

Las agencias inmobiliarias,

¿se adapta la oferta a la demanda o se adapta la demanda a la oferta ...?

Jesús Duque, Vice-Presidente de Alfa Inmobiliaria

El mercado inmobiliario ha cambiado drásticamente. La creciente digitalización está cambiándolo todo y las agencias inmobiliarias están mostrando grandes dotes para reconvertir sus servicios y adaptarse a los nuevos tiempos.

Ante este panorama, la propuesta que desde Alfa Inmobiliaria hacemos a toda nuestra red, formada por más de 115 oficinas repartidas en todo el territorio nacional se resumen en estas cinco recomendaciones:

1. Abandonar la ilusión de que será la demanda quien se adapte a la oferta.

Es absurdo pensar que en un mercado tan atomizado como es el de las agencias inmobiliarias será la demanda quien se adaptará a los servicios que ofrecemos. Más aun cuando estamos en un mercado en el que hay otras formas de comprar un inmueble. Estamos hablando del mercado entre particulares. No estamos invitando a darse por vencido. Todo lo contrario, a comprender que nos encontramos frente a una nueva situación de mercado, en la que todo parece indicar que nos moveremos los próximos años, en la que lógicamente se seguirán vendiendo , comprando y alquilando casas pero, ahora en otras condiciones.

2. Ofrecer servicios sustitutivos

Si no existiera la opción de comprar entre particulares, los clientes acabarían comprando a la fuerza en una agencia inmobiliaria. Pero, cuando hay productos sustitutivos, la demanda se puede desplazar hacia otros productos o servicios, si estos son más convenientes para el cliente. Diseña servicios sustitutivos, amplía tus servicios, tu horario, tus precios, tu capacidad de ofrecer productos que no están al alcance de cualquiera, etc. Solo las empresas más flexibles podrán sobrevivir en este mercado.

3. Gana cuota de mercado entre los particulares

¿Cómo? Dando servicios a la carta en función de las necesidades de cada cliente y ofreciendo precios adaptados a cada servicio. Por ejemplo: Si un propietario quiere que un profesional se ocupe de la venta de su casa contratará los servicios de una agencia y está se ocupará de todo, la promoción del inmueble, la comercialización y toda la gestión documental hasta culminar la venta en el notario. Si un comprador no compra a través de agencia, por las razones que sea, y esto es un hecho objetivo (más del 50% de las operaciones se realizan directamente entre particulares, sin tener en cuenta las que se hacen a través de una entidad financiera), el propietario por su cuenta acabará vendiendo su casa y es aquí donde las agencias pueden colaborar con el propietario para ayudarle a vender su casa, evidentemente el servicio no será como el anterior, el propietario tendrá el trato directamente con el comprador y ese trabajo que realiza el propietario se descuenta de los honorarios y por tanto los honorarios serán menores.

4. Invierte en tu marca

Pasaron los tiempos en que la demanda de vivienda era tan fuerte que era sencillo vivir de la compra-venta de viviendas. Hoy en día, los clientes buscan empresas solventes y que les aporten todas las garantías de asesoramiento necesarias para apoyarles en la compra más importante de su vida. Potencia tu marca, cuida de tu reputación, proyecta tus valores, etc. La pertenencia en una red o la colaboración con otras oficinas puede ayudarte a dar respuesta allí donde tú no llegues por cuestiones geográficas, de conocimiento, etc. En nuestro país tenemos la ventaja de contar con grandes medios especializados en el sector. Conócelos, colabora con ellos aportando la información que puedan necesitar, mantente informado de lo que hace tu competencia y no bajes la guardia. Cuando la situación mejore, que antes o después lo hará, estarás más preparado y tendrás más herramientas para hacer crecer a tu empresa.

5. No dejes de invertir en formación

Mantenerse actualizado y permanentemente formado no es opcional, es vital para el futuro de esta o de cualquier empresa. Accede a las últimas novedades profesionales: planificación de negocio, marketing, como cerrar una operación, técnicas de venta y de negociación, cómo trabajar con el cliente, etc.

Las agencias inmobiliarias, podemos desarrollar un importante papel ofreciendo nuestros servicios a todo el público objetivo de nuestro negocio, que son todas aquellas personas que quieran comprar o vender un inmueble tanto con agencia como directamente entre

particulares. Las oportunidades no son pocas, pero a partir de ahora, será necesario operar de modo distinto a como lo habíamos hecho hasta ahora concluye.

Si somos capaces de ver el mercado con otros ojos, desde otra perspectiva, veremos en la situación actual una gran oportunidad, los cambios normalmente se hacen por necesidad y ahora hay necesidad.

Firmado: Jesús Duque, vice-Presidente de Alfa Inmobiliaria,