



**WSI TE PRESENTA EL RESUMEN DEL LIBRO
“INTERNET MARKETING IN REAL ESTATE”**

Por Barbara Cox y William Koelzer

Orientado al Mercado de Inmobiliarias en República Dominicana

CAPITULO 1.

Sobresaliendo de la Multitud, Posicionamiento, Audiencia y Metas

Definiendo Tu Posición.

Para sobre salir de entre tu competencia y colegas, debes de tener una posición de mercado, una posición de mercado *única*.

¿En que eres mejor?, ¿en que manera sobresales de los demás? Piensa de que maneras eres diferente de otros profesionales de bienes raíces e inmobiliarias.

Definiendo tus Metas de Mercadotecnia de Internet.

Las metas que definas para la mercadotecnia de Internet afectarán el contenido y diseño de tu site y sus páginas. Si tu meta es por ejemplo tener un site porque tus clientes te demandan que tengas uno aunque nunca lo vean, entonces requerirás de una presencia mínima en Internet. Un site sencillo a manera de tarjeta de presentación puede que sea suficiente.

Posicionamiento: Por que es importante.

El posicionamiento en Internet y en la mercadotecnia en general se refiere al como tú, tu empresa, o tus servicios o productos son percibidos por tus clientes. El posicionamiento no es algo tangible que puedas tocar; es un lugar que ocupas en la mente de otros.

Para beneficiarte del posicionamiento, tu site se debe enfocar en crear y reforzar una identidad, habilidad, característica o posición.

Tus Metas: ¿Que quieres que tu site haga por ti?

Parte del proceso de planeación de la mercadotecnia de Internet debe incluir el determinar que quieres que tu site ofrezca y que quieres que tu site haga. ¿Que elementos posicionarán a tu site de una forma particular en las mentes de las visitas? ¿Cuales son las metas de tu site? ¿Por que estás haciendo un site?

CAPITULO 2.

El Contenido de tu Web Site

Las Inmobiliarias en República Dominicana deben de poner especial atención en este capítulo. Aunque el resto no deja de ser importante, WSI siempre ha hecho mucho énfasis en el contenido de los sites pues lo que se pretende es dar información de utilidad. De esta manera las inmobiliarias en República Dominicana puedes ganar la lealtad de visitas recurrentes.



El contenido y diseño de tu site deben de hacer el trabajo por ti. Esto significa que tienen que comunicar tu posición inmediatamente y decirle a las visitas que este site tiene la información que estás buscando-de otra manera, las visitas que encuentren tu site puede que no permanezcan mucho tiempo. Debes asegurar que tu site tenga el contenido que sea interesante, informativo y útil para ellos.

Lo Básico.

Los sites de las inmobiliarias en República Dominicana deben de incluir los siguientes cinco tipos de contenido:

1. **Afirmación de tu Posición.** Ninguna visita no debe salir de tu site sin saber tu posición de mercado.
2. **Contenido que apoye la afirmación de tu posición de mercado.** Apoya tu posición de mercado con información acerca de tu persona, tus intereses, tus experiencias. Incluye contenido, ambos visuales y escritos, que claramente demuestren que tu eres conocedor, útil, con experiencia, bien conectado con tu comunidad, o cualquiera de las características que apoyen la posición de mercado elegida.
3. **Contenido de bienes raíces que sea útil para compradores y vendedores; esto es, contenido que los eduque y los informes, que les proporcione recursos confiables que necesiten o que vayan a necesitar, que los ayude a resolver problemas o a tomar decisiones en relación a la compra o venta de la propiedad.**
4. **Contenido que sea interesante para tu audiencia seleccionada; esto es, contenido que los atraiga, que capte su atención y que los traiga de vuelta en repetidas ocasiones.**
5. **Contenido que permita y motive a las visitas a interactuar contigo.** Debes proveer varias maneras de que se puedan comunicar contigo a través de tu web site.

Tal vez este elemento es el que consuma mas tiempo, pero al mismo tiempo las inmobiliarias en República Dominicana lograrán entender la utilidad a mediano y largo plazo que esto conlleva.

CAPITULO 3.

Apariencia y Organización del site.

Presentan 4 criterios generales que son clave para que la **apariencia** de tu site cumpla con tus objetivos. Tu web site debe ser:



1. **Que refleje tu posicionamiento.** La apariencia, los colores, las imágenes deben ser apropiadas para la posición que quieres reflejar. ¿Propiedades en el océano? ¿Villas?, ¿Torres de lujo?
2. **Distintivo.** La apariencia de tu site debe ser diferente de otros profesionales de inmobiliarias en tu área.
3. **Consistente de página a página.** Las visitas siempre deben de saber que se encuentran en una sección de tu site. Debe de contener algún elemento distintivo en común; un pequeño logo, una línea azul en la sección superior, etc.
4. **Claro.** Debe ser claro y fácil para navegar.

Respecto a la **organización** del site tenemos lo siguiente.

1. **Lo primero es lo primero.** La página de inicio es la entrada principal a tu site, debes presentar tu posición, comunicar tu contenido y personalidad de tu site, y proveer los links de navegación necesarios para que se pueda explorar fácilmente tu site.
2. **Se directo.** Tu site debe de señalar los caminos correctos a la información, beneficios y acciones para las visitas.
3. **No utilices demasiadas capas.** Manténlo lo más simple que puedas, muchos links de referencia pueden frustrar a la visita.
4. **Los archivos de las imágenes debes ser pequeñas.** Tu site debe de cargar lo más rápido posible.

CAPITULO 4.

Motores de Búsqueda y Directorios.

Para este capítulo en particular no haré un resumen en base al libro, lo haré en base a las experiencias de WSI como empresa. La razón es que este capítulo habla sobre la importancia de la optimización de los motores de búsqueda, y esto es una base de la filosofía de trabajo y éxito de WSI en Santo Domingo.

Para el sector de las inmobiliarias en República Dominicana el elemento de la optimización es de suma importancia, sobre todo por la gran demanda que existe en el sector de las bienes raíces, tanto en línea como fuera de línea. Resumamos las ideas principales en los siguientes puntos:

- Las inmobiliarias en República Dominicana para tener éxito deben poder ser encontradas en los buscadores, de otra manera su web site de poco valor resultará.
- Para lograr el punto anterior si site debe estar propiamente optimizado para que los buscadores lo encuentren, seleccionando las palabras o frases adecuadas a su industria, programando las etiquetas llamadas “meta tags”, y manejando adecuadamente el contenido de escrito. Un consultor de WSI te puede asesorar en todos estos temas.



- La inscripción de tu site a los diferentes directorios y motores de búsqueda es importante.
- El intercambio de links que apunten a tu site es de mucha importancia.
- Monitorear los resultados.

Las inmobiliarias en República Dominicana deben de tomar muy en serio estos factores, pues de otra manera resultan totalmente invisibles ante los motores de búsqueda tales como Google, Yahoo! y MSN por mencionar a los principales tres buscadores.

CAPITULO 5

La Publicidad de tu sitio: Enlaces, Banners, Títulos

Este capítulo es un tanto extenso, así que haré una especie de resumen del libro y de las mejores prácticas de este tipo de publicidad.

Muchos profesionales de las inmobiliarias se quedan asombrados al saber que necesitan anunciar su sitio para que sea efectivo. “¿Anunciar mi publicidad?”, en efecto, por lo que ahora veremos algunas ideas de cómo lograr esto. Comento que estas prácticas son muy sanas para cualquier tipo de sitios, y no solamente para las Inmobiliarias en República Dominicana, tan solo haciendo algunos ajustes a tu tipo de mercado y negocio.

A continuación algunos cuantos métodos para los profesionales de las inmobiliarias en República Dominicana:

Sitios de información comunitarios, directorios de bienes raíces y otros sitios relacionados. Listados y Banners:

En muchos sitios de inmobiliarias y de otras empresas, pueden obtener una publicación gratuita de tu sitio, en otras ocasiones habrá que pagar por esta presencia. Debes de buscar estos directorios en algún buscador. En mi caso utilizo mucho Google con esta técnica; escribe por ejemplo “inmobiliarias republica dominicana + agregar url”, saldrán aquellos sitios que estén dispuestos a publicar tu sitio.

Los banners son aquellas imágenes que encuentras en muchos sitios, al hacer clic te llevan a un sitio en particular. Los costos pueden variar, lo importante es que estudies bien tus opciones y tu presupuesto.

Los sitios especializados se dedican a temas muy específicos, por ejemplo propiedades en playa solamente. Si este es tu giro entonces vale la pena incluir tu link.

Directorios de inmobiliarias o bienes raíces. Son sitios que se dedican al intercambio de información acerca de compra y venta de propiedades, tips de la industria y otra información.



Asociaciones de inmobiliarias, pueden ser locales o regionales. No te limites a República Dominicana solamente. México, Centro y sur América pueden resultar valiosos para ti, sobre todo por el alto nivel de inversión que está experimentando República Dominicana de otros países.

Si perteneces a una gran empresa y tienes tu sitio local, asegúrate de te incluyan en el sitio corporativo de la empresa.

Reciprocidad de links. Muy importante y simple aunque le debes de dedicar tiempo. Identifica aquellos sitios que deseen intercambiar un link con el tuyo, probablemente alguien más tomará la iniciativa y te llamará primero. Sea quien sea que tome el primer paso, asegúrate que sea un sitio serio y profesional, recuerda que mas vale calidad que cantidad y esto lo pueden identificar los buscadores.

La firma de tu correo electrónico. A tu sistema de correo electrónico le puedes incorporar una firma, la cual debe de contener el link a tu sitio, son acciones básicas que muchas empresas pasan pro alto. Asegúrate que tu link esté activo, esto es que aquella persona que recibe tu mail debe ser capaz de pasar el cursor por tu link y en caso de hacer clic debe de poder abrir. Lo digo pues si escribes tu link y no le das un espacio al final se almacenará solamente como texto. Lo he visto y lo sigo viendo en innumerables ocasiones.

En una nota personal comento lo siguiente.

Te encontrarás publicidad en la red que te ofrece inscribir tu sitio a 10,000 directorios y motores de búsqueda por una “x” cantidad de dinero. Evita estos servicios, de inicio los buscadores detectan la rapidez con lo inscribes tu sitio a directorios y no les agrada estas prácticas. Otra cosa es que te pueden generar mucho spam.

Google le otorga mucha importancia a la cantidad de links que apuntan a tu site para lograr un mejor posicionamiento. Pero repito que cuides la calidad de los links, es mejor ir construyéndolos de poco a poco y que sean confiables y de sitios relacionados a tu industria.

CAPITULO 6.

Promoción (dentro y fuera de la red) y Publicidad Impresa.

Muchas de estas tareas son de sentido común, baratas y fáciles de hacer y probablemente ya habías pensado en eso y de hecho la estas haciendo. Cosas como el agregar tu dirección del sitio y tu correo electrónico a tus tarjetas de presentación, cartas, sobres, panfletos y facturas por ejemplo puede parecer obvio. Pero te sorprenderías de la cantidad de gente que no lo hace.



Nota de WSI: He visto varios casos a través del tiempo; tarjetas de presentación sin la dirección del sitio cuando efectivamente tienen un sitio activo, tarjetas con la dirección del sitio cuando aún está en construcción o ni siquiera tienen la más mínima idea de cuando lo van a hacer. Publicaciones muy costosas en periódicos y revistas sin la dirección. Hace un año un cliente mío (no pertenece al sector de inmobiliarias en República Dominicana) invirtió varias decenas de miles de pesos en publicar una línea de productos en las tres principales revistas del fin de semana de periódicos locales, y la dirección de su sitio la tenía que ver con lupa para lograr distinguirla. Acto seguido le hablé y el problema se resolvió para la siguiente publicación. Hoy en día tener la dirección de tu sitio se vuelve tan o más importante como el propio número telefónico.

Lo Básico – Relaciones Públicas.

El primer paso consiste en identificar los aspectos fuertes de tu negocio que desea resaltar, estos vienen de tu posicionamiento. ¿Qué has hecho para educar a la gente acerca del negocio de inmobiliarias en República Dominicana? ¿O ayudarlos a resolver un problema de inmobiliarias o resolverles una duda acerca de inmobiliarias?

El siguiente paso consiste en lograr reconocimiento o apreciación del público. Escribe un artículo acerca de cómo estás usando el Internet para ofrecer información importante y valiosa en línea relacionado a temas de inmobiliarias.

Envía una copia de tu artículo, envía un correo electrónico o contacta al editor del periódico de tu localidad. Mientras ofrezcas información de utilidad, las probabilidades son que publiquen tu historia.

Más allá de lo básico y relacionado al punto anterior, consiste en llamar la atención de un editor, reportero o webmaster acerca de la información que tengas que ofrecer. Noticias que valgan la pena, pregúntate como le puedes ayudar a la gente a resolver dudas y problemas en el negocio de inmobiliarias en República Dominicana.

Si tú eres un experto en tu campo de inmobiliarias, entonces te puedes calificar como tal ante los ojos de un editor. Recuerda que el posicionamiento trabaja mejor cuando llegas al punto deseado primero que los demás. Si no logras publicar tu artículo alguien más lo hará.

Publicidad en Internet.

Básicamente lo mismo pero en Internet. Investiga los sitios especializados en inmobiliarias en República Dominicana o en la región en donde puedas aportar de tus conocimientos. Directorios gratuitos, blogs o cualquier otro medio en línea que tus conocimientos acerca del sector de inmobiliarias en República Dominicana puedan ser de utilidad.