IMPACTO DE CAMBIOS Y TENDENCIAS EN INNOVACIÓN Y GESTIÓN

Marketing Digital y Desarrollo Real Estate

EN REAL ESTATE
ESCUELA DE NEGOCIOS

TEÓRICO - PRÁCTICO | 100% ONLINE | TUTOREADO | CLASES EN VIVO | 2 MESES

El marketing digital se ha transformado en una herramienta vital e indispensable para escuchar las necesidades de los clientes y diseñar soluciones que las atiendan.
Este curso está pensado en las empresas y desarrolladores inmobiliarios como una revisión de las mejores prácticas, tanto estratégicas como operativas, para sus planes de marketing digital.

Lic. Mariana Leiva (Docente especialista del curso)

ESPECIALISTA

Lic. Mariana Leiva

Licenciada y Profesora en Periodismo, especializada en fundamentos de Marketing Digital y finanzas y economía. Certificada en Google Activate. Comunicadora en www.ambito.com. Consultora, docente y disertante en Imagen, Comunicación y Marketing Digital enfocado al Real Estate.

LINKEDIN

MODALIDAD TUTOREADO

Contarás con el acompañamiento de un tutor durante la cursada. Tendrás un cronograma de temas donde podrás interactuar con el especialista y compañeros durante los encuentros en línea. Una vez aprobado el curso podrás obtener tu certificado institucional.
El curso se encontrará disponible aproximadamente durante un período máximo de cuatro meses para poder recorrerlo.

OBJETIVOS

- Relevar los principales aspectos y prácticas que nos llegan hoy a través del marketing digital.
- Revisar individual y grupalmente el impacto del marketing digital en la actividad del Desarrollo Inmobiliario según nuestras características.
- Profundizar en forma práctica los principales temas que conllevan a optimizar y mejorar resultados comerciales.

EL CURSO INCLUYE

- Vídeo clases interactivas a cargo de un especialista sobre el tema.
- Materiales de lectura con toda la información del curso
- Prácticas y actividades sobre Marketing digital:
  - **Práctica 1:** Análisis de las 7 áreas de decisión de marketing digital, en relación a la empresa de cada participante.
  - **Práctica 2:** Diseño y puesta en marcha de acciones de marketing para cada etapa del embudo y de acuerdo al buyer persona y a técnicas de Growth.
  - **Práctica 3: Diseño de una campaña online utilizando para ello contenido de valor.**
- Entrevistas exclusivas con referentes en el área de Marketing Digital.
- Un encuentro en línea con el especialista donde se podrán resolver dudas, realizar todas las preguntas sobre el contexto de estudio e intercambiar conocimientos de manera grupal.

AL FINALIZAR EL CURSO USTED PODRÁ:

- Desarrollar y/o analizar la segmentación de su target objetivo y clientes.
- Mapear su propio ecosistema digital, dar sus primeros pasos en marketing de contenidos y UX y construir su plataforma de Posicionamiento SEO.

DIRIGIDO A

Desarrolladores, promotores y emprendedores de negocios inmobiliarios. Asesores comerciales de nuevos proyectos inmobiliarios. Profesionales del Real Estate vinculados a la toma de decisiones comerciales y de estrategia empresarial.

ORGANIZACIÓN DEL CURSO

MÓDULO 1 | Fundamentos del Marketing
Evolución desde sus orígenes hasta nuestros días. Producto/servicio; empresa; mercado y clientes. Estrategia de Marketing Digital aplicada a Desarrollos Inmobiliarios, entendiendo qué, por qué y para qué. Equipo de trabajo.

MÓDULO 2 | Componentes del Marketing Digital Actual
Plataformas. Medios. Tecnología. Datos. Dispositivos. Audiencias. Objetivos OKR. Buyer persona y Value Proposition.

Práctica 1: Análisis de las 7 áreas de decisión de marketing digital, en relación a la empresa de cada participante.

MÓDULO 3 | ¿Dónde Pongo el Foco?
Empresa. Producto o Servicio. Tipos de segmentación del producto, como punto de partida. Análisis de oportunidades. Técnicas: Growth Marketing y Growth Hacking.

MÓDULO 4 | Herramientas digitales para dinamizar los procesos comerciales
Etapas del embudo de ventas: desde la captación hasta la entrega del inmueble, y más. Ecosistema digital. Customer Relationship Management (CRM).

Práctica 2: Diseño y puesta en marcha de acciones de marketing para cada etapa del embudo y de acuerdo al buyer persona y a técnicas de Growth.

MÓDULO 5 | Publicidad online
Estrategias para campañas en Google Ads. Estrategias en Instagram Ads, Facebook Ads y LinkedIn Ads. Sistemas de e-mail marketing. Landing específicas. Big data aplicada a los negocios. Creación y nutrición de base de datos propia. Presupuestos y métricas.

MÓDULO 6 | Marketing de contenidos
Funnels de conversión. Estrategia de contenidos para cada etapa del desarrollo inmobiliario. Copywriting. Medios y canales. Indicadores KPI. Analítica web. Influencer Marketing y Medios de Comunicación.

Práctica 3: Diseño de una campaña online utilizando para ello contenido de valor.

MÓDULO 7 | Clientes del futuro: cuáles serán las nuevas demandas
Segmentación por expectativa del cliente. Factores de decisión de compra. El Marketing del futuro. Los centennials, los próximos compradores.