

Técnicas de Venta Inmobiliaria

Horas

20

Acerca de este curso

Cod: PA25

UNIDAD 1. Introducción

1. Introducción
2. Objetivos específicos
3. Términos clave del marketing
 1. Introducción
 2. Orientación a la producción
 3. Orientación al marketing
4. El concepto de marketing aplicado a la intermediación inmobiliaria
 1. Introducción
 2. Elementos del marketing en el contexto inmobiliario
 3. La oferta inmobiliaria
 4. Agentes intervinientes en el sector
5. La función de venta: Concepto
 1. Introducción
 2. La función de venta: ampliación del concepto
6. Elementos y reglas de la venta
 1. Introducción
 2. Subfunciones
7. La importancia de la fidelización
8. Resumen

UNIDAD 2. La figura del cliente

1. Introducción
2. Objetivos específicos
3. Tipología de clientes
4. Expectativas del cliente
5. Diagnóstico de necesidades
 1. Introducción
 2. Tipos de preguntas
- 6.

La investigación en la venta inmobiliaria: el arte de preguntar

1. Introducción
2. La introducción de la etapa de preguntas
3. Las ventajas de hacer buenas preguntas
7. La personalización de la venta
8. Resumen

UNIDAD 3. Técnicas de venta

1. Introducción
2. Objetivos específicos
3. Fases de la venta
4. Principales técnicas de venta
5. Técnica AIDAS
6. Resumen

UNIDAD 4. Fases en el diálogo de ventas

1. Introducción
2. Objetivos específicos
3. Estructura de la venta inmobiliaria
4. Toma de contacto y presentación del objetivo
 1. Introducción
 2. Sentirse escuchado
 3. En la venta inmobiliaria
 4. Cómo se genera confianza
 5. Los primeros instantes
5. La Investigación: Necesidades y Motivaciones de Compra
6. Argumentación
 1. Introducción
 2. Cómo presentar un inmueble
 3. La máquina de argumentos
 4. Pasos de la argumentación
 5. Cómo debe ser la argumentación
7. Demostración
 1. Introducción
 2. Cómo enseñar un inmueble
 3. Qué hay que conocer del inmueble que vamos a enseñar
 4. Cómo preparar un piso
8. Tratamiento de objeciones
 1. Introducción
 2. Tipos de objeciones y cómo tratarlas
 3. Objeciones más comunes
 4. Las objeciones en la venta inmobiliaria

5. Tipos de objeciones en la venta inmobiliaria
6. Resumen

UNIDAD 5. El cierre de la venta

1. Introducción
2. Objetivos específicos
3. El cierre de la venta
4. Técnicas para cerrar la venta
5. Como cerrar el compromiso con el cliente de un inmueble
 1. Introducción
 2. ¿Cómo cerrar?
6. Resumen

UNIDAD 6. Tratamiento de quejas

1. Introducción
2. Objetivos específicos
3. La queja
 1. Introducción
 2. Iceberg de Tard
 3. ¿Por qué se quejan los administradores/clientes?
 4. Progresividad en la queja
4. Resolución de quejas
5. Resumen

UNIDAD 7. Importancia del teléfono

1. Introducción
2. Objetivos específicos
3. Aspectos formales en el uso del teléfono
 1. Introducción
 2. La voz
 3. El tono
 4. La elocución
 5. La articulación
 6. El silencio
 7. La sonrisa
 8. Paralenguaje
4. Cómo atender al teléfono correctamente
5. Atención telefónica en la venta inmobiliaria
 1. Entrada de una llamada en la oficina
 2. El cliente llama a la oficina para pedir información

3. Dos situaciones posibles
4. Despedida
5. Objeciones de los clientes para pasar por la oficina
6. Resumen

¿Qué aprenderás?

- Conocer los conceptos de Marketing y Venta
- Desarrollar un proceso de Marketing dentro de su empresa
- Conocer los elementos y funciones del proceso de ventas para su posterior desarrollo
- Reconocer la importancia que tiene la fidelización del cliente para la empresa y la función del vendedor en la misma
- Distinguir las diferentes tipologías de clientes que existen
- Adecuar el trato que se ofrece a las peculiaridades de cada tipo de cliente
- Averiguar las expectativas del cliente para ofrecerle un servicio acorde a ellas
- Diagnosticar las necesidades del cliente para ofrecerle un producto que las satisfaga
- Personalizar la venta y fidelizar al cliente
- Conocer las fases por las que atraviesa una venta
- Conocer las técnicas más habituales de venta
- Utilizar la técnica AIDA
- Enfrentarse a una venta y conducirla adecuadamente hasta conseguir cerrarla
- Afrontar las objeciones del cliente y solucionarlas
- Cerrar la venta exitosamente y en el momento oportuno
- Conocer y utilizar diversas técnicas que nos faciliten el éxito de la venta
- Comprender que son muy pocos los clientes que se quejan y que las quejas y reclamaciones son la forma ideal para poder adaptar el servicio a lo que quiere el cliente
- Saber qué es una queja, por qué se producen y quiénes son los clientes que suelen quejarse
- Paliar los efectos nocivos de las quejas: pérdida de clientes, mala imagen, etc
- Solucionar quejas, de modo que no produzcan pérdida de calidad de servicio
- Ver la importancia de la recompra, de fidelizar a los clientes y de evitar que se vayan a otras compañías
- Darse cuenta de que la causa principal de la pérdida de clientes es una mala calidad personal. El mal servicio es la principal causa de la pérdida de clientes
- Contestar adecuadamente al teléfono
- Conocer los diferentes componentes de la comunicación telefónica y reaccionar adecuadamente según el tipo de cliente con el que se esté tratando
- Organizar la llamada para atenderla correctamente.