



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Postgrado en Técnicas de Captación y Venta Inmobiliaria***

**+ Información Gratis**

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

# Postgrado en Técnicas de Captación y Venta Inmobiliaria

**duración total:** 300 horas

**horas teleformación:** 150 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

Si quiere dedicarse profesionalmente al mundo de la venta y especializarse en el entorno inmobiliario este es su momento, con el Postgrado en Técnicas de Captación y Venta Inmobiliaria podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta función de la mejor manera posible. A la hora de tratar con clientes la relación entre el vendedor y el cliente resulta trascendental, de una buena relación y del entendimiento entre ambos se puede llegar a una situación óptima, es decir, al cumplimiento de los objetivos de ambas partes. En este entorno se necesita personal con las capacidades adecuadas para llevar a cabo de manera exitosa la captación y prospección inmobiliaria, profundizando en aspectos como las técnicas de captación, venta e intermediación inmobiliaria.



+ Información Gratis

## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *objetivos*

- Conocer las herramientas necesarias para realizar una venta de forma satisfactoria.
- Fomentar las características del buen vendedor.
- Estudiar la psicología del consumidor y la del propio vendedor.
- Desarrollar (o afianzar) ciertos conocimientos relacionados con ventas y mercado.
- Mejorar el servicio y atención al cliente.
- Conocer cómo mejorar nuestro punto de venta.
- Desarrollar numerosas habilidades sociales que nos acerquen al cliente.
- Conocer cómo actuar como buenos vendedores en la venta, su desarrollo y la postventa.
- Aplicar técnicas de captación de inmuebles en el contacto en frío con clientes propietarios 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
- Cumplimentar los distintos modelos de documentos y/o contratos de encargo de mediación, que se pueden presentar en actividades de captación de inmuebles.
- Determinar las características de los inmuebles adecuados a las necesidades detectadas de distintos tipos de clientes.
- Aplicar técnicas de venta y refutación de objeciones en operaciones-tipo de comercialización de productos y/o servicios de intermediación inmobiliaria.

## *para qué te prepara*

Este Postgrado en Técnicas de Captación y Venta Inmobiliaria le prepara para conocer las funciones del mercado, así como sus tipos y fases. Se analizará tanto la psicología desde el punto de vista del consumidor como del vendedor. Con el Curso de podrán adquirir los tipos de ventas que se pueden realizar, así como los elementos de la comunicación comercial para poder utilizarlos de manera eficaz y eficiente en nuestras ventas. Además podrá conocer las técnicas de captación y venta inmobiliaria.

**salidas laborales**

Comercial / Gestión Inmobiliaria / Atención al Público / Venta personal inmobiliaria / Relaciones Públicas.

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## materiales didácticos

- Manual teórico 'Venta Personal Inmobiliaria'
- Manual teórico 'Técnicas de Captación e Intermediación Inmobiliaria'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol 1'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol 2'



## profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado "Guía del Alumno" entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



### *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

### *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

### *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

### *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

### *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM



**programa formativo**

# PARTE 1. PSICOLOGÍA Y TÉCNICAS DE VENTA

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

1. Concepto de mercado
2. Definiciones y conceptos relacionados
3. División del mercado

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASES DEL MERCADO

1. Ciclo de vida del producto
2. El precio del producto
3. Ley de oferta y demanda
4. El precio y al elasticidad de la demanda
5. Comercialización y mercado
6. La marca

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTUDIOS DE MERCADO Y SUS TIPOS

1. Estudios de mercado
2. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
3. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
4. Segmentación de los mercados
5. Tipos de mercado
6. Posicionamiento

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CONSUMIDOR

1. El consumidor y sus necesidades
2. La psicología; mercado
3. La psicología; consumidor
4. Necesidades
5. Motivaciones
6. Tipos de consumidores
7. Análisis del comportamiento del consumidor
8. Factores de influencia en la conducta del consumidor
9. Modelos del comportamiento del consumidor

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

1. Servicio al cliente
2. Asistencia al cliente
3. Información y formación del cliente
4. Satisfacción del cliente
5. Formas de hacer el seguimiento
6. Derechos del cliente-consumidor
7. Tratamiento de reclamaciones
8. Tratamiento de dudas y objeciones

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROCESO DE COMPRA

1. Proceso de decisión del comprador
2. Roles en el proceso de compra
3. Complejidad en el proceso de compra
4. Tipos de compra
5. Variables que influyen en el proceso de compra

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PUNTO DE VENTA

1. Merchandising
2. Condiciones ambientales
3. Captación de clientes

4. Diseño interior
5. Situación de las secciones
6. Zonas y puntos de venta fríos y calientes
7. Animación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. VENTAS**

1. Introducción
2. Teoría de las ventas
3. Tipos de ventas
4. Técnicas de ventas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA APLICADA**

1. El vendedor
2. Tipos de vendedores
3. Características del buen vendedor
4. Cómo tener éxito en las ventas
5. Actividades del vendedor
6. Nociones de psicología aplicada a la venta
7. Consejos prácticos para mejorar la comunicación
8. Actitud y comunicación no verbal

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. MOTIVACIONES PROFESIONALES**

1. La motivación
2. Técnicas de motivación
3. Satisfacción en el trabajo
4. Remuneración comercial

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL**

1. Proceso de comunicación
2. Elementos de la comunicación comercial
3. Estructura del mensaje
4. Fuentes de información
5. Estrategias para mejorar la comunicación
6. Comunicación dentro de la empresa

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. HABILIDADES SOCIALES Y PROTOCOLO COMERCIAL**

1. ¿Qué son las habilidades sociales?
2. Escucha activa
3. Lenguaje corporal

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 13. EVALUACIÓN DE SÍ MISMO. TÉCNICAS DE LA PERSONALIDAD**

1. Inteligencias múltiples
2. Técnicas de afirmación de la personalidad; la autoestima
3. Técnicas de afirmación de la personalidad; el autorrespeto
4. Técnicas de afirmación de la personalidad; la asertividad

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 14. INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LAS TÉCNICAS DE VENTA**

1. Introducción
2. Cociente Intelectual e Inteligencia Emocional
3. El lenguaje emocional
4. Habilidades de la Inteligencia Emocional
5. Aplicación de la Inteligencia Emocional a la vida y éxito laboral
6. Establecer objetivos adecuados
7. Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la empresa

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 15. LA VENTA Y SU DESARROLLO. INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SOBRE EL CLIENTE**

1. Metodología que debe seguir el vendedor
2. Ejemplo de una preparación en la información e investigación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 16. LA VENTA Y SU DESARROLLO. EL CONTACTO**

1. Presentación
2. Cómo captar la atención
3. Argumentación
4. Contra objeciones
5. Demostración
6. Negociación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 17. LA NEGOCIACIÓN**

1. Concepto de negociación
2. Bases fundamentales de los procesos de negociación
3. Tipos de negociadores
4. Las conductas de los buenos negociadores
5. Fases de la negociación
6. Estrategias de negociación
7. Tácticas de negociación
8. Cuestiones prácticas de negociación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 18. EL CIERRE DE LA VENTA. LA POSTVENTA**

1. Estrategias para cerrar la venta
2. Tipos de clientes; cómo tratarlos
3. Técnicas y tipos de cierre
4. Cómo ofrecer un excelente servicio postventa

## **PARTE 2. CAPTACIÓN Y VENTA INMOBILIARIA**

### **MÓDULO 1. CAPTACIÓN E INTERMEDIACIÓN INMOBILIARIA**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. MERCADO INMOBILIARIO Y DISTRIBUCIÓN INMOBILIARIA**

1. El sector inmobiliario
2. Características del mercado inmobiliario
3. La agencia inmobiliaria
4. Posicionamiento y estrategia de la agencia inmobiliaria en el mercado local

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE PROSPECCIÓN Y LOCALIZACIÓN DE INMUEBLES**

1. La función de prospección del mercado inmobiliario
2. Rutas de prospección
3. Técnicas de localización de inmuebles
4. Calificación de los prospectos

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE CAPTACIÓN INMOBILIARIA**

1. Técnicas de aproximación de los prospectos
2. Técnicas personales en la captación de encargos de intermediación
3. La entrevista de captación
4. Argumentario de captación y tratamiento de las objeciones
5. Otros recursos para la captación
6. Documentación para la captación
7. El final de la captación
8. Uso de los datos obtenidos en la captación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE INTERMEDIACIÓN Y NEGOCIACIÓN**

1. Tipos de encargos de intermediación inmobiliaria
2. Negociación de los términos del encargo de mediación inmobiliaria
3. Acuerdos de captación en exclusiva
4. El contrato en exclusiva

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. SISTEMAS DE GESTIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA**

1. Características de los sistemas de Gestión Inmobiliaria
2. Sistemas de organización y archivo de la información captada
3. El traba en red inmobiliaria

4.Otras iniciativas emergentes en la gestión comercial inmobiliaria

## **MÓDULO 2. VENTA PERSONAL INMOBILIARIA**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA VENTA DE BIENES INMOBILIARIOS**

- 1.Definición de la venta personal inmobiliaria.
- 2.Características de la venta personal inmobiliaria.
- 3.La venta de bienes de consumo vs las ventas de alto precio y riesgo.
- 4.Las características del cliente y el proceso de decisión del cliente.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE VENTA PERSONAL EN LA VENTA INMOBILIARIA**

- 1.El proceso de venta.
- 2.Detección de necesidades y capacidad del cliente de productos o servicios inmobiliarios.
- 3.Las técnicas de escucha activa.
- 4.Presentación del producto inmobiliario.
- 5.Argumentación comercial.
- 6.Técnicas de tratamiento de objeciones a la venta.
- 7.El cierre de la venta inmobiliaria.
- 8.Las técnicas del cierre.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN EN LA VENTA INMOBILIARIA**

- 1.El control de recepción de los clientes potenciales.
- 2.Las visitas al inmueble.
- 3.Preparación de las condiciones básicas de la oferta de compra.
- 4.La asistencia a la firma del acuerdo.
- 5.El estudio del éxito y fracaso de las operaciones intentadas.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN EL PROCESO DE VENTA**

- 1.Conflictos y reclamaciones en la venta inmobiliaria.
- 2.Normativa de protección al consumidor en el caso a la comercialización inmobiliaria.
- 3.Gestión y resolución de reclamaciones.
- 4.Código deontológico y autorregulación de la comercialización inmobiliaria.