

Marca Personal:

**La ventaja competitiva que todo agente inmobiliario
debe potenciar para vender más y más fácil**

Por **Mario Abril**, Investigador, asesor y conferencista



Marca Personal:

La ventaja competitiva que todo agente inmobiliario debe potenciar para vender más y más fácil

La marca personal se ha convertido en un tema de gran importancia en el mundo de los negocios, especialmente para aquellos profesionales que buscan destacarse en un mercado cada vez más competitivo como el inmobiliario.

Contar con una marca personal sólida y reconocida es clave a la hora de vender una propiedad o quedarse con ella en el inventario. En un entorno donde los clientes tienen acceso a una gran cantidad de información y opciones, la marca personal es la clave para destacar, generar relaciones confiables y duraderas, captar nuevos clientes, lograr los resultados comerciales aspirados (ventas y rentabilidad) y fidelizar a los ya clientes (que te recompre y, sobre todo que te recomienden). Una excelente marca personal puede diferenciar un simple agente inmobiliario de un referente en el sector.

Pero, ¿qué es la marca personal? Es el conjunto de atributos - habilidades, conocimientos, personalidad, imagen, experiencia, reputación y valores - que

te hacen visible y te diferencian de tu competencia.

Bajo esta premisa, a continuación te presento 9 estrategias que pueden ayudar a los agentes inmobiliarios a construir una marca sólida y diferenciada.

1. Definir la propuesta de valor



Es decir, qué es lo que el agente inmobiliario ofrece a sus clientes, qué lo hace único y diferenciado del resto de profesionales del sector. Esto incluye desde la experiencia en el mercado inmobiliario hasta habilidades específicas en marketing o negociación.

Al definir la propuesta de valor, el

agente inmobiliario puede comunicar de manera clara y efectiva qué es lo que puede ofrecer a sus clientes, sin llegar a propuestas que no correspondan con la experiencia esperada.

2. Trabajar la imagen personal

La imagen es uno de los aspectos más importantes de la marca personal.

Los agentes inmobiliarios deben cuidar su apariencia y forma de vestir, pero también su lenguaje corporal y comunicación verbal. Siempre es importante transmitir una imagen profesional y confiable, que inspire confianza en los clientes; sin embargo, si tu mercado corresponde a estratos de muy altos ingresos económicos, tu imagen debería ser también de alto nivel.

3. Ser experto en un nicho de mercado

Esta estrategia es muy efectiva para construir una marca personal sólida. Esto implica enfocarse en un tipo de propiedad o en un sector específico, como por ejemplo el mercado de propiedades de lujo o el de viviendas para familias. Al ser

experto en un nicho de mercado, el agente inmobiliario puede ofrecer a sus clientes un conocimiento más profundo del sector y destacar frente a la competencia.

4. Utilizar las redes sociales de manera profesional



Las RR.SS. son un canal de comunicación fundamental para construir una marca personal sólida en la actualidad.

Los agentes inmobiliarios pueden utilizar plataformas como LinkedIn, Instagram o Facebook para compartir contenido relevante para su audiencia como: consejos para comprar o vender una propiedad, cómo pagar impuestos sin cometer errores, tendencias del mercado inmobiliario, etc.

Además, las RR.SS. son una ventana de comunicación de tu marca personal y podrían llegar a ser el canal ideal para interactuar con los prospectos, clientes y generar engagement.

Usarlas de manera profesional equivale a contar con: una foto apropiada, un perfil correctamente redactado, publicaciones frecuentes y relevantes, un crecimiento sostenido del networking digital y recomendaciones de publicaciones valiosas de terceros (nunca haciendo publicidad de tu profesión).

5. Cuidar la reputación

Tu reputación es uno de los elementos más importantes de tu marca personal. La reputación es lo que se dice de ti cuando tú no estás presente. Ten cuidado con tus palabras,

comentarios, publicaciones en RR.SS., imagen... en definitiva, con todo lo que involucra tu marca personal. Trabaja duro y sé meticuloso para construir una reputación sólida y positiva.

6. Comunicarse de forma efectiva y asertiva

La comunicación es clave en la construcción de la marca personal. Es importante ser capaz de transmitir confianza, conocimiento y experiencia, pero también de escuchar y entender no solo las necesidades, sino también los deseos y las expectativas de los clientes para poder ofrecer soluciones personalizadas, adaptadas a sus necesidades.

La comunicación efectiva implica la capacidad de adaptarse a diferentes tipos de clientes y de situaciones, así como a utilizar los recursos necesarios y suficientes para lograr los objetivos esperados.

La comunicación asertiva exige usar las palabras correctas con la persona correcta y en el momento correcto.

7. Participar en eventos

Acudir a eventos del sector



inmobiliario es una gran oportunidad para establecer contactos y aumentar la visibilidad de tu marca personal. Es también una oportunidad para estar al día sobre las tendencias y novedades del mercado, y es una fuente de contenido para tus redes sociales. ¡Tómate buenas fotos y compártelas con una reseña del por qué fue valioso el evento!

8. Ofrecer un servicio excepcional

La excelencia en el servicio es una de las mejores formas de construir una marca personal sólida. Esto implica ser capaz de superar las expectativas de los clientes y de ofrecer soluciones creativas y efectivas a sus necesidades.

No me refiero solamente a la atención (cuando tú estás en contacto con el prospecto) sino al servicio, a todo lo que involucra que la experiencia del cliente sea extraordinaria: buen nivel de señal en tu celular, respuesta rápida a un mensaje, nivel de empoderamiento para tomar decisiones, etc.

9. Contar con un networking valioso

La construcción de una red de contactos sólida es una gran ventaja

para los agentes inmobiliarios que buscan aumentar su visibilidad, su cartera de clientes y sus oportunidades de negocio.

Actualmente, debemos referirnos a la red de contactos tanto físico como virtual, por eso me he referido a la marca personal tanto presencial como digital.

En resumen, la marca personal es una ventaja competitiva que todo agente inmobiliario debe potenciar para vender más y de manera más fácil.

La construcción de una marca personal exitosa implica trabajar en diferentes elementos: la reputación, la comunicación, la propuesta de valor, la coherencia, el servicio excepcional, la creación de contenido de valor y la participación en eventos y conferencias del sector para lograr los objetivos deseados.

En un mercado cada vez más competitivo, la construcción de una marca personal sólida es la clave para fidelizar a los clientes y destacar en un mercado con mucha competencia, también llamado océano rojo.



Mario Abril,
Investigador,
asesor y
conferencista

mabril@abril.ec
www.abril.ec
@marioabrilf

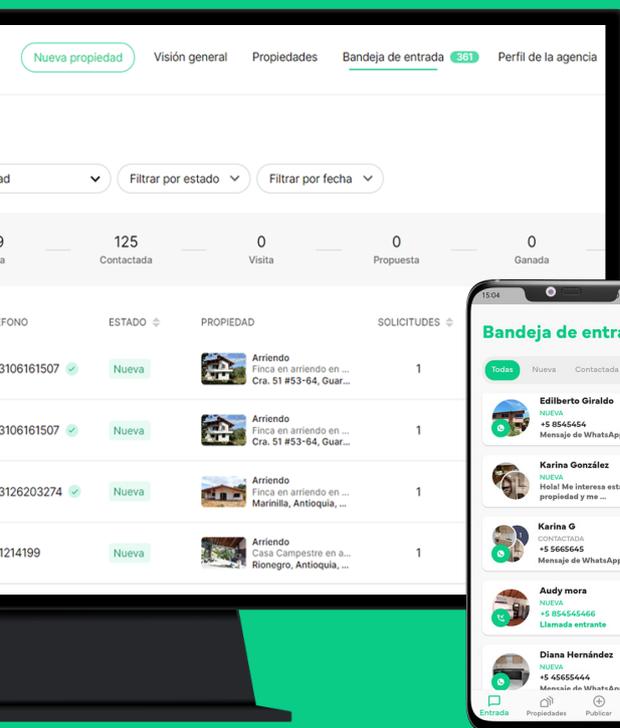
Mi experiencia profesional en tres multinacionales por más de 18 años coordinando equipos multidisciplinarios, me inspiró a ser investigador, asesor y conferencista especializado en Inteligencia Relacional Empresarial con el propósito de construir empresas más exitosas basadas en relaciones confiables, duraderas y rentables con sus clientes y colaboradores.

Como asesor:

Me fundamento en la historia, presente y futuro de la empresa o del profesional para diseñar estrategias y aplicar herramientas personalizadas y altamente efectivas, que logren resultados concretos: clientes, productividad, rentabilidad, transformación cultural, un ascenso, ventas, franquicias, etc.

Como conferencista:

Basado en sus necesidades y expectativas, imparto un programa personalizado, inspirador, repleto de ideas innovadoras y enfocado al logro de resultados tangibles.



¿Quieres llegar a la audiencia inmobiliaria más grande del país y vender tus inmuebles más rápido?

DESCUBRE PROPPIT



La plataforma de marketing para profesionales inmobiliarios

PROPERATI puntopropiedad

icasas LaEncontré Mitula

trovit nurca nestoria