planit
AGENCIA DE MARKETING

Características

Publicaciones educativas y promociones de servicios locales. Utilice formatos carrusel, vídeo corto y reel.

Tutoriales y explicaciones detalladas sobre asesoramiento inmobiiario.

Contenido breve y dinámico sobre consejos rápidos y curiosidades inmobiliarias.

Campañas de búsqueda y display con palabras clave relacionadas con inmuebles.

Investigación y Estrategia

PÚBLICO OBJETIVO I

Asesores Inmobiliarios e Inmobiliarias

Demograficos

Edad: 25-45 años: Mayor concentración de asesores inmobiliarios activos que están en la etapa de crecimiento profesional.

Ubicación: Grandes ciudades y zonas urbanas de alto desarrollo inmobiliario (Ej. CDMX, Monterrey, Guadalajara).También incluir zonas emergentes donde las inmobiliarias buscan expandir su presencia. Priorizar regiones donde se concentren transacciones inmobiliarias, como: Principales ciudades del país. Zonas

45-60 años: Asesores experimentados que buscan optimizar sus métodos y ampliar su cartera de propiedades.

Género: Hombres y Mujeres: Ambos géneros tienen una representación equilibrada en el sector inmobiliario.

Nivel Socioeconómico: Medio-alto y alto. Profesionales que buscan maximizar su comisión y ofrecer propiedades de alto valor.

con desarrollo inmobiliario o crecimiento económico. Áreas con mayor búsqueda de propiedades (según datos de Google Trends).

Estado civil: Solteros, casados o divorciados: No existe una correlación directa con el estado civil, pero algunos asesores están más enfocados en propiedades familiares.

Intereses

Marketing Digital Inmobiliario: Uso de plataformas para promocionar propiedades, incluyendo Tipstate.

Redes Sociales y Publicidad Digital: Interés por SEO, Publicidad en Facebook y Google Ads.

Tecnología Inmobiliaria: Herramientas como CRM inmobiliarios, aplicaciones móviles de ventas, y software de análisis de mercado.

Negocios y Ventas: El deseo de aprender y aplicar nuevas técnicas de venta.

Automatización y Eficiencia: Uso de plataformas para gestionar propiedades, contactos de clientes y transacciones en línea.

Tendencias del Mercado Inmobiliario: Interés por mantenerse al tanto de las nuevas tendencias del mercado inmobiliario.

Networking y Colaboraciones Profesionales: Interés por expandir su red de contactos y colaborar con otros profesionales del sector inmobiliario..

Comportamientos

Acción orientada a ventas: Búsqueda constante de nuevas propiedades para vender o alquilar, así como interacción con plataformas que optimicen su trabajo.

Acción orientada a ventas: Participan en seminarios web, cursos y capacitaciones sobre ventas inmobiliarias, marketing y redes sociales.

Búsqueda de Innovación: Prefieren herramientas que les permitan obtener información de propiedades en tiempo real, optimizando su tiempo y recursos.

Frecuencia de uso de plataformas digitales: Uso activo de Facebook, Instagram, LinkedIn, y Google para promocionar propiedades y servicios inmobiliarios.

Herramientas de gestión de Propiedades: Buscan mejorar la productividad mediante software especializado para facilitar la administración de su cartera de propiedades.

Optimización de Conversiones Digitales: Enfoca esfuerzos en optimizar conversiones a través de publicidad digital (como Facebook Ads y Google Ads) y estrategias SEO para mejorar la visibilidad online y atraer más clientes potenciales.

PÚBLICO OBJETIVO II
Compradores de Propiedades

Demograficos

Edad: 25-45 años: Principalmente millennials y generación Z buscando adquirir propiedades de inversión o primera vivienda.

30-50 años: Personas en busca de viviendas más grandes para sus familias o como segunda propiedad.

Género: Hombres y Mujeres: Ambos géneros están involucrados en la compra de propiedades, especialmente en parejas o familias.

Ubicación: Grandes ciudades donde el mercado inmobiliario es más activo y accesible (Ej. CDMX, Guadalajara, Monterrey).También en zonas rurales o suburbanas, donde las propiedades son más asequibles y en expansión.

Nivel Socioeconómico: Medio y medio-alto. La mayoría de compradores son personas que buscan propiedades de primer acceso o propiedades de inversión en zonas de creciente demanda.

Estado civil: Solteros, casados, parejas: En el caso de las parejas, están buscando propiedades familiares. Las personas solteras están interesadas en departamentos o propiedades más pequeñas..

Intereses

Inmuebles: Búsqueda activa de viviendas, departamentos, casas en renta o venta, tanto en áreas urbanas como suburbanas.

Estilo de vida: Interés por vivir en áreas bien conectadas o en zonas más tranquilas fuera de la ciudad.

Tecnología y plataformas online: Utilizan internet para comparar precios de propiedades, leer opiniones y ver tours virtuales.

Inversiones inmobiliarias: Compradores interesados en propiedades para alquilar o revalorización a largo plazo.

Diseño de interiores y decoración: Muchas personas buscan casas o departamentos que les permitan personalizar y adaptar el espacio a su gusto.

Hogar y Familia: Decoración y diseño de interiores. Remodelaciones y mejoras del hogar. Muebles y electrodomésticos.

Inmobiliaria y Bienes Raíces: Compra/venta de propiedades. Inversiones en bienes raíces. Interés en propiedades residenciales, comerciales o terrenos.

Comportamientos

Segmentación por Eventos de Vida: Recién casados. Personas que esperan un bebé. Cambio de empleo o ciudad. Jubilados que buscan propiedades más pequeñas o seguras.

Búsquedas Recientes en Google:
“Casas en venta cerca de mí.”
“Propiedades económicas.”
“Departamentos en renta.”
“Terrenos para inversión.”
Personas que usan plataformas de bienes raíces (Inmuebles24, Mercado Libre Inmuebles, Airbnb).

Usuarios Activos en Redes Sociales: Personas que interactúan con anuncios relacionados con bienes raíces, decoración o finanzas. Usuarios que buscan en redes sociales temas relacionados con compra/venta de propiedades.

Patrones de Compra y Navegación: Personas que usan plataformas de bienes raíces (Inmuebles24, Mercado Libre Inmuebles, Airbnb). Usuarios que compran productos relacionados con el hogar o decoración.

Viajeros o Personas en Transición: Personas que recientemente se han mudado o están considerando mudarse. Expats o extranjeros que buscan propiedades en el país objetivo.

Interacción con Anuncios de Competencia: Usuarios que han hecho clic en anuncios de plataformas inmobiliarias. Personas que han interactuado con páginas o contenido de competidores.

Comportamiento de búsqueda en Google: Realizan búsquedas relacionadas con tipos de propiedades (casa, departamento, terreno), precios, ubicaciones y financiamiento.

Análisis de Competidores

Competidores directos

SPOT2

Fortalezas:
Permite subir propiedades comerciales de forma gratuita. Solo cobran una comisión del 5% en caso de renta o venta. Ofrecen apoyo en la valuación de la propiedad.

Debilidades:
Comisión del 5% puede ser considerada alta por algunos usuarios. Enfoque limitado a propiedades comerciales. Falta de Personalización en la Publicidad de Propiedades. No ofrece opciones suficientemente personalizadas para los usuarios.

Inmuebles24

Fortalezas:
Amplia visibilidad en el mercado inmobiliario. Ofrecen paquetes para particulares, inmobiliarias y constructoras. Aplicación para calcular el valor de los inmuebles.

Debilidades:
Costos elevados en comparación con otros competidores. La efectividad de los paquetes puede variar según la zona geográfica.

Mercado Libre Inmuebles

Fortalezas:
Gran tráfico de usuarios debido a la popularidad de la plataforma. Diversos planes de publicación que se adaptan a diferentes necesidades. Posibilidad de destacar propiedades para mayor visibilidad.

Debilidades:
Competencia alta dentro de la plataforma. Costos adicionales para destacar publicaciones. Falta de Segmentación Avanzada y Personalización en la Búsqueda

Lamudi

Fortalezas:
Presencia internacional que aporta confianza. Ofrecen webinars gratuitos para profesionales inmobiliarios. Posibilidad de subir propiedades de forma gratuita. Interfaz amigable y fácil de usar. Asesoría personalizada y herramientas para inmobiliarias

Debilidades:
Proceso de evaluación para obtener un usuario puede ser visto como una barrera. Menor tráfico en comparación con plataformas más establecidas. Carece de filtros avanzados que permitan personalizar la búsqueda de manera más específica

Propiedades.com

Fortalezas:

Permite publicaciones gratuitas sin límite. Amplia base de datos de propiedades. Ofrecen herramientas para calcular el valor de una casa. Herramientas de análisis de mercado. Optimización para dispositivos móviles. Asesoría personalizada. Actualización constante de contenido.

Debilidades:

Competencia con plataformas más grandes. No ofrece tantas opciones avanzadas como algunos de sus competidores. Algunos usuarios mencionan que la publicidad en la plataforma puede ser demasiado invasiva. Menor reconocimiento de marca en algunas regiones.

Competidores Indirectos

Casas y Terrenos.com

Fortalezas:

Ofrecen paquetes de publicación con diversas opciones. Membresías para inmobiliarias con múltiples beneficios. Acceso a analíticas y herramientas de gestión. Visibilidad de propiedades destacadas.

Debilidades:

No permiten subir propiedades sin contratar un paquete. Presencia limitada en algunas regiones del país. Plataforma poco intuitiva para algunos usuarios. Dependencia de paquetes pagos

Houm

Fortalezas:

Servicio integral que incluye fotografía profesional y gestión de trámites. Garantía de pago puntual en rentas. Apoyo en la valuación de propiedades.

Debilidades:

Operan únicamente en CDMX, limitando su alcance. Modelos de negocio que pueden no adaptarse a todos los propietarios.

Homie

Fortalezas:

Especializados en rentas, ofreciendo servicios específicos para este mercado. Asesoría en la determinación de precios de renta .Operan en múltiples ciudades como Puebla, Querétaro y Jalisco.

Debilidades:

Cobran comisión del primer mes de renta y un porcentaje mensual. Limitados a propiedades en renta, excluyendo ventas.

Competidores Emergentes

Rentealo

Fortalezas:

Permite subir propiedades para rentar sin costo inicial. Ofrecen servicios adicionales como investigación de inquilinos y pólizas jurídicas. Cobranza y atención jurídica incluida en sus servicios.

Debilidades:

Cobran el 50% de la renta inicial antes de firmar el contrato. Servicios adicionales con costos extra.Cobro adicional por cancelación de contrato. Limitada presencia en ciertas áreas.

Venta Renta en

Fortalezas:

Permite subir propiedades de forma gratuita. Ofrecen herramientas como Google Street View y códigos QR para las propiedades. Paquetes económicos para destacar propiedades.

Debilidades:

Falta de herramientas avanzadas de análisis de mercado. Publicidad poco segmentada. Opciones limitadas para la personalización de anuncios

Tendencias de Mercado

Aplicar gamificación puede aumentar la interacción y fidelización del usuario. Implementar un sistema de recompensas para los usuarios que completen ciertas acciones. Crear retos interactivos en la plataforma, como "Encuentra tu propiedad ideal en menos de 5 minutos”. Ofrecer descuentos exclusivos o servicios premium gratuitos al acumular puntos por usar la plataforma.

Gamificación en el Proceso de Búsqueda

Integración con Smart Home Technology

Las propiedades que incluyen dispositivos inteligentes están atrayendo cada vez más interés, ya que los compradores buscan casas preparadas para el futuro. Producir contenido mostrando cómo las casas "smart" pueden ser un diferenciador importante dentro del competido mercado inmobiliario donde todas las casa parecen las mismas.

Con la combinación de eventos físicos y virtuales, se crean nuevas oportunidades de conexión entre asesores, inmobiliarias y compradores. La implementación de foros o grupos de discusión dentro de la plataforma, así como webinars exclusivos para asesores inmobiliarios, es indispensable. Esto permite que los usuarios compartan consejos, experiencias y ofertas especiales.

Experiencias Híbridas de Networking Inmobiliario

Realidad Extendida en Marketing

La combinación de AR, VR y MR (Realidad Mixta) está revolucionando cómo los usuarios interactúan con productos y servicios. Aplicado a Tipstate.com, se pueden crear campañas de marketing en redes sociales donde los usuarios exploran propiedades mediante filtros de realidad aumentada, **Matterport** lo consigue, aunque debería complementarse con otras herramientas.

En lugar de vender solo "un lugar para vivir", muchas marcas están promoviendo propiedades como una experiencia de vida que incluye comunidad, cultura y estilo. Se debe Incluir descripciones de propiedades que no solo hablen de las características físicas, sino también del estilo de vida que ofrecen.

Propiedades como Experiencia de Vida

Automatización con Chatbots y Atención Instantánea

Los usuarios esperan atención rápida y eficiente, especialmente en mercados tan competitivos como el inmobiliario. Los chatbots con inteligencia artificial están dominando en plataformas de servicio. Integrar un chatbot inteligente que pueda: Responder preguntas frecuentes sobre propiedades. Agendar citas para visitas. Enviar actualizaciones automáticas sobre nuevas propiedades que coincidan con el perfil del usuario.

Ejemplos de Contenido con Estrategia Personalizada

Introducción y educación

Semana 1

1

Meta Ads
Google Ads

Publicación de bienvenida con una breve historia de Tipstate.com y qué lo hace diferente.

2

Meta Ads
Google Ads

Publicación con infografía sobre los tipos de propiedades que ofrece Tipstate.com (casas, apartamentos, terrenos).

3

Meta Ads
Google Ads

"Recorridos virtuales e inmersivos”.
Publicar recorridos virtuales en video 360 de propiedades destacadas.

4

Meta Ads
Google Ads

Video de 2-3 minutos mostrando el proceso paso a paso para realizar una búsqueda de propiedad.

5

Meta Ads

"Propiedad de la Semana”.
Video o carrusel de imágenes destacando una propiedad única.

6

Meta Ads

"Contenido interactivo y de entretenimiento”.
"Adivina cuánto cuesta esta propiedad".

7

"Educación para compradores”.
Cómo calcular tu presupuesto para comprar una casa.
Errores comunes al buscar una propiedad.

Propiedades Destacadas y Consejos para Compradores

Semana 2

8

Meta Ads

Publicación sobre propiedad destacada de la semana, con fotos y detalles. "Esta hermosa propiedad podría ser tuya. ¿Estás listo para dar el siguiente paso?"

9

Meta Ads

Publicación de carrusel con fotos de diferentes propiedades de distintas zonas.

10

Video explicando cómo calcular tu presupuesto para comprar una propiedad.

11

Testimonio en formato de video de un cliente feliz que encontró su propiedad con Tipstate.com.

12

Video dinámico y divertido sobre errores comunes al comprar una propiedad y cómo evitarlos.

13

Meta Ads

Google Ads

Artículo sobre los beneficios de invertir en propiedades para crear patrimonio a largo plazo.

14

Meta Ads

"Propiedad de la Semana".
Video o carrusel de imágenes
destacando una propiedad única.

Atracción de Asesores Inmobiliarios y Publicaciones de Propiedades

Semana 3

15

Video animado mostrando cómo un
asesor puede registrarse en Tipstate.com
y publicar fácilmente sus propiedades.

16

Meta Ads

Google Ads

Video dinámico de 30 segundos mostrando
características únicas de la plataforma
(publicación ilimitada, visibilidad, etc.).

17

Meta Ads

"Oferta exclusiva para nuevos usuarios"
Promoción de descuento para primeros
publicantes de propiedades.

18

Video tutorial de 2 minutos mostrando
cómo registrar propiedades y cómo
personalizarlas para destacar más.

19

Meta Ads

Google Ads

Publicación destacando una
propiedad premium
en Tipstate.com.

20

Video corto con imágenes de propiedades publicadas por asesores, destacando la rapidez y facilidad de la plataforma.

21

Artículo detallado con beneficios para agentes inmobiliarios al usar Tipstate, incluyendo testimonios de usuarios satisfechos.

Atraer Clientes Interesados en Comprar Propiedades

Semana 4

22

Meta Ads

Google Ads

Video corto mostrando cómo buscar propiedades según presupuesto, ubicación y tipo
(casa, departamento, terreno).

23

Testimonio en video de una persona que encontró su propiedad
en Tipstate.com.

24

Video de 2 minutos brindando consejos clave sobre lo que las personas deben saber antes de comprar una propiedad.

25

Meta Ads

Google Ads

Video interactivo mostrando propiedades atractivas
en Tipstate.com.

26

Meta Ads

Google Ads

Publicación sobre una propiedad destacada con fotos impresionantes y detalles de contacto.

27

Video mostrando cómo buscar propiedades en Tipstate.com con filtros personalizados.

28

Artículo detallado sobre lo que deben saber las personas que compran su primera propiedad, desde la búsqueda hasta la firma del contrato.

29

"¿Por qué invertir en propiedades ahora es una buena idea?".
Publicación con consejos sobre los beneficios de la inversión inmobiliaria.

30

“Haz crecer tu patrimonio con propiedades”
Video explicando cómo las propiedades se aprecian con el tiempo y cómo Tipstate.com facilita la compra.

planit
AGENCIA DE MARKETING

www.agenciaplanit.com