

¿Por qué los carteles de venta son un recurso clave para atraer compradores al vender tu casa?

¿Estás con ganas de mudarte y te encontrás ahora eligiendo una inmobiliaria? ¿O ya tenés tu casa, tu departamento o tu PH en venta?

Aquí te contamos 5 motivos sobre por qué los tradicionales carteles que se ponen en el frente de las propiedades mantienen su total vigencia como imanes para atraer compradores, y toda inmobiliaria profesional lo sabe.

1. Alcance: compradores locales y espontáneos

Los carteles capturan la atención de peatones y conductores, vecinos o pasantes casuales que quizás no buscan activamente en Internet. Eso amplía el público que se encuentra más allá de las plataformas digitales.

En todo barrio, donde el boca a boca es vital, un cartel visible genera consultas inmediatas de personas interesadas en mudarse cerca.

Estas consultas son de alta calidad porque surgen de compradores motivados por la ubicación inmediata, reduciendo así las visitas irrelevantes al inmueble.

A la vez el cartel podría llegar a despertar el deseo de cambiar de hogar al aparecer un inmueble ofrecido. Las propiedades con carteles en su frente reciben hasta un 30% más

de llamados directos, según investigaciones hechas por expertos del mercado inmobiliario argentino.

Un cartel bien diseñado, que indica los metros cuadrados y muestra un QR, convierte a los curiosos en interesados. Sumado a ello, es vital que el cartel esté ubicado a una buena altura, y reciba el adecuado caudal de luz de las luminarias de la vereda o de la calle.



2. Complemento de la publicidad digital

Si bien los portales inmobiliarios como Zonaprop y Argenprop son imprescindibles y consultados por miles de personas a diario, no todos los compradores navegan online. Muchos prefieren los métodos tradicionales, por una cuestión de confiabilidad o de falta de familiaridad tecnológica.

Hoy por hoy, combinar ambos canales maximiza la visibilidad. Los carteles actúan como un recordatorio constante, reforzando los avisos digitales cuando alguien pasa por la zona y los asocia con otros carteles vistos previamente.

Esto acelera el proceso de decisión, ya que del 20% al 25% de las ventas efectivas provienen de esos anuncios físicos.



3. Generación de urgencia y credibilidad

Un cartel de “Se vende” transmite disponibilidad inmediata de la unidad, creando urgencia en los compradores que temerán perder la oportunidad.

Además, fortalece la marca de la inmobiliaria al mostrar profesionalismo y localía, al mismo tiempo que mejora el reconocimiento en la comunidad. Para toda empresa inmobiliaria, el cartel es publicidad gratuita y pasiva que opera durante las 24 horas de los 7 días semanales.

4. Potenciación del boca a boca y del networking vecinal

En el mercado inmobiliario, donde las recomendaciones personales influyen en el 40% de las transacciones, los carteles impulsan el boca a boca –o más correctamente dicho, el boca a oído–.

El cartel hace que los vecinos informados lo comenten con sus familiares cercanos o conocidos que están buscando una unidad en la misma zona. Estos interesados suelen expresar así su deseo: “Me encantaría vivir en tu barrio. Si te enterás de alguna casa en venta, avisame, por favor”.

5. Ventajas económicas y logísticas

Colocar un cartel tiene un costo menor que las campañas de marketing pagas online, aunque no las reemplaza. El cartel es fácil de implementar. Y multiplica los impactos, incluso en calles con escaso tránsito peatonal o vehicular.

Es por eso que, siendo un recurso clásico, las inmobiliarias –de Argentina y del exterior– lo siguen empleando.



Estrategia más contacto humano

En Pozzi Inmobiliaria, donde constantemente estamos utilizando herramientas digitales para que más y más personas vean las diversas propiedades que ofrecemos, siempre le hemos dado un papel protagónico a los carteles.

Ellos forman parte de toda estrategia de marketing inmobiliario que desarrollamos ante cada casa, departamento o PH que nos encargan ofrecer al mercado.

Al Ries, un especialista estadounidense en comunicación, dice: “La estrategia, y el sentido de la oportunidad y del momento exacto, con las altas cumbres del marketing. Todo lo demás son apenas colinas”.

Esas estrategias nos han ayudado a generar vínculos poderosos con nuestros clientes, que vuelven a nosotros cada vez que deciden mudarse. Y también nos recomiendan a amigos y

familiares que necesitan un asesoramiento profesional, respetuoso y humano., ya que son lo primero que los compradores miran en detalle antes de visitar una propiedad.