Organizar un open house para vender más rápido

Un open house o jornada de puertas abiertas es un método para acelerar la venta de una casa o un departamento.

Básicamente, consiste en preparar y mostrar la propiedad a las personas que viven en el mismo entorno. Quizás les interese porque desean más metros cuadrados sin cambiar de ámbito, o para un familiar o amigo que busca mudarse cerca.

Aquí te contamos más detalles y por qué conviene hacerlo siempre de la mano de un corredor inmobiliario.



El primer momento del open house

El open house tiene tres momentos clave. El primer momento es la difusión y la preparación del inmueble.

La difusión off line se hace comunicando la iniciativa a las casas y departamentos cercanos, con un texto similar a: “El sábado 21 de junio podés visitar –sin cita previa– la unidad 31 que está en venta, en el horario de 9 a 18”, por ejemplo.

Esa publicidad se coloca en los medios de comunicación propios del barrio, country o edificio; en grupos de WhatsApp y por medio de volantes que se distribuyen bajo puerta unidad por unidad.

También se utiliza la difusión on line promocionando el evento en las redes sociales, lo que permite gran alcance.

Por otra parte, la preparación consiste en acondicionar la propiedad. Por caso, ordenando todo con cuidado, no dejando a mano objetos valiosos, guardando los elementos de la mascota, o permitiendo que entre la luz natural que quizás está obturada por un exceso de macetas en el balcón, En síntesis: haciendo aquello que convierta al inmueble es un lugar que otros deseen adquirir –y por un costo igual a cero–.



El segundo y el tercer momento del

open house

El segundo momento es el open house en sí. Hay que apelar al marketing sensorial para “vestir” la unidad encendiendo –por ejemplo– sahumerios o velas, cocinando un bizcochuelo para potenciar la sensación de hogar, preparando café, o utilizando un aromatizador natural como el palo santo para los distintos ambientes.

Un punto a no olvidar es el olor a cigarrillo, que debe erradicarse por el rechazo que genera en muchos individuos.

También, hay que disponer bebidas no alcohólicas para agasajar a los visitantes, té frío o caliente, gaseosas con y sin azúcar, agua mineral.

Un punto central del segundo momento hace a la integridad física de los visitantes: no es bueno que la mascota de la casa esté presente porque hay personas a las que no le gustan los animales, o quienes tienen chicos pequeños pueden presentar cierta resistencia. Aunque el propietario ame a los perros y a los gatos, es clave entender que no todos comparten ese sentimiento.

También habrá que considerar las redes de seguridad para los balcones, las trabas para los cajones, las puertas de protección para las escaleras y los cercos perimetrales de las piscinas.

Por más que el dueño de casa no tenga niños, estos puntos deben preverse a fin de evitar un mal momento para todos.

El tercer momento consiste en entregarle a cada potencial compradora o futuro adquirente visitante, una completa ficha técnica con las características de la propiedad –que incluya el plano–, el link para verla en el sitio web del corredor inmobiliario encargado de su venta, su WhatsApp, su e-mail y la dirección de su oficina.

También es crucial solicitar los datos de cada visitante, a fin de armar una base actualizada.



El corredor inmobiliario y el open house

Por un tema de seguridad, eficiencia y orden, se aconseja que el open house se realice siempre con la ayuda del corredor inmobiliario. Él conoce bien los secretos para que la acción

seas exitosa y genere interesados.

Un open house no debe parecerse a una feria americana, una venta de garaje o una reunión multinivel, todas ellas actividades muy efectivas y respetables. Tampoco es una fiesta de aniversario, un asado ni una reunión de cumpleaños.

El open house es otra cosa, ni mejor ni peor que esos momentos de encuentro. Y tiene particularidades y trucos que es preciso dominar de antemano.