. Elementos del marketing en el contexto inmobiliario 4.3. La oferta inmobiliaria 4.4. Agentes intervinientes en el sector 5. La función de venta: Concepto 5.1. Introducción 5.2. La función de venta: ampliación del concepto 6. Elementos y reglas de la venta 6.1. Introducción 6.2. Subfunciones 7. La importancia de la fidelización 8. Resumen Unidad Didáctica 2: La figura del cliente.1. Introducción 2. Objetivos específicos 3. Tipología de clientes 4. Expectativas del cliente 5. Diagnóstico de necesidades 5.1. Introducción 5.2. Tipos de preguntas 6. La investigación en la venta inmobiliaria: el arte de preguntar 6.1. Introducción 6.2. La

introducción de la etapa de preguntas 6.3. Las ventajas de hacer buenas preguntas 7. La personalización de la venta 8. Resumen Unidad Didáctica 3: Técnicas de venta.1. Introducción 2. Objetivos específicos 3. Fases de la venta 4. Principales técnicas de venta 5. Técnica AIDAS 6. Resumen Unidad Didáctica 4. Fases en el diálogo de ventas.1. Introducción 2. Objetivos específicos 3. Estructura de la venta inmobiliaria 4. Toma de contacto y presentación del objetivo 4.1. Introducción 4.2. Sentirse escuchado 4.3. En la venta inmobiliaria 4.4. Cómo se genera confianza 4.5. Los primeros instantes 5. La Investigación: Necesidades y Motivaciones de Compra 6. Argumentación 6.1. Introducción 6.2. Cómo presentar un inmueble 6.3. La máquina de argumentos 6.4. Pasos de la argumentación 6.5. Cómo debe ser la argumentación 7. Demostración 7.1. Introducción 7.2. Cómo enseñar un inmueble 7.3. Qué hay que conocer del inmueble que vamos a enseñar 7.4. Cómo preparar un piso 8. Tratamiento de objeciones 8.1. Introducción 8.2. Tipos de objeciones y cómo tratarlas 8.3. Objeciones más comunes 8.4. Las objeciones en la venta inmobiliaria 8.5. Tipos de objeciones en la venta inmobiliaria 9. Resumen Unidad Didáctica 5: El cierre de la venta.1. Introducción 2. Objetivos específicos 3. El cierre de la venta 4. Técnicas para cerrar la venta 5. Como cerrar el compromiso con el cliente de un inmueble 5.1. Introducción 5.2. ¿Cómo cerrar? 6. Resumen Unidad Didáctica 6: Tratamiento de quejas.1. Introducción 2. Objetivos específicos 3. La queja 3.1. Introducción 3.2. Iceberg de Tard 3.3. ¿Por qué se quejan los administradores/clientes? 3.4. Progresividad en la queja 4. Resolución de quejas 5. Resumen Unidad Didáctica 7: Importancia del teléfono.1. Introducción 2. Objetivos específicos 3. Aspectos formales en el uso del teléfono 3.1. Introducción 3.2. La voz 3.3. El tono 3.4. La elocución 3.5. La articulación 3.6. El silencio 3.7. La sonrisa 3.8. Paralenguaje 4. Cómo atender al teléfono correctamente 5. Atención telefónica en la venta inmobiliaria 5.1. Entrada de una llamada en la oficina 5.2. El cliente llama a la oficina para pedir información 5.3. Dos situaciones posibles 5.4. Despedida 5.5. Objeciones de los clientes para pasar por la oficina 6. Resumen /