



# MKIN

experto en  
marketing inmobiliario

ONLINE

**IR** *online*  
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES  
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

programa de especialización

CÁTEDRA  
INMOBILIARIA  
El sector de la vivienda y el mercado



# Experto en Gestión Comercial y Marketing Inmobiliario

Precio: 1.425 €

Nº de horas: 175

## Temario

### TEMA 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING

Introducción al marketing inmobiliario  
Concepto de marketing. El mercado  
El mercado inmobiliario y el marketing. Conceptos  
Ámbito del marketing inmobiliario

### TEMA 2: LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

#### La investigación comercial

Los sistemas de información  
El sistema de información de marketing  
La investigación comercial en el sector inmobiliario  
Análisis y segmentación de la muestra para viviendas plurifamiliares  
Análisis del producto  
Análisis de precios  
Análisis de calidades  
Análisis de comercialización  
Análisis de financiación  
Planos de localización de promociones  
Cuadros tabulados  
La investigación comercial: estudios de oferta y demanda

### TEMA 3: MARKETING MIX: PRODUCTO, PRECIO, DISTRIBUCIÓN Y COMUNIDAD

#### El marketing mix

Concepto de marketing mix  
El producto inmobiliario  
Concepto de producto inmobiliario  
Dimensiones del producto  
¿Cómo hacer productos inmobiliarios que se vendan?  
El precio  
Concepto de precio  
Formas de variar el precio  
Responsable de la fijación de precios  
El coste  
Criterios a tener en cuenta a la hora de fijar un precio  
Objetivos de la política de precios  
Estrategias de precios  
La distribución  
Concepto de distribución  
Canales de ventas  
Las instalaciones de venta  
La oficina de venta y el piso piloto



La comunicación  
Concepto de comunicación  
Funciones y objetivos de la comunicación  
Formas de comunicación  
La publicidad como proceso de comunicación externa  
Los medios  
Ventajas de la campaña según los medios  
Clasificación de los medios  
**Caso Práctico**

## **TEMA 4: PLAN DE MARKETING**

### **Plan de marketing**

Ventajas de un plan de marketing  
Conceptos  
Fases y etapas de un plan de marketing  
Primera etapa análisis de la situación  
Segunda etapa diagnóstico de la situación. El análisis DAFO  
Tercera etapa. Fijación de los objetivos de marketing  
Cuarta etapa. Elección de las estrategias de marketing  
Quinta etapa. Los planes de acción  
Sexta etapa. Presupuesto de marketing y cuenta de explotación provisional  
Control del plan de marketing

## **TEMA 5: LA VENTA INMOBILIARIA**

### **La venta del producto inmobiliario**

La venta  
El método de la necesidad-satisfacción  
Perfil del vendedor inmobiliario  
La formación del vendedor  
El producto inmobiliario  
La demanda inmobiliaria  
Motivaciones del consumidor inmobiliario  
Tácticas de venta  
El proceso de la venta

### **La gestión del equipo de ventas**

El papel del equipo de ventas dentro de la función de marketing  
El trabajo del jefe de ventas  
Cómo planificar el proceso de ventas  
Determinación de los objetivos de venta  
Cómo organizar el equipo de ventas  
Tareas del equipo de ventas  
Número de vendedores necesarios  
Organización de la oficina de ventas  
La dirección del equipo de ventas  
Cómo integrar el equipo de ventas dentro de la empresa  
Cómo proveer de personal a la organización de ventas  
Redacción de la descripción del puesto  
Perfil del vendedor inmobiliario  
Cómo reclutar a los candidatos  
Revisión de solicitudes  
Comprobación de las referencias  
Pruebas psicotécnicas  
La entrevista estructurada

Análisis de colocación  
Cómo desarrollar la capacidad para la venta  
Cómo mejorar el rendimiento del equipo  
La formación sobre el terreno  
Reuniones de ventas  
Cómo motivar al equipo de ventas  
La remuneración  
Fijación de los niveles salariales  
Sistema de pago por resultados  
Los incentivos directos  
La satisfacción en el trabajo  
La seguridad  
El status  
Cómo controlar la actividad de ventas  
Fijación de los estándares de rendimiento para las ventas  
Recogida de información  
Cálculo y análisis de las desviaciones  
Adopción de medidas correctivas  
**Marketing en Internet**  
**Comercialización internacional**

## **TEMA 6: SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE-SERVICIO POSTVENTA**

Filosofía de un servicio de atención al cliente  
Responsabilidades de un servicio de atención al cliente  
Funciones específicas de un departamento de atención al cliente  
Como estudiar la demanda  
El fichero de clientes  
La personalización de las viviendas  
La entrega de llaves  
La gestión de las incidencias posventa

## **TEMA 7: CASO PRÁCTICO DE UN PLAN DE MARKETING**

La empresa  
Ubicación  
Análisis de demanda  
Demografía  
Población local/Nacional/Extranjera de Marbella  
Estudio de oferta

# Experto en Gestión Comercial y Marketing Inmobiliario

Duración: 175 horas

Precio: 1.425 €

## Datos de facturación:

Nombre y Razón Social: \_\_\_\_\_

NIF/CIF: \_\_\_\_\_ Fecha de Nacimiento: \_\_\_\_\_

Cargo que ocupa: \_\_\_\_\_

Domicilio: \_\_\_\_\_

Código postal: \_\_\_\_\_ Localidad: \_\_\_\_\_ Provincia: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

## Datos de envío:

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Domicilio: \_\_\_\_\_

Código postal: \_\_\_\_\_ Localidad: \_\_\_\_\_ Provincia: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

## Formas de pago:

Transferencia a favor de IPE Online en la cuenta de CAJAMAR

**3058/0886/92/2720004542**

Es imprescindible enviar el justificante de la misma al fax 902 876 520 con el nombre del alumno y el curso en el concepto. El envío de las claves de acceso se realizará a la recepción del justificante, a la dirección indicada en el apartado DATOS PARA EL ENVÍO.