

Marketing Inmobiliario

Javier Regueira:

- Licenciado CC.EE. Europeas E-4 (ICADE), Máster en Marketing URJC y Doctorando en Marketing de Contenidos URJC.
- Socio Dialogue Manager de [Pop Up Música](#).
- Profesor de Marketing, Branding y Emprendimiento en distintas escuelas de negocio.
- [Blogger](#) y autor de "[El gran hermano ha muerto](#)" (Ed. Esic) y "[Game Over: los 13 errores que me llevaron a cerrar mi empresa](#)" (Ed. Netbiblo).
- Speaker en temas empresariales y de marketing.
- 15 años de experiencia en Marketing y Publicidad (Grey Advertising, Imperial Tobacco, BDF Nivea, Leo Burnett).

Enfoque:

El mercado inmobiliario español está atravesando momentos difíciles. Muchas empresas del sector, a merced de un ciclo económico adverso, necesitan urgentemente encontrar nuevas fórmulas que les permitan garantizar su competitividad y viabilidad a largo plazo.

El curso presenta las técnicas de planificación y gestión de Marketing y los aprendizajes que han servido a miles de empresas en mercados de consumo y servicios de todo el mundo para competir rentablemente en entornos favorables y desfavorables.

En definitiva, se trata de enseñarle a desarrollar ese valor de marca que ha de constituir el elemento fundamental de la relación con sus clientes y el garante de la rentabilidad futura de su negocio.

Qué aprenderá:

- A aplicar el enfoque de Marketing como sistema de gestión orientado a diferenciar su marca en un contexto de sobresaturación publicitaria y comercial.
- A preparar un Plan de Marketing como eje vertebrador de la estrategia empresarial.
- La metodología necesaria para construir un posicionamiento diferencial y relevante para nuestros clientes.
- A desarrollar el posicionamiento de la marca aplicando las cuatro variables del marketing mix: producto, precio, comunicación y distribución.
- A implantar un nuevo modelo de gestión de clientes orientado a la fidelización, con dos fases bien diferenciadas: impersonal (publicidad y promoción) y personal (atención telefónica, electrónica y personal).
- Las herramientas más actuales y eficaces para comunicar el producto inmobiliario y activar su compra: contact centers, comunicación digital y CRM.

A quién va dirigido:

Empresarios y profesionales del sector inmobiliario (constructores, promotores, agencias inmobiliarias, etc.)

Duración:

Entre 20 y 30 horas.