



ACCESO SUSCRIPTORES

Inicio » Noticias » La diferenciación, es la clave del asesor inmobiliario



LA DIFERENCIACIÓN, ES LA CLAVE DEL ASESOR INMOBILIARIO

La posibilidad de que cualquier persona tenga en su mano toda la oferta inmobiliaria del país, gracias a los nuevos teléfonos móviles, ha supuesto la necesidad de reinventar el negocio. Las grandes cadenas del sector lo saben bien, y aceleran la actualización de sus servicios de cara a un comprador/vendedor, que hoy espera mucho

más de ellos.

La red Alfa Inmobiliaria, con más de 130 agencias franquiciadas en España, 95 oficinas más a nivel internacional y más de 20 años en el sector, lleva años tratando de anticiparse a las nuevas demandas del cliente, y de adaptarse a sus necesidades.

Y, su conclusión es clara. **“Las grandes bolsas inmobiliarias que hasta hace unos años eran el distintivo de las grandes empresas, ya no tienen ningún valor”**, afirma Jesús Duque, vicepresidente de Alfa Inmobiliaria. “Hoy, a tan solo tres clicks, todos tenemos en la mano una amplia información de todas las propiedades existentes a la venta. Ahora, la batalla está en la diferenciación, el servicio y la proximidad con el cliente”.

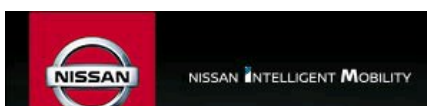
En la actualidad, el agente inmobiliario no solo debe ofrecer el servicio de la comercialización de viviendas. La clave está en acompañar al cliente en todo el proceso de compraventa, con el objetivo de aportarle precisamente el apoyo real que necesita. “En algunos casos será necesario tener conocimientos de decoración, en otros casos de arquitectura y diseño, en otros conocimientos técnicos para, por ejemplo, ser capaz de encontrar la vivienda ideal para convertir en vivienda turística, y ser capaz de lograr todas las licencias necesarias para ello.

Pero, por lo general, estas son las cualidades necesarias, según Alfa Inmobiliaria, para ofrecer un servicio inmobiliario de calidad:

- **Experto en marketing digital:** hoy en día, cada vivienda requiere de su propio plan de marketing, para ser capaz de destacar sobre todas sus semejantes y llegar a su target de cliente.



3,162
Seguidores



o **dominio tecnológico:** capaz de manejar con soltura el CRM de la compañía, sus bases de datos y temas de archivo, el uso de la nube, etc.



un comunicador experto: capaz de generar empatía con el cliente, escuchar y entender sus necesidades, incluso, manejar las nuevas plataformas de comunicación como un blog o las redes sociales.

Formación y profesionalidad: es necesario un conocimiento avanzado de la profesión y mantenerse en continua formación y evolución.

Especialización: por supuesto el agente actual necesita conocer a fondo en entorno geográfico en el que trabaja, conocer las ventajas y desventajas de cada uno de los edificios de su zona de actuación.

Compromiso: una persona con agilidad mental y volcado a la acción de modo que sea capaz de dar una respuesta rápida y profesional a sus clientes.

“Por supuesto es también esencial contar con diversas cualidades personales como el compromiso, la proactividad, pasión, el liderazgo y la capacidad de negociación, concluye Duque.

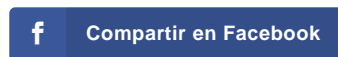
ÚLTIMA REVISTA

NUM. 179, marzo 2018

Descargar revista en PDF



Y como ejemplo, el máximo responsable de la compañía, muestra su tarjeta de visita. A un lado, su fotografía y su nombre, como garantía personal. Y al lado, y en menor tamaño, el logotipo de su empresa. Las personas, siempre por encima de todo”, concluye.



pérez del pulgar · gonzález · parrilla
arquitectos

SÍGUENOS!

in Seguir

Seguir a @EconomistJurist



DEJA UN COMENTARIO

Tu dirección de email no será publicada. Required fields are marked *

Notas: *

Reciente

Temas



La diferenciación,
es la clave del
asesor inmobiliario
07/03/2018