



Curso Online de **Publicidad y Marketing Inmobiliario**

Herramientas necesarias para crear y gestionar de forma eficaz un Plan de Marketing Inmobiliario.

ARGENTINA
(54) 1159839543

BOLÍVIA
(591) 22427186

COLOMBIA
(57) 15085369

CHILE
(56) 225708571

COSTA RICA
(34) 932721366

EL SALVADOR
(503) 21366505

MÉXICO
(52) 5546319899


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

atcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

PERÚ
(51) 17007907

PANAMÁ
(507) 8338513

PUERTO RICO
(1) 7879457491

REP. DOMINICANA
(1) 8299566921

URUGUAY
(34) 932721366

VENEZUELA
(34) 932721366

ESPAÑA
(34) 932721366

Presentación

En este siglo XXI con un mundo globalizado y multitud de personas y empresas que actúan y compiten en nuestro mismo ámbito de trabajo, es imprescindible conocer las herramientas básicas que nos sirvan para diferenciarnos como profesionales y a la vez generar confianza y negocio. El marketing y la publicidad son disciplinas que se encargan de ello, cualquier empresa por grande o pequeña que sea necesita de una buena estrategia de publicidad para posicionarse en el mercado y vender sus productos o servicios.

Hoy la publicidad ha dejado de ser opcional para un negocio, ha pasado a ser un elemento indispensable a la hora de competir en el mercado. Ahora no solo sirve poner un cartel publicitario y esperar a que nos llame un cliente interesado, ahora el fin es diferenciarse y tener repercusión, proyectar una imagen de marca que emocione e influya en el cliente para fidelizarlo y con ello vender más y mejor.

Muchas empresas inmobiliarias están aprovechándose ya de las ventajas que ofrece el mundo online, conociendo de primera mano los gustos y preferencias de los consumidores gracias al feedback que proporcionan los portales inmobiliarios, las redes sociales e Internet. Las mejores empresas inmobiliarias usan los datos que obtienen de sus clientes para convertirlos en información y obtener con ella resultados que les hagan trabajar menos y producir más.

Es por ello que las empresas líderes cuidan tanto la parte del marketing y la publicidad, es una herramienta vital que les permite ventas más altas, facturaciones superiores y ser reconocidos socialmente convirtiéndose en referentes en su sector de trabajo.

La Educación On-line

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

- 1** La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado.
- 2** *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- 3** *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.
- 4** *Trabajar* con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de **60 horas** distribuidas en 6 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Los 6 módulos contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo elaborar un Plan de Marketing Inmobiliario efectivo que le ayude a captar negocio, mejorar su imagen de marca y tener más ingresos.
- Técnicas comerciales y estrategias de venta, alquiler y captación de propiedades.
- Cómo advertir los ciclos del mercado inmobiliario y las perspectivas para el futuro.
- Qué estructura debe tener un PMI.
- Cómo calcular la viabilidad y rentabilidad de su negocio.
- Cuáles son las estrategias de marketing más efectivas en el sector inmobiliario.
- Cómo definir sus objetivos empresariales, conocer mejor a sus clientes y colaborar y apoyarse en otras empresas del sector.
- Qué variables de segmentación hemos de seguir para ponderar adecuadamente nuestro target.
- Cómo crear estrategias comerciales y políticas de comunicación dirigidas a nuestro público objetivo.
- Cómo implementar las ideas y claves principales de las estrategias de publicidad y marketing.

“ Conozca de manera práctica qué es y cómo hacer marketing inmobiliario ”

Dirigido a:

Profesionales del sector inmobiliario que deseen dominar esta materia y marcar diferencias en los proyectos inmobiliarios que gestionen por cuenta propia o ajena, así como a aquellos profesionales relacionados directa o indirectamente con el sector que quieran implementar un plan de marketing específico de ámbito inmobiliario y profesionales de la publicidad y el marketing generalistas que deseen especializarse en el sector inmobiliario.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Objetivos para un Plan de Marketing Inmobiliario

10 horas

El trabajo básico de un Plan de Marketing Inmobiliario es identificar nuestros aspectos diferenciales, unirlos con las oportunidades que puedan existir y aplicar la orientación de nuestro producto / servicio en la dirección adecuada.

- 1.1. Objetivos.
- 1.2. Las “4P + 1” de la mercadotecnia.
- 1.3. Cómo crear un Plan de Marketing Inmobiliario (PMI):
 - 1.3.1. El objetivo principal.
 - 1.3.2. Los objetivos secundarios.
 - 1.3.3. Estrategias de marketing inmobiliario.

MÓDULO 2. Clientes, Target y Stakeholders

10 horas

Definir a nuestro público objetivo es imprescindible en todo PMI para dirigir las estrategias de publicidad y la campaña de comunicación a los intereses reales del cliente.

- 2.1. Target, cliente ideal o público objetivo.
- 2.2. O competencia o colaboradores.
- 2.3. Nosotros.
- 2.4. Liderazgo.

MÓDULO 3. Alcance y tiempos

10 horas

- 3.1. Típicas estrategias inmobiliarias.
- 3.2. Hitos temporales que nos guíen.
- 3.3. La regla 80/20 de Pareto.
- 3.4. Cómo funciona el mercado inmobiliario:
 - 3.4.1. Aprende a pescar en los ciclos del mercado.

- 3.4.2. Riesgos y oportunidades en cada fase del ciclo.
- 3.4.3. Consecuencias de hoy que nos servirán a futuro.

MÓDULO 4. Tipos de estrategias y planificación

10 horas

- 4.1. Introducción.
- 4.2. Gestión de proyectos de marketing inmobiliario:
 - 4.2.1. Planificación operativa, objetivos específicos a corto plazo.
 - 4.2.2. Planificación estratégica, fines generales a largo plazo.
- 4.3. Comunicación online y offline.

MÓDULO 5. Análisis de viabilidad y cálculo de pérdidas o beneficios

10 horas

- 5.1. Ingresos, beneficios y rentabilidad.
- 5.2. Costes, inversión y gastos:
 - 5.2.1. Modelo de cálculo de costes.
- 5.3. Ciclo de compra del cliente.
- 5.4. Balance y análisis de viabilidad del negocio:
 - 5.4.1. Ratio de conversión.
 - 5.4.2. Tasa de rendimiento.
 - 5.4.3. Estimación de rentabilidades.
 - 5.4.4. Última extrapolación y ejemplo.

MÓDULO 6. Balance y mejora continua

10 horas

Una vez desarrollado y puesto en marcha el Plan de Marketing Inmobiliario lo más recomendable es la implantación de mejoras continuas a partir de las mediciones. Saber qué resultados han dado las acciones de marketing ayuda a tomar decisiones más inteligentes para conseguir mejores campañas y gastar menos y mejor.

- 6.1. Felicidades y enhorabuena.

6.2. Mejora continua:

6.2.1. Las seis áreas principales de mejora.

6.2.2. Otras áreas de mejora a tener en cuenta.

6.3. Informes de resultados.

6.4. Resumen.

Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:



Roberto Rodríguez

Licenciado en Historia y Ciencias Sociales con amplia formación académica especializada en el ámbito inmobiliario y asesoramiento financiero. Con experiencia profesional de más de 15 años en el sector, compagina su carrera como gestor patrimonial y analista de inversiones en bienes raíces, con la docencia y enseñanza del mundo inmobiliario. Es escritor habitual en blogs, revistas y redes sociales y autor de varios artículos y libros relacionados con la economía y el mercado inmobiliario.

El autor y el equipo de tutores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez finalizado el curso de forma satisfactoria, el alumno recibirá un diploma acreditando la realización del curso **PUBLICIDAD Y MARKETING INMOBILIARIO**.

