



GUÍA PARA INMOBILIARIAS

Cómo captar **propietarios** sin depender de los *portales*

Los 5 pilares que aplicamos en nuestra agencia para que el propietario te encuentre antes de poner el cartel.

Tomás Gutiérrez

4 años en marketing digital · 2 con mi propia
agencia
tomasgtc.es



No faltan pisos. Falta estrategia.

Después de trabajar con inmobiliarias, veo el mismo patrón una y otra vez. Agencias con buenos comerciales, que conocen su zona como nadie, captando exactamente igual que la de enfrente:

- **Pagar portales** y pelear por el mismo piso que otras cinco agencias.
- **Esperar a que suene el teléfono** en lugar de generar las llamadas.
- **Una web que es la plantilla del CRM**, idéntica a la de cientos de agencias.
- **Redes con fotos de pisos** que no generan confianza ni conversación.
- **Contactos que se enfrían** porque nadie los llama a tiempo.

Cuando el propietario llega al portal, ya es tarde: está hablando con todos. La captación buena ocurre antes, cuando todavía se está preguntando cuánto vale su casa.

Esta guía resume cómo lo estamos haciendo desde nuestra agencia. No es teoría: son los cinco pilares que montamos para nuestros clientes inmobiliarios.

Un sistema, no acciones sueltas

01 Un embudo que trae propietarios
Tasador con IA + publicidad + llamada del comercial

02 Vídeo para ganar autoridad
Ser la cara conocida de tu zona

03 Una web que no sea la del CRM
Diferenciarte desde el primer clic

04 Una marca que se recuerde
Branding, logo e imagen coherente

05 Que ningún contacto se enfríe
Velocidad, seguimiento y reseñas

Cada pilar suma, pero el que más cambia los resultados es el primero. Por eso empezamos por ahí.



Un embudo que trae propietarios **interesados**

La pregunta que se hace todo propietario antes de vender es siempre la misma: **«¿cuánto vale mi casa?»**. Quien responde a esa pregunta primero, se queda con la conversación.

Anuncios en Facebook, Instagram y Google

Dirigidos a propietarios de tu zona

Tasador online con IA y con tu marca

Valoran su vivienda en 2 minutos

Contacto con nombre, teléfono y dirección

Entra directo a tu equipo

Llamada del comercial

A alguien que ya quiere saber el precio

Captación

Antes de que llame a otra agencia

El comercial no llama en frío

Llama a alguien que acaba de pedir la valoración de su vivienda, y que muchas veces quiere venderla.

Con tu marca, no la de un portal

El propietario ve tu logo, tu web y tu nombre. La relación empieza contigo.

Ya funciona en una inmobiliaria de *Cantabria*

Lo hemos montado para una inmobiliaria con su propia marca. Las piezas que lo hacen funcionar:

- **Tasación con inteligencia artificial** a partir de datos reales del mercado de la zona.
- **Campañas segmentadas** por código postal y perfil de propietario.
- **Aviso inmediato al equipo** cada vez que alguien tasa su vivienda.
- **Un guion de llamada** pensado para pasar de la valoración a la visita.

Para no haceros competencia entre vosotros, en cada provincia solo lo monto a una inmobiliaria.

Puedes probar el tasador en tomasgtc.es/tasador-inmobiliarias



Vídeo para ganar autoridad en tu zona

La gente no confía su casa a una agencia: se la confía a una persona. El vídeo corto es la forma más rápida de que, cuando un vecino piense en vender, piense en ti.

Las fotos de pisos informan. Los vídeos con cara generan confianza. Tres ideas que funcionan:

«¿Cuánto vale un piso en [tu barrio]?»

Precios reales de tu zona explicados en 40 segundos. Atrae justo a los propietarios que te interesan.

«El error que te hace perder dinero al vender»

Consejos prácticos que demuestran experiencia sin vender nada.

«Vendido en X días: así lo hicimos»

Casos reales que convierten la confianza en llamadas.

La clave no es grabar mucho, es grabar con método: un buen gancho en los 3 primeros segundos, subtítulos y constancia semanal.

Web y marca: que no parezcas una más

03 • Una web que no sea la del CRM

Casi todas las inmobiliarias usan la web que viene con su CRM. Funciona para listar pisos, pero es igual que la de cientos de agencias y no capta propietarios.

- Diseño propio, rápido y pensado para el móvil.
- El tasador en portada: la web trabaja para captar, no solo para enseñar pisos.
- Casos de venta, reseñas y equipo con cara y nombre.
- Bien posicionada en Google para «inmobiliaria en [tu ciudad]».

04 • Una marca que se recuerde

Logo, colores y tono coherentes en la web, las redes, los carteles de «Se vende» y la ficha de Google. Una marca cuidada transmite que también cuidarás la venta de su casa.

Un rediseño de logo e identidad suele ser la inversión más barata para pasar de «una inmobiliaria más» a «la inmobiliaria de referencia del barrio».

Que ningún contacto se enfríe

Conseguir el contacto es la mitad del trabajo. La otra mitad es no perderlo.

Responder en minutos, no en días

El propietario que acaba de tasar su casa está pensando en ello ahora. Mañana puede estar hablando con otra agencia.

Seguimiento al que «todavía no vende»

Mensajes automáticos por WhatsApp o email cada pocas semanas. El que hoy solo curioso sea puede vender dentro de seis meses, y debe acordarse de ti.

Reseñas en Google después de cada operación

Es lo primero que mira un propietario antes de llamarte. Pedirlas tiene que ser un proceso, no un favor.

Cuando juntas los cinco pilares, la captación deja de depender de la suerte y del portal: se convierte en un sistema que funciona cada mes.



¿Lo montamos en tu *inmobiliaria*?

Esto es exactamente lo que hacemos en mi agencia: tasador con tu marca, campañas, vídeo, web y seguimiento. Lo gestiono yo directamente, con IA para lo más mecánico.

Solo trabajo con una inmobiliaria por provincia, para no haceros competencia entre vosotros.

Ver el tasador → tomasgtc.es/tasador-inmobiliarias

Escríbeme por LinkedIn o Instagram (@tomasgtc) y lo vemos en una videollamada de 15 minutos.