

PROGRAMA PROFESIONAL - CHILE

80 hrs

CURSO ONLINE ASINCRÓNICO

Ventas Inmobiliarias

Captación, promoción, negociación, cierre y fidelización de clientes

SKU 8031

CAPTACIÓN Y PROSPECCIÓN

MARKETING Y CRM

NEGOCIACIÓN Y CIERRE

ACERCA DEL CURSO

Programa de formación profesional

80

HORAS

10

MÓDULOS

24/7

ACCESO

8031

SKU

Descripción

Este curso entrega herramientas comerciales y prácticas para gestionar profesionalmente una operación inmobiliaria, desde la identificación de oportunidades y captación de propiedades hasta la negociación, el cierre y el seguimiento postventa.

Los participantes aprenderán a analizar el mercado, prospectar clientes, presentar propiedades, desarrollar argumentos de venta, manejar objeciones, utilizar herramientas digitales y aplicar estrategias de fidelización. El programa incorpora ejercicios y casos orientados a situaciones habituales del sector inmobiliario.

Dirigido a

Corredores de propiedades, asesores inmobiliarios, ejecutivos comerciales, vendedores de proyectos, emprendedores y personas interesadas en desarrollar competencias profesionales para la captación, promoción, negociación y venta de propiedades.



80 HORAS

Objetivo general

Desarrollar competencias para planificar y ejecutar procesos de venta inmobiliaria, aplicando técnicas de captación, comunicación comercial, marketing, negociación, cierre y fidelización de clientes.

Enfoque práctico

El curso combina análisis comercial, venta consultiva, marketing digital, herramientas CRM y buenas prácticas profesionales para acompañar una operación desde la prospección hasta la postventa.

Detalles del programa

- Modalidad: 100% online asincrónica.
- Acceso disponible las 24 horas, los 7 días.
- Duración total: 80 horas.
- Programa estructurado en 10 módulos.
- Actividades y casos aplicados al sector inmobiliario.

Del mercado al cierre inmobiliario

Una ruta progresiva para captar, presentar, negociar y fidelizar con una gestión comercial organizada.

1 Mercado y actividad inmobiliaria

2 Análisis comercial de propiedades

3 Captación de propiedades

4 Prospección y calificación de clientes

5 Marketing inmobiliario

6 Venta consultiva y comunicación

7 Presentación y visita de propiedades

8 Manejo de objeciones

9 Negociación y cierre inmobiliario

10 Gestión, ética y fidelización

Resultados de aprendizaje

- Reconocer las etapas y actores de una operación inmobiliaria.
- Analizar propiedades y condiciones generales del mercado.
- Captar propiedades y generar oportunidades comerciales.
- Identificar y calificar compradores o arrendatarios.
- Aplicar venta consultiva, comunicación y manejo de objeciones.
- Conducir negociaciones y organizar el cierre.
- Utilizar herramientas digitales y sistemas CRM.
- Gestionar postventa, referidos, ética y buenas prácticas.

1

Mercado y actividad inmobiliaria

- Características del mercado inmobiliario.
- Actores que participan en una operación.
- Tipos de propiedades y segmentos de clientes.
- Funciones y responsabilidades del asesor inmobiliario.
- Perfil y competencias del vendedor inmobiliario.
- Etapas del proceso comercial.

2

Análisis comercial de propiedades

- Factores que influyen en el precio de una propiedad.
- Ubicación, superficie, estado y atributos diferenciadores.
- Análisis de oferta y demanda.
- Comparación con propiedades similares.
- Identificación de ventajas, limitaciones y oportunidades.
- Elaboración de una propuesta de valor inmobiliaria.

3

Captación de propiedades

- Fuentes y canales de captación.
- Prospección de propietarios.
- Preparación del primer contacto.
- Entrevista y diagnóstico de necesidades.
- Presentación profesional del servicio inmobiliario.
- Honorarios, condiciones y acuerdos de intermediación.
- Recopilación de antecedentes de la propiedad.
- Seguimiento de propietarios potenciales.

4

Prospección y calificación de clientes

- Definición del cliente objetivo.
- Segmentación de compradores y arrendatarios.
- Generación de contactos y oportunidades.
- Prospección digital, telefónica y presencial.
- Gestión de consultas provenientes de portales y redes sociales.
- Calificación según necesidad, presupuesto, financiamiento y urgencia.
- Construcción y administración del embudo de ventas.

5

Marketing inmobiliario

- Diseño del plan de promoción de una propiedad.
- Redacción de publicaciones inmobiliarias.
- Fotografía y presentación visual.
- Uso de portales, redes sociales y bases de datos.
- Publicidad digital y campañas de captación.
- Elaboración de material comercial.
- Uso responsable de herramientas de inteligencia artificial.
- Publicidad veraz y manejo adecuado de la información.

6

Venta consultiva y comunicación

- Identificación de necesidades y motivaciones.
- Escucha activa y formulación de preguntas.
- Diferencias entre características y beneficios.
- Construcción de confianza y credibilidad.
- Adaptación del discurso a distintos perfiles.
- Técnicas de argumentación y persuasión.
- Errores frecuentes en la comunicación comercial.

7

Presentación y visita de propiedades

- Preparación de la propiedad antes de una visita.
- Coordinación y confirmación de interesados.
- Estructura de una visita inmobiliaria efectiva.
- Presentación de espacios y atributos.
- Detección de señales de interés.
- Registro de observaciones y retroalimentación.
- Seguimiento posterior a la visita.
- Manejo de visitas sin resultados inmediatos.

Negociar, cerrar y construir relaciones duraderas

Competencias para transformar oportunidades en operaciones bien gestionadas y clientes que recomiendan.

8

Manejo de objeciones

- Origen y clasificación de las objeciones.
- Objeciones relacionadas con precio, ubicación y estado.
- Objeciones sobre financiamiento y condiciones.
- Técnicas para responder sin confrontar.
- Transformación de objeciones en oportunidades.
- Seguimiento de clientes indecisos.
- Recuperación de negociaciones estancadas.

9

Negociación y cierre inmobiliario

- Preparación de una negociación.
- Intereses, posiciones y márgenes de negociación.
- Presentación y comunicación de ofertas.
- Gestión de contraofertas.
- Mediación entre propietario y comprador.
- Señales de decisión de compra.
- Técnicas de cierre aplicadas al sector inmobiliario.
- Coordinación de reservas, promesas y antecedentes.
- Prevención de conflictos durante el cierre.

10

Gestión, ética y fidelización

- Uso de CRM y organización de la cartera.
- Automatización del seguimiento comercial.
- Indicadores de captación, visitas, conversión y cierre.
- Principios éticos de la intermediación inmobiliaria.
- Confidencialidad y protección de datos.
- Prevención de conflictos de interés.
- Buenas prácticas en publicidad y documentación.
- Seguimiento postventa.
- Gestión de reclamos e inconvenientes.
- Estrategias para obtener recomendaciones y referidos.