

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Aplicar técnicas de promoción de distintas carteras de inmuebles Elaborar documentos y/o elementos promocionales sencillos de inmuebles, en diferentes soportes/medios, adaptados a las principales acciones de promoción inmobiliaria Preparar el plan de promoción de un conjunto de inmuebles elaborando los documentos y/o elementos promocionales del mismo

CONTENIDOS

UD1. Marketing y comunicación en el sector inmobiliario. 1.1. Conceptos básicos de marketing aplicados a la comercialización inmobiliaria. 1.2. El plan de marketing. 1.3. El plan de medios y comunicación. 1.4. Las acciones comerciales en el sector inmobiliario. 1.5. Las campañas publicitarias periódicas o puntuales. 1.6. Marketing directo. 1.7. Telemarketing y gestión de relaciones con clientes (CRM). UD2. Organización de la promoción comercial inmobiliaria. 2.1. Los puntos de venta de inmuebles. 2.2. Líneas de producto y estrategias de posicionamiento. 2.3. El proceso de decisión de compra. 2.4. Información gráfica de los productos inmuebles. 2.5. Documentación de la promoción comercial de inmuebles. UD3. Medios y soportes de promoción comercial inmobiliaria. 3.1. El diseño del mensaje comercial:. 3.2. Medios e instrumentos de promoción. 3.3. Soportes de promoción inmobiliaria.

