



eBook

# Estrategia Inmobiliaria Online

**En estos tiempos en que lo digital es el futuro, el éxito de una inmobiliaria depende, cada vez más, de lo que hacemos - o no - en internet.**

Términos como leads/pedidos de contacto, optimización para motores de búsqueda, redes sociales o Google Analytics son cada vez más comunes y vamos a hablar en todos ellos en este eBook!



¡Siga esta guía, use las herramientas que le indicamos y defina una estrategia vencedora que permita a su empresa estar bien posicionada en los motores de búsqueda y publicar eficazmente sus inmuebles!

**¡El objetivo principal es que consiga más pedidos de contacto de sus inmuebles!**

**¡Vamos a ello!**

# Lo que vamos a abordar

¿Para qué tener una Estrategia Digital?

Conozca y Comprenda su Público objetivo

Estructure e Implemente su Estrategia

1

2

3

4

5

6

Defina Dónde quiere llegar y lo que quiere alcanzar

Escoja donde Publicar sus Inmuebles

Mida el Éxito

# ¿Para qué una Estrategia Digital?

Con la cantidad de información que es producida hoy en día en internet, es cada vez más importante que consigamos destacarnos en el medio de tanto ruido y estemos por delante de nuestra competencia.

¡Actualmente, **hacer llegar el mensaje al destinatario – nuestro público objetivo – exige una mayor dedicación!**



¿Cómo lo conseguimos?

Con una estrategia bien definida y recurriendo a herramientas que nos permitan ser más eficaces en tiempo y recursos.

**¿Vamos a conocer los Puntos clave de la Estrategia Inmobiliaria Online?**

¡Para que la **estrategia online de su inmobiliaria sea eficaz**, existen **cinco puntos que no debe descuidar!**

## **OBJETIVO**

Lo que quiere alcanzar

## **PLANEAMIENTO**

De qué forma lo va a hacer

## **PÚBLICO OBJETIVO**

Con quien va a comunicar

## **LECTURA DE RESULTADOS**

Que impacto tuvo la estrategia en su inmobiliaria

## **CANALES DE COMUNICACIÓN**

Donde va a publicar el mensaje

Este es probablemente **el punto más importante de su estrategia.**

¡Saber dónde quiere llegar y lo que pretende conseguir, servirá no solo para seguir el buen camino, sino también para que, a cualquier momento pueda saber si su esfuerzo está siendo aplicado en la dirección correcta!



**Defina objetivos sencillos y posibles.**

A pesar de ser una idea atractiva el duplicar la facturación de su inmobiliaria en solo dos semanas, puede no ser un objetivo realizable.

## Los objetivos para su inmobiliaria pueden ser:



### Notoriedad de la Marca

Este es un buen objetivo en cualquier fase de su inmobiliaria. Sea en el lanzamiento o sea para reforzar su presencia del potencial cliente/cliente, cuanto más se acuerden de usted, más pedidos de contacto tendrá.



### Publicación de Inmuebles

Si ya publica sus inmuebles, aumente el número de medios por donde lo hace. escoja los más eficaces y alcance a más clientes potenciales/clientes.



### Visitas a la Web

¡Siendo la web de su inmobiliaria uno de los principales canales de publicación de sus inmuebles, conseguir un mayor número de visitas es un excelente indicador de que sus pedidos de contacto podrán aumentar!



### Obtención Pedidos de Información

El objetivo más importante. ¡Todos los otros objetivos se resumen en este! ¡Más pedidos de contacto es sinónimo de más oportunidades de negocio!

**Los objetivos son específicos para su empresa y,** por esa razón, debe definir los que mejor se adecuan.

Si ninguno de estos es el ideal para el momento en que se encuentra, no hay problema.



Defina uno que se adecúe, entienda las implicaciones que la concretización tendrá y siga adelante.

**¡El próximo paso es el público objetivo!**

# Puntos clave de la Estrategia Inmobiliaria Online

## Público objetivo

**Sabe dónde quiere llegar y sabe para quién va a hablar...  
¿pero será que sabe de verdad?**

La definición del público objetivo es una de las fases que, por lo general, menos nos preocupamos. Asumimos que conocemos bien nuestro destinatario y cuál es la forma más eficaz para que el mensaje sea entendido correctamente.

Aun así, **para garantizar que conoce y comprende su público objetivo**, realice un ejercicio denominado de **Persona**.

En este ejercicio, **atribuya un nombre y edad** a su público objetivo, identifique la **profesión e intereses** bien como las **motivaciones de compra y/o arrendamiento** de inmueble.



Explore este ejercicio y defina el mayor número de puntos. Cuanto más completa y detallada es la información sobre su público objetivo, más fácil es adaptar su mensaje e ir al encuentro tanto de sus objetivos como del destinatario.

# Puntos clave de la Estrategia Inmobiliaria Online

## Público objetivo

**Defina tantas *personas* como sea necesario.**

¡Pero recuerde, si es la primera vez que va a definir la estrategia online de su inmobiliaria, empiece con dos o tres – **añada a su medida!**

Con *persona* y eGO Real Estate la segmentación de su cartera de clientes se hace simple e intuitiva.

**Cree etiquetas para las diferentes *personas* y utilice las búsquedas:**

segmente → comunique → obtenga pedidos de contacto

¡Además de **simple**, es **rápido!**

**Responda a preguntas como:**

- ☑ ¿Cómo se llama la *persona*?
- ☑ ¿Qué edad tiene?
- ☑ ¿Cual es la profesión?
- ☑ ¿Cuales son los rendimientos?
- ☑ ¿Cuales son sus hobbies?
- ☑ ¿Qué consulta en internet?
- ☑ ¿A qué horas?
- ☑ ¿Que intereses tienen?
- ☑ ¿Qué motiva la compra/arrendamiento?
- ☑ ¿Cuales son sus miedos?



# Puntos clave de la Estrategia Inmobiliaria Online

## Canales de Comunicación

Ha definido el Objetivo y el Público objetivo y ahora ¿cuál es el **canal ideal para transmitir su mensaje?**

### **En verdad, no hay canales ideales.**

Dependerá siempre de los dos puntos anteriores y es en ellos que se basa para escoger. ¿Su público objetivo es joven y ágil en la búsqueda de inmuebles en las redes sociales? ¡Es entonces ahí que debe apostar! Si su público objetivo tiene el día a día lleno, anda siempre corriendo y solo tiene tiempo para ver emails, ¡apueste en campañas de email marketing!

Sea cual sea el canal, **¡el objetivo es hacer llegar el mensaje al destinatario correcto en el momento cierto!**



¡Le dejamos algunos **ejemplos de canales de eGO Real Estate que le ayudará a comunicar y publicar inmuebles eficazmente!**

- Web Inmobiliaria
- Email Marketing
- Portales Inmobiliarios
- Blogs y otras páginas web
- Redes Sociales
- Publicidad Online

# Puntos clave de la Estrategia Inmobiliaria Online

## Planteamiento

Tres de las fases fundamentales en un buen plan son:

- **Acciones:** lo que va a ser hecho;
- **Intervinientes:** quién es el responsable para ejecutar y garantizar la acción;
- **Cronograma:** cuál es la periodicidad de las acciones y los plazos de implementación.

Para ser más ágil en el planteamiento y control de su estrategia, **coloque en el cronograma todas las informaciones pertinentes.**



Dependiendo si trabaja solo o en equipo, si gestiona o delega funciones, el cronograma puede estar accesible a otros intervinientes.

¡Así, siempre que quiera saber en qué punto está determinada la estrategia, basta acceder!

**Le dejamos un ejemplo simple de cronograma para que se pueda guiar y añadir lo que necesite.**

Canales	Intervinientes	Acciones	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
			Sem.1	Sem.2	Sem.3	Sem.4	Sem.1	Sem.2	Sem.3	Sem.4	Sem.1	Sem.2	Sem.3	Sem.4
Página web	Juan Franco	Actualización de Inmuebles	[Barra continua]											
	Carlos Garcia	Linkbuilding	[Barra]				[Barra]					[Barra]		
Redes Sociales	Maria Lopez	Facebook	[Barra continua]											
		Google +	[Barra continua]											
		Instagram	[Barra continua]											
		Pinterest		[Barra]				[Barra]				[Barra]		
		Linkedin			[Barra]			[Barra]	[Barra]			[Barra]	[Barra]	
Youtube				[Barra]				[Barra]				[Barra]		
Email Marketing	Pepe Lopez	Newsletter Mensal		[Barra]				[Barra]				[Barra]		
Portales Inmobiliarios	Maria Guirado	Analisar Resultados				[Barra]							[Barra]	
Publicidad Online	António León	Google Adwords	[Barra continua]											
		Facebook Ads	[Barra]					[Barra]					[Barra]	

# Puntos clave de la Estrategia Inmobiliaria Online

## Lectura de Resultados



**Sin medir los resultados** de sus acciones, **no sabe si fue o no eficaz**, es decir, **no consigue mejorar su estrategia y obtener mejores resultados.**

**Escoja métricas que permitan hacer comparaciones a lo largo del tiempo:**



**¿Cuántos usuarios entraron en su web?** ¿Cuánto tiempo se quedaron y qué páginas vieron?

Haga la **conexión entre eGO Real Estate y Google Analytics** y sepa **cómo se comporta el usuario** en su web.

**Publique inmuebles en las redes sociales:** ¿obtuvo mayor interacción por parte de los usuarios?

¡Tenga una **búsqueda de inmuebles en Facebook** y permita que **su cliente encuentre inmuebles directamente en su página!**

**Envíe boletines:** ¿están siendo leídos y clicados? ¿Cuál fue el que generó más contactos?

Añada **“quien más clics hizo”, “en que inmuebles”** e **“a qué horas”**.

**¡eGO Real Estate le dice todo** para que sea más eficaz!

# Lectura de Resultados

Tal como en los objetivos, **las métricas deben ser escogidas para su inmobiliaria y en función de lo que pretende alcanzar.**

A pesar de eso **la métrica más importante para su inmobiliaria será el número de pedidos de contacto** y esto es lo que garantiza el éxito de su empresa.



**Evalúe que puntos de su estrategia contribuyeron para un mayor éxito en la obtención de contactos** y refuérce los o, si por otro lado no dieron resultado, corríjalos o elimínelos.

¿Se acuerda de cuál es nuestro **objetivo con este eBook?**  
**Aumentar su número de pedidos de contacto sobre sus inmuebles.**

Tenga en cuenta que internet cambia constantemente y, para conseguir los mejores resultados, tiene que estar atento a todos los cambios.

**Tener la mejor y más completa solución para el mercado inmobiliario y un equipo especializado para ayudarlo en la obtención de más pedidos de contacto, es fundamental.**



**¡Aplique estos consejos,** añada y reformule la estrategia a la medida de su inmobiliaria y **consiga sus objetivos!**

**eGO Real Estate es la base de su éxito: ¡conózcanos!**

¿Con ganas de obtener más contactos?

**¡Hable con nuestro equipo!**



**email:** [sales@egorealestate.com](mailto:sales@egorealestate.com)

**página web:** [egorealestate.es](http://egorealestate.es)

**teléfono:** +34 931 845 807