



Marketing y comunicación en el sector inmobiliario

Sku: CT2461

Horas: 18

Formato: HTML

CONTENIDOS

- 1. Conceptos básicos de marketing aplicados a la comercialización inmobiliaria.**
- 2. El plan de marketing.**
 - 2.1. Objetivos y finalidad.
 - 2.2. Marketing estratégico: acciones.
 - 2.3. Marketing operativo: acciones.
- 3. El plan de medios y comunicación.**
 - 3.1. El proceso y objetivos del plan de comunicación
 - 3.2. Medios y canales de comunicación.
- 4. Las acciones comerciales en el sector inmobiliario.**
 - 4.1. Establecimiento de objetivos.
 - 4.2. Identificación de características y valor añadido de los inmuebles o servicio de intermediación inmobiliaria.
 - 4.3. Identificación del mercado potencial y entorno competitivo.
 - 4.4. Elaboración del mensaje.
 - 4.5. Identificación de los medios de publicidad y promoción. Ventajas e inconvenientes de su utilización.
- 5. Las campañas publicitarias periódicas o puntuales.**
 - 5.1. La estimación del presupuesto de la acción comercial.
 - 5.2. La coordinación de la campaña.
 - 5.3. Establecimiento de métodos de control de la campaña.
- 6. Marketing directo.**
 - 6.1. Naturaleza.
 - 6.2. Principales herramientas del marketing directo.
 - 6.3. El control de los resultados.
- 7. Telemarketing y gestión de relaciones con clientes (CRM).**