

Comercial – Fundamentos

Marketing digital para brokers inmobiliarios



2 semanas | 35 lecciones

ESPECIALISTA

Lic. María Eugenia Mignogna

INTRODUCCIÓN

La incorporación de internet revolucionó la forma de comunicarse y de realizar negocios de las empresas. En la actualidad, es primordial la presencia integral en la web como sinónimo de excelencia. La forma en que se presenta la marca en internet es de gran importancia para implementar sus técnicas de comercialización a través de sus vías de comunicación. Por eso actualmente se habla de un marketing experiencial basado en el comportamiento y la interacción sana entre la empresa y su público. El sector inmobiliario, así como el turismo y la industria del entretenimiento, solo por destacar tres ámbitos atravesados por las TICs, han trasladado en todos sus procesos de comunicación y comercialización, gran parte de sus recursos y esfuerzos al mundo digital.

Este curso se propone brindar herramientas y estrategias propias de la gestión del plan de marketing digital, integrándolas con las nuevas tecnologías y el cambio de paradigma en las comunicaciones y la aparición del prosumidor. Además, busca comprender la importancia del uso de las herramientas digitales, las redes sociales y el sitio web para implementar en la labor diaria del negocio inmobiliario y así lograr potenciarlo y ampliar la cartera de clientes.

Lic. María Eugenia Mignogna
Docente especialista del curso

Objetivos

Luego de trabajar con los recursos brindados el participante podrá:

- Brindar herramientas y conceptos sobre marketing para optimizar los servicios y así generar mayor rentabilidad en el negocio inmobiliario.
- Comprender e incorporar todos los aspectos básicos referidos al e-marketing y las estrategias principales en el uso de las herramientas digitales para un plan exitoso de negocios.
- Desarrollar habilidades que permitan mejorar y optimizar el uso de las redes sociales y el sitio web.
- Comprender de la importancia de generar un plan integral de marketing y cómo llevarlo a cabo.
- Cómo transformar leads en clientes a través de una estrategia de comunicación eficiente y conocer la importancia de fidelizar clientes a través de los medios electrónicos.
- Comprender el uso del cuadro estratégico en el plan de marketing y de la herramienta Brief para desarrollar una campaña positiva y acorde a los objetivos de la empresa.
- Incorporar la técnica Inbound para lograr que todos los componentes del plan de marketing se integren en una misma herramienta.

Destinatarios

Programa de entrenamiento comercial para **empresarios, corredores inmobiliarios y staff de compañías inmobiliarias** que se encuentren involucrados en procesos de comunicación institucional, ventas y gestión de marketing. Así como también, aquellos nuevos profesionales independientes que se encuentren en la búsqueda de oportunidades de expansión comercial y diferenciación de la competencia.

¡Personas interesadas en especializarse y lograr negocios exitosos!

Modalidad del curso

Durante el recorrido de este curso usted contará con:

- 35 video clases interactivas a cargo del especialista sobre el tema.
- Materiales de lectura con toda la información del curso.
- El cuadro estratégico del plan de e-marketing, la herramienta publicitaria Brief para desarrollar campañas exitosas y mucho más.

Soporte durante el aprendizaje

Durante todo el curso usted contará con el acompañamiento de una tutora. Ella se encarga de ayudarlo en caso de inconvenientes técnicos o consultas sobre la navegación del curso y del campus online.

Certificado del curso

Luego de recorrer todo el curso y de cumplir con los requisitos correspondientes podrá acceder al certificado de aprobación de este:

- Completar el perfil profesional.
- Responder la encuesta de satisfacción del curso.
- Navegar el 100% del curso.

ORGANIZACIÓN DEL CURSO

El curso de Marketing digital para brokers inmobiliarios está organizado en siete módulos:

MÓDULO 1 | Marketing aplicado al negocio de bienes raíces

El panorama actual del marketing aplicado al negocio de bienes raíces: sustentabilidad y las tecnologías de la información y la comunicación. Del marketing tradicional al marketing digital. El nuevo paradigma comercial: el cliente prosumidor y el rol del vendedor. Kotler hacia el futuro del marketing digital.

MÓDULO 2 | Introducción al E-marketing

Sistemas para desarrollar el plan estratégico de Marketing digital: el momento cero de la verdad (Modelo ZMOT) y el ecosistema digital en el sector inmobiliario. Nuevos paradigmas de negocios: del modelo de Procter y Gamble al modelo ZMOT. El rol del prosumidor. El mercado inmobiliario y los medios electrónicos: el contenido de las ofertas. El círculo virtuoso y los leads. El concepto de trolls. E-marketing: El ecosistema digital y sus componentes.

MÓDULO 3 | El plan integral de e-marketing

Los procesos para lograr el círculo virtuoso de la gestión inmobiliaria. ¿En qué consiste el proceso de captación? La importancia del ofrecimiento en el mercado: cambios en la demanda y herramientas de comercialización digitales. El proceso estratégico de tasación, negociación y cierre de operaciones. Los aspectos fundamentales del ofrecimiento, descripción y exhibición de los inmuebles. El servicio de Tenant rep dentro de la inmobiliaria y las necesidades del cliente.

MÓDULO 4 | Agentes involucrados en la implementación del plan de marketing

El organigrama de la empresa: tipos de organigramas y las comunicaciones. La importancia de un Brand engagement virtuoso. Herramienta para la comunicación de objetivos: Brief.

MÓDULO 5 | Técnicas poderosas: Inbound

Utilidades de los sistemas inbound marketing. ¿Cómo generar una estrategia de ventas a través de los sistemas Inbound? Inbound para regular el presupuesto inmobiliario.

MÓDULO 6 | Fidelización de clientes

¿Cómo fidelizar clientes a través de los medios electrónicos? Generación de comunidades: el boca a boca virtual. El rol de los influencers en una inmobiliaria.

MÓDULO 7 | Publicidad no convencional y creatividad en el plan de negocios

¿Cómo publicitar y ser creativos en el sector inmobiliario? Técnicas no convencionales en publicidad y los medios virtuales de comunicación. Formato publicitario Below the line. La creatividad en el plan de negocios: el marketing experiencial. Técnicas experienciales: Flash mobs, el pop up retail, Street marketing, etc. La realidad multipantalla y el mensaje publicitario.

¡Te esperamos!

