



Técnicas

para crear una presencia

de marca sólida

en el sector inmobiliario



Índice

Introducción	03
La importancia de una marca fuerte en el mercado inmobiliario	04
La identidad de marca y sus elementos	05
Principales técnicas para fortalecer tu presencia de marca	06
Estrategias de contenido y comunicación	07
Construcción de relaciones con clientes	09
Integración de herramientas tecnológicas	11
Importancia de un CRM inmobiliario eficiente	12
¿Cómo llevar a cabo la Gestión de clientes y propiedades con el CRM de Wasi?	14
Datos centralizados	13
Conclusión	15



Introducción

Actualmente, **la presencia de marca** es esencial, no sólo en el sector inmobiliario, sino en cualquier mercado a escala global. ¿La razón? Es uno de los pilares en la captación de clientes, además de aportar confiabilidad frente a la competencia.

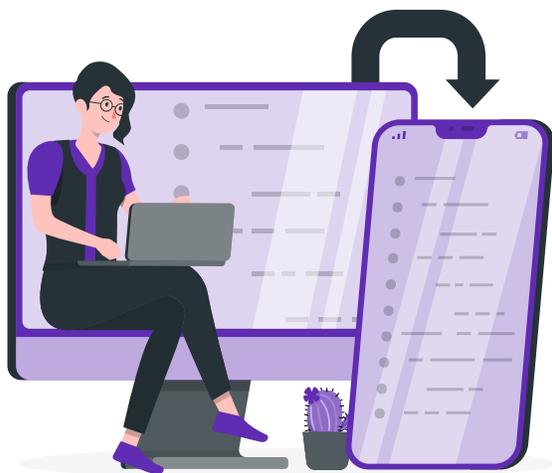
Al contar con una imagen sólida que se replique desde tu página web hasta las redes sociales, además de un trato cordial y profesional hacia los clientes existentes y potenciales, se eleva el estatus de la empresa, así como el de tus colaboradores.

Recuerda que la idea es aprovechar las oportunidades que te brinda esta tecnología diseñada para que, además de ahorrar costos, tiempo y esfuerzo, logres llegar al cliente indicado de manera oportuna y cerrar tratos importantes que se traducirán en rentabilidad.

Por ello, es fundamental que aprendas cómo implementar este sistema, así como las **funcionalidades de un CRM**, beneficios y mucho más. Descúbrelo todo en esta guía interesante que te ofrecemos los expertos inmobiliarios de Wasi.



La importancia de una marca fuerte en el mercado inmobiliario



Vivimos una era digital de cambios que requieren estrategias avanzadas y adaptaciones de manera ágil para competir y mantenerse a la altura del negocio de bienes raíces.

Al pensar en la adquisición o **venta de un inmueble**, el cliente busca, además de ofertas atractivas, una solución profesional, responsable y honesta; una empresa inmobiliaria capacitada para asumir este reto sin mayores problemas y con la mejor disposición.

Es decir, aquellos compradores y vendedores que se encuentran en la búsqueda de **profesionales inmobiliarios confiables**. Pero, ¿cómo transmitir esa confianza?, ¿cuál es la manera adecuada de comunicar la experiencia que posee tu equipo? Nos referimos a incrementar tus oportunidades comerciales, ser elegibles en un mercado saturado de competencia inmobiliaria.

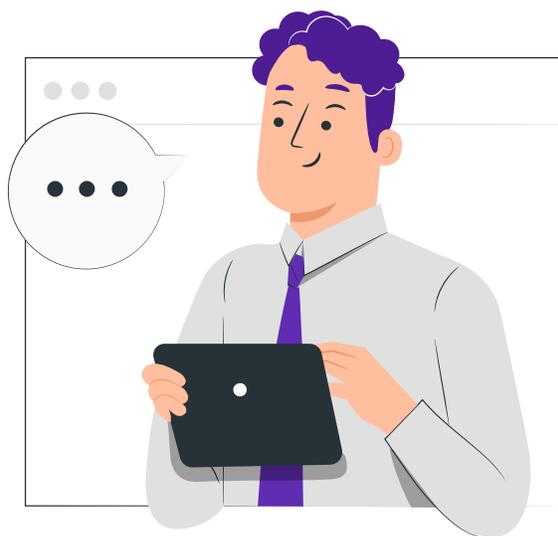
A través del buen posicionamiento de tu empresa, se impulsa una imagen de solidez, confiabilidad y experiencia dentro del sector inmobiliario. Visualiza este ejemplo a continuación.

Imagina una empresa que carezca de logo o de un perfil claro sobre los servicios que ofrece. Asimismo, contar con un sitio web o redes sociales exhibiendo fotografías y videos deficientes de proyectos inmobiliarios recientes. ¿Confiarías en ella para llevar a cabo un **proceso de compraventa**?

Mientras, tu empresa inmobiliaria posee una imagen pulcra, logotipo, identidad visual significativa e imágenes de alto impacto visual.

También contar con un tour virtual de las propiedades, un equipo de colaboradores profesionales y una estrategia de comunicación integral que te diferencie de la competencia.

Es evidente la elección del cliente, tomando en cuenta ambos escenarios. Esto indica que ciertos elementos **influyen sobre una decisión de compra**, pero también sobre tu empresa, al aportar fortaleza y consolidarte como una marca fuerte en el sector inmobiliario. La clave está en saber aplicarlo de manera inteligente y efectiva.



La identidad de marca y sus elementos

En **Wasi** sabemos que la identidad de marca es fundamental para lograr un puesto destacado en el mercado. En épocas anteriores, la creación de un logotipo identificable, además del eslogan memorable era suficiente.

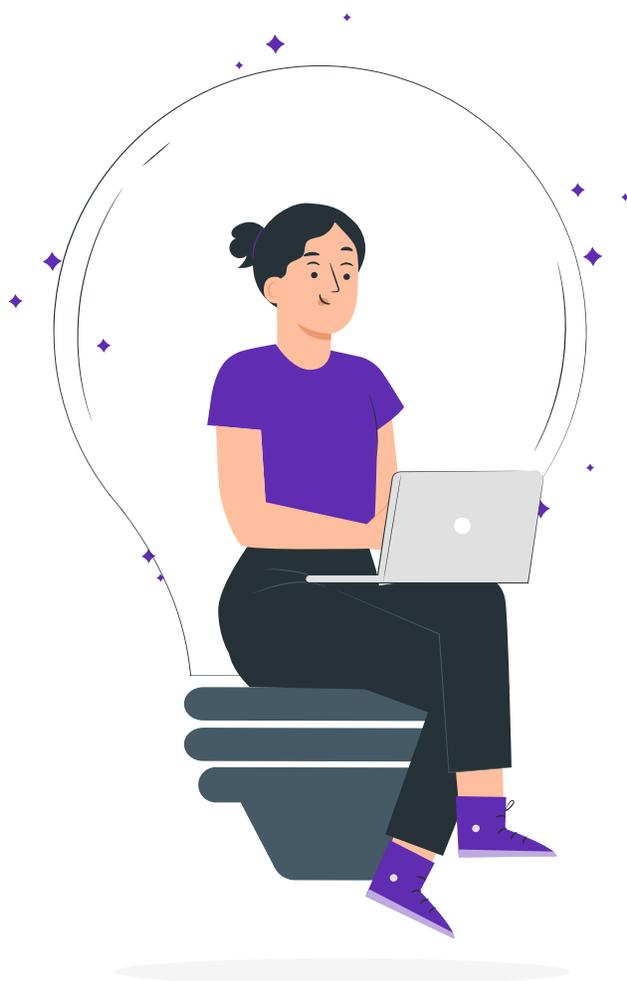
Hoy muchas empresas cuentan con una imagen excelente, creativa y profesional. Competir se ha tornado más que esencial; ahora debes generar una experiencia completa, incluso antes del primer contacto con el cliente.

Es importante entender que en el **sector inmobiliario**, así como en otros mercados, las emociones juegan un papel clave. Es decir, la identidad de marca debe estar enfocada en la transmisión de un mensaje positivo para que el público se identifique.

Lograr una verdadera presencia y posicionamiento de marca dentro del sector inmobiliario representa un avance importante en tu empresa, ya que el mercado cuenta con gran competitividad y un ambiente saturado de opciones para elegir.

Desde los valores, servicios y propuesta única, confianza o sentido de pertenencia hasta solidez, respaldo y seriedad son rasgos que la marca debe explotar en la búsqueda de un mayor crecimiento.

Principales técnicas para fortalecer tu presencia de marca



¿Sabías que aquello que proyecte tu empresa será percibido por tus clientes y también por otras organizaciones pertenecientes al sector? Esto quiere decir que debes ser conciso y saber el rumbo que deseas tomar al **construir una presencia sólida** para tu marca inmobiliaria.

Al fortalecer tu presencia de marca estableces un nivel de credibilidad, aspecto conveniente para el crecimiento empresarial, ya que atraes clientes y te mantienes competitivo en esta era digital.

En este interesante e-Book conocerás las técnicas clave para contar con una marca robusta, profesional y generadora de leads de manera constante. No obstante, recuerda que antes de ponerlas en práctica, debes conocer tu audiencia, saber qué desean tus potenciales clientes, sus objetivos, entre otros. Sigue leyendo.

Estrategias de contenido y comunicación

El factor estético y visual es importante, pero recuerda que no es lo único que determina el éxito. Este elemento debe complementarse con la planificación enfocada hacia una **estructura coherente y versátil** del contenido.

Una marca sólida inmobiliaria posee una propuesta de valor, un mensaje efectivo, información esencial y necesaria para sus clientes.

Analiza lo que ofrece tu competencia y trata de diferenciarte. Ofrece entre tus servicios algún plus que seduzca al cliente y te posiciona como una solución y no como una inmobiliaria más.

Recuerda que un **universo de clientes** analiza además de ofertas, una mejor experiencia. Aprovecha este factor y asegúrate de que tu mensaje se transmita de manera consistente a través de todos los medios de contacto.

Piensa en la efectividad y no tanto en la cantidad. Esto significa que debes evaluar cuáles son las vías más inteligentes para desarrollar una estrategia de contenido.

Por ejemplo, tu inmobiliaria utiliza las redes sociales como Facebook, Instagram, servicios de mensajería como Telegram o WhatsApp, entre otros. Al resolver esto, estableces un contacto significativo y funcional, una interacción directa y eficiente con los clientes.

Asimismo, **valerte de la publicidad** en todas sus formas, como pancartas, vallas, flyers, avisos en prensa o revistas, comerciales en TV o radio, y siempre con un discurso simple, efectivo, dirigido a tu target, profesional y coherente.

No olvides el sitio web de tu inmobiliaria, el cual es clave para tu presencia de marca online.



Además del aspecto visual, este medio debe ser tu carta de presentación al mundo, ya que te verán incluso a nivel internacional, generando clientes a mayor escala y alianzas comerciales. Esto implica una narrativa comprensible para tu público, auténtica, que genere empatía, y sobre todo, cargada de un propósito visible para cualquier posible cliente. Dentro de tu página web existen elementos infaltables, tales como:

Navegación simple y eficaz

Esto supone una organización lógica de tu sitio web, lo cual ayudará a navegar sin pérdidas o desinterés. Debes facilitar la **búsqueda de información** a todos tus lectores.



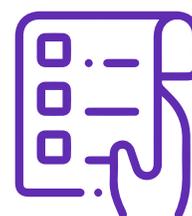
Diseño *responsive*

Esto quiere decir que cuenta con adaptabilidad en cualquier dispositivo electrónico, bien sea un Smartphone, tablet, entre otros. Así, tu página web será visible siempre, al ser compatible con otros equipos y totalmente accesible.



Lista de inmuebles

Para vender debes mostrar todas tus propiedades. Pero debes hacerlo de manera profesional, con imágenes de gran calidad e iluminadas, además de información detallada y descripciones específicas.



Contacto

El diseño de tu web debe contener un espacio único que sirva de puente entre la empresa y los **clientes potenciales**. Así, tus colaboradores tendrán la oportunidad de crear una conexión importante.



Construcción de relaciones con clientes

¿Cómo generas una relación sólida con un cliente? No te basas solamente en el hecho de haber construido una presencia de marca inmobiliaria.

Es importante no ser invasivo sino analítico, estudiar al cliente y comprender qué busca realmente, presentándote como la solución a sus problemas. Acá te traemos los pasos para lograrlo.

Comunicación eficaz

Al ser transparente con el cliente, estableces un estado de confianza basado en la sinceridad, lo cual es importante para una **experiencia positiva**. Esta claridad del agente inmobiliario involucra la agilidad de respuesta a las dudas o requerimientos del cliente, así como la frecuencia de reportes sobre el proceso.



También es esencial comunicar con honestidad los contratiempos o posibles retos presentes, antes, durante y después de la compraventa. También se debe hacer un esfuerzo y expresar al cliente la intención clara de solventar cualquier situación negativa para brindarle tranquilidad y confiabilidad.

Personalización

Cada cliente tiene necesidades y preferencias específicas. Al personalizar la atención y los servicios se eleva el nivel de experiencia. Brindar información sobre el mercado o de la zona del inmueble, pautar visitas a propiedades ajustables a la agenda del cliente, entre otros beneficios.



Experiencia del agente

Un profesional inmobiliario domina cada aspecto del mercado, además de conocer tendencias y costos. El cliente debe percibir este detalle, por lo cual se requiere la **actualización constante** de tus colaboradores.



Incentivarlos a desarrollar un estilo propio, mejorando sus habilidades comunicativas, además de las condiciones del mercado local, regulaciones y temas concernientes será valioso para elevar su credibilidad y cerrar un trato.

Servicio de altura

Ser eficiente brinda al agente la oportunidad de generar más confianza al cliente. Es importante abordar cualquier inquietud de manera ágil, desde temas financieros hasta documentaciones o registros. En este punto es esencial destacar la **presencia de tecnología** para solventar cualquier problema, aportando un proceso más fluido y amigable.



Post compra

No olvides al cliente luego de cerrar un trato. Mantente presente, memorable y eficaz. Recuerda que un cliente te recomendará, convirtiéndote en el primero de su lista al requerir otros servicios inmobiliarios.



Integración de herramientas tecnológicas

Seguramente sabes que las redes sociales representan en la actualidad una herramienta poderosa para fortalecer tu marca inmobiliaria; por ejemplo:

Facebook

A través de esta enorme red social creas una página comercial, destacando y **compartiendo actualizaciones sobre diversos inmuebles**.

También gozar de una proyección mundial, conectar con clientes diversos y adquirir credibilidad mediante testimonios de clientes o eventos sociales.

Instagram

Utiliza esta plataforma para publicar videos, realizar lives o potenciar tus propiedades mediante fotografías atractivas.

LinkedIn

Una red de carácter profesional donde te posicionas como un experto del mercado. Genera relaciones con colegas del medio y disfruta de **alianzas comerciales**. Desarrolla y comparte artículos informativos impulsando el nivel de tu empresa y de tus agentes inmobiliarios.

No obstante, es esencial contar con una herramienta más intuitiva, que además de aportar eficiencia y agilidad, te ayuda a gestionar de mejor manera a un universo de clientes. Nos referimos al CRM Wasi.

¿Lo conoces? Te contamos. Nuestro CRM optimiza la gestión de tus clientes. Esta poderosa herramienta utiliza estrategias de marketing ideales para el posicionamiento de tu negocio inmobiliario, y así desarrollar una presencia de marca eficaz.

Obtén mayor control de tu **negocio de bienes raíces** y alcanza los **objetivos de tu negocio** transformado en ventas con el mejor CRM.



Importancia de un CRM inmobiliario eficiente

Al implementar un CRM inmobiliario potente y avanzado, adquieres una operación centralizada con menos esfuerzo.

La implementación de un **CRM inmobiliario** brinda diversos beneficios como la centralización de datos y mayor agilidad de respuesta al cliente.

Además, el CRM inmobiliario **te ayuda en la automatización de tareas** y minimiza la carga de tus colaboradores.

Por ejemplo, es posible automatizar mensajes y notificaciones. Esta característica es esencial para mantener a los clientes informados en tiempo real, mejorando la eficiencia y la puntualidad. Así, tu equipo es percibido como una estructura sólida, capacitada y profesional.

Además, cada colaborador se enfocará en otras tareas, como la captación de nuevos clientes. ¿Sabes qué más puedes lograr con un CRM inmobiliario eficiente? Te explicamos.



- Lleva los datos de tus clientes en tu celular y accede a ellos desde donde estés y a cualquier hora.
- Comparte el link con toda la información del inmueble a tus clientes.
- Registra tus inmuebles desde un mismo lugar, ya que cuentas con un entorno centralizado, ahorrando tiempo y esfuerzo.
- Publica las propiedades de manera simultánea en las redes sociales, WhatsApp y portales inmobiliarios.
- Accede a tu propia página web inmobiliaria o integra el CRM a una página web existente.
- Organiza tu tiempo y actividades con tus clientes con la agenda y haz seguimiento a través de nuestra APP para móviles.
- Wasi permite conectar páginas web hechas en WordPress. Adicionalmente, cuentas con la API para que conectes a Wasi con páginas web hechas con otras tecnologías. Así, conectas el CRM con tu sitio web actual.
- Accede a la red inmobiliaria más grande de Latinoamérica, haciendo alianzas para tu negocio de bienes raíces.
- Administra tus relaciones con clientes y leads a través del CRM (Customer Relationship Management) de Wasi.



Desde los valores, servicios y propuesta única, confianza o sentido de pertenencia hasta solidez, respaldo y seriedad son rasgos que la marca debe explotar en la búsqueda de un mayor crecimiento.

¿Cómo llevar a cabo la Gestión de clientes y propiedades con el CRM de Wasi?

Cuando adoptas herramientas tecnológicas en tu operación inmobiliaria, centralizas tus tareas, aportando eficiencia y menos esfuerzo al personal. A continuación, te explicamos cómo llevar a cabo la gestión de tus clientes e inmuebles, al **implementar la tecnología Wasi**.

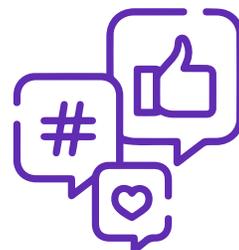
Datos centralizados

Con el CRM inmobiliario de Wasi es posible centralizar y consolidar toda la información de tus inmuebles y clientes. Así, tus colaboradores encontrarán lo que quieran en un solo lugar.



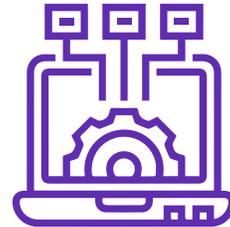
Redes sociales integradas

Los datos de cada inmueble son agregados al CRM a través de la conexión con redes sociales, portales y página web. Así se garantiza una mejor visibilidad de tu negocio a escala global.



Tecnología On the Cloud

Wasi On the Cloud está disponible para ti en cualquier lugar y de manera inmediata. Obtén los **datos de tus clientes** a cualquier hora en tiempo real.



Mejor control de inventario

Las herramientas de Wasi te brindan organización del inventario. Culmina más rápido tus labores, evita pérdidas de tiempo y disfruta de la eficiencia de nuestro CRM. Deja que Wasi ordene las propiedades en un ambiente funcional.



Conclusión

El nivel de tu negocio se eleva gracias a la tecnología más avanzada para bienes raíces, un CRM eficiente e ideal para tu empresa. Confía en tu equipo de colaboradores, trabajando constantemente en su desarrollo profesional y aplicando estas técnicas para crear la mejor presencia de marca.

En **Wasi** te ayudamos a lograr resultados tangibles **mediante soluciones adaptables a tu empresa**. Integra nuestro CRM inmobiliario y gestiona a tus clientes con éxito.

Obtén esta herramienta versátil, eficiente y poderosa para impulsar tu inmobiliaria. **¡Contáctanos!** Somos Wasi, la plataforma para el profesional inmobiliario.

 wasi

