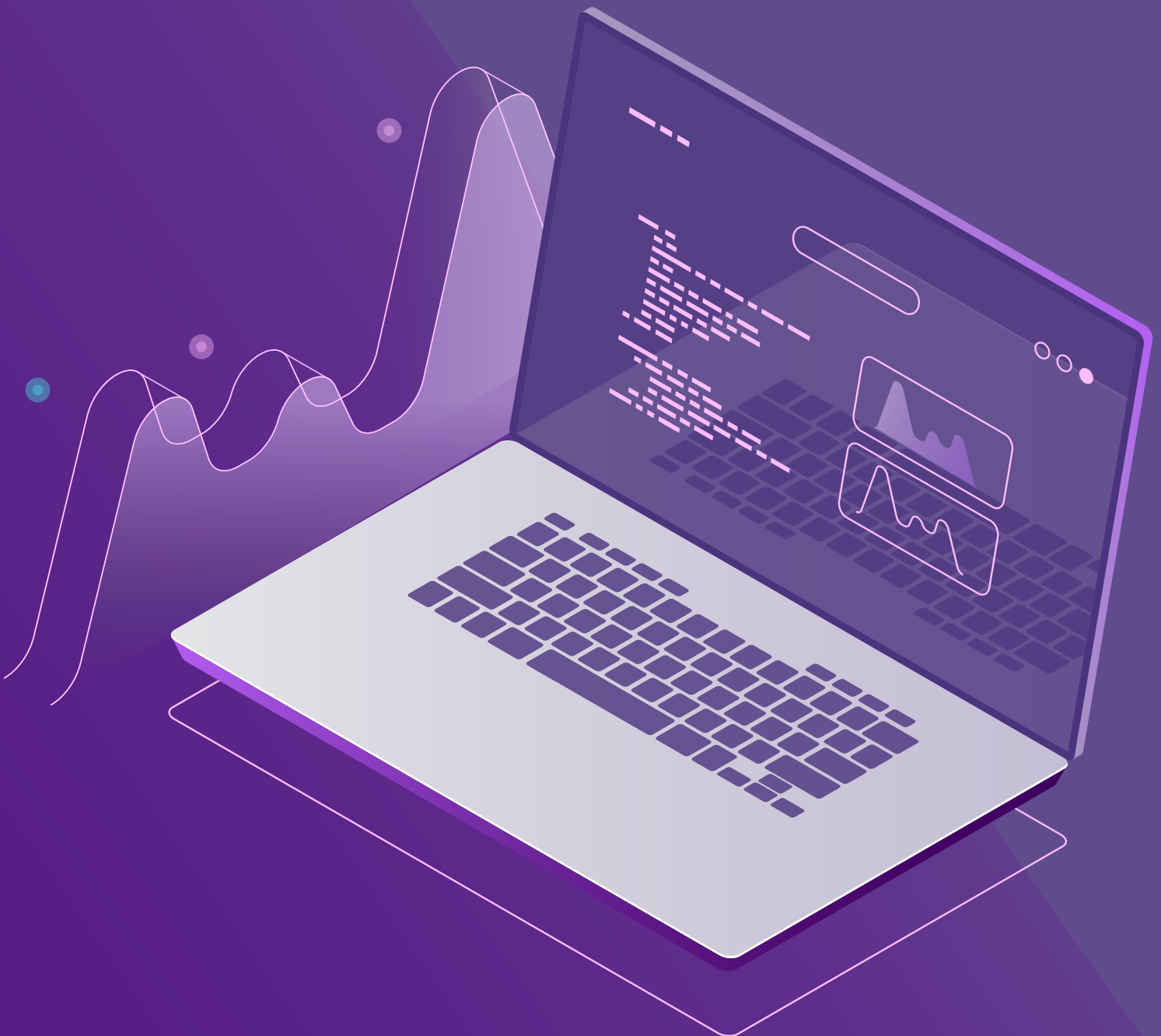


_EBOOK



La industria inmobiliaria en la Nueva Era



Contenido

La nueva era se come a la inmobiliaria	3
De qué trata la nueva era	4
Como cambiar todo esto	5
Las mejores prácticas	6
¿Quieres más?	7

La nueva era se come a la inmobiliaria.

El sector inmobiliario ha sido de los últimos en poder actualizarse y tomar los cambios que necesita para llegar a la nueva era, muchos desarrolladores y constructores del país siguen usando las mismas técnicas que se usaban hace muchos años ya y creen que siguen teniendo los mismos resultados. La parte positiva es que todos necesitamos donde vivir esto quiere decir que existe mucho mercado potencial para seguir haciendo lo que amamos: desarrollos y vivienda.

Sin embargo, gastar miles de millones de pesos en radio y televisión ya no será tan funcional como lo fue hace 5, 10 o 15 años y como es el tiempo de lo digital y lo electrónico, si tienes una desarrolladora, inmobiliaria o constructora, revisa estas sencillas preguntas.

- ¿Tienes página de internet?
- ¿Te publicitas electrónicamente?
- ¿Conoces los principios del marketing digital?
- ¿Te conectas con tus clientes de una manera fácil en redes sociales?
- ¿Usas las redes sociales adecuadas?
- ¿Prospectas electrónicamente?
- ¿Los prospectos se convierten en clientes y luego en embajadores?
- ¿Educas a tus posibles clientes?



Si no contestaste a TODAS con un rotundo “Sí”, algo malo está pasando y te estás quedando atrás con respecto a la nueva era que, ya sea en pequeña o gran medida, te esta comiendo poco a poco y más que preocupante, es aterrador.



Expertos en bienes raíces al igual que en marketing han visto un incremento anual del más del 8% de la venta de inmobiliaria por internet. Esto quiere decir que a la fecha, una desarrolladora puede vender sus casas en un 40% del total, es decir, generar y llegar a las personas indicadas haciendo que su inventario se agote en un 40% solo de manera digital. En los mejores casos esta cifra puede ser del 100%.

De qué trata la nueva era.

Desgraciadamente, si se trata de echar afuera lo viejo y que venga lo nuevo, la verdad es que hoy por hoy, la televisión es muy cara y la radio, aunque se ha ido adaptado un poco mejor, ya no es lo mismo ni contiene la misma efectividad (OJO: no decimos que no sirva y que no es bueno para complementar), pero en la opinión de los expertos, es más importante hoy por hoy invertir en medios digitales que en medios tradicionales y muchas de las principales empresas a nivel mundial están destinando cada vez más presupuesto a medios digitales, ya que las personas pasan alrededor de 6 horas diarias en línea. Esto quiere decir que entre los principales buscadores, redes sociales y aplicaciones, hay una posibilidad muy grande de poder conectar con tu público meta de manera poco invasiva y concreta.

Además, los expertos pueden hacer que nuestra publicidad llegue específicamente a quien le tenga que llegar, ya que los segmentos de mercado varían incluyendo las zonas, áreas, países, municipios o delegaciones. Por lo tanto, ir enfocados a quienes nos tenemos que dirigir va ser muy importante para ganar terreno y además hacer más efectiva nuestra publicidad.

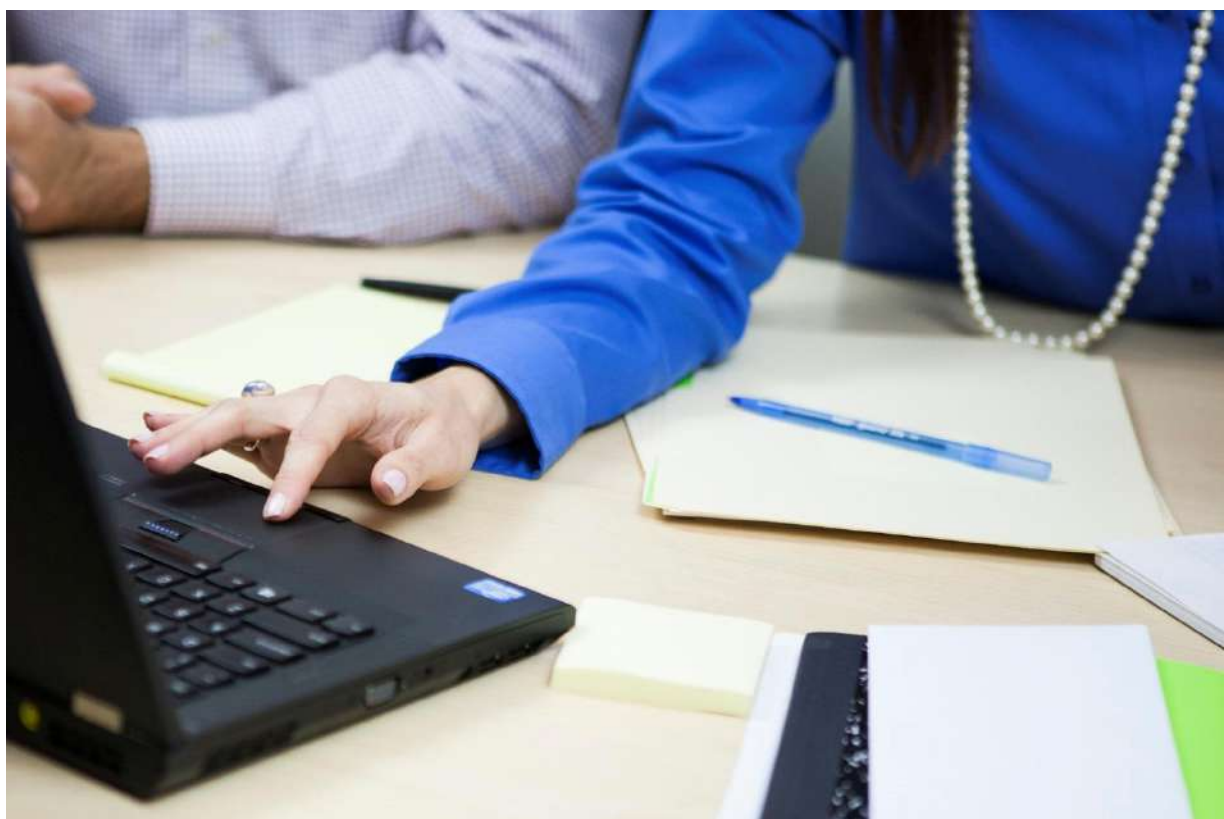
¿Cómo cambiar todo esto?

Es muy sencillo. Lo único que debemos hacer para empezar a cambiar conforme a la nueva era es tratar de entender un poco el medio digital. ¿Que quiere decir esto? Que debemos de adecuarnos a las necesidades que tienen nuestro consumidor final y que para esto, debemos de pasar por diferentes criterios y especializaciones, haciendo imposible que como estamos actualmente funcione.

Por lo tanto hay que capacitar al equipo, hay que tener a un especialista que nos ayude a mejorar y nos lleve a la nueva era y también se pueden tomar cursos o especialidades de manera presencial o en línea. Sin embargo, nosotros creemos en el dicho “Zapatero a tus zapatos” y que cada quien es bueno para algo. Por lo tanto, recomendamos hacerte de los servicios de gente experta en el tema que no tengas que entrenar ni explicarles como hacer su trabajo porque, a final de cuentas, ya estamos un poco retrasados para actualizarnos.



Alfonso Castillo, uno de nuestros expertos y asesor de marketing inmobiliario, recomienda que no se debe ingresar a la era digital solo por entrar. Es decir, hay que enfocarse en lo que funciona y en lo que no, tener Instagram y Snapchat no sirve de nada si no se usa de la manera correcta.



Los cambios que tiene la nueva era no siempre son favorables para todas las ramas. Si bien muchos negocios son compatibles con esto, también existen muchos otros que pueden mantenerse vigentes y a flote con el clásico “Boca en Boca”. Sin embargo, la inmobiliaria ya no es uno de ellos y tiene que buscar maneras más directas de llegar a su clientes potenciales. Pero, ¿cuáles pueden ser estas maneras directas? En Perfilan, usamos las siguientes herramientas:

- Inbound Marketing: Una de las estrategias que contiene las mejores técnicas actuales para enamorar a los clientes.
- Facebook Adwords: Si bien está de moda el clásico “Le puse dinero pero no funcionó”, en manos de un experto puede atraer un promedio de 17 clientes potenciales en 30 días y en el mejor de los casos puede atraer hasta 30 diferentes.
- Google Adwords: El buscador número uno del mundo te da la opción de aparecer continuamente como una de las principales opciones de búsqueda, ya sea de manera natural o bien pagada. ¿Y esto de qué sirve? La pregunta se responde con la respuesta de otra: ¿Cómo buscan las personas algo en la actualidad? Exacto. En Google.
- Perfilamiento: No se trata solo de atraer, si no de enamorar. Por lo tanto, lo clientes potenciales deben pasar un proceso donde se encaminan a la compra de su nuevo hogar. Sin embargo, es importante calificar a cada cliente potencial según sus posibilidades de compra.





¿Quieres probar cómo atraer clientes potenciales?
Agenda una cita para un demo con nosotros

Hemos ayudado a más de 200 proyectos inmobiliarios

distintos en todo México.

[SOLICITAR DEMO](#)