

Programa formativo

COMERCIO Y MARKETING



Experto en Marketing Inmobiliario

Duración: 50 horas



Grupo Glorieta

Grupo Glorieta garantiza toda la formación impartida y la gestión de bonificaciones que realiza como entidad organizadora.

Objetivos

- Proporcionar la formación necesaria para conocer las ventajas que el Marketing puede ofrecer para mejorar el posicionamiento de la marca y las ventas de un producto inmobiliario.
- El marketing puede proporcionar herramientas muy adecuadas para poner en marcha un plan de comunicación lo suficientemente atractivo para que el cliente se entusiasme con un producto, y esto se puede aplicar también a un activo inmobiliario.

Contenidos

1. Introducción al marketing inmobiliario

- 1.1. Concepto de marketing.
- 1.2. El marketing y su entorno.
- 1.3. El mercado y el marketing.
- 1.4. El mercado inmobiliario y el marketing.

2. Segmentación del mercado

- 2.1. Segmentación del mercado.
- 2.2. Utilidad de la segmentación.
- 2.3. Requisitos de la segmentación.
- 2.4. Criterios de segmentación.
- 2.5. Segmentación del mercado inmobiliario.
- 2.6. Factores que influyen en los segmentos de mercado de vivienda.
- 2.7. Métodos y técnicas de segmentación.
- 2.8. Aplicación de la segmentación en el diseño de la estrategia comercial.

3. La investigación comercial

- 3.1. Introducción.
- 3.2. Los sistemas de información.
- 3.3. La investigación comercial en el sector inmobiliario.
- 3.4. Análisis de la competencia. Los estudios de oferta.
- 3.5. Análisis del cliente. Los estudios de demanda.

4. El producto inmobiliario

- 4.1. Clasificación.
- 4.2. Factores que inciden en la venta inmobiliaria.
- 4.3. La demanda inmobiliaria.
- 4.4. Motivaciones del cliente inmobiliario.

5. El precio. Proceso de valoración. Métodos de valoración

- 5.1. El precio.
- 5.2. Métodos de valoración.
- 5.3. El método de comparación.
- 5.4. Factores de influencia en la valoración por comparación. Tablas de homogenización.
- 5.5. El método de capitalización de rentas (actualización de rentas).
- 5.6. El método de costes de reposición.
- 5.7. El método de valor residual.
- 5.8. Valoraciones catastrales.
- 5.9. La depreciación del valor de tasación.
- 5.10. Criterios de los métodos, usos y finalidad de los diferentes métodos.
- 5.11. Ejemplo práctico resuelto de la tasación de un local comercial.

6. La comunicación

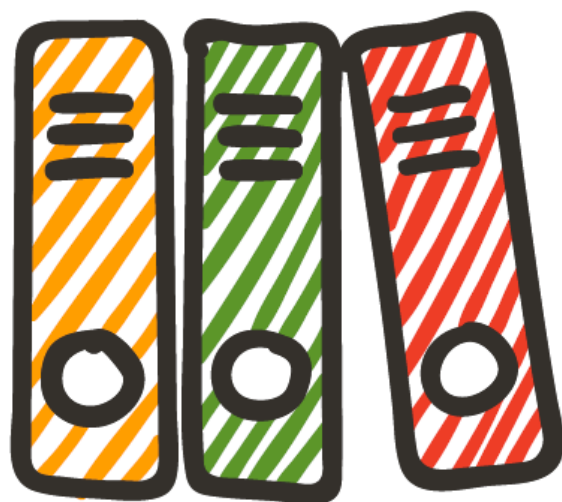
- 6.1. Planificación
- 6.2. Asignación de presupuestos.
- 6.3. Costes de la comunicación.
- 6.4. El briefing.
- 6.5. La publicidad.
- 6.6. El plan de medios.
- 6.7. Las relaciones públicas.
- 6.8. La promoción de ventas.

7. El plan de marketing

- 7.1. ¿Qué es un plan de marketing?
- 7.2. Ventajas de un plan de marketing.
- 7.3. Fases y etapas de un plan de marketing.
- 7.4. Control del plan de marketing.

8. Marketing inmobiliario a través de las redes sociales e internet

- 8.1. Uso de internet y las redes sociales aplicados al marketing inmobiliario.
- 8.2. Importancia de la página web, las redes sociales y el social media.
- 8.3. Definición del plan de marketing inmobiliario en internet.
- 8.4. Resumen sobre la intervención de internet en el marketing inmobiliario.
- 8.5. Noticias inmobiliarias.



ACCESO AL CATÁLOGO GENERAL DE CURSOS

Para más información:



Grupo Glorieta

965 789 115

www.grupoglorieta.com

fcontinua@grupoglorieta.com