

inmueble a fondo

Cómo vender viviendas anunciándose en internet



■ José M. Merino
Director Técnico de Habitaclia.com

El sector inmobiliario y los particulares han encontrado en la Red el mejor soporte para promocionar sus viviendas, y que Internet sea cada vez más accesible a todos hace que tanto la oferta como la demanda también lo sean

En los últimos años, internet se ha convertido en uno de los canales de comunicación principales para anunciar y buscar vivienda. El sector inmobiliario y los particulares han encontrado en la Red el mejor soporte para promocionar sus viviendas, y que Internet sea cada vez más accesible a todos hace que tanto la oferta como la demanda también lo sean. En definitiva, internet se impone frente a otros medios tradicionalmente más caros y menos accesibles.

■ ***Una buena forma de explotar el vídeo es convertirlo en una visita guiada o comentada, aunque la voz no debe ser un elemento imprescindible porque en según que circunstancias el usuario no activará el sonido del ordenador, de ahí que las imágenes deban hablar por sí solas***

Ahora es más fácil anunciar y comunicar la venta o alquiler de una vivienda, lo que conlleva que la cantidad de anuncios se dispare. También se simplifica la búsqueda para la demanda, hay más donde elegir, y es aquí donde se hace imprescindible captar la atención de los interesados en comprar o alquilar una vivienda.

El usuario es exigente con la información que recibe. Normalmente no quiere perder el tiempo,

po, y al tener tanta oferta disponible en los diferentes portales inmobiliarios, es fácil que descarte anuncios que podrían encajar con lo que está buscando, sencillamente, porque el anuncio en cuestión no ofrece una idea clara de cómo es la vivienda.

En líneas generales, el criterio más importante para que un anuncio tenga éxito es ofrecer una información de alta calidad, que permita al interesado construirse una imagen clara y detallada de la vivienda.

Para ello, las fotografías son uno de los mejores recursos. Si se utilizan, lo apropiado es ofrecer más de una foto, tanto de las diferentes estancias como de la fachada o portal. Hay que procurar que estas imágenes tengan un buen enfoque, encuadre, luz y la resolución adecuada para ser vistas en pantallas de ordenador. Es conveniente que las fotografías transmitan una sensación agradable, de orden y limpieza.

Otro elemento cada vez más utilizado para anunciar viviendas por internet son los vídeos, que aportan más información porque dan continuidad a las imágenes. Una buena forma de explotar este recurso es convertir el vídeo en una visita guiada o comentada, aunque la voz no debe ser un elemento imprescindible porque en según que circunstancias el usuario no activará el sonido del ordenador, de ahí que las imágenes deban hablar por sí solas.

a fondo

>>> 99
marzo

36

Cómo vender viviendas con éxito anunciándose en internet

En los anuncios por internet, uno de los elementos que más valoran los potenciales compradores es la distribución en planta de la vivienda. Una buena idea es adjuntar un plano.

Obviamente, el precio es uno de los factores más importantes, sino el que más, a la hora de escoger una vivienda. Ocultarlo entre tanta oferta es poner una barrera al usuario, a veces insalvable, y provocar que muchos pasen a ver el siguiente inmueble de la lista.

Al igual que sucede con el precio, la ubicación es otro parámetro determinante en la decisión de compra de una vivienda. Es bueno dar toda la información posible y de la manera más precisa sobre su ubicación, e intentar acompañar la explicación con un plano de la zona señalizando la posición de la vivienda.

Está claro que cuantos más detalles se ofrecen más interés despierta el anuncio. Por esta razón es importante hacer uso de los datos tabulados que nos ofrezca el portal inmobiliario donde insertaremos el anuncio, porque permite al usuario comparar mejor entre la diferente oferta que puede encontrar, y además es bueno para aparecer en los listado filtrados. Por ejemplo, si el usuario pide un listado de casas con piscina, en una parte importante de los portales sólo aparecerán los inmuebles que tengan el campo de piscina informado.

■ Cuando un usuario tiene una idea mental clara, gana en seguridad sobre lo que quiere, la visita al inmueble es menos frustrante, por lo que el nivel de éxito puede llegar a ser más alto

Una buena descripción hace que el usuario se haga una idea mental de la vivienda, pero también del vendedor, por lo tanto hay que intentar redactar para captar la atención y en un tono acorde a lo que queremos transmitir. Ahora bien, un texto demasiado publicitario o exagerado puede generar desconfianza en el usuario que visita el anuncio.



Los textos y reclamos tienen una función de destacar aquellos aspectos más singulares de la vivienda. Al igual que la descripción, al ser textos redactados, aunque cortos, el usuario percibe lo que queremos destacar de la vivienda, pero el cómo está redactado también influye en la imagen que se hará el usuario de nosotros como vendedores. Ahora bien, estos textos reclamos en Internet no son tan importantes como lo son en los medios de clasificados de papel, donde el espacio y las palabras son muy escasos.

Para distinguir nuestra oferta en los portales de la del resto de empresas anunciantes es importante mostrar nuestra identidad. Si se goza de una buena reputación, si la marca es fuerte y se ha hecho un gran esfuerzo por transmitir los valores más importantes de la compañía, ¿por qué no aprovecharlo? Los usuarios confían más en los anunciantes que conocen y que pueden localizar en un local. Hay que intentar poner una marca distintiva que identifique a la empresa, por ejemplo, el logotipo.

Lógicamente, lo expuesto hasta ahora son indicaciones generales. Para tener éxito hay otros factores a tener en cuenta: el precio en sí al que ofrecemos la vivienda en comparación con el resto de inmuebles de la zona, la cantidad de producto que haya en la zona, o el

a fondo

>>> 99
marzo

37

José M. Merino

esmero de los competidores en informar en los anuncios en los portales inmobiliarios. Dependiendo de la zona geográfica, a veces interesa mucho más destacar determinadas características que pueden llegar a hacer que el precio de la vivienda pase a otro plano. Su cercanía o distancia respecto a puntos de interés determinados (ciudad, playa, montaña, campo...) son un buen reclamo dependiendo de la ubicación de la vivienda.

■ Un anuncio de una vivienda en internet con información completa y detallada es más satisfactorio para el usuario y, además, será más visitado porque gozará de las mejores posiciones en los listados

Para utilizar el reclamo más apropiado y conseguir destacar un anuncio de venta o alquiler, remarcar alguna característica clave del inmueble puede jugar a favor. Para ello también se tiene en cuenta la oferta existente en el lugar de ubicación del inmueble. En este sentido, la luminosidad o la referencia a los metros cuadrados de la vivienda, son algunas de las características que más se destacan en los anuncios.

En definitiva, en internet la oferta de la competencia se encuentra a unos pocos clics de distancia. Hay que seducir al usuario desde el anuncio. Para ello es necesario ofrecerle una información adecuada para que se pueda

hacer una idea lo más precisa de cómo es la vivienda que se anuncia y lo pueda contrastar con sus necesidades. Cuando un usuario tiene una idea mental clara, gana en seguridad sobre lo que quiere. La visita al inmueble es menos frustrante, por lo que el nivel de éxito puede llegar a ser más alto.

Si los anuncios no son suficientemente claros y detallados o no transmiten confianza, es muy fácil para el usuario descartar el anuncio e ir a por el siguiente inmueble. Esto puede ser especialmente dramático en aquellas zonas donde hay mucho producto por listado.

Además de ofrecer mejor información al usuario, los portales inmobiliarios suelen bonificar en las posiciones de los listados aquellos inmuebles que están más detallados. La explicación de este fenómeno es que los portales intentan ofrecerle al usuario principalmente aquellos anuncios que puedan captar más su interés. Y como consecuencia de este efecto, los inmuebles mejor posicionados en los listados suelen ser los más visitados por los usuarios en internet, por lo que el índice de éxito del anuncio y el número de contactos generados es mayor en estos casos.

Como conclusión, un anuncio de una vivienda en internet con información completa y detallada es más satisfactorio para el usuario y, además, será más visitado porque gozará de las mejores posiciones en los listados.



a fondo

>>> 99
marzo

38