

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Determinar la cartera de inmuebles aplicando técnicas de prospección y acciones de marketing directo para la localización de inmuebles en distintos territorios o áreas de actividad inmobiliaria Aplicar técnicas de captación de inmuebles en el contacto en frío con clientespropietarios tipo, en diferentes situaciones y contextos propios de la actividad inmobiliaria Aplicar técnicas de negociación en la captación y definición de condiciones de distintos tipos de encargos de intermediación, compraventa y alquiler Complimentar los distintos modelos de documentos y/o contratos de encargo de mediación, que se pueden presentar en actividades de captación de inmuebles Organizar la información y datos de distintas carteras de inmuebles utilizando técnicas de archivo en soporte convencional e informático Aplicar técnicas de trabajo en red durante la utilización de la información existente en bolsas de inmuebles distintas a la de la propia empresa

CONTENIDOS

UD1. Mercado inmobiliario y distribución inmobiliaria.

- 1.1. El sector inmobiliario.
- 1.2. Características del mercado inmobiliario.
- 1.3. La agencia inmobiliaria.
- 1.4. Posicionamiento y estrategia de la agencia inmobiliaria en el mercado local.

UD2. Técnicas de prospección y localización de inmuebles.

- 2.1. La función de prospección del mercado inmobiliario.
- 2.2. Rutas de prospección.
- 2.3. Técnicas de localización de inmuebles.
- 2.4. Calificación de los prospectos.

UD3. Técnicas de captación inmobiliaria.

- 3.1. Técnicas de aproximación a los prospectos.
- 3.2. Técnicas personales en la captación de encargos de intermediación.
- 3.3. La Entrevista de Captación.
- 3.4. Argumentario de captación y el tratamiento de objeciones.
- 3.5. Otros recursos para la captación.
- 3.6. Documentación de la captación.
- 3.7. El final de la captación.
- 3.8. Uso de los datos obtenidos en la captación.

UD4. Técnicas de intermediación y negociación.

- 4.1. Tipos de encargos de intermediación inmobiliaria.
- 4.2. Negociación de los términos del encargo de mediación inmobiliaria.
- 4.3. Acuerdos de captación en exclusiva.
- 4.4. El contrato de exclusiva.

UD5. Sistemas de gestión comercial inmobiliaria.

- 5.1. Características de los sistemas de gestión inmobiliaria.

5.2. Sistemas de organización y archivo de la información captada.

5.3. El trabajo en red inmobiliaria.

5.4. Otras iniciativas emergentes en la gestión comercial inmobiliaria.
