

100 Consejos para mejorar la publicidad inmobiliaria

Alfredo Rivera Pizarro, MSPM

Sábados Inmobiliarios

Copyright 2009 Alfredo Rivera Pizarro
Todos los derechos reservados. Prohibida la
reproducción total o parcial.

Sábados Inmobiliarios
P.O. Box 8725
Bayamón, PR 00960

info@sabadosinmobiliarios.com

ISBN #978-9962-00-629-9

Contenido

Introducción

Tarjetas de presentación

Rótulos

Hojas promocionales (fliers)

Periódicos y revistas

Clasificados impresos

Internet

Clasificados electrónicos

Radio y televisión

Correos electrónicos

Boletines informativos impresos o electrónicos

Promoción de casas abiertas (open houses)

Otros consejos

Comentarios finales

Datos del autor

Sábados Inmobiliarios

Libros publicados por Sábados Inmobiliarios

Introducción

En este libro presentamos más de 100 consejos que aportan a una mejor exposición publicitaria como profesional inmobiliario.

Como bien reconocemos, la publicidad es uno de los factores más importantes para el éxito de una empresa inmobiliaria.

Con los cambios económicos que hemos observado a nivel mundial durante el último año, es importante que revisemos nuestras estrategias publicitarias y procuremos la mejor eficiencia en el uso de los recursos económicos disponibles.

En este libro presentamos 11 áreas principales que afectan de alguna forma u otra el impacto publicitario que deseamos alcanzar para conseguir nuevos negocios y el cierre de transacciones inmobiliarias.

No olvidemos que la mejor promoción que podemos tener es una práctica profesional donde prime la transparencia y la honestidad.

Le invito a que lea detenidamente cada sección de este libro y analice cómo puede mejorar su exposición publicitaria acorde con los recursos que tenga a su disposición.

Tarjetas de presentación

1. Obsequie una tarjeta de presentación a cada persona que conozca.
2. Ordene el diseño e impresión de las tarjetas a colores y en una cartulina de calidad.
3. Exprese visiblemente el nombre y logo de su empresa, teléfonos, dirección, correo electrónico y página de Internet.
4. Incorpore una tarjeta de presentación a cada documento que envíe.
5. Mercadee sus productos exclusivos en su tarjeta de presentación.
6. Solicite a amistades y familiares que entreguen su tarjeta a personas interesadas en realizar transacciones inmobiliarias.
7. No espere a que se le terminen las tarjetas para realizar una nueva impresión y procure no cambiar sus datos de contacto principales.

Rótulos

1. Ordene los rótulos con su logo, colores representativos y datos de contacto visibles.
2. Coloque rótulos promocionales en las propiedades que ha vendido o alquilado si los propietarios se lo permiten y no viola los reglamentos de la comunidad.
3. Compre rótulos impresos en materiales duraderos que luego pueda utilizar en otras propiedades.
4. Instale los mismos en lugares visibles y correctamente para que los mismos no puedan caerse y lastimar personas o crear daños a otros bienes.
5. Nunca instale un rótulo si no tiene la autorización escrita de los propietarios o el contrato de corretaje firmado.

Hojas promocionales (fliers)

1. Diseñe hojas promocionales de las propiedades que representa.
2. Utilice papel de calidad.
3. Imprima las mismas a color.
4. Tenga las mismas disponibles en la recepción de su oficina.
5. Distribuya las hojas en los vecindarios donde está mercadeando la propiedad y en eventos especiales.
6. También distribuya a los agentes inmobiliarios con quienes comparte con frecuencia o que tienen oficinas cerca de la propiedad que usted representa.

Periódicos y revistas

1. Escriba reseñas sociales de sus eventos personales y profesionales.
2. Redacte artículos de interés para los lectores según el tipo de medio informativo.
3. Colabore con información de relevancia con los periodistas y editores de los medios de comunicación.
4. Opine objetivamente sobre legislación propuesta o aprobación de leyes u ordenanzas que afecten la industria inmobiliaria.

Clasificados impresos

1. Alterne la publicación de los mismos en los diferentes periódicos.
2. Enfatice las características únicas de su propiedad.
3. Mercadee varias propiedades con características similares en un solo anuncio.
4. Compre el mínimo de palabras establecidas por el medio y aumente la frecuencia de los mismos.
5. Publique anuncios en distintos periódicos pero con diferentes números de teléfonos a llamar y así puede medir la efectividad de cada medio.
6. Publique la información precisa que los consumidores necesitan conocer.

Internet

1. Diseñe su portal en el idioma de sus clientes.
2. Tenga su propio dominio electrónico.
3. Incorpore hojas promocionales (fliers) en formato PDF sobre las propiedades que mercadea.
4. Coloque fotos, videos y planos con imágenes bien definidas.
5. Haga visible sus datos de contacto principales; números de teléfonos y correos electrónicos en todas las secciones de su portal.
6. Compre dominios electrónicos que puedan atraer más tráfico a su página electrónica.
7. Paute anuncios en páginas electrónicas concurridas como Google y Facebook.

8. Coloque información de referencia y publique un directorio de productos y servicios en su página de Internet.

9. Contrate enlaces con las páginas de Internet de las asociaciones o clubes que pertenezca.

10. Pague anuncios en las páginas de Internet especializadas en la industria inmobiliaria local e internacional.

11. Publique noticias de interés y datos estadísticos en su portal.

Clasificados electrónicos

1. Anuncie propiedades con los precios más atractivos.
2. Mercadee propiedades reposeídas a clientes inversionistas.
3. Coloque imágenes reales de la propiedad y de su entorno.
4. Informe las distancias de las propiedades en millas o kilómetros, tomando como referencias lugares conocidos.

Radio y televisión

1. Visualice la posibilidad de crear un programa de radio semanal con información educativa para el público en general.
2. Solicite entrevistas en programas de radio y televisión cuando vaya a realizar un evento especial de importancia para la ciudadanía.
3. Llame y opine en programas de discusión pública.
4. Explore la posibilidad de crear una sección informativa inmobiliaria en algún programa de noticias o consejos al consumidor.

Correos electrónicos

1. Informe a sus clientes y amistades sobre los cambios del mercado inmobiliario.
2. Informe a sus clientes sobre rebajas en la tasa de interés u ofertas en préstamos.
3. Envíe hojas electrónicas promocionales en formato PDF para que ocupen menos memoria.
4. Prepare y envíe un catálogo virtual con las propiedades que representa.
5. Contrate los servicios de envíos masivos de correos electrónicos.
6. Envíe correos electrónicos a los socios de las organizaciones que pertenece.
7. Pida a sus amigos que le ayuden a reenviar la información de sus propiedades.
8. Anuncie las propiedades exclusivas a sus colegas inmobiliarios.

Boletines informativos impresos o electrónicos

1. Provea información estadística del mercado inmobiliario local, regional e internacional.
2. Escriba artículos informativos que ayuden a los clientes a entender mejor los procedimientos de las transacciones inmobiliarias.
3. Provea información relacionada con los créditos hipotecarios y las tasas de interés.
4. Informe sobre cambios en las leyes, zonificación y pago de contribuciones inmuebles.
5. Presente las propiedades o proyectos que represente.

Promoción de casas abiertas (open houses)

1. Imprima una hoja promocional de la propiedad con toda su información relevante.
2. Avise a sus clientes y colegas inmobiliarios con invitaciones impresas y electrónicas.
3. Coloque rótulos promocionales en la propiedad.
4. Reparta hojas sueltas en la comunidad los días antes del evento.
5. Anuncie el evento en la sección de clasificados impresos y electrónicos de los periódicos y en su página de Internet.
6. Llame a los colegas inmobiliarios e invítelos a que traigan clientes para la propiedad que desea vender.
7. Negocie con los dueños algún tipo de incentivo o consideración para la persona

que separe la propiedad ese día y anuncie el mismo en la promoción del evento.

Otros consejos

1. Asista a seminarios y ferias inmobiliarias locales e internacionales. Este tipo de evento abre las puertas a alianzas comerciales y a realizar nuevos negocios.

2. Visite los oficiales hipotecarios de los distintos bancos y corredores de hipotecas para que conozcan sus servicios profesionales y las propiedades que representa.

3. Visite las oficinas de sus colegas inmobiliarios y cultive una amistad sincera.

4. Visite y conozca abogados, ingenieros, contadores, arquitectos y evaluadores de su ciudad. Estos profesionales son una valiosa fuente de referidos.

5. Llame o visite a los colegas inmobiliarios y dueños de propiedades en el vecindario que usted esté mercadeando una propiedad. Con ello podrá conocer más sobre las tendencias de ese vecindario.

6. Obsequie a sus clientes regalos promocionales en el cierre de transacciones y en ocasiones especiales. Es menos costoso mantener la fidelidad de un cliente que conseguir otro.

7. Llame y felicite a sus clientes en sus cumpleaños y fechas especiales. Las relaciones humanas se cultivan a base de detalles.

8. Realice eventos educativos en alianzas con instituciones hipotecarias u otras organizaciones comerciales o sociales.

9. Comparta medios promocionales con otros suplidores de productos y servicios de la industria inmobiliaria.

10. Promueva siempre su especialidad, su experiencia y el valor agregado que puede ofrecer a sus clientes.

11. Realice sus presentaciones para captar listados en una computadora portátil.

12. Anuncie y diga la verdad siempre. Su credibilidad es su mejor promoción.

13. Patrocine actividades sociales y equipos deportivos.

14. Realice su inversión publicitaria acorde al tipo de propiedad que mercedea y clientes que desea atraer.

15. Asista siempre a las reuniones de la asociación de residentes o junta de condóminos.

16. Visite las subastas públicas independientemente si va con clientes o adquirir una propiedad.

17. Salude siempre con amabilidad a los porteros y conserjes de los condominios.

18. Cultive su relación profesional con los clientes que alquilan propiedades. En su momento esas propiedades serán

vendidas y los inquilinos arrendarán o comprarán otra propiedad.

19. Procure que sus clientes mantengan las propiedades limpias y organizadas.

20. Utilice camisas o gorras con el logo de su empresa.

21. Llame o escriba a agentes inmobiliarios extranjeros y ofrezca su colaboración para lograr la venta de transacciones internacionales.

22. Visite todos los proyectos en promoción y asista a los eventos de las empresas promotoras.

23. Establezca un programa de referidos si las leyes inmobiliarias lo permiten en su país.

24. Publique testimonios de clientes en sus boletines y página de Internet.

25. Diseñe un folleto promocional personal con datos personales, fotografía y logros alcanzados.

26. Realice mercadeo cruzado con las páginas de Internet de amistades y comerciantes que conozca.

27. Envíe cartas de agradecimiento y felicitación cuando la ocasión lo amerite.

28. Redacte y distribuya hojas sueltas con consejos sobre transacciones inmobiliarias.

29. Realice alianzas con promotores que no promueven sus propiedades en ferias internacionales o en otras ciudades del país.

30. Realice acercamientos al personal de las embajadas, consulados y empresas multinacionales.

31. Informe a sus clientes compradores el precio de venta, aportación inicial, costos de transacción y pago mensual estimado al mercadear propiedades residenciales.

32. Salude a los demás por su nombre.

33. Salude a todas las personas cuando se encuentre en reuniones o actividades

sociales, independientemente si los conoce o no.

34. Ofrezca su asesoría especializada a líderes políticos y gubernamentales.

35. Coordine su mensaje verbal con sus gestos corporales.

36. Refuerce sus presentaciones con recursos audiovisuales.

37. Realice llamadas telefónicas a los dueños de propiedades en oferta. Un anuncio es una invitación a realizar una llamada telefónica.

38. Coloque la mayor información posible y fotografías en el sistema de listados múltiples de su país.

39. Utilice el logo de la asociaciones a las que pertenece en todas sus promociones.

40. Conteste todos los correos electrónicos que recibe en menos de 24 horas. Sus clientes desean una comunicación rápida y continua.

41. Realice discursos o presentaciones públicas sobre temas de interés de su dominio.

42. Distribuya información de sus propiedades en discos compactos.

43. Asista a convenciones, eventos o misiones comerciales de otras ramas de negocios.

Comentarios finales

Con estos consejos podremos mejorar nuestra exposición con los clientes y prospectos que queremos atraer a realizar transacciones inmobiliarias.

La aplicación de cada consejo es un paso de avance en su desarrollo profesional dentro de la industria inmobiliaria.

Es importante medir la eficiencia y el costo de cada recurso promocional que pretendamos utilizar.

No existe el medio preciso que nos va a lograr conseguir un cliente para una propiedad. Es por ello que debemos considerar siempre utilizar varios medios para llevar nuestro mensaje publicitario al público deseado y con el mensaje correcto.

Datos del autor

El creador de Sábados Inmobiliarios es Alfredo Rivera Pizarro, Asesor Gerencial en Bienes Raíces con más de 20 años de experiencia inmobiliaria a nivel internacional y en la coordinación de eventos públicos y privados para asociaciones comerciales y clientes corporativos.

Rivera Pizarro fue director ejecutivo por 10 años de varias asociaciones comerciales en Puerto Rico, entre estas la Asociación de Productores de Hormigón, la Asociación de Fabricantes de Bloques, la Asociación de Industrias Productoras de Agregados y la Asociación de Restaurantes de Puerto Rico. También fue gerente de proyecto interino del Conglomerado de la Industria de la Construcción y Oficial de Relaciones Públicas y Coordinador del Clásico Internacional del Caribe en cuatro ocasiones.

En la parte académica cuenta con un Bachillerato en Artes Liberales de la Universidad de Puerto Rico y una

Maestría en Ciencias de Gerencia Profesional de la Universidad de Miami.

Ha recibido varios premios por su labor profesional destacada por las entidades; Asociación de Empresarios de Bayamón, Senado de Puerto Rico, Cámara de Comercio de Bayamón, Periódico El Todo y la Asociación de Realtors de Puerto Rico.

En Panamá se destacó durante su primer año de residencia como Gerente de Ventas de CB Richard Ellis y Gerente de Oficina de Coldwell Banker Premier Panamá. Realizó colaboraciones editoriales para el semanario Capital Financiero y su Sección Metro a Metro y colaboró activamente en el establecimiento del primer programa de educación continua para corredores de bienes raíces de ACOBIR, la principal asociación de la industria inmobiliaria en ese país.

Conoce el campo inmobiliario tanto en la parte académica como la práctica, ya que cuenta con más de 800 horas de

educación especializada en bienes raíces y ha trabajado

en varias facetas de la industria en Puerto Rico, Florida, República Dominicana y Panamá.

Actualmente posee y mantiene activas sus licencias de Corredor de Bienes Raíces en Puerto Rico y Florida y Corredor Hipotecario en Florida.

En el 2009 comenzó a trabajar como consultor independiente de las empresas líderes panameñas del Grupo Semusa, GS Mortgage Panamá y Suma Consulting Group.

Sábados Inmobiliarios

El sistema educativo de seminarios Sábados Inmobiliarios nació en Ciudad Panamá en junio de 2008, con el fin de llenar un vacío de conocimientos en la industria inmobiliaria.

Rápidamente se identificaron oportunidades en otros países y en nuestros primeros meses ofrecimos seminarios en Puerto Rico, en alianza con CB Institute, y en El Salvador gracias al respaldo de la Cámara Salvadoreña de Bienes Raíces.

Durante el 2009 publicamos varios libros para ofrecerlos al mercado hispano parlante en varios portales internacionales de Internet.

También seguimos promoviendo alianzas educativas con las asociaciones del sector inmobiliario.

Libros Publicados por Sábados Inmobiliarios

75 Errores más comunes de un agente
inmobiliario

40 Errores más comunes en la compra
y venta de propiedades

500 Consejos para mejorar su
práctica inmobiliaria

Aspectos Legales & Contratos en
la práctica inmobiliaria

¿Tiene Sentido Común?

100 Consejos para mejorar la
publicidad inmobiliaria

¿Por qué fracasan los agentes
inmobiliarios?

&

Cultura de valores en empresas
inmobiliarias