

## TECNICAS DE VENTAS EN INMOBILIARIAS



**Dirigido a:**

**Objetivos:**

“No se vende más el mejor producto o servicio, sino el que mejor se sabe vender”. Esta máxima, en el mundo de la venta, es simplemente una realidad. Por un pequeño error se puede escapar una venta, de ahí la importancia de conocer las técnicas que dentro del marketing se dirigen a conseguir cerrar una venta. Este curso eminentemente práctico, nos descubre todos los aspectos que un profesional de la venta debe dominar desde la planificación, comunicación, el contacto, la presentación, etc., hasta como superar las objeciones o impedimentos que surgen en el proceso de venta. “El cliente es lo más importante”. Sin duda, un buen eslogan que, de una forma u otra, muchas empresas lo expresan en sus mensajes publicitarios. Pero “del dicho al hecho...” ¿Se está preparado técnicamente para realmente dar el mejor servicio a nuestros clientes? La respuesta está en este curso que le prepara para dotarle de mayor fluidez en las relaciones interpersonales, conocer mejor a cada tipo de clientes, corregir los fallos, atender las reclamaciones, etc. Un buen servicio a los clientes es hoy en día una ventaja competitiva que diferencia en el mercado.

**Contenidos formativos:**

### ÍNDICE

- 1 La comunicación
  - 1.1 Introducción
  - 1.2 Naturaleza y definición
  - 1.3 Tipos de comunicación
  - 1.4 Elementos del proceso de la comunicación
  - 1.5 El proceso de comunicación
  - 1.6 Problemas de comunicación
  - 1.7 Personalidades de los actores de la comunicación
  - 1.8 Interacción de caracteres
  - 1.9 Comportamientos
  - 1.10 Las comunicaciones en una inmobiliaria
  - 1.11 La comunicación en la Venta
  - 1.12 Ejercicio de reflexión
  - 1.13 Cuestionario: La Comunicación

## 2 La comunicación oral y no verbal

- 2.1 La comunicación oral
- 2.2 Características principales de la comunicación oral
- 2.3 Normas para la comunicación oral efectiva
- 2.4 Reglas para hablar bien en público
- 2.5 La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo
- 2.6 Ejercicio de reflexión
- 2.7 Cuestionario: La Comunicación oral y no verbal

## 3 Qué significa atención al cliente

- 3.1 Las motivaciones empresariales
- 3.2 La empresa orientada hacia el cliente
- 3.3 Coste de un mal servicio al cliente
- 3.4 Significados de servicio al cliente
- 3.5 Ejercicio de reflexión
- 3.6 Cuestionario: Qué significa servicio al cliente

## 4 Tipos de servicios

- 4.1 Definición de servicio
- 4.2 El servicio al cliente
- 4.3 Las actividades del servicio al cliente
- 4.4 El servicio al cliente y la calidad
- 4.5 El cliente y el consumidor
- 4.6 Empresas que dan servicio al cliente
- 4.7 Ejercicio de reflexión
- 4.8 Cuestionario: Tipos de Servicio

## 5 Fases del servicio al cliente

- 5.1 Fases
- 5.2 Investigación de mercado
- 5.3 La situación de pre-pedido o pre-compra
- 5.4 La compra y el pedido
- 5.5 El periodo de tiempo entre el pedido y la entrega
- 5.6 Embalaje y presentación
- 5.7 Exactitud y adecuación de las entregas
- 5.8 Realización de cobros
- 5.9 Servicio o apoyo posventa
- 5.10 Tratamiento de las reclamaciones
- 5.11 Ejercicio de reflexión
- 5.12 Cuestionario: Fases del servicio al cliente

## 6 El producto

- 6.1 Concepto de producto

- 6.2 Cualidades de los productos
- 6.3 Importancia del conocimiento del producto
- 6.4 Clasificación de los productos
- 6.5 Ciclo de vida del producto
- 6.6 Reposicionamiento del producto
- 6.7 Obsolescencia planificada
- 6.8 Estacionalidad
- 6.9 Productos diferenciados y productos de competencia perfecta
- 6.10 Producto puro y producto añadido
- 6.11 Competencia directa y producto sustitutivo
- 6.12 La importancia de la marca
- 6.13 Gama y línea de producto
- 6.14 Ejercicio de reflexión
- 6.15 Cuestionario: El producto

## 7 El perfil del vendedor

- 7.1 Introducción
- 7.2 Personalidad del vendedor
- 7.3 Clases de vendedores
- 7.4 Los conocimientos del vendedor
- 7.5 Motivación y destreza
- 7.6 Análisis del perfil del vendedor
- 7.7 El papel del vendedor
- 7.8 Ejercicio de reflexión
- 7.9 Cuestionario: El perfil del vendedor

## 8 Errores más frecuentes de los vendedores

- 8.1 No dejar hablar al cliente
- 8.2 Relajar su indumentaria
- 8.3 Revender
- 8.4 Hablar mal de la competencia
- 8.5 Prometer más de lo que podemos prometer
- 8.6 Hablar con imprecisión
- 8.7 Forzar el cierre
- 8.8 No realizar seguimientos
- 8.9 Ejercicio de reflexión
- 8.10 Cuestionario: Errores más frecuentes de los vendedores

## 9 Tipos de clientes

- 9.1 El cliente en la cadena de abastecimiento
- 9.2 El cliente interno
- 9.3 Organizaciones sin clientes
- 9.4 Tipologías de los clientes

## 9.5 Ejercicio de reflexión

## 9.6 Cuestionario: Tipos de clientes

## 10 Cara a cara con el cliente

### 10.1 Introducción

### 10.2 El respeto como norma

### 10.3 Actuaciones positivas y negativas en el trato cara a cara

### 10.4 Cuándo y cómo empezar

### 10.5 Cómo actuar

### 10.6 Ofrecer información y ayuda

### 10.7 Ejercicio de reflexión

### 10.8 Cuestionario: Cara a cara con el cliente

## 11 El cliente difícil

### 11.1 Introducción

### 11.2 Tenemos los clientes que nos merecemos

### 11.3 El cliente aparentemente visceral

### 11.4 El rechazo visceral

### 11.5 El cliente verdaderamente difícil

### 11.6 Problemas de carácter permanente

### 11.7 La relación imposible

### 11.8 Ejercicio de reflexión

### 11.9 Cuestionario: El cliente difícil

## 12 Motivaciones del cliente para comprar I

### 12.1 Introducción

### 12.2 La fachada

### 12.3 El escaparate

### 12.4 Señalización exterior

### 12.5 Ejercicio de reflexión

### 12.6 Cuestionario: Motivaciones del cliente para comprar I

## 13 Motivaciones del cliente para comprar II

### 13.1 Introducción

### 13.2 Definición de las secciones

### 13.3 Las zonas en la sala de ventas

### 13.4 Localización de las secciones

### 13.5 La elección del mobiliario

### 13.6 Ejercicio de reflexión

### 13.7 Cuestionario: Motivaciones del cliente para comprar II.

## 14 La venta como proceso

### 14.1 Introducción

- 14.2 El proceso de compra-venta
- 14.3 El consumidor como sujeto de la venta
- 14.4 El comportamiento del consumidor
- 14.5 Motivaciones de compra-venta
- 14.6 Ejercicio de reflexión
- 14.7 Cuestionario: La venta como proceso
  
- 15 Características y hábitos del consumidor habitual
  - 15.1 Introducción
  - 15.2 Proceso de decisión de compra dentro del establecimiento comercial
  - 15.3 Tipos de compras
  - 15.4 Principales instrumentos de conocimiento del consumidor
  - 15.5 Ejercicio de reflexión
  - 15.6 Cuestionario: Principales instrumentos de conocimiento del consumidor
  
- 16 Promoción
  - 16.1 Promoción
  - 16.2 La publicidad
  - 16.3 Tipos de soporte publicitario
  - 16.4 Los efectos de la publicidad
  - 16.5 Ejercicio de reflexión
  - 16.6 Cuestionario: Promoción
  
- 17 Tipología de la venta
  - 17.1 Tipología según la pasividad - actividad
  - 17.2 Tipología según la presión
  - 17.3 Tipología según la implicación del producto
  - 17.4 Tipología según el público y forma de venta
  - 17.5 Ejercicio de reflexión
  - 17.6 Cuestionario: Tipología de la venta
  
- 18 Técnicas de ventas
  - 18.1 Introducción
  - 18.2 Fases de la venta
  - 18.3 Contacto y presentación
  - 18.4 Sondeo
  - 18.5 Argumentación
  - 18.6 La entrevista
  - 18.7 Material de apoyo
  - 18.8 El cierre de la venta
  - 18.9 El seguimiento
  - 18.10 Ejercicio de reflexión
  - 18.11 Cuestionario: Técnicas de venta

- 19 Fases de la venta en inmobiliarias
  - 19.1 Captación de viviendas
  - 19.2 Peritaje de viviendas
  - 19.3 Inicio de la visita en la agencia inmobiliaria
  - 19.4 Argumentos comerciales de los agentes inmobiliarios
  - 19.5 Visita de viviendas
  - 19.6 Cierre de la venta inmobiliaria
  - 19.7 Errores más frecuentes en la venta inmobiliaria
  - 19.8 Ejercicio de reflexión
  - 19.9 Cuestionario: Fases de la de venta en inmobiliarias

- 20 Las objeciones
  - 20.1 Introducción
  - 20.2 Sentido de las objeciones
  - 20.3 El vendedor y las objeciones
  - 20.4 Tipos de objeciones
  - 20.5 Tratamiento de las objeciones
  - 20.6 Descripción de las objeciones
  - 20.7 Ejercicio de reflexión
  - 20.8 Cuestionario: Las objeciones

- 21 Técnicas frente a objeciones
  - 21.1 Normas generales frente a las objeciones
  - 21.2 Objeción-apoyo
  - 21.3 Descubrir la verdadera objeción
  - 21.4 Conformidad y contraataque
  - 21.5 Prever la objeción
  - 21.6 Retrasa la respuesta
  - 21.7 Negación de la objeción
  - 21.8 Admisión de la objeción
  - 21.9 Ejercicio de reflexión
  - 21.10 Cuestionario: Técnicas frente a objeciones

- 22 Objeciones agencias inmobiliarias
  - 22.1 Tratamiento de objeciones
  - 22.2 Objeciones en el proceso de captación
  - 22.3 Objeciones en el proceso de venta
  - 22.4 Ejercicio de reflexión
  - 22.5 Cuestionario: Objeciones en Agencias Inmobiliarias
  - 22.6 Cuestionario: Cuestionario final

**Duración:** 30 Horas



**Fecha Inicio:** -

**Fecha Fin:** -

**Horario:** -

**Lugar Impartición:** Consultar

**Precio:** 210,00€

**Descuentos:** PRECIO UNICO

**Tipo de Formación:** -

**Requisitos:** Consultar

**Calendario:** Estamos actualizando el contenido, perdona las molestias.

*\* Delfín Formación es una entidad inscrita y acreditada en el registro de Centros y Entidades de Formación Profesional para el Empleo de la Comunidad Valenciana.*

*\* Si tienes cualquier duda, por favor llámanos al 965 34 06 25 o envíanos un WhatsApp al 607 74 52 82, te responderemos lo más rápido posible.*

*\* Sólo se considera como alumno/a matriculado/a en el curso a aquella persona que haya completado la ficha de inscripción y pagado el importe total de la acción formativa antes del inicio del curso. Delfín formación se reserva el derecho a anular o aplazar este curso si no se llega a cubrir un mínimo de inscripciones.*