



¿Cómo adaptarse al nuevo escenario

del sector inmobiliario para aumentar tus ventas?



Índice

Introducción	03
Principales factores que han influido en el nuevo escenario inmobiliario	04
Transformación digital	04
Sostenibilidad	05
Diversificación en las opciones de inversión y de mercado	05
Adaptación a las preferencias y necesidades de los compradores	06
Innovación en los productos y servicios	07
Desafíos que implica adaptarse a la nueva realidad	07
Incertidumbre	08
Competencia	08
Regulaciones	09
Satisfacción del cliente	09
Ventajas que ofrece el nuevo escenario	10
Demanda	11
Rentabilidad	11
Seguridad	12
Innovación	12
Conclusión	13

Introducción

La implementación de **tecnología está siendo el catalizador de la industria inmobiliaria**. Las herramientas digitales están revolucionando por completo la forma en que experimentamos el sector, tanto para compradores como para agentes.

Porque por un lado, gracias al uso de las tecnologías emergentes agentes e inmobiliarias mejoran su eficiencia. Tienen las herramientas para personalizar sus servicios y situarse estratégicamente para competir en el futuro.



Y por el otro lado, los compradores ganan interesantes beneficios como un mayor conocimiento del mercado, sin necesidad de tener conexiones. Además de la posibilidad de entender los procesos que implica la compra-venta de una propiedad.

En definitiva, la **transformación digital ha reescrito las mejores prácticas del sector**. ¿Las ventajas? Mayor competitividad y rentabilidad. Pero la moneda tiene dos caras y a la par de los avances tecnológicos también se presentan desafíos.

Entonces, ¿cómo agentes y agencias aprovechan todas las ventajas que ofrece el uso de la tecnología? Con preparación y adaptación rápida a los nuevos escenarios. Y el primer paso en ese camino es entender esos nuevos escenarios.

Principales factores que han influido en el nuevo escenario inmobiliario

Los agentes e inmobiliarias deben adaptarse a los nuevos escenarios del sector para no perder trascendencia. Son diversos los factores que han influido para dibujar el nuevo panorama de la industria de los bienes raíces.

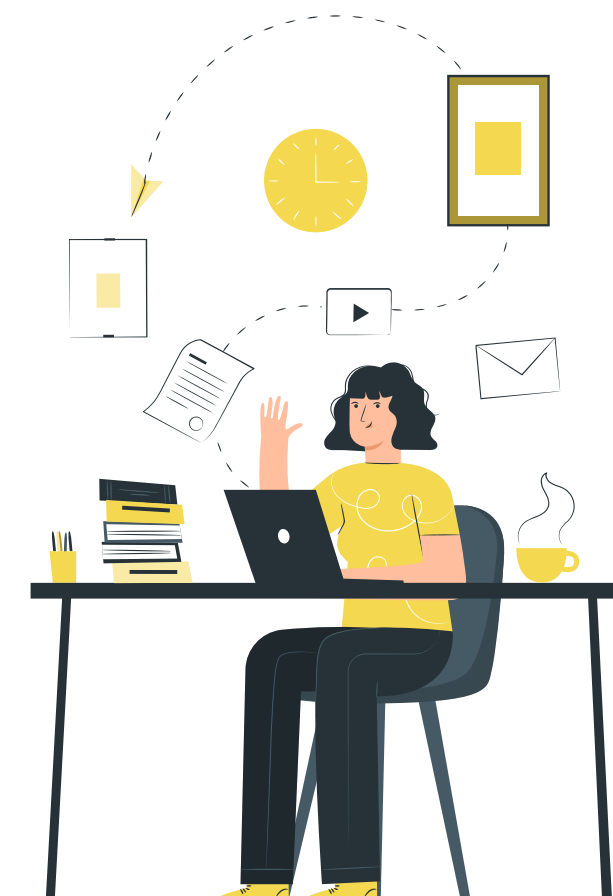
Transformación digital

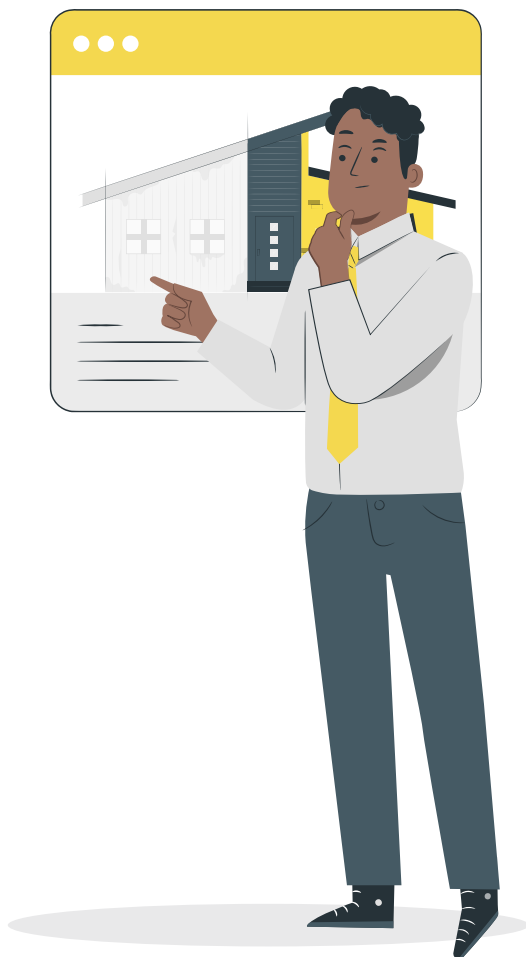
El nuevo escenario inmobiliario viene marcado principalmente por el uso de la tecnología. **La digitalización ya no es una opción**, es una necesidad para los negocios inmobiliarios que quieran ganar en competitividad.

En el mercado inmobiliario actual, la tecnología desempeña un papel más que fundamental. Es importante que los agentes y las empresas inmobiliarias utilicen herramientas digitales para, sobre todo, agilizar procesos.

En el pasado quedaron las viejas prácticas del cliente potencial tocando la puerta de la inmobiliaria por un anuncio que vio en un periódico. La forma en la que actualmente interactúan, en general las personas, provocó el cambio.

Ahora, lo digital predomina. Desde la comunicación, hasta la forma en las que se hacen negocios y en esa vorágine de estímulos digitales, los agentes y agencias tienen que hacerse su propio espacio.





Sostenibilidad

La sostenibilidad es un tema que parece ajeno a la actividad inmobiliaria transaccional. Pero por el contrario, tiene mucho que ver. La conciencia ambiental se ha vuelto cada vez más importante en la sociedad actual.

Los agentes y las inmobiliarias tienen que adoptar prácticas y características sustentables en sus proyectos para encajar en esa conciencia colectiva. ¿Cómo cuáles? La eficiencia energética o el uso de materiales eco-amigables.

La adopción de estas prácticas verdes no solo generarán un impacto positivo en el medio ambiente. También atraerá a clientes **que valoran la implementación de estas políticas en cualquier ámbito.**

Diversificación en las opciones de inversión y de mercado

En el pasado, solo los grandes inversionistas se ocupaban de mirar en el mercado inmobiliario una oportunidad de ganancia. En la actualidad, los leads o clientes potenciales se presentan en distintas circunstancias.

Los clientes potenciales ya no están en los extremos. No solo está el perfil del cabeza de familia que quiere un hogar más cómodo para su familia o del gran empresario que quiere expandir sus áreas de acción.

En el medio hay toda una gama de leads que ven en el mercado inmobiliario una oportunidad única. Y por el otro lado, la **oferta de opciones de propiedades se ha diversificado exponencialmente**.

En todos los casos, también hay más espacios para crear negocios inmobiliarios que atender necesidades específicas. Con este panorama, las prácticas clásicas se quedan cortas para brindar experiencias personalizadas.

Adaptación a las preferencias y necesidades de los compradores

Las preferencias, necesidades y expectativas de los compradores de igual forma han evolucionado con el tiempo porque las herramientas digitales les están dando ese poder a los clientes.

En el pasado, los clientes se limitaban a considerar solo las opciones que ofrecía la inmobiliaria. En la actualidad, **los clientes llegan con una idea muy clara de lo que quieren, dónde y cómo lo quieren conseguir**.

Los compradores tienen exigencias únicas porque conocen, en general, el alcance del mercado que los rodea. Además, saben que si una inmobiliaria no está en la capacidad de brindarle el servicio que esperan, hay cientos de otras, esperando su turno.



Innovación en los productos y servicios



La generación de nuevos compradores ha impulsado la innovación en productos y servicios. Estos clientes más exigentes necesitan estímulos constantes para ser retenidos.

En el nuevo escenario del mercado inmobiliario, **la innovación en productos y servicios es uno de los factores más determinantes**. Porque además la innovación no se detiene.

Cuando el agente o agencia piensa que todo está escrito, se presenta un nuevo producto que lo cambia todo. Por ello, es tan importante que los profesionales de los bienes raíces se mantengan actualizados.

Desafíos que implica adaptarse a la nueva realidad

La adaptación a la nueva realidad es un trabajo constante. Y si bien las inmobiliarias no se quieren perder de nada, es una realidad que la mayoría de las adaptaciones se presentan en forma de desafío.

Incertidumbre

Los cambios en la demanda de viviendas y la fluctuación de los precios **complican la toma de decisiones y la planificación a largo plazo**. Los agentes y agencias deben ser capaces de atajar rápidamente estas circunstancias. ¿El fin? Tomar decisiones basadas en información actualizada, veraz y previsiones realistas. Las fluctuaciones en el mercado están a la orden del día y las inmobiliarias tienen que estar preparadas para asumir estos cambios.



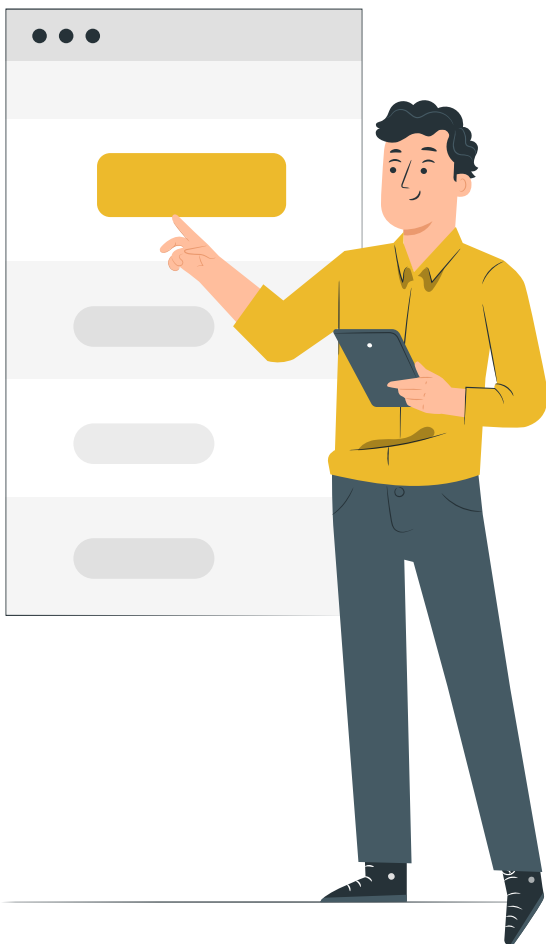
Competencia

El mercado inmobiliario es altamente competitivo y con una oferta disponible considerable. Las inmobiliarias **deben destacarse y diferenciarse de sus pares** para atraer a los clientes y cerrar más ventas.

Esto implica desarrollar estrategias de marketing efectivas. También conocer a fondo el mercado y entender las necesidades de los clientes. Además, en un mundo globalizado, la competencia está a nivel local e internacional. Esto requiere una adecuación a diferentes contextos. Además de una comprensión profunda de las dinámicas del mercado en cada caso.

Regulaciones

La industria de los bienes raíces está sujeta a algunas regulaciones y normativas, y no solo a nivel nacional, también a nivel local. Estas **regulaciones afectan a diferentes aspectos del negocio**. El trabajo de los agentes es asegurarse de cumplir con todas las regulaciones. Esto para principalmente evitar sanciones, y en consecuencia, mantener la reputación del negocio.



Satisfacción del cliente

Los clientes tienen cada vez más opciones y están mejor informados sobre las propiedades y los precios. Por lo tanto, las inmobiliarias necesitan brindar un servicio de calidad y personalizado, adaptado a las necesidades y preferencias de cada cliente.

Esto implica una **atención al detalle, una comunicación efectiva y un seguimiento constante**. Además, en un contexto de incertidumbre económica, los clientes tienen preocupaciones adicionales, como la rentabilidad de una inversión inmobiliaria.

El trabajo de las inmobiliarias es aminorar estas preocupaciones y llevar a buen término todas las transacciones.



Ventajas que ofrece el nuevo escenario

El nuevo escenario, con la implementación de tecnología como protagonista, trae diversas ventajas a las inmobiliarias. Un negocio mejora su flujo de trabajo o hace que sus esfuerzos de marketing sean más efectivos al digitalizarse. **La tecnología transforma la forma en que los agentes se comunican con los clientes**, recopilan y gestionan datos y prestan servicios.

Demanda

La tecnología ha ampliado las oportunidades de negocio en el mercado inmobiliario, esto, al permitir la conexión con potenciales compradores de manera más eficiente.

Actualmente, existen diversidad de plataformas y aplicaciones que facilitan la búsqueda y comparación de propiedades, así como la comunicación entre agentes inmobiliarios y clientes.

Todas estas funcionalidades agilizan el proceso de venta y alienta una mayor demanda. Además, la tecnología ha abierto la puerta a nuevos mercados.

Y es que las transacciones inmobiliarias ocurren ahora de forma virtual. Ya no hay la obligatoriedad de que los compradores estén físicamente en el lugar.

Esta ventaja ha permitido a los inversores y compradores internacionales acceder a propiedades en diferentes ubicaciones. ¿Beneficio? El impulso aún más de la demanda.

Rentabilidad

La tecnología ha mejorado la rentabilidad en el mercado inmobiliario de varias formas. En primer lugar, ha aumentado la visibilidad de las propiedades, **lo que genera una mayor competencia y escala de precios.**

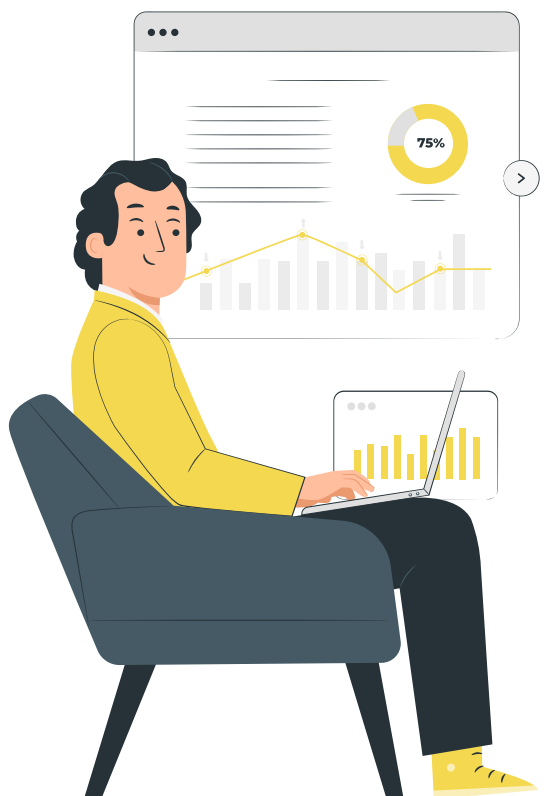
El alcance en las comunicaciones también incrementa la rentabilidad. Las plataformas en línea y las redes sociales permiten a los agentes e inmobiliarias promocionar una propiedad a una audiencia más amplia. Además, la tecnología ha permitido nuevas formas de inversión en el mercado inmobiliario, como la adquisición de propiedades a través de crowdfunding o plataformas de inversión en bienes raíces.



Seguridad

La tecnología ha mejorado la seguridad en el mercado al **facilitar la verificación de la información y la identidad de los clientes**. Esto ayuda a prevenir el fraude y protege tanto a los vendedores como a los compradores.

Además, se ha potenciado el desarrollo de sistemas de seguridad avanzados para propiedades. Esto brinda mayor tranquilidad a los clientes potenciales a la hora de realizar inversiones en propiedades.



Innovación

La innovación mejora cada día el mercado inmobiliario. Las soluciones que se brindan son más eficientes y personalizadas.

Por ejemplo, la implementación de inteligencia artificial y aprendizaje automático está en tendencia. Esta tecnología permite a los agentes inmobiliarios **analizar grandes cantidades de datos** y proporcionar recomendaciones personalizadas a los clientes.

Y en otra arista, la tecnología ha permitido la creación de propiedades inteligentes. Esto amplía el mercado y satisface las necesidades de los nuevos compradores.

Conclusión

El nuevo escenario del mercado inmobiliario requiere cambios constantes en las estrategias de las inmobiliarias. Y es que si pretenden aumentar sus ventas, período a período **es necesario que se adapten rápidamente a las exigencias del sector.**

Esta adaptación tiene que darse en muchos aspectos de la operatividad de la inmobiliaria. La manera más eficiente de hacerlo es con la implementación de tecnología de vanguardia.

La implementación de tecnología especializada al sector agiliza tareas y propicia que los negocios cumplan con las expectativas de los clientes, lo que al final del día, significa más cierres de ventas efectivos.

Pero la adaptación al nuevo escenario también tiene desafíos. Superar cada uno de esos desafíos es un trabajo de largo aliento. Un trabajo que debe asumirse, pues de lo contrario, se pierde notoriedad, rentabilidad y competitividad.

Encontrar aliados tecnológicos para afrontar estos desafíos tiene que considerarse una prioridad, porque los negocios necesitan aliados confiables y que ofrezcan herramientas en constante actualización y relevantes para la industria.

Wasi es la plataforma para profesionales de los bienes raíces **que integra innovación con funcionalidades robustas.** Agiliza tus procesos y concéntrate en las actividades realmente productivas.

Con Wasi respaldándote, superar los desafíos que imponen los nuevos escenarios del mercado inmobiliario ¡es posible!



 wasi

