

Un inmobiliario con muchas propiedades: ¿es un buen motivo para elegirlo si estás por vender tu casa?

Si vas a comenzar a buscar un corredor inmobiliario para vender tu casa o tu departamento, te brindamos aquí un punto a considerar.

Ese punto es el de la cantidad de unidades que posee en cartera –es decir, en stock– un corredor.

Eso es algo que se ve en su sitio web fácilmente y en portales como Zonaprop.

¿Qué significa esa particularidad o característica que aparentemente es positiva? Te lo vamos a detallar en estas líneas.

El stock

Hay varias maneras de trabajar en el rubro inmobiliario, como sucede en todas las demás actividades.

Una de ellas es a través de lo que se denomina “acumulación de stock” o “de inventario”. Ese modelo se basa en tener una gran cantidad de inmuebles a la venta.

En ese caso, puede plantearse esta pregunta: el corredor posee –por ejemplo– 350 inmuebles, ¿pero cuántos de ellos es factible o altamente probable que se vendan en los próximos 60, 90 o 120 días? ¿Muchos, ninguno, todos, o es un dato que el corredor no puede llegar a conocer con certeza?



La facturación, un aspecto determinante

En el sector inmobiliario, cuando el negocio está centrado en el stock debe pensarse en términos de cantidad o de facturación.

¿De todo ese stock de 350 inmuebles, cuántos se convertirán en operaciones concretadas o –dicho de otro modo– en facturación?

Porque de poco sirve tener un alto número de casas y departamentos, en una o en varias localidades, si ellas no se “mueven”.

Preguntas clave

Existe un concepto erróneo y a la vez muy arraigado: el corredor con numerosos inmuebles en cartera es el mejor.

Una pregunta central que debe hacerse quien va a vender su

casa es: ¿tiene muchos carteles y también muchas ventas?

Otra pregunta clave es: ¿brinda un buen servicio o toma todo tipo de propiedad y le dice al dueño: “Lleva mucho tiempo que se concrete la venta porque toda casa tiene su ‘novio’ y es necesario esperar muy pacientemente a que aparezca”?

¿Ese corredor utiliza buenas imágenes para dar a conocer las propiedades o simplemente usa fotos caseras, tomadas con un teléfono celular?

En cuanto a las descripciones de cada inmueble, ¿son demasiado escuetas o sintéticas o –por el contrario– brinda una cantidad de detalles que potencian la impresión dejada por las imágenes?



Más preguntas determinantes

¿Y cada cuánto se comunica ese corredor con los distintos propietarios a fin de informarles los avances, en lo referido

a consultas de potenciales compradoras o futuros adquirentes?

Además: ¿cuánto tiempo demora en responder las consulta de los interesados por medio de las redes, del e-mail, de WhatsApp? ¿Posee un chatbot o sistema automatizado de respuesta, que funciona fuera de los horarios habituales de atención al público?

¿Hace tasaciones “en el acto” o se toma un tiempo imprescindible para un análisis a fondo, y entrega por escrito –en papel o digital– un minucioso informe de cotización acompañado por el siempre imprescindible plan de marketing inmobiliario?



La Era de la Información

Como puede verse, el propietario que está en la instancia de vender su unidad dispone ahora de muchas preguntas clave que es factible hacerse. Y que debe hacerle, sin dudarle, al corredor.

Si es un profesional serio, actualizado en cuanto a la tecnología, y realmente preocupado por brindar un servicio de una calidad superior, responderá con velocidad y solvencia a cada una de esas cuestiones.

De modo que ese potencial cliente vendedor ya no está a ciegas al momento de decidir a quién encargará la comercialización de su vivienda.

“Información es poder” escribió en el siglo XVII Thomas Hobbes, creador inglés de la filosofía política. La frase aparece en su memorable libro “Leviatán”, que trata sobre las relaciones entre los gobiernos y los gobernados.

En la actual Era de la Información, esa expresión toma una nueva vigencia. ¿Por qué? Porque sintetiza algo central cuando se habla del sector inmobiliario: el cliente que quiere vender y está bien informado, tiene más herramientas útiles y fiables que otro que no.