GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Consejos para identificar y escoger una inmobiliaria

Actualidad Empresarial | 17/03/2023 | 00:00

Tarde o temprano, se necesita contratar los servicios de una agencia inmobiliaria que ayude en la tarea de reducir el riesgo y optimizar el tiempo. Los propietarios que deciden poner en venta su inmueble son quienes más frecuentan estos servicios, entendiendo que, al menos en Latinoamérica, es más difícil vender que comprar.

Sin embargo, no cuentan con el hecho de que las grandes ciudades registran de media 2.000 inmobiliarias, haciendo que el proceso de identificar y escoger las mejores agencias se convierta en una tarea titánica.

Roberto Agudelo, gerente de Mubrick, una de las principales inmobiliarias en Bogotá, enumera a continuación los cinco elementos clave que debe tener una agencia si lo que espera es vender un inmueble de manera rápida y segura.

Tecnología

Hoy, el avalúo de una propiedad no exige la visita de un perito especializado, pagarle por su servicio y esperar una semana el resultado. Las inmobiliarias más avanzadas ofrecerán tecnología blokchain para determinar el precio de lanzamiento en un minuto, sin coste y con precisión meridiana.

El registro audiovisual también ha evolucionado: los recorridos virtuales en 3D, la fotografía profesional y los vídeos en TikTok e Instagram son la nueva manera de enganchar compradores. Sin duda, un gran avance para optimizar el tiempo del comprador, el del vendedor y también el del asesor.

La gestión comercial tiene que ser mucho más abierta a nuevas tecnologías, a la implementación de CRM especializados, firmas electrónicas y pagos con criptomonedas. Contratar una inmobiliaria que entienda el presente y que se prepare con suficiente anticipación al futuro, como lo va a ser el metaverso. Descartar las que siguen usando avisos de ventana, ignorando que los compradores inician su proceso desde internet, no recorriendo las calles como hace 30 años.

Estrategia de nicho, no de perdigón

Otra vieja práctica es la del perdigón, es decir, comercializar lo que llegue a la inmobiliaria: bodegas, fincas, consultorios médicos, lotes, amoblados, apartamentos amoblados, oficinas y

locales. Es mejor ser excelente en un nicho del mercado que regular en todos.

Una agencia que se enfoque desarrollará mejor sus estrategias, técnicas y herramientas para satisfacer las necesidades específicas de un grupo reducido del mercado. A la larga, eso se traduce en efectividad, elemento determinante para vender un inmueble en menor tiempo.

Sin cláusula de exclusividad

Una inmobiliaria que exija cláusula de exclusividad o, peor, que la esconda en la espesura del contrato, demuestra su debilidad y no es digna de ser contratada. Las mejores inmobiliarias saben cómo se definen y las definen sus clientes. Son seguras de sí mismas y aceptan la competencia como un desafío que las obliga a ser superarse cada día más.

Nadie se casaría con su pareja si esta exhibiera, durante el noviazgo, brotes de inseguridad, celos y control. Por lo tanto, no hay que casarse con una agencia que tenga miedo a la competencia.

Institucionalidad

La informalidad en el sector inmobiliario es un fenómeno ampliamente conocido, donde cualquier persona sin formación puede incursionar ofreciendo servicios de corretaje y administración de inmuebles. La realidad es que un inmueble se vende solo, es poco lo que influye el carisma, la buena intensión o la persuasión de un asesor inmobiliario. Un comprador demanda mucho más.

Agendar y mostrar una propiedad es parte del trabajo, pero más importante es el rigor técnico que debe florecer al cierre del negocio, en especial con los asuntos notariales, bancarios, tributarios y legales. Para garantizar una operación segura, en un contexto donde son comunes los fraudes inmobiliarios, la inmobiliaria tiene que transmitir confianza. En internet, debe aparecer su trayectoria, una página web, canales de atención, integración a redes sociales y una dirección física con oficinas.

No hay que dejarse convencer, por lo que diga a través de la publicidad; es un recurso manipulable. Hay que fijarse mejor en los resultados orgánicos de Google, las reseñas de los usuarios o las recomendaciones de sus familiares y amigos.

Una vez se haya identificado la más conveniente, hay que solicitar un certificado de existencia. En Colombia, por ejemplo, hay cerca de 10.000 agencias, de las cuales solo 700 están legalmente constituidas.

Comunicación efectiva

La mayoría de los compradores se quejan de que las inmobiliarias no contestan las llamadas, les dejan en leído y responden cuando ya no recuerdan de qué inmueble es del que le hablan. Difícil de aceptar, pero nada más lejos de la realidad.

Si no contestan a los compradores, seguramente no lo harán con los propietarios. Para descubrirlo, se puede contactar con las inmobiliarias por Instagram o a través de sus mismos anuncios, haciéndose pasar por comprador. Si contesta un humano (no un robot) en menos de 15 minutos, esa es la inmobiliaria correcta.

La comunicación efectiva, por simple que parezca, es la forma más efectiva de vender. De nada sirve fijar un precio con tecnología blockchain, confeccionar estrategias online afines a un nicho de mercado, realizar fotografías o vídeos profesionales y asignar un asesor entrenado, si a los clientes de una inmobiliaria les toca rogar para obtener información o visitar un inmueble.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/200464-consejos-para-identificar-y-escoger-una-inmobiliaria.htm