

Venta personal inmobiliaria



Área: COMERCIO Y MARKETING

Modalidad: Teleformación

Duración: 60 h

Precio: 30.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. La venta de bienes inmobiliarios

####

1.1 Definición de la venta personal inmobiliaria

####

1.2 Características de la venta inmobiliaria.

####

1.2.1 Disputada (competitiva y cooperativa)

####

1.2.2 De alto precio y riesgo.

####

1.2.3 Compleja

####

1.2.4 Azarosa

####

1.2.5 Estratégica

####

1.2.6 Planificada (metódica)

####

1.2.7 Incremental y multivisita

####

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

####

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

####

1.4.1 La necesidad y deseo de compra en el caso de bienes inmuebles

####

1.4.2 La reacción al precio

####

1.4.3 La reacción al vendedor

####

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Técnicas de venta personal en la venta inmobiliaria

####

2.1 El proceso de venta.

####

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

####

2.2.1 Las necesidades críticas y no críticas en el deseo del cliente.

####

2.2.2 El sistema de preguntas: clases, formas y momentos.

####

2.2.3 Reglas básicas para formular preguntas y calificar a los clientes demandantes.

####

2.2.4 La comprobación de la existencia de inmuebles en la cartera de inmuebles.

####

2.2.5 Detección de la capacidad económica y operativa del cliente

####

2.3 Las técnicas de escucha activa.

####

2.3.1 La recepción del mensaje comercial.

####

2.3.2 La conducta de escucha.

####

2.3.3 La comunicación no verbal.

####

2.4 Presentación del producto inmobiliario.

####

2.4.1 Características, beneficios y ventajas de la oferta

####

2.4.2 Técnicas de muestra de los inmuebles

####

2.4.3 Las “ayudas” a las Ventas

####

2.5 Argumentación comercial:

####

2.5.1 Objeciones en la venta inmobiliaria: concepto y calificación de las objeciones.

####

2.5.2 Los Métodos de contraargumentación

####

2.5.3 Prevención de las objeciones.

####

2.6 Técnicas de tratamiento de objeciones a la venta:

####

2.6.1 Tratamiento de las objeciones de carácter universal.

####

2.6.2 Tratamiento de las objeciones basadas en el importe de la intermediación.

####

2.6.3 Tratamiento de las objeciones basadas en la pretendida falta de eficacia de la intermediación

####

2.6.4 Tratamiento de las objeciones basadas en la forma de establecer la relación con el propietario.

####

2.6.5 Tratamiento de las objeciones basadas en nuestra imagen de empresa.

####

2.6.7 Tratamiento de objeciones basadas en otros criterios.

####

2.7 El cierre de la venta inmobiliaria

####

2.7.1 Naturaleza, finalidad y características del cierre

####

2.7.2 Las dos vías al cierre.

####

2.7.3 El miedo al cierre.

####

2.7.4 El cierre anticipado.

####

2.7.5 Otros aspectos del cierre

####

2.8 Las técnicas del cierre.

####

2.8.1 Cierre directo.

####

2.8.2 Cierre indirecto.

####

2.8.3 Cierre condicional.

####

2.8.4 Cierre de Rackham/Huthwaite

####

2.8.5 Otros tipos de cierre.

####

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Documentación en la venta inmobiliaria

####

3.1 El control de recepción de los clientes potenciales.

####

3.2 Las visitas al inmueble.

####

3.2.1 La confirmación de la cita

####

3.2.2 Preparación de la entrevista.

####

3.2.3 La realización de la visita al inmueble.

####

3.2.4 La hoja de visita.

####

3.2.5 Los finales de la visita

####

3.2.6 La comunicación del resultado de la visita.

####

3.3 Preparación de las condiciones básicas de la oferta de compra.

####

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

####

3.3.2 La oferta de compra al propietario.

####

3.3.3 Gestiones posteriores en caso de acuerdo inicial.

####

3.3.4 Cumplimentación de documentos comerciales y precontratos de operaciones inmobiliarias.

####

3.4 La asistencia a la firma del acuerdo.

####

3.5 El estudio del éxito y fracaso de las operaciones intentadas.

####

UNIDAD DIDÁCTICA 4. Atención de quejas y reclamaciones en el proceso de venta

####

4.1 Conflictos y reclamaciones en la venta inmobiliaria

####

4.1.1 Tipología: Quejas y Reclamaciones

####

4.1.2 Diferencias y consecuencias.

####

4.2 Normativa de protección al consumidor en el caso de la comercialización inmobiliaria:

####

4.2.1 Derechos de los consumidores: responsabilidad de intermediarios y distribuidores.

####

4.2.2 Información a suministrar en la compraventa y arrendamiento de bienes inmuebles.

####

4.2.3 Las normativas autonómicas de consumo

####

4.2.4 La ley de protección de datos.

####

4.3 Gestión y resolución de reclamaciones:

####

4.3.1 Las hojas de reclamaciones: elementos y cumplimentación

####

4.3.2 Procedimiento y consecuencias de las reclamaciones

####

4.3.3 Documentación y pruebas

####

4.3.4 Las OMIC (Oficinas municipales de información al consumidor)

####

4.3.5 Respuestas y usos habituales en el sector comercial

####

4.3.6 Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento

####

4.4 Código deontológico y autorregulación de la comercialización inmobiliaria.

####

4.4.1 Códigos deontológicos europeos y nacionales.

####

4.4.2 Cartilla de buenas prácticas en inmobiliaria

####

4.4.3 La prevención de blanqueo de capitales

####

4.4.4 La información en las comercializaciones especiales

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.