



RESUMEN ESTUDIO DEL SECTOR INMOBILIARIO EN INTERNET

2001

Medialabs se encarga de evaluar, estudiar, comparar y darle el asesoramiento más completo y profesional sobre su presencia y negocio en Internet.

Estudiamos la viabilidad de éxito de su negocio en Internet. Aportamos soluciones que rentabilicen su proyecto y nos encargamos desde el origen de la idea hasta su culminación, cubriendo todos los aspectos que pudieran incidir en la evolución del proyecto.

ESTUDIO DEL SECTOR INMOBILIARIO EN INTERNET

Medialabs agencia especializada en consultoría y desarrollos integrales para Internet, ha realizado un estudio directo sobre la presencia en Internet de empresas dedicadas a la intermediación en el campo de ventas o alquileres de viviendas o locales comerciales. Este estudio sobre las empresas del sector inmobiliario en España tiene como objetivo el conseguir que estas empresas empleen todas las herramientas que Internet pone a su disposición, para así ofrecer un servicio más eficaz y rentable a un sector que es evidente motor de la economía.

CONSIDERACIONES GENERALES

El crecimiento económico de años anteriores junto con el abaratamiento de los créditos hipotecarios, trajo como consecuencia una expansión en el sector de la construcción y una fuerte actividad comercial en éste sector y en el de las agencias inmobiliarias. La demanda fue intensísima durante un periodo de más de cuatro años, tanto de viviendas nuevas como viviendas usadas.

Ante estas circunstancias, constructoras e inmobiliarias cubrieron con dificultad la demanda, esto provocó un incremento de los costes y por tanto de los precios en este sector económico.

Desde el último año, el crecimiento de los tipos de interés para los créditos hipotecarios más el aumento del precio de las viviendas ha traído consigo una recesión en este sector y una cierta incertidumbre en las agencias inmobiliarias.

Tal situación puede ser en cierto modo paliada, ofertando mejores condiciones y un servicio mucho más eficaz y rápido. Las nuevas tecnologías, como se esta comprobando en los EEUU, son un instrumento extremadamente eficaz para dinamizar los procesos económicos.

Uno de los elementos esenciales con los que cuenta una agencia inmobiliaria es la información, tanto de las ofertas como de las demandas. Cuanto más amplia sea la información y más fácil sea para el demandante localizar el productos que está buscando, mayores posibilidades de éxito se obtienen en las transacciones.

Por otra parte, en España existe ya una suficiente masa critica de usuarios para posibilitar un empleo eficaz de Internet. Por el nivel cultural y socioeconómico que define a los usuarios de Internet en España, éstos son especialmente coincidentes con el publico objetivo que las agencias buscan para el desarrollo de sus actividades comerciales.

La herramienta Internet se acomoda de forma casi perfecta a las actividades de las agencias inmobiliarias. Por un lado, posibilita la recepción de forma ordenada y segmentada de las ofertas, por otro lado perfecciona toda la información recibida y la da a conocer de forma inmediata y exhaustiva.

Un ejemplo de lo anteriormente dicho puede ser éste:

- Se recibe la información de un piso o local y se introduce en base de datos.
- Se completa la información con datos de interés adicional, como fotografías, plano de situación, información de servicios públicos, transportes y ocio en el entorno
- Incluir información sobre el precio, opciones de financiación con plena información on-line.
- Cuestionario de petición de ampliación de información o solicitud de reserva. Direcciones de interés, como pueden ser empresas de reformas, reparaciones, decoración, estudios de arquitectura, y un sin fin de posibilidades que ayuden desde el propio domicilio o trabajo la elección deseada sin tener que desplazarse o perder un tiempo cada día más valioso.

Además, la facilidad y eficacia del web para atraer clientes para los inmuebles, actuará como reclamo para la captación simultánea de nuevo inmuebles.

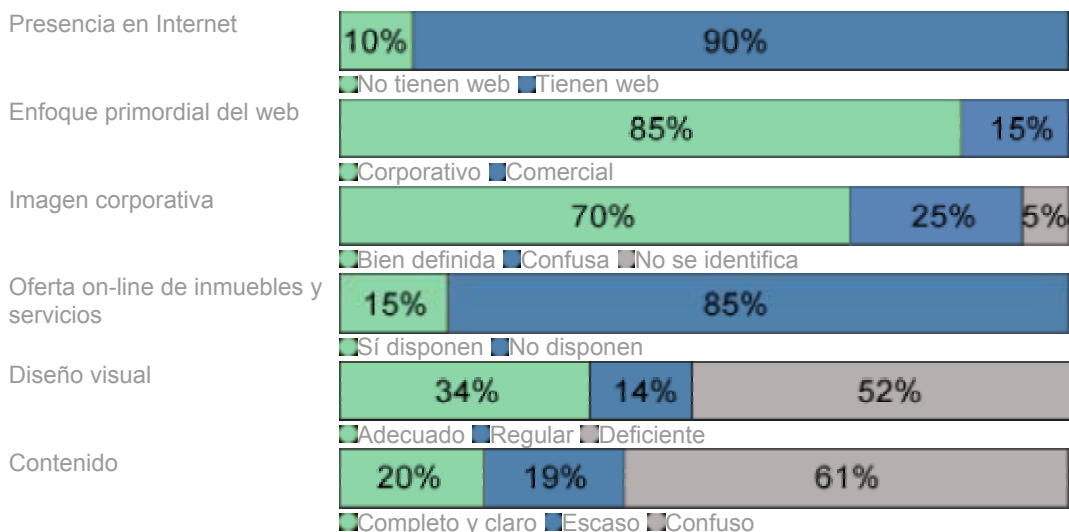
La imagen ofrecida por la empresa inmobiliaria a través del web es un elemento determinante a la hora distinguirse de su competencia. Es necesario sobresalir y crear en el mercado web una imagen de liderazgo y eficacia.

ESTUDIO DEL SECTOR INMOBILIARIO EN INTERNET (RESULTADOS)

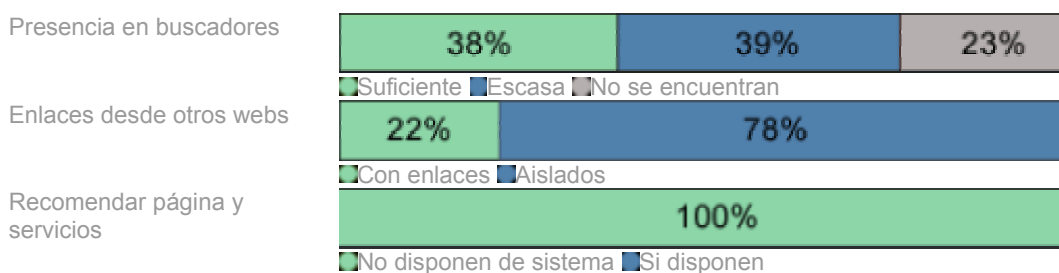
Este estudio tiene como base a las 53 mayores empresas del sector inmobiliario establecidas en España. Entre estas empresas hay promotoras, constructoras y agencias inmobiliarias, tanto nacionales como redes de franquicia multinacionales.

A continuación se detallan los resultados en cada uno de los aspectos evaluados.

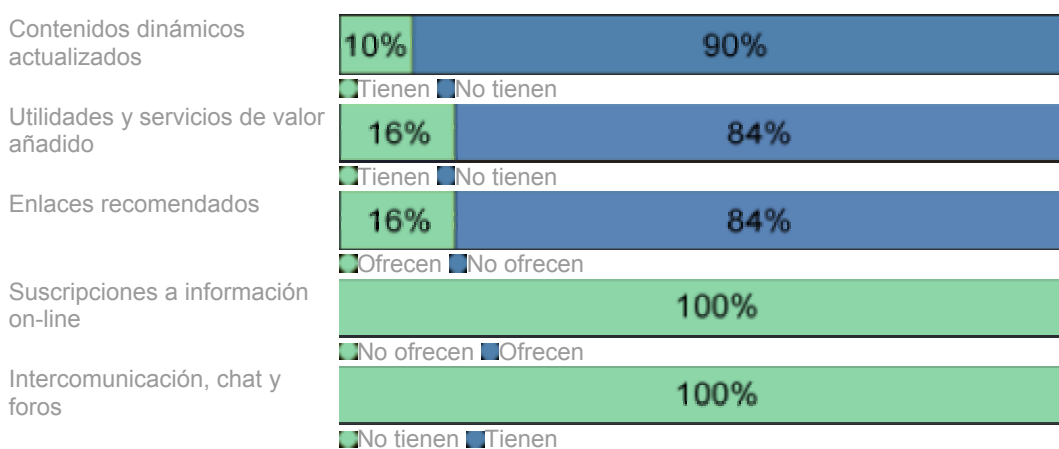
Estructura, presentación y contenidos



Captación de visitantes



Fidelización



CONCLUSIONES

1. Destacamos en primer lugar que todavía el 10% de las mayores empresas inmobiliarias de España no disponen de presencia en Internet.

2. La mayoría de las paginas estudiadas son meramente corporativas (85%), realizadas hace algún tiempo y sin actualizaciones periódicas
3. La información que presentan en la mayoría de los casos es confusa y escasa (80%)
4. Los diseños y la maquetación de los contenidos puede ser mejorada notablemente en la mayoría de los webs estudiados. Se echa de menos una estructura clara y fácilmente navegable.
5. Una mayoría (77%) dispone de buscador de inmuebles, pero sorprendentemente un 81% de estos son inoperantes.
6. La inmensa mayoría de los webs analizados no disponen de ningún servicio de valor añadido ni de sistemas para fidelizar a los visitantes.