

Trainings- en cursusprogramma

Onroerendgoedpromotie.nl

Aanbod 2012-2014

Opzet trainingsprogramma 2012 - 2014

Onroerendgoedpromotie.nl biedt in overleg met de opdrachtgever maatwerk trainingen aan. De training gebeurt in eigen huis of op daartoe geselecteerde trainingslocaties. U kiest in eerste instantie zelf de onderdelen uit ons aanbod die u met uw cursisten wilt doorlopen. In overleg stellen wij daarna gezamenlijk op basis hiervan een totaal en afgerond trainingsprogramma samen.

Elke cursus duurt 2 uur (verkorte duur) of 4 uur (normale duur).
De workshops duren 4 uur (verkorte duur) of 8 uur (normale duur).

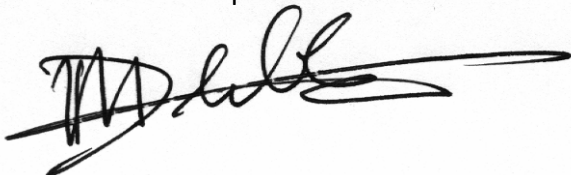
Onroerendgoedpromotie.nl biedt trainers aan met een gedegen trainings- en ervaringsachtergrond in de vastgoedbranches projectontwikkeling, overheid en coöperaties en makelaardij. Op verzoek worden ook ervaringsdeskundigen van buiten of van binnen uw bedrijf geïntegreerd als partner/deelnemer in het programma. We laten maximaal 12 personen per cursus of workshop zodat een optimale trainingseffectiviteit gewaarborgd blijft.

De cursusonderdelen zijn onderverdeeld naar de 4 hoofdthema's:
Markt, Proces, Middelen en Resultaten.

Zie de bijlage voor een inhoudsbeschrijving van alle trainings- en cursusonderdelen.

Meer informatie

Voor meer informatie over o.a. trainers, prijzen, referenties en verdere vragen kunt u contact opnemen met:



Ir. Marwin A.M.W. Dekkers MBA
Directeur
Onroerendgoedpromotie.nl



Bijlage: Trainings- en cursusprogramma

Onroerendgoedpromotie.nl

Aanbod 2012-2014

1.1 Marktonderzoek woningmarkt

Workshop

MARKT

Onderwerpen

Onderzoeksdefinitie, Doelgroepdefinitie, Marktgroottedefinitie, Financierbaarheid per doelgroep, Welke gegevensbronnen zijn beschikbaar?, Hoe zijn deze effectief in te zetten?, Modellering onderzoek, Feitelijke uitvoering onderzoek. Geleerde wordt in praktijk gebracht met praktische case.

Voorwaarden

Voor deze workshop moeten de cursisten over diverse werkstations met internet kunnen beschikken, anders kan workshop aangepast worden.

Resultaat

De cursisten kunnen na deze workshop voor hun eigen nieuwbouwprojecten en omgeving een regionaal marktonderzoek genereren, dat reëel en feitelijk inzicht geeft in marktpotentie, huidige en verwachte verkooptijden, verkoopprijzen, prijsbandbreedtes en financierbaarheid van de te realiseren type woningen en/of appartementen.

1.2 Doelgroepdefinitie: waarom, hoe, wie, wat?

Cursus

MARKT

Onderwerpen

Doelgroepen vaststellen, Definiëren, Bereiken en interesseren, Waardebeleving per doelgroep, Bereikvergroting per doelgroep, Belevingsvergroting per doelgroep, Senioren, Mediores, Jongeren, Singles, Tweeverdieners, Sociale definities, Lifestyle definities, Prijsdefinities.

Resultaat

De cursisten kunnen deze belangrijkste stap van Vastgoedmarketing™ planning met verve uitvoeren en de kopersdoelgroep voor het project scherp vaststellen en definiëren in termen van doelgroepdefinitie, bereik- en belevingsvergroting.

1.3 Waardepropositie vergroten van uw product

Cursus

MARKT

Onderwerpen

Product/dienst, service/relatie, imago, prijs, moeite en risico, Voorbeeldcases, Concurrentievergelijkingen, Verschillen tussen consumenten markt en professionele markt (bedrijven).

Resultaat

De cursisten hebben na deze cursus een veel bredere kijk op waardecreatie dan enkel het vastgoed / onroerend goed object en kunnen de waardepropositie verbreden en dus vergroten.



1.4 Marketingverschillen tussen consumenten en bedrijven

Cursus

MARKT

Onderwerpen

Waardebeleving van consumenten en bedrijven, Bedrijventerrein marketing, Overheden marketing.

Resultaat

De cursisten krijgen inzicht in de verschillende aanpakken en methodieken voor vastgoedmarketing™ gericht op consumenten en bedrijven.

2.1 Vastgoed Marketing en Promotie

Cursus

PROCES

Onderwerpen

Ontwikkeling en modellering van Communicatie en Marketing, Vastgoed en marketing, Marketingdefinities, Marketingmodellen, Concurrentiedenken, Praktijkcases.

Resultaat

De cursisten krijgen een goed theoretisch inzicht in communicatie, promotie en marketing en leren diverse tools in te zetten om hun eigen projecten te versterken. Waar versterken ze elkaar, waarin verschillen ze?

2.2 Koopcycli managen van consumenten en bedrijven

Cursus

PROCES

Onderwerpen

Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) en andere koopcycli modellen, Gevolgen voor marketingmiddelen en –aanpak per doelgroep.

Resultaat

De cursisten krijgen inzicht in de koopcyclus van consumenten én bedrijven en kunnen hun vastgoedmarketingplan™ daarop optimaliseren.

2.3 Optimaal databasemanagement van prospect naar klant

Cursus

PROCES

Onderwerpen

Bespreken huidige opzet via Excel, Email, Web en/of een Database?, Welke partijen moeten toegang hebben tot welke functionaliteit (ontwikkelaars, makelaars, financiële partners etc.), Voor- en nadelen huidige opzet binnen het bedrijf voor verkoopeffectiviteit en klantervaring, Mogelijke oplossingen - hier wordt ook de web-based klantdatabase oplossingen van Onroerendgoedpromotie.nl besproken en getoond, die in elk project naadloos geïntegreerd kunnen worden.

Resultaat

De cursisten kunnen een juiste keuze maken voor een juiste kandidaten/geïnteresseerden database implementatie voor een optimale verkoopbegeleiding en directe 24/7 marketingfeedback op campagnemiddelen.



2.4 Budgetteren promotie & verkoopkosten nieuwe media

Cursus

PROCES

Onderwerpen

Budgettering verkoop- en promotiekosten algemeen, Analyse van het proces nu in het bedrijf, Nieuwe media budgetteren, Voorbeeldprojecten budgetteren, Actuele modellen worden besproken, toegepast en overhandigd.

Resultaat

De cursisten kunnen voor elk nieuw project in traditionele alsook nieuwe media vorm een goede budgettering opzetten van de promotie- en verkoopkosten en gaan weg met concrete Excel tools.

2.5 Vastgoedmarketing™-planning: excelleren

Workshop

PROCES

Onderwerpen

Op basis van een voorbeeldproject wordt een compleet Vastgoedmarketing™ plan opgezet zoals uniek ontwikkeld door Onroerendgoedpromotie.nl, Doelgroeporiëntatie, Waardepropositie, Belevingsvergroting, Bereikvergroting, Conceptontwikkeling, Partners, Communicatieplanning, Middelen, Verdeeld over de fases: interessepeiling, start verkoop, bouw, oplevering en nazorg.

Resultaat

De cursisten kunnen na deze workshop voor hun eigen projecten een compleet Vastgoedmarketing™ plan opzetten, uitvoeren en controleren om een project succesvol richting de juiste doelgroep met optimaal verkooprendement in de markt te zetten.



3.1 Nieuwe media versus traditionele media: versterken

Cursus

MIDDELEN

Onderwerpen

Effectiviteit en kosten van websites, leaflets, brochures, projectborden, advertenties, persoonlijke verkoop, internet verkoop, events, social networks, web & search, etc., Mogelijkheden en onmogelijkheden, Effectiviteit per middel, Wanneer zet je ze in?, Hoe versterken ze elkaar?

Resultaat

De cursisten krijgen een goed inzicht in de combinatie van nieuwe en traditionele media in effectiviteit, mogelijke inzet alsook kosten. Diverse actuele vastgoedmarketing cases worden behandeld.

3.2 Mediavormen en middelen: keuzes en kosten

Cursus

MIDDELEN

Onderwerpen

Verschillen in inzet, kosten en effectiviteit van drukwerk en printen, papiersoorten, banners en projectborden, video en 3D visualisaties, Multi-media-, CD- en DVD-producties, leaflets en digitale mailingen, huis-aan-huis mailingen, postcode databases en kadaster mogelijkheden.

Resultaat

Uw cursisten krijgen inzicht in de diverse mediavormen en –middelen en hun prijs/kwaliteit en effectiviteit. Ze gaan naar huis met diverse praktische Excel kosten templates en mogelijke nieuwe partners voor hoogwaardige campagnemiddelen.

3.3 Do's en Don'ts van Internetcommunicatie

Cursus

MIDDELEN

Onderwerpen

Tientallen tips en praktische internetpresentatie voorbeelden betreffende boodschap, vorm en inhoud op basis van praktijkvoorbeelden in de vastgoedmarkt en andere markten, Inclusief de basis van Search Engine Optimization (SEO) voor natural/organic search versterking.

Resultaat

De cursisten krijgen een goed gevoel hoe internet het beste ingezet kan worden en hoe een internetpresentatie op de meeste effectieve manier opgezet moet worden.

3.4 Eventorganisatie: Do's en Don'ts

Cursus

MIDDELEN

Onderwerpen

Op basis van sprekende voorbeelden en praktijkcases worden evenementen en hun do's en don'ts besproken. Zeer gewaardeerde cursusgang.

Resultaat

Uw cursisten krijgen inzicht hoe men optimale verkoophevenementen en informatiedagen kan organiseren met een buitengewoon hoge opkomst van belangstellenden.



3.5 Conceptontwikkeling: hoe en met wie?

Cursus

MIDDELEN

Onderwerpen

Conceptontwikkeling wordt steeds belangrijker, Diverse actuele voorbeelden worden besproken: flexibel en catalogus bouwen met keuzeconcepten, zorg-, comfort-, service- en inrichtingsconcepten, energiezuinige concepten e.a., Doelgroepanalyse, Conceptdefinitie, Partners zoeken en kiezen. Diverse concepten uit de vastgoedpraktijk worden gepresenteerd en bediscussieerd.

Resultaat

Uw cursisten krijgen praktisch inzicht in de mogelijkheden van conceptontwikkeling om de waardepropositie van hun projecten te vergroten. Ze krijgen toegang tot diverse mogelijke partners en conceptdefinities.

3.6 Marketingpartners verwerven

Cursus

MIDDELEN

Onderwerpen

Welke partners kunnen bereik en waardepropositie van het project versterken, praktijkvoorbeelden van partners in diverse projecten, Financiële partners, Lifestyle partners, Product/Conceptpartners, Service- en Zorgpartners, Welke partners zijn mogelijk?, Hoe in te zetten?, Hoe te benaderen?, Hoe te positioneren als voordelen naar de doelgroep?

Resultaat

De cursisten krijgen verfrissend inzicht in welke partners noodzakelijk en welke partners versterkend zijn in versterking van de waardepropositie en dus van het totale Vastgoedmarketingproces™. Ze gaan weg met concrete namen en voorbeelden.

3.7 Guerrilla marketing: klein budget, groot succes

Cursus

MIDDELEN

Onderwerpen

Praktijkcases in vastgoedmarketing en andere branches ten aanzien van de beste guerrilla marketing technieken.

Resultaat

De cursisten gaan weg met de beste ideeën om hun projecten communicatietechnisch met kleine budgetten en meer creativiteit in campagne tot een succes te maken.



3.8 Hypotheekfinanciering: tools en rekenmodellen

Cursus

MIDDELEN

Onderwerpen

Op basis van diverse voorbeelden van diverse interessante doelgroepen zoals starters, tweeverdieners, senioren en koop versus huur versus verbouwing worden financieringsmodellen doorbesproken met inzicht in netto, bruto lasten en waardeopbouw. Ook worden overbruggingsfinancieringen besproken en andere mogelijkheden om het gepercipieerde risico van dubbele lasten te minimaliseren bij kandidaatkopers.

Resultaat

Uw cursisten krijgen inzicht in de financierbaarheid van hun projecten voor de beoogde doelgroepen met netto/bruto lasten en vermogensopbouw berekeningen, kennis van de huidige financieringsmogelijkheden en inzicht in het wegnemen van het risico van dubbele lasten.

3.9 (On)mogelijkheden van 3-D animaties

Cursus

MIDDELEN

Onderwerpen

Laatste stand 3D en 2,5D technieken, Behandeling diverse voorbeelden inclusief impressies, animaties en vogelvluchten, Mogelijkheden voor minihelikopters, Do's en Dont's, 3Ds definiëren en beoordelen per project.

Resultaat

De cursisten kennen na deze cursus alle 3D-mogelijkheden en variaties hierop voor gebied-, aanzicht- en interieurimpressies. Ze kunnen elke 3D-tekening op artistieke en commerciële kwaliteit beoordelen en visualisatiebureaus beter aansturen.



4.1 Belevingsvergroting in vastgoedprojecten

Cursus

RESULTATEN

Onderwerpen

In diverse praktijkcases wordt in deze cursus op een interactieve manier uitgelegd hoe de waardepropositie met belevingsvergroting van bepaalde projecten sterk werd vergroot over het totale Vastgoedmarketingproces™ en over concrete mediavormen en –middelen.

Resultaat

Uw cursisten krijgen theoretisch en praktisch inzicht in het creëren van een van de belangrijkste nieuwe waardedimensies in hun projecten: belevingsvergroting.

4.2 Bereikvergroting in vastgoedprojecten

Cursus

RESULTATEN

Onderwerpen

In diverse praktijkcases wordt in deze cursus op een interactieve manier uitgelegd hoe het bereik richting de beoogde doelgroepen van bepaalde projecten enorm werd vergroot over het totale Vastgoedmarketingproces™ en over concrete mediavormen en –middelen.

Resultaat

Uw cursisten krijgen theoretisch en praktisch inzicht hoe men het maximale bereik creëert voor de juiste doelgroep, met de maximale zichtbaarheid binnen die doelgroep.

4.3 Vastgoed projectteams organiseren en motiveren

Cursus

RESULTATEN

Onderwerpen

Projectmanagement, NLP, Teammotivatie, Teamorganisatie, Inspiratie, Creative Brains, Resultaatculturen, Denkwijzen en culturele aspecten van makelaars en financiële partners, Diverse praktijkvoorbeelden hoe het goed en slecht kan lopen.

Resultaat

Uw cursisten krijgen inzicht hoe men zijn of haar projectteam optimaal kan aansturen voor een maximale en effectieve output.

4.4 Optimale verkoopaansturing makelaars

Cursus

RESULTATEN

Onderwerpen

Verkoop/verhuur- en commissiecontracten hoe op te zetten?, Resultaatverplichting, Een of meerdere makelaars?, Regionaal of interregionaal, Makelaarskenmerken en –werkwijzen, Real-time verkoopfeedback organiseren, Toepassing van kant- en klare databasetechnieken, Te verwachten marketinginspanning, Diverse praktijkvoorbeelden.

Resultaat

Uw cursisten krijgen theoretisch en praktisch inzicht hoe men makelaars optimaal kan selecteren en daarna gestructureerd kan aansturen binnen het project voor een optimale verkoopoutput.



4.5 Slecht lopende projecten ‘verkooptechnisch’ repareren: hoe?

**Cursus /
Workshop**

RESULTATEN

Onderwerpen

Deze cursus, die ook als workshop uitgevoerd kan worden, is helemaal ingericht rondom een viertal praktijkvoorbeelden van Onroerendgoedpromotie.nl: Analyse, Probleemdefinitie, Mogelijkheden, Aanpak, Middelen, Kosten, Do's en Don'ts.

Resultaat

De cursisten krijgen de tools, aanpak en mind-set om vastgoedprojecten die verkooptechnisch in het slop zitten (verkoopaantallen < 40% van budget) te reanimeren en uiteindelijk toch succesvol te laten aflopen qua verkoop.

4.6 Persbeïnvloeding: versterking of tegenwerking is een keuze

Cursus

MIDDELEN

Onderwerpen

Journalisten, Free-publicity opzetten, Persprocessen en technieken, Organisatie van versterkende persbewerking in projecten, Persberichten do's en don'ts, Praktijkvoorbeelden.

Resultaat

De cursisten krijgen het juiste kader mee om te zorgen dat free-publicity ook 'positieve' publicity wordt en niet tegen het project gaat werken.

4.7 Effectiever presenteren: tools & tips

Cursus

RESULTATEN

Onderwerpen

Death by PowerPoint, Goede en slechte PowerPoint templates, Hoe plan ik en breng ik mijn boodschap over, Tips en trucks voor betere presentaties.

Resultaat

Uw cursisten krijgen PowerPoint templates, inzicht en voorbeelden hoe ze effectiever kunnen presenteren in beeld, woord en audiovisuele middelen, tijdens kopersbijeenkomsten, presentaties voor investeringspartners, informatieavonden en events.

4.8 Stukken beter tekstschrijven

Cursus

RESULTATEN

Onderwerpen

Er wordt een praktisch kader besproken om betere teksten te kunnen schrijven en te kunnen beoordelen zowel voor brochures als webpresentaties, Logische opbouw en indeling voor brochures en webpresentaties worden besproken, Diverse praktische voorbeelden worden besproken, Een praktijkcase wordt gezamenlijk uitgewerkt en bediscussieerd.

Resultaat

Uw cursisten krijgen inzicht hoe ze richting de juiste doelgroepen sneller en beter tekst leren schrijven op basis van 3 hoofdonderwerpen: pakkend schrijven, eenvoudig schrijven en nauwkeurig schrijven. Ze krijgen inzicht in een logische indeling en opzet van brochures en websites en in brochure- en webschrijfstijlen.