

Claves para una Web Inmobiliaria Realmente Exitosa.

Diego Barral

CEO Inmokey.com

Páginas web para Empresas Inmobiliarias

Porque Internet se ha convertido en la herramienta fundamental para las empresas inmobiliarias?

Mi amigo Juan es soltero, y yo, como buen amigo que soy, le propuse presentarle a mis 50 amigas... y coordinar una cena con cada una de ellas... 50 citas a ciegas!.

De seguro Juan podrá conquistar a alguna de las 50 amigas que yo le propuse presentar, pero tenemos algunos problemas: ¿Podrá Juan pagar 50 cenas?, ¿Cuanto tiempo le llevará?, ¿Cuántas cenas aburridas y desagradables deberá soportar?.

Juan es sumamente inteligente, y se le ocurrió una brillante idea! Me pidió que antes le muestre una foto de cada una de ellas y le cuente sobre sus personalidades. De esa forma, Juan me dirá a quien quiere conocer... de seguro su lista se achicará a unas pocas, y así evitará pagar por tantas cenas y sobre todo, ahorrará muchísimo tiempo.

Si! ya sé... tu pensarás que Juan no es ningún genio, y que no es una idea brillante... es solo sentido común... dime, ¿tu usas el mismo sentido común para tu empresa inmobiliaria?... Tu empresa, ¿le permite a tus posibles clientes comparar inmuebles de forma rápida a través de internet?

El 90% del proceso de compra de un inmueble es la búsqueda y comparación. Es verdad que Juan no es un genio... piensa como la mayoría de nosotros y si en vez de novia buscara un Inmueble seguramente primero buscaría en internet.

Internet genera el PRIMER CONTACTO con clientes en la gran mayoría de los casos. Las empresas inmobiliarias que no tienen resuelto el uso de internet, están quedando afuera de la gran masa de operaciones inmobiliarias, quedando ésta en manos de los más preparados.

Si tu empresa no opera adecuadamente con internet, es un buen momento para hacerlo y en 12 meses triplicarás las consultas, tus clientes y tus beneficios.

Internet, más fácil de lo que parece

Para muchos internet puede ser un concepto aún no tan claro.

Entiende a Internet como un simple medio de comunicación, pero con una característica que lo difiere del resto: **Información inmediata por demanda**, lo que buscas lo encuentras en segundos... y esa forma con la que simplemente una persona busca información de forma precisa e instantánea es lo que debemos explotar.

Si mi amigo Juan no se baña, jamás encontrará novia, ¿verdad?. Pero eso no significa que sólo por el hecho de bañarse tendrá una novia. ¿A que viene esto?, muchas empresas inmobiliarias me han dicho “Acabo de poner mi página web en internet y nada ha cambiado”.

Está claro que, sin tu propia página web no podrás estar eficientemente en internet, ya que es la base fundamental de la comunicación de tu empresa inmobiliaria, aunque no solo por el hecho de tener tu propia página web significa que vayas a tener visitantes. Esto sería como imprimir folletos y dejarlos sobre tu escritorio, donde lo correcto sería repartir los folletos para lograr que tus posibles clientes se sienten en tu escritorio.

Tu página web es tu mejor folleto, y debes repartirlo.

*Tu propio sitio es el punto de partida para tu negocio en internet.
El 90% del proceso de compra de un inmueble es la búsqueda y comparación
Si no utilizas internet para tu empresa inmobiliaria, tiendes a desaparecer.
Con internet, comunicas antes y mejor tu oferta.
Utiliza tu web como el mejor de tus folletos.
Si hoy no tienes resuelto tu sitio, se te está haciendo tarde.*

Posicionamiento, a buscar novia !

¿Que entiendes tu por posicionamiento?, ¿Estar en la primera página de Google?
Esta es la respuesta que me dan habitualmente cuando hago esa pregunta.

Posicionarse es mucho más que estar en una buena posición dentro de Google, inclusive te diría que no es fundamental Google. Pensarás que estoy loco, claro !. Voy a explicártelo en números:

Si tu buscas “*Venta de Inmuebles*” en Google, encontrarás 9 MILLONES TRESCIENTOS MIL resultados. Tu crees que todos ¿no quieren estar entre los primeros 10 resultados?.

De todas formas, habitualmente las búsquedas en Google son más específicas, haciendo que tus posibilidades sean mayores. Si buscas “*Venta de Departamento de 2 ambientes con cochera en Plaza Mitre de Mar del Plata*” los resultados se achican a unos 79.000, de todas formas ¿siguen siendo muchos verdad?. Google determina el posicionamiento de las páginas de tu sitio basándose en cientos de criterios y variables (ver tema google). De todas formas, si tu sitio está desarrollado para entenderse con Google, siempre aparecerás en muchos de los criterios de búsqueda y lograrás incrementar tus visitas.

Pero el punto, es comprender que posicionarse en Google, es solo una pequeña parte, ya que podrás lograr mucho más con el **Posicionamiento Social**.

Posicionamiento Social

El error más común a la hora de pensar en como hacer un buen negocio a través de internet, es pensar sólo en internet.

Tener resuelto Internet no es tener un sitio web... ese es solo el comienzo. Nuestra experiencia nos ha demostrado que el posicionamiento social es el más importante en el caso de las inmobiliarias, es el que verdaderamente acercará tu cliente a tu oficina. Se trata de comunicar la dirección de tu sitio web y promoverlo en puntos claves, en definitiva es **Marketing + Internet** .

Comunica tu sitio web

Te propongo hacer un ejercicio. Imagina que vas conduciendo a 40 kilómetros por hora y ves una oficina inmobiliaria, a la cual te gustaría llamar para hacer una consulta... no tienes tiempo para detenerte pero hay un cartel con su número telefónico e intentarás recordarlo.

A continuación lee el siguiente número telefónico 1 sola vez, como si fueras conduciendo, luego quita la vista de aquí, haz una pausa de 10 segundos e intenta repetirlo: **4964-2834**
Bien, ahora haz lo mismo pero con la dirección de un sitio web. Leelo 1 sola vez, quita la vista de aquí, haz una pausa de 10 segundos e intenta repetirlo: **InmobiliariaLopez.com**.

Seguramente haz notado la gran diferencia, ¿verdad?... en **inmobiliarialopez.com** encontrarás su teléfono, su dirección, sus inmuebles.... y no ha sido difícil recordarlo.

Esto es posicionamiento social. Tu sitio web es la mejor de tus tarjetas, el mejor de tus folletos... la forma más fácil de recordar tus datos y la manera más simple y rápida de obtener información las 24 horas de los 365 días del año.

La dirección de tu sitio web debe estar presente, de forma destacada, al menos en:

- El frente de tu oficina (tan visible como puedas)
- Tus tarjetas personales
- El Contestador telefónico.
Ej. *“Usted se ha comunicado con Inmobiliaria López, en este momento no nos encontramos en la oficina. Si desea consultarnos sobre nuestras propiedades lo invitamos a visitar nuestro sitio web en inmobiliarialopez.com.....”*
- Carteles de Venta y Alquiler.
Ejemplo, *“Vea los detalles de esta propiedad en www.inmobiliariaLopez.com”, o mejor aún ... “www.inmobiliariaLopez.com/420” si es que tu sitio provee de los vínculos cortos para el acceso directo al inmueble en referencia.*
- Anuncios en el diario al promover tus propiedades.
Ej. *“véalo en inmobiliarialopez.com/420”*

El que informa primero tiene más chances de vender.

Imagina que estas paseando un domingo por la tarde, recorriendo tu barrio favorito para buscar la casa de tus sueños. Has visto 10 casas con carteles de venta que te han gustado. Verás que en los carteles de las primeras 5 casas (de inmobiliaria López), tienen su sitio web con acceso a la información detallada de la propiedad, y en los otros 5 (de inmobiliaria Reyes) sólo un número telefónico que debes recordar para llamar mañana Lunes. ¿Que información obtendrás primero ?, ¿Que inmobiliaria te informará más rápido y mejor?... quizás no llegues a llamar el lunes a la Inmobiliaria Reyes, pues López tiene más chances de convencerte con su oferta inmobiliaria.

*Tu dominio debe ser fácil de recordar.
Tu web es más fácil de recordar que tu número telefónico.
Posiciona tu sitio de forma social.
Piensa en Marketing + Internet.
Comienza hoy... el posicionamiento en Buscadores
y el Posicionamiento Social llevan tiempo.*

Deja de pensar sólo en vender... y venderás más.

Cuando piensas en tu propio sitio web inmobiliario, generalmente lo relacionas a la venta. Bueno, es aquí donde podemos hacer un click si cambiamos un poco el foco. ¿No venderías más si en vez de tener 10 departamentos a la venta tendrías 100?. Como tu ya sabes, mientras más amplia sea tu oferta, mayores serán tus ventas. Es por ello que te propongo que pienses en tu página web como una herramienta para seducir a tu cliente oferente, el que te da su departamento para vender.

Imagina la siguiente situación: Necesitas vender tu departamento, para ello ingresas a **Inmobiliaria Reyes**. El Señor Reyes te atiende muy bien y te dice que con mucho gusto tomará tu departamento para la venta. Toma su lápiz, le saca punta, y anota tus datos y los del departamento en su inseparable libreta de anotaciones.

Luego de dejar todos tus datos, al salir de la inmobiliaria, ves en frente la **Inmobiliaria López**, y en su cartel lees las siguientes leyendas:

“Publicamos ya mismo su Propiedad en los principales sitios de clasificados inmobiliarios.”

“Trabajamos para vender su propiedad en tiempo record, comunicando su oferta a miles de interesados”.

*“Publicamos su Inmueble en nuestro sitio **InmobiliariaLopez.com** ya mismo !”*

Me imagino que esas leyendas pueden motivarte y es por ello que decides visitar a López. El Señor López, tan amable como Reyes te invita a sentarte en su escritorio. Al comentarle sobre tu departamento, Lopez te dice lo siguiente:

Usted ha llegado al lugar indicado. Le tomaremos unas muy buenas fotografías a su departamento y en sólo unos minutos ya estaremos publicando su departamento en nuestro sitio web, es muy consultado ya que tenemos seis mil visitas mensuales. Además, nos encargamos de toda la comunicación en los principales sitios de clasificados inmobiliarios para lograr la mayor cantidad de interesados de forma rápida, y poder vender su departamento en el menor tiempo posible.

Vea ! (mostrando su sitio en la pantalla de su computadora), así se verá su departamento. De esta forma logramos muchas consultas y una rápida generación de interesados. También, colocaremos un cartel en el frente de su departamento con nuestro sitio web y la página exacta donde encontrar toda la información de su departamento... dirá:

Vea los detalles de esta increíble propiedad en:
www.inmobiliariaLopez.com/4010

Bien, la pregunta es... ¿a quién confiarías la venta de tu departamento?.

Tener tu propia web inmobiliaria no alcanza. Debemos usarla para vendernos como inmobiliaria que brinda un mejor servicio. No olvides que tu sitio web, y tu actividad en internet es para nuestros **dos Clientes, el cliente oferente y el cliente demandante**, una excelente herramienta, uno lo usará para buscar, y el otro para comunicar.

¿Que tiene que tener tu sitio web para que funcione?

Muchas veces, las empresas inmobiliarias pierden el foco al diseñar sus sitios web. En algunos casos extremos se preocupan por que haya una presentación cinematográfica, con fotos que se mueven y música de fondo, como si nuestro visitante hubiera comprado su entrada para el cine. En algunos de estos casos, llegar a la información requerida tomará más de 30 segundos, una eternidad para la paciencia promedio... obteniendo lo que en internet llamamos “**rebote**”, el usuario se va antes de llegar a la información.

Las páginas que más funcionan, generalmente, **son las más simples**. ¿Que buscarán los visitantes en tu sitio?, la respuesta natural es “Información de los Inmuebles”.... no otra cosa.

Intenta que tu sitio web tenga:

Botones Principales a simple vista

Los botones de “Alquiler” “Venta” y “Contacto” deben estar presentes en todo momento y a simple vista, siendo estos los que más utilidad le darán los usuarios.

Focaliza el Contenido haciendo su lectura sencilla

He visto una gran cantidad de sitios de inmobiliarias que tienen:

- Clima de la Ciudad
- Últimas Noticias Policiales
- Cotización de divisas
- Calculadora
- Galería de fotos de la ciudad
- Links a directorios en internet
- Publicidad de otros sitios no relacionados a la actividad
- Reproductor de música

Entiendo que el sitio web sea un lindo lugar donde expresarse, pero debemos tener bien presente que el objetivo es ofrecer información de nuestros inmuebles. Mientras más contenido pongamos en nuestro sitio, que no sea parte del objetivo, más distracción y dificultad a la hora de encontrar la información. Los visitantes no ingresan al sitio de una inmobiliaria para escuchar música, ver fotos de la ciudad, ni a buscar información del clima.

Hagamos foco en lo importante, así lograremos simplicidad en la comunicación.

Dominio fácil de Recordar

Al escoger un dominio, ten en cuenta que en definitiva es un hecho publicitario. Tiene que ser fácil de recordar para un buen **posicionamiento social**. También hay que tener en cuenta que, al momento de comunicarlo (tarjetas, folleto, cartel) debe ser sencillo de leer. Utiliza la separación de palabras con colores, negritas, tamaños o la utilización de mayúsculas y minúsculas. Ej. www.inmobiliariaLopez.com, www.inmobiliarialopez.com.

También, preferentemente, intenta que se diga fácilmente, evitando guiones:

inmobiliaria-lopez.com “inmobiliaria guión medio lopez punto com”
inmobiliariaLopez.com “inmobiliaria lopez punto com” (*preferente*)

Información Rápida y Ordenada

Tu visitante debe poder buscar rápidamente y de forma ordenada. Tu sitio debería tener un buscador simple y un buscador avanzado. El buscador simple permitirá a tu visitante llegar a la información de forma inmediata con 1 solo click. Ejemplo: 1 dormitorio - 2 dormitorios, etc... Casas - Chalets - Oficinas - etc. El buscador avanzado le ofrece al visitante realizar una búsqueda completa, pudiendo definir cualquier criterio en su búsqueda: ej. “Departamentos de 1 o 2 dormitorios, en el Centro hasta U\$S 60.000”

Buscador Geográfico, Mapa.

Si la ubicación es determinante en una búsqueda, lo más probable es que sea realizada sobre un mapa. Además de ofrecer el buscador simple y avanzado, será de gran utilidad para tu visitante que pueda buscar su próxima casa directamente en el mapa. Las búsquedas geográficas (vista sobre el mapa), ofrecen una manera mucho más cómoda y rápida de encontrar la información buscada. Tu sitio debe contemplar este tipo de búsquedas que son cada vez más usadas.

Utiliza Sistema de Alertas

Los sitios modernos están utilizando esta importante herramienta. Los visitantes al realizar una búsqueda de un inmueble, pueden activar una alerta con su email. De esta forma, en cuanto tu ingreses un nuevo inmueble con el mismo criterio de búsqueda, el sitio le enviará un email a tu visitante avisándole que hay un nuevo inmueble que puede interesarle. También, deberá avisarte a ti que hay un visitante que ha activado una alerta para que puedas tomar contacto con él en el caso de interesarte.

El sistema de alertas, es un método muy eficiente de obtener un ida y vuelta con tus visitantes, achicando los tiempos y aumentando las posibilidades de encontrar un comprador para el inmueble recién ingresado.

Datos de contacto visibles y formulario de contacto fácil de completar.

Procura que los datos de contacto (dirección, teléfonos, email) estés visibles en la mayoría de las páginas de tu sitio... esto invitará a tu visitante a contactarse. El acceso a esta información debe ser fácil para tu visitante, pudiendo encontrarla a simple vista.

También es importante comprender que nuestro formulario de contacto en nuestro sitio, tiene como objeto que nuestro visitante pueda enviarnos una consulta rápidamente, por lo cual evita campos innecesarios, ej:

*1) Nombre, 2) Apellido, 3) Departamento (administrativo, ventas, etc),
4) Teléfono, 5) Email, 6) Dirección, 7) Asunto, 8) Mensaje.*

Un formulario con tantos campos, aunque estos no fueran obligatorios, puede generar la sensación de dificultad. No olvides hacerle fácil las cosas a tu visitante:

1) Nombre y Apellido, 2) Email y 3) Mensaje

Un formulario sencillo invitará a tu visitante a ponerse en contacto mucho más que un “super formulario”.

Utiliza Links Cortos para la comunicación

Cuando un sitio está desarrollado para el mejor posicionamiento en los buscadores (ver Google), verás que las direcciones web (url) se ven de la siguiente manera:

Link para buscadores:

www.inmobiliarialopez.com/4010-departamento-en-venta-2-dormitorios-barcelona

Pero cuando lo tenemos que publicar, en un periódico, un cartel, o simplemente comunicándolo telefónicamente, deberíamos poder usar el Link Corto (short link). Esto es una síntesis de la dirección, la cual te permitirá llegar a la misma página que muestra el inmueble, pero con una dirección sintética y fácil de recordar, ejemplo:

Link para comunicar facilmente (short link):

www.inmobiliarialopez.com/4010

Tu sitio, debería proporcionarte la posibilidad de usar short links para una comunicación eficiente.

Análisis de tus visitas

Utiliza algún sistema para ir analizando tus visitas, de forma tal de conocer cuales son los orígenes de los visitantes, a través de que medios han ingresado e ir viendo el crecimiento del tráfico obtenido hacia tu web. Recomiendo a Google Analytics, que es hoy, el sistema de analítica web más completo y gratuito.

Velocidad y comodidad

Tu cámara digital es fantástica, tiene 8 megapíxeles y excelente calidad... pero tus fotos son inmensas... debes reducirlas y luego subirlas de a una. Quieres poner 30 fotos... ¿cuanto tiempo te llevará hacer ese trabajo? Ese no debería ser tu trabajo, debe ser el trabajo de tu sitio web.

El administrador con el cual subes tus inmuebles debe ser eficiente, permitiéndote seleccionar todas las imágenes de una vez, reduciéndolas automáticamente para luego subirlas a internet... todo esto en "1 sola acción". Esto te permitirá subir todas las imágenes de forma cómoda y en apenas unos segundos.

Tu sitio debe ser bonito, pero sobre todo sencillo para su lectura.

La información debe ser sintética, clara y ordenada.

Focaliza su contenido, tus visitantes buscan información sobre inmuebles.

Debes administrarlo tu mismo, con rapidez y comodidad.

Si tu sitio web consume tu tiempo, jamás lo tendrás actualizada.

Si no es cómodo y amigable, terminarás abandonándolo.

Google

Antes de desarrollar el tema, deberíamos hablar de la importancia que tiene Google para tu Web Inmobiliaria. Como anteriormente he comentado, te aseguro que es más importante el posicionamiento social que el que podemos lograr con los buscadores. Esto no quiere decir que no sea importante estar bien posicionado en Google, pero ten en cuenta que, seguramente, la calidad de visitante que lograrás con el posicionamiento social será mayor, pues es un visitante que ya tiene un contacto previo con tu empresa y tu marca.

Lo más probable es que puedas lograr 1 visita proveniente de las búsquedas de Google, por cada 25 visitas a través del posicionamiento social, redes sociales, clasificados online, guías y sitios relacionados. Esta es la relación que veo constantemente cuando analizo el origen de las visitas de los sitios inmobiliarios de nuestros clientes, con diferentes tipos de sitios.

Llegando al punto más interesante: ¿Cómo posiciona Google tu página web?

Google contempla cientos de variables al momento de definir como mostrar sus resultados para una búsqueda determinada. Los 5 más importantes:

1. Contenido

Al momento de volcar la información de un inmueble, debe verse de forma ordenada para una lectura sencilla... pero también es importante que tenga mayor detalle y contenido, no solo informará mejor a tu visitante, sino que le darás mejores herramientas a los buscadores para posicionar mejor tu página. Si vives en Barcelona, será bueno que en la ficha del inmueble que ven tus visitantes, diga también "Barcelona" como parte de la descripción del inmueble. Si tu ciudad aparece en el título de la página, en la dirección web (url) y en el texto... al buscar "Piso en Barcelona" seguramente tendrás mayores chances de aparecer en mejores posiciones. Otro ejemplo:

a) *"Increíble propiedad digna de ver !"* ... no alcanza, falta contenido para aprovechar Google.

b) *"Increíble propiedad en Mar del Plata de 2 Ambientes frente al Mar".* Mucho mejor.

¿Notas la diferencia?, así le damos más posibilidades a Google para encontrarnos, si alguien busca "Departamento en Mar del Plata Frente al Mar" o "Departamento de 2 Ambientes en Mar del Plata".

2. Enlaces de calidad que apuntan hacia tu página

Este es uno de los elementos clave para que Google comprenda que tu sitio web es importante, otorgando "puntos" a los sitios enlazados por otros... y si estos sitios que apuntan a tu web, tienen buen puntaje, calificará mejor a tu sitio. Es por ello que debes intentar colocar tu enlace en todos los sitios posibles que te lo permitan, como guías online o intercambios de Links.

3. Título descriptivo

Cuando estas en una página web, en la parte superior de tu navegador (Internet Explorer, Mozilla, Chrome, etc), verás que hay un texto que indica el título de la página donde te encuentras. No te confundas con la barra de direcciones (URL). Este título debe ser diferente en cada página de tu web y debe describir exactamente su contenido.

¿Quieres saber si un sitio inmobiliario no tiene el título orientado a buscadores ? Muy fácil. Pongamos como ejemplo que ingresas en la página de Gonzalez Propiedades, a ver un departamento en Bogotá, de 2 dormitorios en pleno centro. Si ves que su título dice sólo “Inmobiliaria Gonzalez”, no está orientado a buscadores, por lo que será más difícil encontrarlo dentro de los resultados.

Su título debería decir algo como esto: “Departamento de 2 Ambientes y 1 Dormitorio en Pleno Centro. Inmobiliaria Gonzalez – Bogotá”. Este es un título que describe muy bien y de forma sintética el contenido de la página. Si tu sitio está bien desarrollado, el título debería conformarse de forma totalmente automática.

4. URL Descriptiva

La URL es lo que aparece en la barra de direcciones de tu navegador. Ejemplo: *http://www.sitio.com/archivo*. ¿Quieres saber si un sitio inmobiliario no tiene la dirección (url) orientada a buscadores ?, muy fácil.

Si ves que la dirección dice algo como *http://www.inmobiliariagonzalez.com/ficha.php*, no está orientada a buscadores, ya que no encuentra ninguna descripción en ella.

La dirección debería decir algo como *http://www.inmobiliariagonzalez.com/4572-departamento-en-venta-en-botoga-2-ambientes-zona-centro*. Ahora si un buscador tendrá motivos para colocar tu página dentro de los resultados de una búsqueda. Si tu sitio está bien desarrollado, también debería armar automáticamente las direcciones url de esta forma, para un mejor posicionamiento en los buscadores.

5. Metatags

Si bien a perdido algo de importancia frente a los criterios anteriores, no dejan de ser importantes aún. Los Metatags son etiquetas que tu sitio debe tener en su código, indicando palabras claves (keywords) y descripción del sitio (description). Ejemplo:

```
<meta name="description" content="Inmobiliaria Lopez es una empresa inmobiliaria con 30 años de trayectoria en la ciudad de Mar del Plata dedicada a la Venta y Alquiler de Inmuebles.">
```

```
<meta name="keywords" content="inmobiliaria, lopez, venta, alquiler, inmueble, departamento, casa, local, oficina, garage, duplex, lote, ciudad, mar del plata, buenos aires, argentina">
```

Desde ya que todas estas consideraciones las debe tener el diseñador web o el sistema (plataforma) con el que armas tu web. Tu no debes ser un experto en desarrollo de software, pero si tener elementos para poder evaluar un buen sitio web para tu empresa inmobiliaria.

Redes Sociales, Clasificados y Guías, propaga tu sitio y tu oferta.

Redes Sociales

Las redes sociales, en particular Facebook y Twitter, han revolucionado en los últimos años la forma en que se propaga la comunicación.

Para dar un solo ejemplo, hace unos días en mi país Argentina, una persona colocó en youtube un video de su amigo viendo un partido de su equipo River Plate. En esa pequeña edición de solo unos minutos se veía a este fanático del fútbol insultando de forma constante a los jugadores de su equipo que estaba cerca de descender de categoría. Este video, el cual es muy gracioso, se empezó a propagar por facebook y twitter... el resultado fué que en unas pocas horas ya lo habían visto más de 2.000.000 de personas.... ¿asombroso no?, dos millones de personas en menos de 24 horas.

Con este ejemplo, no estoy invitándote a insultar a nadie !... pero si a que tomes conciencia que hoy el 70% de los usuarios de internet, usa redes sociales. Las redes sociales son un medio de propagación increíble.

Si no conoces como funciona facebook o Twitter, te recomiendo que tomes una cuenta y juegues... en muy pocas horas comprenderás su funcionamiento.

Clasificados OnLine

Hoy en día, hay otros métodos para propagar tu oferta, los Clasificados OnLine. Estos son sitios que se dedican exclusivamente a ofrecer productos por categorías, con un muy alto tráfico de visitas. Te sorprenderá las visitas y consultas que puedes lograr con ellos.

Entre los gratuitos, podemos encontrar a OLX.com, Vivavisos.com, Trovit.com, entre otros. Entre los pagos, puedes encontrar a Argenprop.com, Zonaprop.com, Mercadolibre.com.

Guías

Las guías son los sitios que publican la existencia de otros sitios. Hay muchos y de diferentes tipos. Generalmente encontrarás guías inmobiliarias de tu ciudad, donde está la lista de inmobiliarias y sus vínculos, o simplemente guías de sitios de tu ciudad. Estas guías lucran con el trafico obtenido (por publicidad), y tienen cientos o miles de vínculos a diversos sitios. Generalmente son considerados importantes para los buscadores por su antigüedad y su gran cantidad de contenido y vínculos.

La gran mayoría de las veces verás que con el tiempo tu sitio estará en esas guías. Pero es importante que, a medida que las vayas conociendo, publiques tu sitio allí... generalmente de forma gratuita. Utiliza estas guías como una importante fuente de tráfico.

Tu web debe trabajar para ti !. Hoy en día, una página web eficiente, debería proveerte la posibilidad de republicar todos tus inmuebles automáticamente en varios de los portales de clasificados, como también la posibilidad de republicar los inmuebles de forma sencilla en Facebook y Twitter, sin la necesidad de invertir mucho tiempo en esas acciones. No lo olvides, tu web debería trabajar para ti.

Consideraciones Finales

Internet se ha convertido en la herramienta fundamental para una mejor comercialización inmobiliaria. Explotar internet, no es sólo tener un sitio web, es posicionarlo tanto tecnológicamente como socialmente. Es comunicarlo y utilizarlo como herramienta de comunicación para nuestros clientes oferentes y demandantes.

El tiempo ha pasado y nuestras costumbres en la búsqueda y comparación (proceso fundamental en la compra/venta inmobiliaria) se ha concentrado en internet... y se concentrará mucho más en apenas 2, 3 y 5 años. Si comprendes la inmediatez que tiene internet, la comodidad para tus clientes y el volumen de información que se puede obtener, comprenderás que es el camino obligado para las inmobiliarias que desean mantener su negocio vigente.

El sitio web de una inmobiliaria, no debe ser un problema, ni un trabajo arduo de llevar a cabo. Debe ser una solución que brinda reales ganancias y un ahorro considerable de tiempos. Si tu web te lleva trabajo, hay algo que no funciona bien. Si no genera dinero, hay algo que está fallando.

Esto no es un conjunto de lindas frases que servirán para motivarte y recorrer un difícil camino. El camino es muy sencillo...

- 1) Debes tener tu propia web inmobiliaria, este es el punto de partida.
- 2) Mantenla Actualizada
- 3) Comunícala en tanto lugar puedas. (carteles, tarjetas, vidrieras).
- 4) Utiliza Redes Sociales, Portales de Clasificados y Guías.

Ten en claro el concepto de que tu Sitio Web debe “trabajar para ti” y no al revés. No pierdas tiempo, y verás, en solo 12 meses, que tus ventas se multiplicarán.

Espero que esta breve guía de *“Claves para una Web Inmobiliaria Realmente Exitosa”* te haya sido de gran utilidad para conocer, al menos en mi opinión, lo que debe tener tu Web para recorrer este nuevo presente del cual no puedes estar ajeno como profesional inmobiliario.

Algo muy breve sobre mí.

Mi nombre es Diego Barral, tengo 38 años.

Soy Técnico Superior en Publicidad y Desarrollador de Software para Internet.

Fui Vendedor, Asesor, Gerente y Director en 7 medios de Comunicación (radio y gráfica) en mi ciudad, Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina. Colaboro como asesor en tecnología sobre internet al Colegio de Martilleros de la ciudad de Mar del Plata. Soy socio y director de Inmokey.com (sistema para generar páginas web para empresas inmobiliarias) el cual ofrecemos en Latino América y España.

Diego Barral

dibarral@gmail.com

skype: diego.barral2