

La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



# Venta personal inmobiliaria

## Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

## Objetivos:

Adquirir las competencias profesionales necesarias para desarrollar su actividad profesional, por cuenta propia o ajena, en contacto directo con el cliente o a través de las tecnologías de la información y comunicación, en agencias inmobiliarias y empresas constructoras y promotoras inmobiliarias del ámbito público y privado.

## Contenidos:

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. La venta de bienes inmobiliarios

#### 1.1 Definición de la venta personal inmobiliaria

#### 1.2 Características de la venta inmobiliaria.

##### 1.2.1 Disputada (competitiva y cooperativa)

##### 1.2.2 De alto precio y riesgo.

##### 1.2.3 Compleja

##### 1.2.4 Azarosa

##### 1.2.5 Estratégica

##### 1.2.6 Planificada (metódica)

##### 1.2.7 Incremental y multivisita

La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



1.3 La venta de bienes de consumo vs las ventas de alto precio y riesgo

1.4 Las características del cliente y el proceso de decisión del cliente.

1.4.1 La necesidad y deseo de compra en el caso de bienes inmuebles

1.4.2 La reacción al precio

1.4.3 La reacción al vendedor

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. Técnicas de venta personal en la venta inmobiliaria

2.1 El proceso de venta.

2.2 Detección de necesidades y capacidad del cliente de productos o servicios inmobiliarios:

2.2.1 Las necesidades críticas y no críticas en el deseo del cliente.

2.2.2 El sistema de preguntas: clases, formas y momentos.

2.2.3 Reglas básicas para formular preguntas y calificar a los clientes demandantes.

2.2.4 La comprobación de la existencia de inmuebles en la cartera de inmuebles.

2.2.5 Detección de la capacidad económica y operativa del cliente

2.3 Las técnicas de escucha activa.

2.3.1 La recepción del mensaje comercial.

2.3.2 La conducta de escucha.

2.3.3 La comunicación no verbal.

2.4 Presentación del producto inmobiliario.

2.4.1 Características, beneficios y ventajas de la oferta



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



2.4.2 Técnicas de muestra de los inmuebles

2.4.3 Las ayudas a las Ventas

2.5 Argumentación comercial:

2.5.1 Objeciones en la venta inmobiliaria: concepto y calificación de las objeciones.

2.5.2 Los Métodos de contraargumentación

2.5.3 Prevención de las objeciones.

2.6 Técnicas de tratamiento de objeciones a la venta:

2.6.1 Tratamiento de las objeciones de carácter universal.

2.6.2 Tratamiento de las objeciones basadas en el importe de la intermediación.

2.6.3 Tratamiento de las objeciones basadas en la pretendida falta de eficacia de la intermediación

2.6.4 Tratamiento de las objeciones basadas en la forma de establecer la relación con el propietario.

2.6.5 Tratamiento de las objeciones basadas en nuestra imagen de empresa.

2.6.7 Tratamiento de objeciones basadas en otros criterios.

2.7 El cierre de la venta inmobiliaria

2.7.1 Naturaleza, finalidad y características del cierre

2.7.2 Las dos vías al cierre.

2.7.3 El miedo al cierre.

2.7.4 El cierre anticipado.

2.7.5 Otros aspectos del cierre

2.8 Las técnicas del cierre.



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



2.8.1 Cierre directo.

2.8.2 Cierre indirecto.

2.8.3 Cierre condicional.

2.8.4 Cierre de Rackham/Huthwaite

2.8.5 Otros tipos de cierre.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. Documentación en la venta inmobiliaria

3.1 El control de recepción de los clientes potenciales.

3.2 Las visitas al inmueble.

3.2.1 La confirmación de la cita

3.2.2 Preparación de la entrevista.

3.2.3 La realización de la visita al inmueble.

3.2.4 La hoja de visita.

3.2.5 Los finales de la visita

3.2.6 La comunicación del resultado de la visita.

3.3 Preparación de las condiciones básicas de la oferta de compra.

3.3.1 El estudio documental, tributario y fiscal de la operación con el comprador potencial.

3.3.2 La oferta de compra al propietario.

3.3.3 Gestiones posteriores en caso de acuerdo inicial.

3.3.4 Cumplimentación de documentos comerciales y precontratos de operaciones inmobiliarias.



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



3.4 La asistencia a la firma del acuerdo.

3.5 El estudio del éxito y fracaso de las operaciones intentadas.

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. Atención de quejas y reclamaciones en el proceso de venta

### 4.1 Conflictos y reclamaciones en la venta inmobiliaria

#### 4.1.1 Tipología: Quejas y Reclamaciones

#### 4.1.2 Diferencias y consecuencias.

### 4.2 Normativa de protección al consumidor en el caso de la comercialización inmobiliaria:

#### 4.2.1 Derechos de los consumidores: responsabilidad de intermediarios y distribuidores.

#### 4.2.2 Información a suministrar en la compraventa y arrendamiento de bienes inmuebles.

#### 4.2.3 Las normativas autonómicas de consumo

#### 4.2.4 La ley de protección de datos.

### 4.3 Gestión y resolución de reclamaciones:

#### 4.3.1 Las hojas de reclamaciones: elementos y cumplimentación

#### 4.3.2 Procedimiento y consecuencias de las reclamaciones

#### 4.3.3 Documentación y pruebas

#### 4.3.4 Las OMIC (Oficinas municipales de información al consumidor)

#### 4.3.5 Respuestas y usos habituales en el sector comercial

#### 4.3.6 Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento

### 4.4 Código deontológico y autorregulación de la comercialización inmobiliaria.



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



4.4.1 Códigos deontológicos europeos y nacionales.

4.4.2 Cartilla de buenas prácticas en inmobiliaria

4.4.3 La prevención de blanqueo de capitales

4.4.4 La información en las comercializaciones especiales