



eBook

Email Marketing para el Inmobiliario



Este eBook está dedicado al **Email Marketing para el inmobiliario**.
¡Le diremos, de forma **simple y eficaz**, cuales son los puntos clave
para hacer llegar sus inmuebles a potenciales clientes!

**¿Le parece que el Email Marketing
está desfasado?**

¡Vea la próxima página y descúbralo!

¡El Email Marketing está muy bien y se recomienda!

40x

más eficaz en la captación de nuevos clientes cuando es comparado con Facebook y Twitter (*McKinsey*)

1€

que se gasta en Email Marketing genera, en media, 38€ (*Campaign Monitor*)

90%

de los emails son entregados al destinatario, mientras que solo 2% de sus seguidores de Facebook ven tus publicaciones (*Forrester Research*)

En una época en que el marketing digital evoluciona a una velocidad alucinante, el Email Marketing continua siendo uno de los mejores medios de contacto con clientes y potenciales clientes.

Estas son las principales razones:



Para que desarrolle una buena estrategia de Email Marketing, vamos a analizar 5 puntos:

1 **Objetivo de la Newsletter**

2 **Definición del Público objetivo**

3 **Personalización del mensaje**

4 **Prueba y envío**

5 **Análisis de Resultados**

 **Consejos para Newsletters con éxito**

1 **Objetivo de la Newsletter**

Volver a inicio ↑

En este eBook abordaremos los dos objetivos más comunes de las campañas de Email Marketing en Inmobiliarias.

**Dar a conocer
nuevos inmuebles
y oportunidades
de negocio**

**Informar al
cliente/potencial cliente
sobre algo específico
(un evento, etc.)**

**Si ninguno de estos
objetivos se aplica,
¡adáptelo a su realidad!**

Ejemplo:

El ejemplo que nos irá acompañar hasta el final de este ebook tiene como objetivo "Dar a conocer nuevos inmuebles", inmuebles de lujo.

2 Definición del Público objetivo

[Volver a inicio](#) ↑

Ya sabe lo que quiere comunicar – Objetivo – **ahora debe definir para quien va a comunicar** – Público objetivo. Si lo prefiere, puede definir el Público objetivo y solo después el objetivo. Dependerá de la estrategia de su inmobiliaria.

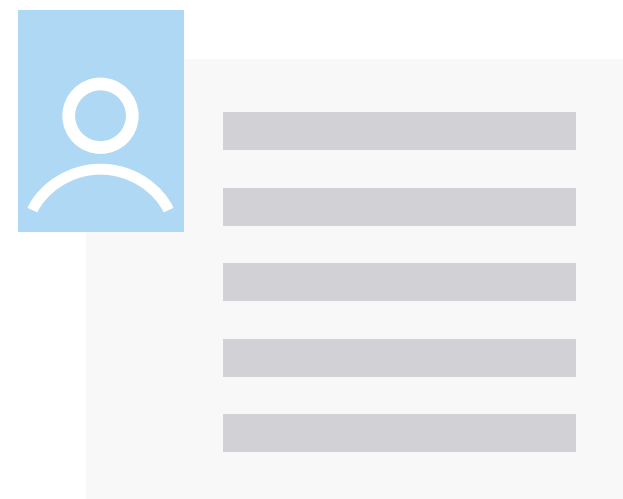
Para que la definición de su público objetivo sea fiel a su destinatario, sugerimos que haga un ejercicio denominado “*persona*”.

Defina un nombre, edad, profesión, hábitos del uso de internet y cuando está dispuesto a leer su newsletter.

Cuanto más completo sea este ejercicio, mejor conocerá su público objetivo siendo de este modo más fácil adaptar su mensaje.

Ejemplo:

Nuestro público objetivo se llama Antonio, tiene 46 años y es gestor de una empresa.



2 Definición del Público objetivo

Volver a inicio ↑

Además del ejercicio “persona”, debe tener en cuenta otros dos puntos con relación a su Base de Datos:



NO LA DEBE COMPRAR

La **compra de la Base de Datos** (nombres, emails y teléfonos) puede parecer tentador, pero en la mayoría de los casos, **es perjudicial**.

Los contactos están desactualizados o no pidieron para recibir sus newsletters, es decir, no debe hacer el envío. Además de esto, como no se encuentran receptivos a su mensaje, **van a marcar sus emails como SPAM y los envíos futuros pueden ser condicionados**.

¡Recuerde, una buena Base de Datos lleva tiempo para construirla y debe ser hecha y actualizada por usted!



DEBE SEGMENTARLA

Si tiene, por ejemplo, una Base de Datos de 1000 contactos, es natural que quiera comunicarse con todos. Sin embargo, **no todos los contactos son iguales y por eso su comunicación debe ser personalizada**.

La segmentación de su Base de Datos es fundamental para que pueda llegar a su objetivo. **¡eGO Real Estate tiene filtros pre hechos para segmentar sus contactos y aún puede crear nuevos a su gusto!**

Así, la segmentación es fácil, rápida y eficaz: ¡vea más aquí!

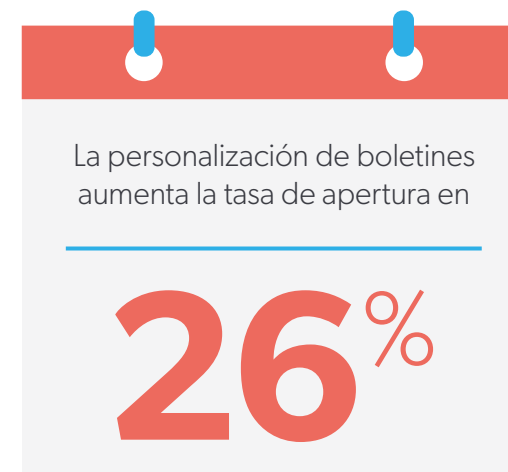
3 Personalización del mensaje

Volver a inicio ↑

La Personalización del mensaje es otro de los puntos fundamentales para el éxito de las campañas de Email Marketing. Cuanto más personalizada hacia el destinatario sea, mayor será la probabilidad de obtener pedidos de contacto o información.

Veamos otro ejemplo además de los inmuebles de lujo:

Objetivo	Promover un apartamento T1 en una zona de estudiantes	
Público objetivo	Estudiantes	País de los estudiantes
Discurso	Utilice un discurso más próximo y destaque cuestiones como la proximidad de gimnasios o lavanderías.	Adapte el discurso para que sean relevadas cuestiones como la proximidad de transportes públicos o hasta de la universidad.



¡El secreto es saber con quién va a comunicar y adaptar el mensaje!

Piense en su día a día. Puede hablar sobre los mismos tópicos con más de una persona, pero adapte siempre su discurso.

4 Prueba y envío

Volver a inicio ↑

El test será el momento que pone a prueba su newsletter.

Haga la prueba con los compañeros de su empresa. **Verifique si hay errores ortográficos, si los enlaces funcionan correctamente y si la newsletter representa su objetivo.** Si puede, haga la prueba también con alguien que no esté acostumbrado al tipo de mensaje que va a enviar, un amigo fuera de la empresa, por ejemplo.

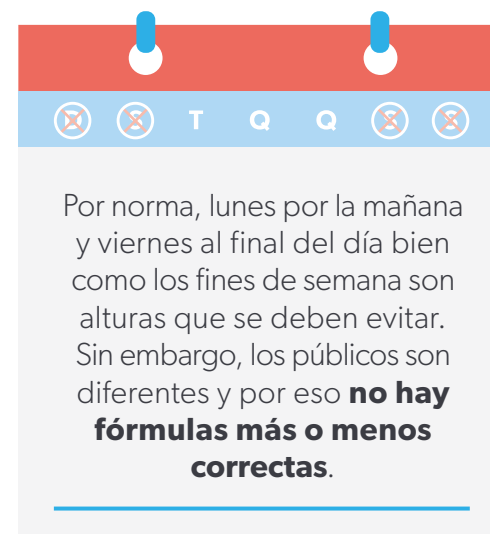
¿Se acuerda de Antonio, nuestro público objetivo que es gestor de una empresa? ¿A qué horas estará más receptivo a su mensaje?



Si él llega a la empresa a las 8h, es probable que elimine los emails de SPAM y solo después vea los más importantes.



Si es ese el comportamiento habitual, debe enviar la newsletter de inmuebles a las 8h30. Podrá tener mayor éxito.



4 Prueba y envío

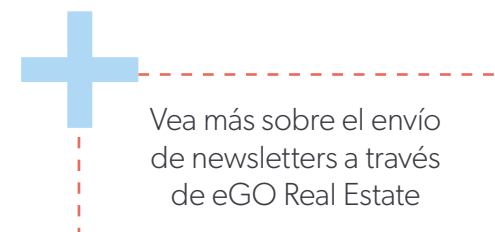
Volver a inicio ↑

Realice también un **calendario para el envío de newsletters – la consistencia es la clave de su éxito**. Además de los días de envío, su **calendarización debe contemplar el tema, la hora de envío y el objetivo y asunto del email**.

El asunto del email es de extrema importancia:

- Es el primer punto de contacto con los destinatarios y, por eso, debe generar curiosidad para que abran su newsletter;
- **No debe usar** palabras como **test, gratis, barato, garantía, crédito** u otras que le parezcan demasiado comerciales. Este tipo de términos son rápidamente identificados como **SPAM**;

Con eGO Real Estate puede agendar el envío de sus newsletters. ¡De este modo, a la fecha y hora definidas por usted, la newsletter será enviada sin tener que preocuparse!



5 **Análisis de Resultados**

Volver a inicio ↑

Si realiza el envío de newsletters, entonces le interesa saber los resultados de los mismas para que pueda optimizar todo el proceso. Las informaciones base que debe analizar son: **Aperturas, Cliques y Cancelamientos.**

Con eGO Real Estate pude ir más allá y saber a qué Horas fue hecha la apertura, cuales los inmuebles con más cliques y cuáles son los contactos que han hecho más clic.

Sabiendo a qué horas es que abren sus newsletters, sabrá a qué horas deberá hacer el próximo envío para que sea aún más eficaz.

¡Sabiendo quien ha hecho más clic y cuales los inmuebles más vistos, le permite entender si su mensaje fue bien recibido o podrá, por ejemplo, contactar al momento a su destinatario!

Con el Smart Alert de eGO Real Estate reciba una alerta por email después que su cliente entre en su web. ¡Contáctelo de inmediato y aproveche el momento en que se encuentra enfocado en la búsqueda de inmuebles!

Métricas de boletines

- ✓ Aperturas
- ✓ Cliques
- ✓ Cancelamiento
- ✓ Hora de apertura
- ✓ Inmuebles más clicados
- ✓ Contactos que más clican



Smart Alert

¡Alerta en 30 segundos!



Consejos para Newsletters con éxito

Volver a inicio ↑



Prepare el contenido de sus newsletters para dispositivos móviles – más de 50% de los usuarios los abren en smartphone.



Solo un 20% de su comunicación debe ser comercial. Los restantes 80% deben ser contenido útil para el destinatario y sin cualquier intención de venta.



No haga de su agencia el centro de comunicación.



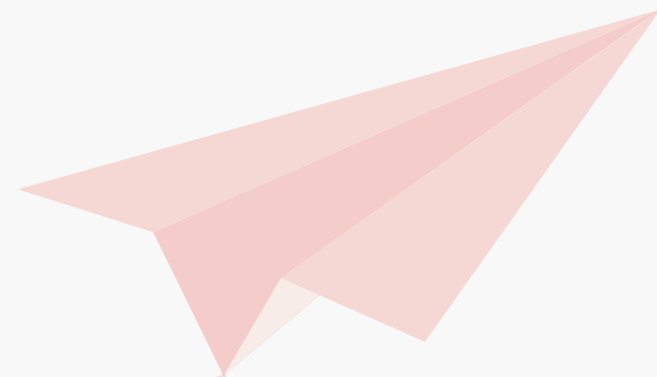
Introduzca links que direccionen destinatarios a su web.



Pruebe regularmente nuevos formatos de newsletter y contenido.

eBook

Email Marketing para el Inmobiliario



Inmofocus S.A.

Calle Francisco Vaca Morales,
Nº1-A

Entreplanta1, 06011Badajoz

+34 931 845 807

sales@egorealestate.com

egorealestate.es

| inmofocus.es

