

¿Qué es el sistema de las 5 A que usan los corredores inmobiliarios eficientes?

Detrás de todo corredor inmobiliario eficiente y con trayectoria en el mercado, hay un sistema de venta bien aceitado, puesto en marcha y actualizado de modo constante: el de las 5 A.

Ese sistema va llevando, de modo natural, al futuro comprador hacia una decisión positiva.

Si estás buscando un corredor para vender tu unidad –una casa o un departamento grande o chico–, te contamos de qué se trata el tema de las 5 A.

Un sistema, no una simple combinación de letras

El de las 5 A es un sistema. Todo resulta orgánico: funciona como un engranaje donde cada parte tiene una función. Y cada parte corresponde a una letra A. Ellas son: Awareness o Conocimiento, Appeal o Atracción, Ask o Consulta, Act o Acción y Advocate o Recomendación.



Awareness o Conocimiento

La etapa de Awareness o Conocimiento es la primera interacción entre el potencial comprador y el producto. Consiste en mostrar o poner en conocimiento de ese individuo el bien inmueble ofrecido a la venta.

Para lograr ello, el corredor usa todos los medios disponibles. Desde el clásico y eficaz cartel en el frente, hasta su sitio web con fotos, videos, tour virtual 360, planos digitalizados, amueblamiento virtual del ambiente principal y descripciones precisas. También, claro, la presencia en los portales inmobiliarios más relevantes, la promoción en redes sociales, el envío de e-mails y mensajes de WhatsApp a bases de datos de potenciales y actuales clientes. Son bases propias y otras que sus colegas de confianza comparten con él.

Si esta etapa se hizo como corresponde, y el inmueble fue ingresado al mercado con un valor adecuado –que va a competir con otras opciones dentro de un determinado tipo de segmento

inmobiliario según el contexto actual—, se consigue que el cliente conozca que existe esa propiedad disponible.

Appeal o Atracción

La segunda etapa, la de Appeal o Atracción, está muy vinculada con la anterior.

Aquí se busca llamar la atención, generar el deseo. Y se lo hace, por ejemplo, vía fotos y videos de calidad, y descripciones honestas y llamativas.

En esta instancia el potencial comprador se debería sentir atraído por la casa o el departamento en cuestión.



Ask o Consulta

La tercera etapa es la de Ask o Consulta. Como el potencial cliente se sintió atraído ahora buscará referencias sobre el

corredor, y acerca de la propiedad y del barrio.

Hará consultas online –procurando encontrar reseñas– y también offline investigando sobre el entorno. Incluso puede llegar a visitar la propiedad por fuera, sin ingresar.

En este punto es vital que el corredor haya sugerido al dueño de esa propiedad mejoras en la fachada y en la vereda.

Si esas consultas dieron resultados alentadores para la futura compradora o el potencial adquirente, se sentirá convencido tanto por la reputación del corredor como por la conveniencia del bien inmueble.

Act o Acción

En esta cuarta etapa, el potencial cliente actúa de modo directo. Esto es: pide más detalles al corredor y solicita la visita personal.

Aquí es crucial el servicio de atención al cliente del profesional inmobiliario.

Nada hay más frustrante para quien desea comprar que un teléfono que no es atendido o un WhatsApp en el que se demora la respuesta. Lo mismo sucede cuando se desea establecer contacto por medio del perfil de Instagram, por el sitio web o por un e-mail allí citado.

Si el cliente llegó hasta aquí existen altas posibilidades de que adquiera el bien o, al menos, de que sienta confianza por el corredor. Este podría proponerle otras unidades en venta si la primera finalmente no lo convence del todo.

Entonces, se habrá creado un lazo o una reputación que la persona en situación de comprar no olvidará.

Advocate o Recomendación

En este último paso, el cliente ya compró su inmueble. Solo resta esperar que espontáneamente recomiende los servicios del corredor a otras personas y online.



¿Cómo detectar si un corredor inmobiliario usa el sistema de las 5 A?

Es sencillo. Primero hay que mirar su sitio. ¿Las propiedades tienen fotos abundantes y de calidad –bien iluminadas, con los ambientes adecuadamente ordenados y limpios– y un video? ¿Cada propiedad posee descriptas todas las comodidades, así como los costos de las expensas y demás datos relevantes?

Después hay que mirar las redes. ¿Están actualizadas? ¿Hay un número interesante de propiedades ofrecidas en venta? ¿Se ve

rápidamente el número de WhatsApp del corredor? ¿Aparece mencionado su número de matrícula –que lo habilita para ejercer la profesión–? ¿Y en Google My Business o Perfil de Negocios se hallan reseñas favorables?

Todos estos puntos son indicios de la manera de trabajar del corredor, y de su experiencia y confiabilidad.