

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Técnicas de captación e intermediación inmobiliaria v1

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Adquirir las competencias profesionales necesarias para conocer las técnicas de captación e intermediación inmobiliaria.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Mercado inmobiliario y distribución inmobiliaria

1.1 El sector inmobiliario.

1.1.1 Evolución y peso del sector en la economía.

1.1.2 Subsectores del mercado inmobiliario: construcción, promoción inmobiliaria e intermediación inmobiliaria

1.1.3 La desregulación estatal.

1.1.4 La justificación del intermediario comercial

1.2 Características del mercado inmobiliario:

1.2.1 Oferta y demanda de inmuebles.

1.2.2 Distribución comercial inmobiliaria: Naturaleza, elementos y tipos de la distribución.



1.2.3 Las empresas y los agentes del sector inmobiliario: los agentes de la propiedad inmobiliaria y otros agentes.

1.3 La agencia inmobiliaria:

1.3.1 El entorno competitivo de la empresa inmobiliaria.

1.3.2 Factores estratégicos.

1.3.3 La agencia como sistema.

1.4 Posicionamiento y estrategia de la agencia inmobiliaria en el mercado local:

1.4.1 Los sujetos de la prospección: definición y clases

1.4.2 Otros sujetos y objetos de la prospección: prescriptores, competidores y relaciones.

1.4.3 Las decisiones de competencia en el mercado: mercados objetivos.

1.4.4 La cartera de inmuebles y el negocio de la actividad.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Técnicas de prospección y localización de inmuebles.

2.1 La función de prospección del mercado inmobiliario

2.1.1 Áreas y sujetos básicos de la captación.

2.1.2 El territorio de captación de bienes inmuebles.

2.1.3 La cartera de inmuebles: criterios de selección y captación de inmuebles.

2.2 Rutas de prospección:

2.2.1 Definición y clasificación

2.2.2 El plan de refresco del plan de fuentes.

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



2.3 Técnicas de localización de inmuebles:

2.3.1 Definición y fines

2.3.2 Técnicas elementales

2.3.3 Áreas de captación

2.4 Calificación de los prospectos

2.4.1 Definición y fines de la calificación

2.4.2 Métodos de filtrado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Técnicas de captación inmobiliaria.

3.1 Técnicas de aproximación a los prospectos:

3.1.1 Definición y alcance de los prospectos

3.1.2 Estrategias proactivas y reactivas de contacto

3.1.3 Campañas de captación inmobiliaria

3.2 Técnicas personales en la captación de encargos de intermediación:

3.2.1 Llamada en frío

3.2.2 Carta de prospección

3.2.3 Otras gélidas entradas

3.2.4 Barreras a la comunicación en frío

3.3 La Entrevista de Captación:

3.3.1 Definición, estructura y objetivos

3.3.2 La representación de ventas



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



3.3.3 Ayudas a la captación

3.4 Argumentario de captación y el tratamiento de objeciones:

3.4.1 Naturaleza y tratamiento general de las mismas

3.4.2 Clasificación de las objeciones a la captación

3.4.3 El tratamiento de las objeciones

3.5 Otros recursos para la captación.

3.6 Documentación de la captación:

3.6.1 Documentos tipo.

3.6.2 Datos, imágenes e información a recabar del inmueble.

3.7 El final de la captación

3.7.1 La recaptación o renegociación de las condiciones del encargo.

3.7.2 Estudio de los fracasos tenidos en la captación.

3.8 Uso de los datos obtenidos en la captación

3.8.1 Evaluación de la captación.

3.8.2 Para la transformación en información para la venta

3.8.3 La relación posterior de mantenimiento.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. Técnicas de intermediación y negociación

4.1 Tipos de encargos de intermediación inmobiliaria:

4.1.1 Notas de encargo escritas (y verbales)

4.1.2 Encargos como agencia única



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



4.1.3 La captación en exclusiva, simple y colectiva

4.1.4 El trabajo sin encargo

4.2 Negociación de los términos del encargo de mediación inmobiliaria

4.2.1 Definición y fines de negociación

4.2.2 Principios, estrategias y tácticas de la negociación

4.3 Acuerdos de captación en exclusiva

4.3.1 Concepto

4.3.2 Valoración de la exclusiva por parte de sus protagonistas.

4.3.3 Objeciones a la exclusiva

4.4 El contrato de exclusiva.

4.4.1 Elementos, derechos y obligaciones para las partes.

4.4.2 Cláusulas habituales.

4.4.3 Redacción de las partes del contrato.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. Sistemas de gestión comercial inmobiliaria

5.1 Características de los sistemas de gestión inmobiliaria.

5.1.1 La pirámide de la información: datos, información, inteligencia, conocimiento, y sabiduría en la actividad empresarial

5.1.2 Información del sistema de gestión comercial inmobiliaria: inmuebles, propietarios y demandantes.

5.2 Sistemas de organización y archivo de la información captada.

5.2.1 Utilidades del sistema.



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



5.2.2 Criterios de uso.

5.2.3 Los sistemas de informes periódicos.

5.3 El trabajo en red inmobiliaria:

5.3.1 Las redes de colaboradores, redes de oficinas y convenios de colaboración

5.3.2 Las bolsas inmobiliarias compartidas.

5.3.3 Código deontológico de colaboración.

5.3.4 Principios fundamentales para la colaboración.

5.3.5 El modelo de colaboración MLS (Multiple Listing Service). Los referidos. Ventajas e Inconvenientes.

5.4 Otras iniciativas emergentes en la gestión comercial inmobiliaria

5.4.1 Las agencias de sólo compradores o ABR (Representante de Compradores Acreditados)

5.4.2 La colaboración transnacional