

### DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA UNIDAD FORMATIVA

UNIDAD FORMATIVA	VENTA PERSONAL INMOBILIARIA	DURACIÓN	60
		Específica	
Código	UF1924		
Familia profesional	COMERCIO Y MARKETING		
Área Profesional	Compraventa		
Certificado de profesionalidad	GESTIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA	Nivel	3
Módulo formativo	Comercialización inmobiliaria)	Duración	130
Resto de unidades formativas que completan el módulo	Marketing y promoción inmobiliaria		40
	Venta online (TRANSVERSAL)		30

#### Apartado A: REFERENTE DE COMPETENCIA

Esta unidad formativa se corresponde con las RP2, RP3 RP4, RP5 y RP6.

#### Apartado B: ESPECIFICACIÓN DE LAS CAPACIDADES Y CONTENIDOS

### Capacidades y criterios de evaluación

- C1 Determinar las características de los inmuebles adecuados a las necesidades detectadas de distintos tipos de clientes.
- CE1.1 Identificar las variables que intervienen en el comportamiento y motivación de compra del cliente de bienes inmuebles.
  - CE1.2 Argumentar la importancia del conocimiento del cliente y del producto en el éxito de la intermediación inmobiliaria.
  - CE1.3 Valorar la importancia de la estructuración y elaboración de un guión previo o argumentario para la detección de necesidades y comercialización de bienes inmuebles.
  - CE1.4 Elaborar un guión de entrevista con preguntas clave para calificar al cliente según:
    - Sus necesidades,
    - Sus motivaciones de compra,
    - Capacidad de alquiler y/o endeudamiento entre otros.
  - CE1.5 En una entrevista simulada con un cliente demandante de inmuebles para su arrendamiento/alquiler como vivienda:
    - Aplicar las técnicas de comunicación, verbal y no verbal, y habilidades sociales que faciliten la empatía con el cliente.
    - Clasificar las necesidades del cliente en críticas y no críticas.
    - A partir de las necesidades críticas del cliente definir el “inmueble ideal” que se adaptaría a esas necesidades.
    - Describir con claridad las características del inmueble seleccionado, destacando sus ventajas y su adecuación a las necesidades del cliente.
  - CE1.6 En una entrevista simulada con un cliente demandante de inmuebles para su compra:
    - Identificar la tipología del cliente y sus necesidades de compra, realizando las preguntas oportunas.
    - Aplicar las técnicas de comunicación, verbal y no verbal, y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente.
    - Clasificar las necesidades del cliente en críticas y no críticas.
    - A partir de las necesidades críticas del cliente definir el “inmueble ideal” que se adaptaría perfectamente a esas necesidades.
    - Describir con claridad las características del inmueble seleccionado, destacando sus ventajas y su adecuación a las necesidades del cliente.
  - CE1.7 Identificar los diferentes tipos de consultas disponibles, en una base de datos de inmuebles previamente diseñada, analizando la funcionalidad de cada uno de ellos.
  - CE1.8 Ante un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se dispone de información de inmuebles contenida en una base de datos:
    - Manejar con precisión las utilidades de la aplicación informática que permitan realizar consultas de información.
    - Identificar la información solicitada y su localización física en la aplicación.
    - Editar, procesar y archivar, en su caso, la información recuperada.
- C2: Aplicar técnicas de venta y refutación de objeciones en operaciones–tipo de comercialización de productos y/o servicios de intermediación inmobiliaria.
- CE2.1 Describir las fases fundamentales del proceso de comercialización, presencial y no presencial, «on line» y «off line», de bienes

inmuebles para su compraventa/alquiler.

CE2.2 Describir las objeciones utilizadas habitualmente por los clientes–demandantes de inmuebles para comprar/alquilar.

CE2.3 Explicar y ejemplificar las técnicas existentes para rebatir las objeciones más habituales de distintos cliente–tipo en la actividad inmobiliaria.

CE2.4 A partir de la caracterización de un inmueble y un cliente–demandante interesado en su compra/alquiler, simular la presentación del producto, empleando, en su caso, recursos gráficos como fotos o planos.

CE2.5 En una simulación de comercialización no presencial por teléfono:

- Realizar la entrevista interpretando las necesidades y capacidad de compra del cliente adoptando las técnicas de comunicación al medio (teléfono o Internet) procurando la empatía y confianza con el cliente.
- Transmitir con claridad y precisión, de forma oral y escrita, la información disponible de los inmuebles.

CE2.6 A partir de los datos de una demanda «on line» y/o solicitud de arrendamiento de inmuebles por correo electrónico:

- Redactar las preguntas para detectar las necesidades del cliente, en un lenguaje cordial y adecuado, con corrección léxica y ortográfica, favoreciendo la empatía y confianza con el cliente.
- Transmitir de forma escrita, la información disponible de la cartera de inmuebles con claridad y precisión.
- Proponer la celebración de una cita para la continuación de la operación.

CE2.7 En una simulación de una visita con un cliente a un inmueble para su compra, a partir de información de la operación comercial convenientemente caracterizada:

- Presentar con claridad las características del inmueble, destacando sus ventajas y su adecuación a las necesidades del cliente utilizando herramientas de presentación.
- Mantener durante la simulación una actitud que favorezca la confianza y decisión de compra.
- Rebatir las objeciones del cliente–comprador utilizando diferentes técnicas para rebatir objeciones.
- Evaluar críticamente la actuación desarrollada detectando aquellos aspectos que puede mejorar.

C3: Valorar la importancia del seguimiento de las operaciones, visitas y clientes contactados utilizando sistemas de gestión comercial informáticos y aplicando criterios de calidad y mejora continua en el servicio de comercialización inmobiliaria.

CE3.1 Argumentar la ventaja de aplicar técnicas de seguimiento y control en las distintas fases del proceso de comercialización inmobiliaria.

CE3.2 Explicar la utilidad de un CRM, base de datos y/o sistema informático organizado de seguimiento y control de las operaciones de intermediación en una agencia/empresa inmobiliaria.

CE3.3 Explicar los criterios e indicadores para valorar la eficacia de un servicio de intermediación inmobiliaria de calidad y mejora continua.

CE3.4 Identificar la documentación que se utiliza para recoger la información obtenida en una visita y/o entrevista con un cliente demandante de productos inmobiliarios.

CE3.5 Identificar la información mínima de control que debe contener un informe o reporte de una visita y/o entrevista con un cliente–demandante.

CE3.6 En la simulación de una visita de un inmueble con un cliente, convenientemente caracterizada complementar los datos en una hoja de visita previamente diseñada.

CE3.7 Redactar informes y/o documentos de trabajo, hojas de visita u otros, concretando la información y seguimiento del proceso de comercialización inmobiliaria, utilizando aplicaciones informáticas adecuadas

CE3.8 En la simulación de una relación con un cliente supuesto, y a partir de información convenientemente caracterizada:

- Describir los criterios comerciales para decidir la inclusión del cliente en un plan de fidelización.
- Determinar las áreas de actuación dentro de su responsabilidad que singularizan la relación.

CE3.9 Explicar el significado del servicio post-venta en los procesos comerciales inmobiliarios.

## Contenidos:

### 1. La venta de bienes inmobiliarios

- Definición de la venta personal inmobiliaria
- Características de la venta inmobiliaria.
  - Disputada (competitiva y cooperativa)
  - De alto precio y riesgo.
  - Compleja
  - Azarosa
  - Estratégica
  - Planificada (metódica)
  - Incremental y multivisita
- La venta de bienes de consumo vs las ventas de alto precio y riesgo
- Las características del cliente y el proceso de decisión del cliente.
  - La necesidad y deseo de compra en el caso de bienes inmuebles

- La reacción al precio
- La reacción al vendedor

## **2. Técnicas de venta personal en la venta inmobiliaria**

- El proceso de venta.
- Detección de necesidades y capacidad del cliente de productos o servicios inmobiliarios:
  - Las necesidades críticas y no críticas en el deseo del cliente.
  - El sistema de preguntas: clases, formas y momentos.
  - Reglas básicas para formular preguntas y calificar a los clientes demandantes.
  - La comprobación de la existencia de inmuebles en la cartera de inmuebles.
  - Detección de la capacidad económica y operativa del cliente
- Las técnicas de escucha activa.
  - La recepción del mensaje comercial.
  - La conducta de escucha.
  - La comunicación no verbal.
- Presentación del producto inmobiliario.
  - Características, beneficios y ventajas de la oferta.
  - Técnicas de muestra de los inmuebles
  - Las “ayudas” a las Ventas.
- Argumentación comercial:
  - Objeciones en la venta inmobiliaria: concepto y clasificación de las objeciones
  - Los Métodos de contraargumentación
  - Prevención de las objeciones.
- Técnicas de tratamiento de objeciones a la venta:
  - Tratamiento de las objeciones de carácter universal.
  - Tratamiento de las objeciones basadas en el importe de la intermediación.
  - Tratamiento de las objeciones basadas en la pretendida falta de eficacia de la intermediación.
  - Tratamiento de las objeciones basadas en la forma de establecer la relación con el propietario.
  - Tratamiento de las objeciones basadas en nuestra imagen de empresa.
  - Tratamiento de objeciones basadas en otros criterios.
- El cierre de la venta inmobiliaria
  - Naturaleza, finalidad y características del cierre.
  - Las dos vías al cierre.
  - El miedo al cierre.
  - El cierre anticipado.
  - Otros aspectos del cierre
- Las técnicas del cierre.
  - Cierre directo.
  - Cierre indirecto.
  - Cierre condicional.
  - Cierre de Rackham/Huthwaite.
  - Otros tipos de cierre.

## **3. Documentación en la venta inmobiliaria**

- El control de recepción de los clientes potenciales.
- Las visitas al inmueble.
  - La confirmación de la cita.
  - Preparación de la entrevista.
  - La realización de la visita al inmueble.
  - La hoja de visita.
  - Los finales de la visita.
  - La comunicación del resultado de la visita.
- Preparación de las condiciones básicas de la oferta de compra.
  - El estudio documental, tributario y fiscal de la operación con el comprador potencial.
  - La oferta de compra al propietario.
  - Gestiones posteriores en caso de acuerdo inicial.
  - Cumplimentación de documentos comerciales y precontratos de operaciones inmobiliarias.
- La asistencia a la firma del acuerdo.
- El estudio del éxito y fracaso de las operaciones intentadas.

#### 4. Atención de quejas y reclamaciones en el proceso de venta

- Conflictos y reclamaciones en la venta inmobiliaria:
  - Tipología: Quejas y Reclamaciones
  - Diferencias y consecuencias.
- Normativa de protección al consumidor en el caso de la comercialización inmobiliaria:
  - Derechos de los consumidores: responsabilidad de intermediarios y distribuidores.
  - Información a suministrar en la compraventa y arrendamiento de bienes inmuebles.
  - Las normativas autonómicas de consumo
  - La ley de protección de datos.
- Gestión y resolución de reclamaciones:
  - Las hojas de reclamaciones: elementos y cumplimentación
  - Procedimiento y consecuencias de las reclamaciones
  - Documentación y pruebas
  - Las OMIC (Oficinas municipales de información al consumidor)
  - Respuestas y usos habituales en el sector comercial
  - Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento
- Código deontológico y autorregulación de la comercialización inmobiliaria.
  - Códigos deontológicos europeos y nacionales.
  - Cartilla de buenas prácticas en inmobiliaria
  - La prevención de blanqueo de capitales
  - La información en las comercializaciones especiales.

### Apartado C: **REQUISITOS Y CONDICIONES**

Deberá cumplir alguno de los requisitos siguientes:

- Estar en posesión del título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de nivel 2.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 1 de la misma familia y área profesional
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado medio o haber superado las correspondientes pruebas de acceso a ciclos de grado medio
- Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o de 45 años
- Tener, de acuerdo con la normativa que se establezca, los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación

En relación con las exigencias de los formadores o de las formadoras, instalaciones y equipamientos se atenderá las exigencias solicitadas para el propio certificado de profesionalidad.