



# MARKETING INMOBILIARIO

Estrategias y tendencias 2023

El sector inmobiliario ha experimentado un gran cambio en los últimos años.

El paseo de agencia en agencia por las calles ha sido sustituido por la búsqueda de viviendas en internet, tanto por parte de los compradores y arrendatarios particulares, como por parte de los fondos de inversión.

# Introducción



Las agencias que han crecido en los últimos tiempos son aquellas que han sabido sumarse al cambio, apostando por el marketing inmobiliario y dejando a un lado la publicidad estática en autobuses, los folletos en los coches, etcétera.

El **marketing inmobiliario** es una herramienta que te ayudará a posicionarte como el mejor experto en el área.

## ¿Sabes cómo aplicarlo?

En este e-book te compartimos las principales estrategias a seguir como agente de bienes raíces.

# ¿QUÉ ES EL MARKETING INMOBILIARIO?



El **marketing inmobiliario** es un conjunto de estrategias que centra sus esfuerzos en cumplir con dos objetivos: **la captación de inmuebles para su posterior venta o alquiler, y la captación de clientes potenciales que desean comprar o alquilar un inmueble.**

En pro de conseguir estos resultados, los negocios del sector necesitan posicionarse en el mercado. Por eso, tener presencia online es clave para aumentar el alcance de tu agencia.

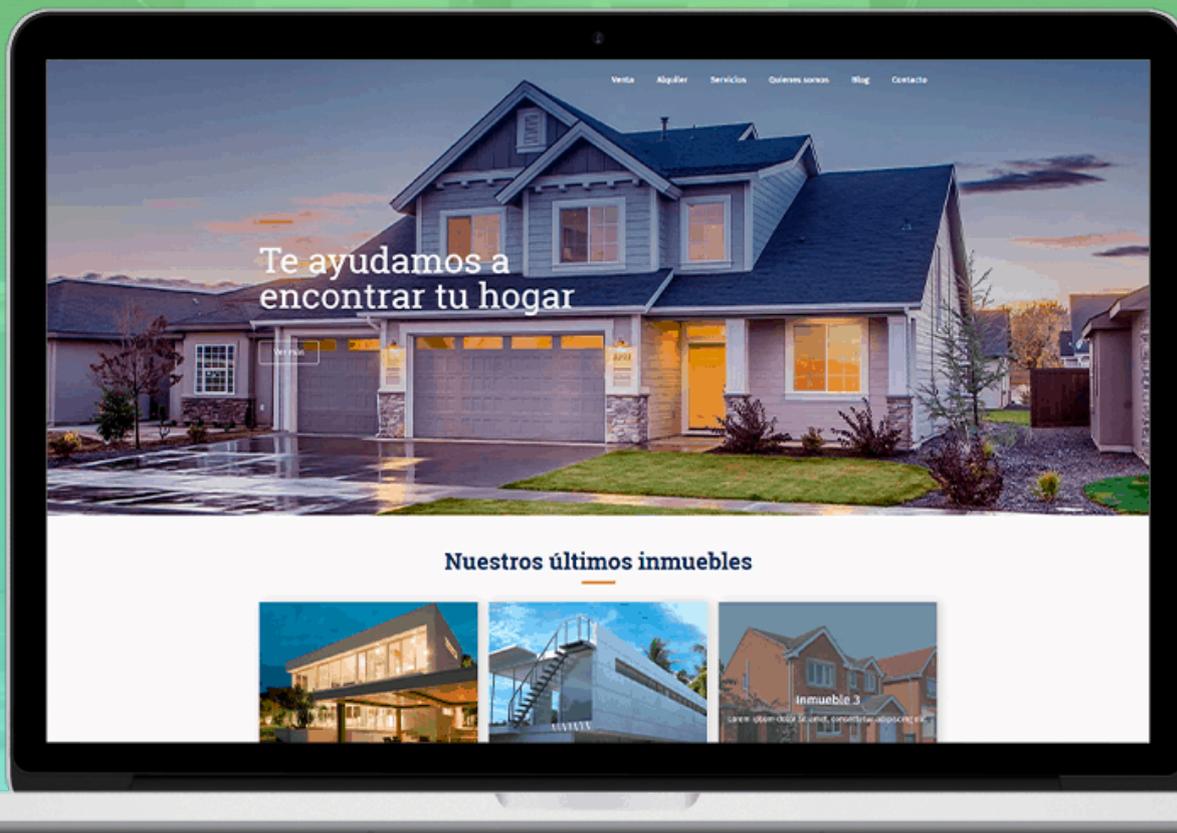
Una vez que las personas llegan a tu página web o redes sociales de tu inmobiliaria debes desplegar una de las estrategias de marketing más destacadas: **brindar contenido de valor.**

Esto va a impulsar el posicionamiento de tu agencia como referente, generar confianza en tu servicio y consolidar el vínculo con los potenciales clientes. Pero estar en Internet tampoco es suficiente.

Los negocios del sector necesitan crear y ejecutar un plan de marketing digital inmobiliario para poder destacarse entre sus competidores y así atraer a los usuarios. Para ello es importante:

- **Definir a tu público.**
- **Establecer tu propuesta de valor.**
- **Elegir tus estrategias.**

# MEJORES ESTRATEGIAS DE MARKETING para inmobiliarias



El **inbound marketing inmobiliario** es muy útil para las agencias al momento de crear mejores estrategias y técnicas de venta.

Esta metodología se enfoca en la captación de clientes a través de la creación de contenido de valor, orientado a responder las dudas y necesidades del público al que se dirige el negocio.

Para ello, la metodología combina estrategias de marketing inmobiliario y publicidad no intrusivas, como el marketing de contenidos o la publicidad de Pago por Clic (PPC).

A grandes rasgos, el inbound marketing inmobiliario se divide en tres etapas:

- **Atracción:** posicionar a tu inmobiliaria en Internet, para así atraer a más usuarios.
- **Interacción:** convertir a esos usuarios en contactos (leads).
- **Cierre y fidelización:** cerrar la transacción a través de las estrategias de ventas inmobiliarias y cultivar el vínculo con el cliente para fidelizarlo.

Lo más positivo del inbound marketing para inmobiliarias es que nos permite potenciar las posibilidades de negocio.

Si tu estrategia se centraba en la publicidad offline, puedes emplear los datos que ya has recabado para crear tu estrategia de marketing online basada en contenido de calidad. Debemos recordar que, en el caso de las inmobiliarias, los clientes entregan su confianza a la hora de adquirir una vivienda.

Es decir, se trata de una operación que implica un cuantioso desembolso económico, por lo que la atención y la calidad de los servicios debe ser aún mayor.

Para conseguir que el usuario atraviese por estas etapas hay distintas estrategias de marketing inmobiliario a aplicar.

**LAS SIGUIENTES 7  
ESTÁN ENTRE LAS  
más destacadas**



1

Identifica y define a  
tu Buyer Persona

[solutio.world](https://www.solutio.world)

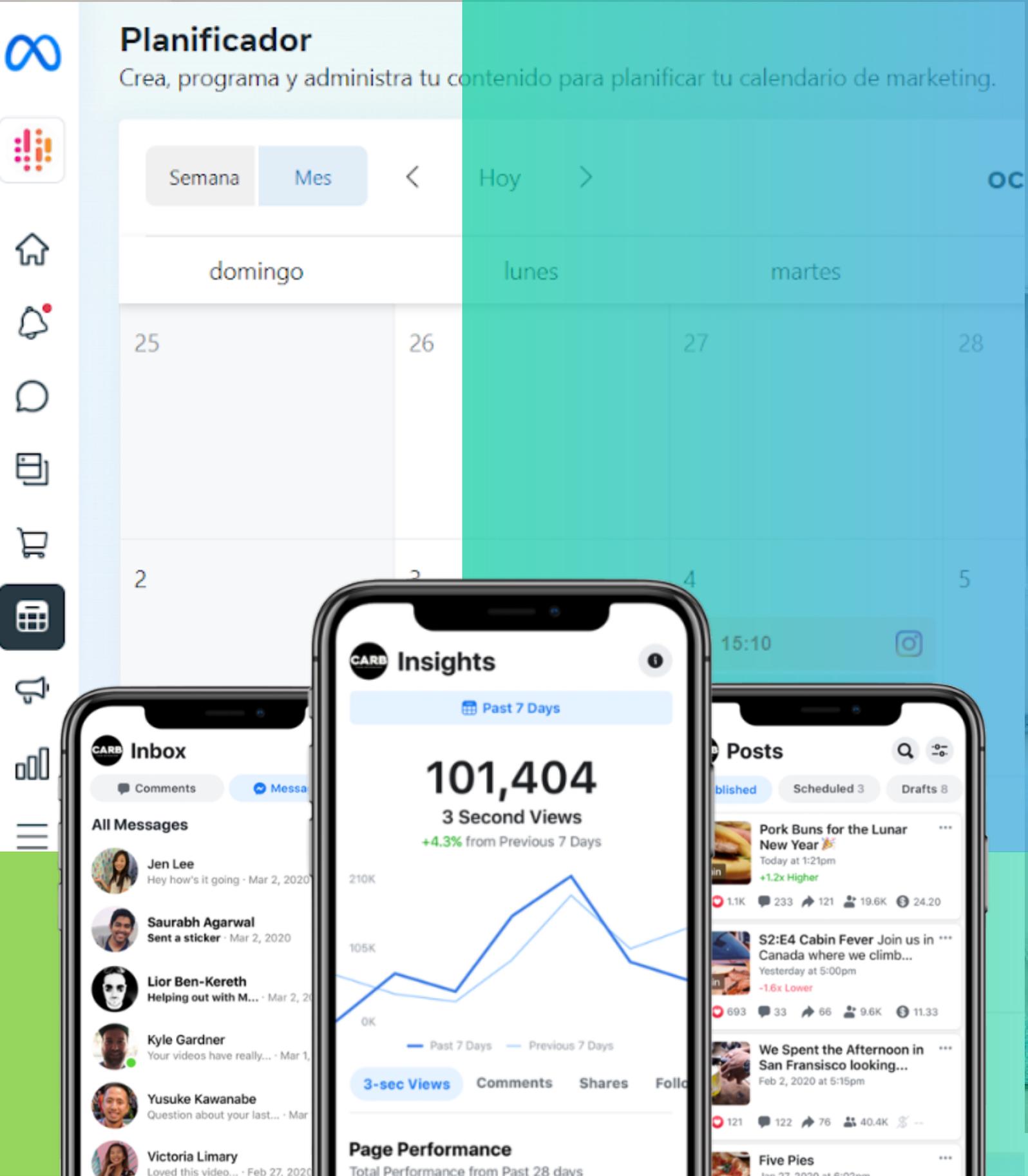
Una de las claves en este, y en otros muchos sectores, es identificar y definir al **buyer persona**.

Este concepto hace referencia al perfil de cliente perfecto para la compra o alquiler de un determinado inmueble. Para poder definir a este cliente ideal es necesario recoger algunos datos:

- **Datos demográficos:** corresponden a los datos relacionados con la educación, el sexo, domicilio actual, etcétera.
- **Datos psicográficos:** son los datos que revelan los intereses de una persona, por ejemplo, las tiendas que suele visitar, los eventos a los que acude una persona, etcétera.
- **Conducta online:** ¿cuáles son las redes más utilizadas por una determinada persona? ¿qué páginas visitas?...
- **Datos profesionales:** hace referencia a los retos y responsabilidades de una persona, entre otras cosas.

### ¿Por qué es importante definir al buyer persona?

Es un paso fundamental en cualquiera de las estrategias inmobiliarias para vender, e incluso para alquilar, porque optimizará los recursos que se empleen en cualquier campaña, porque proporcionará el conocimiento necesario para saber dónde se encuentra el cliente potencial, porque te ayudará a conocer mejor a la audiencia y, sobre todo, porque te permitirá ofrecer contenidos de calidad e interesantes para tu público objetivo.



# 2

## Publicidad Online

Invertir en anuncios pagos puede acelerar el recorrido del cliente.

La publicidad en buscadores a través de Google Ads y los anuncios en Facebook e Instagram son excelentes opciones.

De hecho, suelen ser el punto de partida para muchas agencias inmobiliarias, dado que ayudan a llegar al público objetivo en menos tiempo.

Para que tengas una idea, la red de display de Google llega al 90% de los usuarios online de todo el mundo y permite una segmentación bastante precisa.

Es decir, puedes elegir la cantidad de personas a la que quieres llegar en un límite de tiempo. Además, tienes la posibilidad de orientar las campañas a los dos objetivos de estos negocios: tanto al vendedor como al comprador de viviendas.

De hacer esto estarás acortando la distancia entre tu inmobiliaria y tu público ideal.



3

Contenidos de calidad

solutio.world

Este método consiste en ofrecer al usuario información que le sirva de ayuda.

Esto se hace a través de los canales en los que esté presente tu negocio: web, blog, redes sociales para inmobiliarias, canal en YouTube, podcast, etc.

Al ofrecer contenido relevante en cada fase por la que atraviesa tu cliente potencial logras que este avance y así, lo más probable, es que llegue al final del recorrido.

Por ejemplo, si buscas que un cliente te dé en exclusiva la venta de su casa, debes poner contenido de valor a su alcance, no solo para despejar sus dudas.

Recuerda que esto será esencial para posicionarte como **un experto inmobiliario y conseguir su confianza.**



Buscar en la web



**4**

Trabaja el posicionamiento SEO

solutio.world

El **SEO** es una estrategia de marketing que centra sus esfuerzos en posicionar una página web en los primeros resultados de búsqueda.

**¡Cuánto más arriba mejor!** Su principal objetivo es convertir una página web en un activo que atraiga visitas, y que esas visitas se traduzcan en ventas.

Las estrategias de SEO que se aplican en cualquier sector son totalmente válidas para las inmobiliarias, sin embargo, hay algunas específicas que pueden ayudarte a competir por las primeras posiciones contra algunos de los grandes portales inmobiliarios o agregadores de anuncios como idealista, entre otros.

Esas estrategias deben basarse en: organizar y configurar una página web, crear unos cimientos sólidos (ofreciendo información sobre la empresa, contenidos de calidad, etcétera), difundir contenidos a través de las redes sociales para aumentar el tráfico a la web y mantener el liderazgo para no bajar posiciones.

Es importantísimo tener claros los pilares de cualquier estrategia SEO:

- **contar con un dominio con autoridad**
- **uso correcto de keywords**
- **uso de redes sociales**
- **fotos y vídeos de calidad que aporten información sobre la inmobiliaria y los agentes comerciales**



Post Details  
ID: 000002332

Post Preview  
This preview may not represent exactly how your post will appear on Facebook News Feed.

Wind & Wool shared a link.  
Sponsored ·

If spring is the celebration, these new arrivals are the life of the party.

John Evans and 23 others · 2 Comments

Like · Comment · Share

Edit Post

9:41

Posts & Stories Create

Posts Stories

Drafts ▾

- Draft  
If Spring is the celebration, th...  
May 17, 2021 at 2:00 PM
- Draft  
This hat may be the perfect c...  
May 16, 2021 at 5:24 PM
- Customized Draft  
Ease starts from the bottom u...  
May 15, 2021 at 3:24 PM
- Draft  
Style is active. Comfort is life...  
May 14, 2021 at 5:00 PM

Facebook Business Suite navigation icons

Facebook Business Suite

business.facebook.com/all/jaspers-market/home/?hl=en

Posts & Stories | Wind & Wool ▾

Published | Schedule

Search

- Draft
- Draft
- Customized Draft
- Draft

# 5 Automatización del Marketing

La automatización del marketing se ha convertido en una necesidad para poder funcionar y ofrecer un servicio casi las 24 horas del día y cualquier día de la semana en este sector.

Esta estrategia te permitirá contestar mensajes, presentar propiedades, etcétera, mientras realizas visitas a algún inmueble, o cualquier otra tarea.

Es una buena forma de no descuidar a tus clientes potenciales en ningún momento del día.



6

Video Marketing

[solutio.world](https://www.solutio.world)

En este sector lo que realmente cobra importancia son las imágenes de las propiedades. Mucho más que las buenas descripciones.

Aunque es el vídeo el que supera a los textos y a las imágenes indudablemente porque son capaces de captar la atención de los clientes potenciales.

Además, el vídeo marketing no solo permite enseñar propiedades de una forma diferente, también hablar de la inmobiliaria y enseñar los éxitos de esta de forma diferente, por ejemplo:

- **Implementar recorridos virtuales 360**

Sin duda, los recorridos virtuales inmobiliarios son tendencia. Se trata de una de las técnicas de marketing inmobiliario que comenzó a implementarse con fuerza desde la pandemia, logrando instalarse por completo, al permitir que los usuarios visiten una propiedad sin moverse de su casa.

De acuerdo con Tokko Broker un tour virtual 360 es un conjunto de imágenes tomadas en 360 grados con el objetivo de simular la experiencia de ver y recorrer un inmueble.

De esa forma, los usuarios obtienen una visión total de cada ambiente y pueden desplazarse por todas las

estancias para tener una perspectiva completa de la vivienda.

- **Compartir testimonios de clientes**

Otro de los ejemplos de estrategias de marketing inmobiliario consiste en solicitar y compartir testimonios de clientes. Para generar esa confianza en tu agencia, las reseñas online son decisivas.

De hecho, 8 de cada 10 personas confían tanto en las reseñas en línea como en las opiniones de sus amigos. Por ello, si quieres consolidar la reputación online de tu agencia inmobiliaria, no olvides pedir testimonios de clientes y compartirlos en tus canales.

Además, según las estadísticas reunidas por Findstack, el **72%** de las personas está dispuesta a dejar una reseña si una empresa se lo solicita. **¡Solo tienes que pedirlo!**



7

Aprovecha las redes sociales

[solutio.world](https://www.solutio.world)

Las redes sociales son la plataforma perfecta para mostrar viviendas, la filosofía de la inmobiliaria, contenido relevante para el público objetivo, etcétera.

Las redes sociales **tienen una gran capacidad de segmentación de la audiencia**, por ello las estrategias implementadas suelen ser muy exitosas.

No obstante, todas las campañas que se realicen deben estar muy bien cuidadas y deben aportar contenidos de calidad, vídeos, testimonios, consejos, etcétera.

**¿Qué hay que tener en cuenta para que sea efectivo el WhatsApp Marketing?** Destaca, entre otras cosas, el envío de información a clientes potenciales que hayan dado su consentimiento previamente.

# SOMOS *Solutio*

Si tienes una inmobiliaria y quieren implementar cualquier estrategia de marketing, contáctanos.

Contamos con un equipo de especialistas en marketing digital que conoce bien el sector y sabe cómo darte la visibilidad que necesitas para aumentar tus beneficios.