

TÉCNICAS DE VENTA INMOBILIARIA (20 HORAS)

MODALIDAD: ONLINE

CONTACTO: campus@formagesting.com / +34 722 164 372

OBJETIVOS DEL CURSO

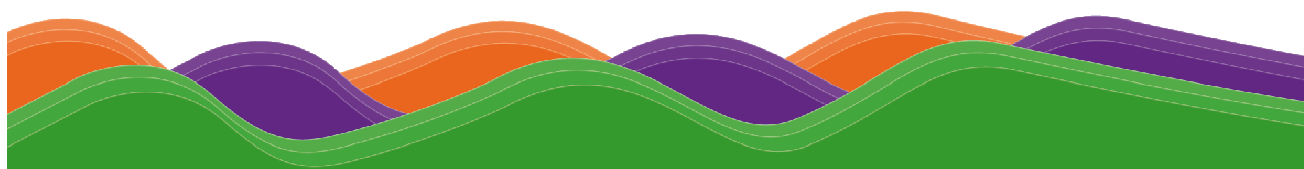
OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer los conceptos de Marketing y Venta.
- Desarrollar un proceso de Marketing dentro de su empresa.
- Conocer los elementos y funciones del proceso de ventas para su posterior desarrollo.
- Reconocer la importancia que tiene la fidelización del cliente para la empresa y la función del vendedor en la misma.
- Distinguir las diferentes tipologías de clientes que existen.
- Adecuar el trato que se ofrece a las peculiaridades de cada tipo de cliente.
- Averiguar las expectativas del cliente para ofrecerle un servicio acorde a ellas.
- Diagnosticar las necesidades del cliente para ofrecerle un producto que las satisfaga.
- Personalizar la venta y fidelizar al cliente.
- Conocer las fases por las que atraviesa una venta.
- Conocer las técnicas más habituales de venta.
- Utilizar la técnica AIDA.
- Enfrentarse a una venta y conducirla adecuadamente hasta conseguir cerrarla.
- Afrontar las objeciones del cliente y solucionarlas.
- Cerrar la venta exitosamente y en el momento oportuno.
- Conocer y utilizar diversas técnicas que nos faciliten el éxito de la venta.
- Comprender que son muy pocos los clientes que se quejan y que las quejas y reclamaciones son la forma ideal para poder adaptar el servicio a lo que quiere el cliente.
- Saber qué es una queja, por qué se producen y quiénes son los clientes que suelen quejarse.
- Paliar los efectos nocivos de las quejas: pérdida de clientes, mala imagen, etc.
- Solucionar quejas, de modo que no produzcan pérdida de calidad de servicio.
- Ver la importancia de la recompra, de fidelizar a los clientes y de evitar que se vayan a otras compañías.
- Darse cuenta de que la causa principal de la pérdida de clientes es una mala calidad personal. El mal servicio es la principal causa de la pérdida de clientes.
- Contestar adecuadamente al teléfono.
- Conocer los diferentes componentes de la comunicación telefónica y reaccionar adecuadamente según el tipo de cliente con el que se esté tratando.
- Organizar la llamada para atenderla correctamente.

PROGRAMA

UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN

1. Términos clave del marketing.
 - 1.1. Introducción.
 - 1.2. Orientación a la producción.
 - 1.3. Orientación al marketing.



- 1.3.1. Investigación comercial.
 - 1.3.2. Organización comercial.
 - 1.3.3. Planificación comercial.
2. El concepto de marketing aplicado a la intermediación inmobiliaria.
 - 2.1. Introducción.
 - 2.2. Elementos del marketing en el contexto inmobiliario.
 - 2.3. La oferta inmobiliaria.
 - 2.4. Agentes intervinientes en el sector.
3. La función de venta: Concepto.
 - 3.1. Introducción.
 - 3.2. La función de venta: ampliación del concepto.
4. Elementos y reglas de la venta.
 - 4.1. Introducción.
 - 4.2. Subfunciones.
5. La importancia de la fidelización.

UNIDAD 2. LA FIGURA DEL CLIENTE

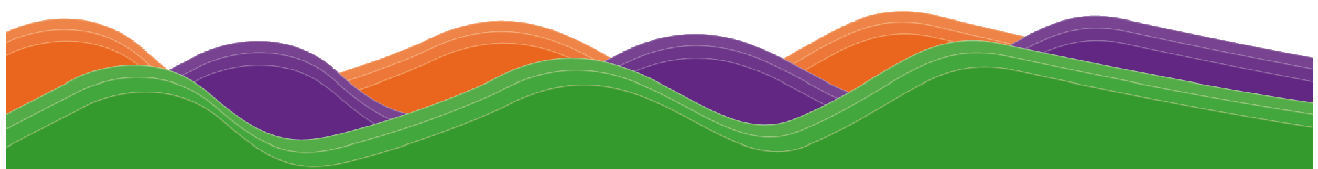
1. Tipología de clientes.
2. Expectativas del cliente.
3. Diagnóstico de necesidades.
 - 3.1. Introducción.
 - 3.2. Tipos de preguntas.
4. La investigación en la venta inmobiliaria: el arte de preguntar.
 - 4.1. Introducción.
 - 4.2. La introducción de la etapa de preguntas.
 - 4.3. Las ventajas de hacer buenas preguntas.
5. La personalización de la venta.

UNIDAD 3. TÉCNICAS DE VENTA

1. Fases de la venta.
2. Principales técnicas de venta.
3. Técnica AIDAS.

UNIDAD 4. FASES EN EL DIÁLOGO DE VENTAS

1. Estructura de la venta inmobiliaria.
2. Toma de contacto y presentación del objetivo.
 - 2.1. Introducción.
 - 2.2. Sentirse escuchado.
 - 2.3. En la venta inmobiliaria.
 - 2.4. Cómo se genera confianza.
 - 2.5. Los primeros instantes.
3. La investigación: Necesidades y Motivaciones de Compra.
4. Argumentación.
 - 4.1. Introducción.
 - 4.2. Cómo presentar un inmueble.
 - 4.3. La máquina de argumentos.
 - 4.4. Pasos de la argumentación.
 - 4.5. Cómo debe ser la argumentación.
5. Demostración.



- 5.1. Introducción.
- 5.2. Cómo enseñar un inmueble.
- 5.3. Qué hay que conocer del inmueble que vamos a enseñar.
- 5.4. Cómo preparar un piso.
6. Tratamiento de objeciones.
 - 6.1. Introducción.
 - 6.2. Tipos de objeciones y cómo tratarlas.
 - 6.3. Objeciones más comunes.
 - 6.4. Las objeciones en la venta inmobiliaria.
 - 6.5. Tipos de objeciones en la venta inmobiliaria.

UNIDAD 5. EL CIERRE DE LA VENTA

1. El cierre de la venta.
2. Técnicas para cerrar la venta.
3. Como cerrar el compromiso con el cliente de un inmueble.
 - 3.1. Introducción.
 - 3.2. ¿Cómo cerrar?

UNIDAD 6. TRATAMIENTO DE QUEJAS

1. La queja.
 - 1.1. Introducción.
 - 1.2. Iceberg de Tard.
 - 1.3. ¿Por qué se quejan los administradores/clientes?
 - 1.4. Progresividad en la queja.
2. Resolución de quejas.

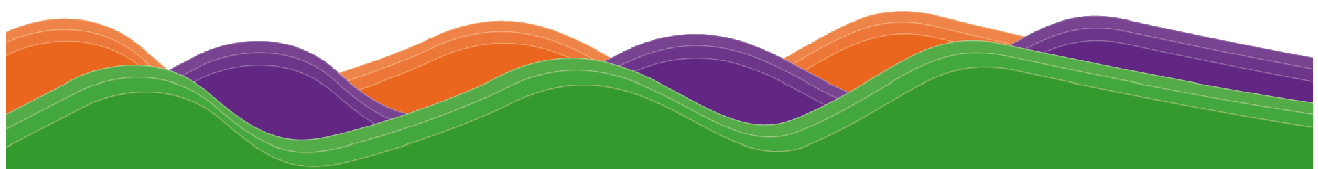
UNIDAD 7. IMPORTANCIA DEL TELÉFONO

1. Aspectos formales en el uso del teléfono.
 - 1.1. Introducción.
 - 1.2. La voz.
 - 1.3. El tono.
 - 1.4. La elocución.
 - 1.5. La articulación.
 - 1.6. El silencio.
 - 1.7. La sonrisa.
 - 1.8. Paralenguaje.
2. Cómo atender al teléfono correctamente.
3. Atención telefónica en la venta inmobiliaria.
 - 3.1. Entrada de una llamada en la oficina.
 - 3.2. El cliente llama a la oficina para pedir información.
 - 3.3. Dos situaciones posibles.
 - 3.4. Despedida.
 - 3.5. Objeciones de los clientes para pasar por la oficina.

FORMACIÓN NECESARIA PARA ACCEDER CON ÉXITO AL CURSO

No requiere formación previa.

Dirigido a profesionales del sector inmobiliario.



ESPECIFICACIONES

Curso Scorm. Ejercicios y Evaluaciones integrados en temario.





HARDWARE NECESARIO Y PERIFÉRICOS ASOCIADOS

Ordenador y conexión a Internet:

- **PC o Portátil** : Pentium II, CPU 3GHz, 512 MB de memoria RAM.
- **MAC**: Power Mac 64, Power Mac 65 ó Apple con procesador Intel 16 GB RAM.
- **Conexión a Internet**: ADSL mínimo 1MB o conexión 3G con una velocidad superior a 128 Kbps/seg.

SOFTWARE NECESARIO

El campus virtual funciona en los siguientes navegadores:

-  **Internet Explorer**: a partir de la versión 8.0.
-  **Google Chrome**: a partir de la versión 22.0.
-  **Mozilla Firefox**: a partir de la versión 15.0.
-  **Safari**: a partir de la versión 5.0.

Además, será necesario tener instalado:

- **Acrobat Reader**, versión 6.0 o superior, o **Foxit Reader**, versión 2.3.
- **Flash Player**.
- **Java Sun** (Google Chrome requiere la actualización 10 de la versión de Java).
- **Reproductor de Windows Media Player** a partir de la versión 9.

TIEMPO DE RESPUESTA

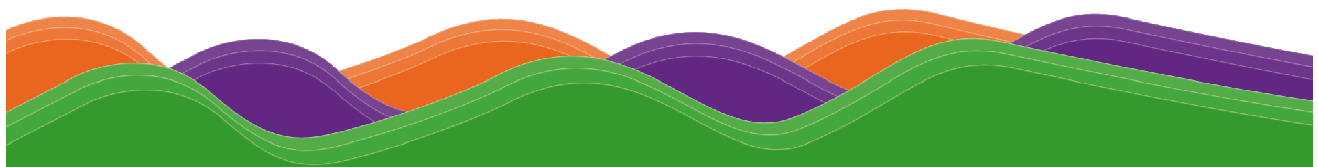
Los tutores pedagógicos atenderán a los alumnos en un plazo de 48 horas en días laborables.

SERVICIOS DEL CAMPUS VIRTUAL

- **Guía didáctica**. En ella se marcan y explican las pautas, orientaciones y recomendaciones necesarias para el seguimiento y aprovechamiento adecuado del curso.
- **Contenidos**. Los contenidos de este curso han sido realizados por un equipo multidisciplinar, entre los que se encuentran expertos en la materia que se desarrolla, pedagogos, docentes y técnicos informáticos en desarrollos multimedia.

En este curso se ha buscado un equilibrio entre el necesario rigor técnico de los contenidos y una presentación atractiva e intuitiva que facilite el seguimiento del curso y que constituya una clara opción de aprendizaje, de manera que todo aquél que lo realice vea satisfechas sus expectativas: comprensión y asimilación de todo lo relacionado con las unidades desarrolladas y capacidad para aplicar estos conocimientos a la práctica diaria.

El temario de este curso tiene un formato dinámico e interactivo, en base al cual podrás participar activamente en tu aprendizaje. En la construcción del mismo se han utilizado una serie



de iconos y links, que requieren tu participación en el descubrimiento de los contenidos, ya que deberás interactuar con los mismos para ver la información. De esta manera, el seguimiento del curso se convierte en una experiencia dinámica que requiere de una participación activa del alumno, lo que facilita la rapidez en la comprensión y uso de la información. Ello contribuye a conseguir que el curso resulte más entretenido y no debemos olvidar que el entretenimiento acrecienta el interés, el cual, a su vez, favorece la atención y concentración, que se traducen en mayores niveles de aprendizaje.

- **Actividades.** Hemos desarrollado ejercicios y casos prácticos interactivos, integrados en los contenidos, que fomentan la participación e interacción continua de los alumnos y permiten que vayan afianzando los conocimientos al mismo tiempo que los adquieren, con el fin de que lleguen totalmente preparados a la evaluación final y la superen sin dificultades.

- **Tutores a disposición del alumno:**

Un tutor pedagógico que le ayudará y motivará a lo largo del curso. Se pondrá en contacto periódicamente con los alumnos informándoles de su estado de evolución y animándoles a finalizar con éxito el curso. También les informará de todo lo relativo al curso (información de interés, inclusión de documentación adicional en la biblioteca, etc.).

Un tutor técnico o web máster que resolverá cualquier problema técnico de acceso a la plataforma, registro de notas, etc.

- **Otros servicios.** Estos cursos disponen de tutorías, correo electrónico, biblioteca (donde se encuentran documentos formativos complementarios, como el manual del curso), chat, FAQ's, agenda y calendario, foro y otros servicios incluidos en el Campus Virtual.

DIPLOMA

Al finalizar el curso los alumnos recibirán un **Diploma** o **Certificado**. “Enseñanza que no conduce a la obtención de un título con valor oficial”.

