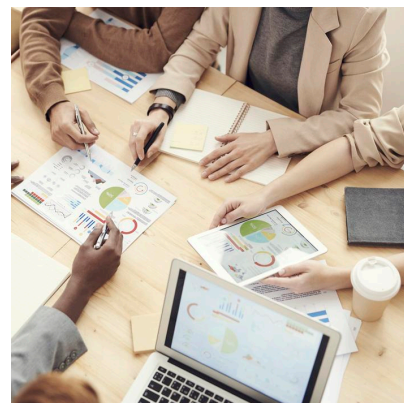









GESTION COMERCIAL INMOBILIARIA



	ONLINE		
	Duración: 60 H	Horas presenciales: 0 H	Horas online: 60 H
	Familia: COMERCIO Y MARKETING Área: NO PRL		
	Dirigido a: Trabajadores, personas desempleadas, autónomos, personal de dirección, etc. que deseen adquirir, mejorar o afianzar los conocimientos teórico-prácticos relacionados con su puesto de trabajo o su pasada, presenta o futura trayectoria laboral, con una formación académica acorde con las exigencias requeridas para realizar la acción formativa con aprovechamiento.		
	Objetivos: Una buena gestión de venta es la actividad principal de las personas que atienden al público en un establecimiento comercial. En este curso, eminentemente práctico, se pretenden perfeccionar los aspectos relativos a la comercialización con el cliente, el tratamiento de posibles objeciones, las motivaciones que incitan a la compra y, en definitiva, todos aquéllos elementos y técnicas que ayudan a materializar la compra. Este programa formativo, además de aspectos generales coincidentes en cualquier gestión de venta, trata aspectos específicos del sector de actividad objeto del curso.		
	Metodología: Metodología basada en la realización de la formación a través de una plataforma de teleformación o e-learning, permitiendo al alumno interactuar con el tutor/a, a través de tutorías personalizadas y otras herramientas como chat, foros, etc., desde un desarrollo planificado y sistematizado de la acción formativa, permitiendo al alumno realizar la formación desde cualquier lugar y a en todas las franjas horarias, evitando así desplazamientos pudiendo conciliar vida familiar y laboral. El contenido se basa en paquetes SCORM, vídeos, actividades, exámenes, etc.		
	Contenidos: Técnicas de ventas y atención al cliente en inmobiliarias La comunicación. Aspectos Generales La comunicación oral Qué significa servicio al cliente Tipos de servicios Fases del servicio al cliente El producto		

El perfil del vendedor
Errores más frecuentes de los vendedores
Tipos de clientes
Cara a cara con el cliente
El cliente difícil
Motivaciones del cliente para comprar I. La fachada del punto de venta
Motivaciones del cliente para comprar II. El espacio de venta
La venta como proceso
Características y hábitos del consumidor habitual
Tipología de la venta
Técnicas de venta
Promoción
Las objeciones
Técnicas frente a objeciones.
Telemarketing
Conceptos básicos de marketing
Administración de clientes
Telemarketing
La comunicación y la conducta del consumidor
Fidelización, satisfacción y reclamaciones del cliente
Estudio del cliente-
Atención al cliente
Técnicas de venta-Marketing e Internet