

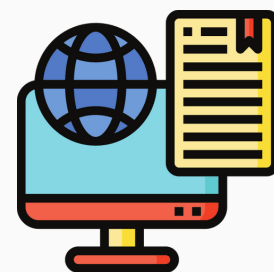


Así afronta el sector edificador la coyuntura por el Covid-19

Ventas

El 30 de marzo sesionó el **Comité de Ventas** de Camacol B&C, en el cual se evaluaron los desafíos y oportunidades para el sector constructor en diferentes escenarios, con el objetivo de dar respuesta a la actual coyuntura del COVID-19. Este espacio contó con 50 participantes de empresas líderes de la región, quienes aportaron estrategias clave para fortalecer la dinámica del mercado inmobiliario, entre las cuales se encuentran:

INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD: EL RETO DIGITAL



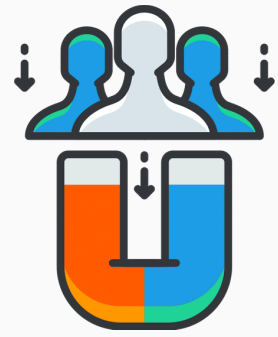
- Evaluar y adaptar los planes de inversión y gastos de las compañías como mecanismo para mejorar la eficiencia y eficacia de la innovación digital.
- Evaluar la creación de alianzas con compañías que aporten nuevas herramientas digitales para consolidar el mercado actual y explorar nuevos mercados.
- Transformar salas de ventas y equipos comerciales a estrategias digitales.

- Hacer uso de herramientas digitales en los canales de venta, acompañado de capacitación del equipo comercial para, medir, retener, fidelizar y generar nueva demanda de productos inmobiliarios, resaltando el valor agregado de los proyectos ofrecidos por la compañía, por ejemplo:

- ▶ Contar con experiencias a partir de dispositivos móviles con el fin de generar recordación y experiencias memorables con el proyecto.
- ▶ Llevar la experiencia con soluciones como Sala de Ventas Virtual, donde aprovechando los aptos modelo físicos, puede realizar un recorrido por el inmueble.
- ▶ Repasar con el equipo comercial qué tan buen uso les está dando a las plataformas CRM para seguimientos de LEADS. Es el momento de hacerle seguimiento a cada uno de ellos por medio de las llamadas telefónicas, mensajes de texto o correos masivos para darles seguimiento y resolver inquietudes.
- ▶ Si tiene campañas masivas por Google, redes sociales o cualquier plataforma digital, es fundamental hacerles seguimiento diario. Revise tendencias, demografía, intereses y ejecute un plan estratégico para conocer qué es lo más visitado y óptimo para los cierres.

Fuente: ¿Cómo afecta el coronavirus las ventas inmobiliarias? <https://bit.ly/2JxOv04>





ACOMPañAMIENTO A CLIENTES Y PREVENCIÓN DE DESISTIMIENTOS

- Fidelización de clientes mediante la implementación de acciones frente a los pagos de cuota inicial y otras obligaciones. Evaluar medidas como periodos de gracia, refinanciación de la deuda, plan de descuentos, entre otros.
- El escenario actual permite que las empresas identifiquen las necesidades básicas de los diferentes segmentos de clientes, se adapten a los nuevos hábitos de vida y generen una propuesta para necesidades futuras, siendo esta una oportunidad de retención y apertura de nuevos mercados.
- Fortalecer la asesoría uno a uno con los clientes para apoyar los procesos individuales, ofreciendo información que les permita un rápido acceso a los subsidios y ayudas disponibles por la coyuntura y permita aumentar la solidez en la relación, minimizando el riesgo de futuros desistimientos.
- Se requiere un perfilamiento mucho más detallado de los clientes con el fin de realizar ventas estables y evitar futuros desistimientos.

ELEMENTOS CLAVE

- Es una oportunidad para actualizar el esquema actual de venta (imágenes estáticas, planos impresos en papel, maquetas físicas) implementando plataformas digitales.
- Se debe visibilizar el costo de oportunidad de la adquisición de vivienda frente a otras opciones de inversión ofrecidas por el mercado con proyección a corto, mediano y largo plazo, fortaleciendo los mensajes sectoriales en torno a los beneficios de la inversión en proyectos inmobiliarios.
- Es necesario abordar la negociación con entidades financieras y buscar acceso a sus beneficios para proteger los proyectos en venta, en etapa de construcción, alquiler, etcétera.
- Es fundamental la planeación de escenarios de riesgo (por ejemplo, el de una prolongación de la cuarentena) para la planeación de la operación y el plan de ventas a ejecutar.

