

MARKETING INMOBILIARIO: NUEVAS ESTRATEGIAS, NUEVOS CONCEPTOS, NUEVOS CLIENTES

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 24 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Marketing

OBJETIVOS

- » Aprender estrategias y tácticas de marketing con aplicación específica al mercado inmobiliario.

PROGRAMA - FASES

- » Introducción: el mercado inmobiliario, evolución de un mercado de demanda a un mercado de oferta.
- » La cadena de valor del sector inmobiliario.
- » Investigación de mercado: segmentación de la demanda y la oferta.
- » Diseño del producto inmobiliario.
- » Plan de marketing.
- » Publicidad: planificación de medios y desarrollo creatividad.
- » Marketing digital: marketing de buscadores, publicidad digital, email, optimización de websites.
- » Marketing directo y de fidelización: explotación de bases de datos internas y externas.
- » Marketing promocional y eventos.
- » Marketing en el punto de venta.
- » Evaluación de la rentabilidad (roi) del gasto de marketing.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Responsables o empleados de los departamentos de Marketing y Comercial de empresas inmobiliarias.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*