

Un alicantino diseña un algoritmo único para vender viviendas a extranjeros

En el primer trimestre del año, se vendieron 4.391 viviendas a extranjeros en la provincia de Alicante. Son un motor económico en sí y representan un importante trozo de tarta del mercado inmobiliario. Localizarlos y contactar con ellos es un sueño dorado que ahora sirve este emprendedor en bandeja de plata a las promotoras inmobiliarias y a los agentes internacionales. Su valor: son leads en tiempo real verificados

9/07/2017 -

ALICANTE. En tiempo real, interesado y extranjero. Esas son las tres pautas que ha tenido en cuenta **Jorge Hernández** para crear un algoritmo único con el que está ayudando a las inmobiliarias y promotoras a vender viviendas en la provincia de Alicante. Este ingeniero de telecomunicaciones ha probado ya con éxito su fórmula y empresas como el grupo Marjal las utilizan para captar clientes extranjeros.

No se trata de magia, ni mucho menos. El proyecto tiene su matriz en la agencia de marketing digital **Skyward SEO S.L** y a partir de ahí Jorge Hernández generó un negocio de venta de leads internacionales hoy visible en la web **marketingdigitalinmobiliario.com**. En su plataforma de desarrollo propio, **propertiesforsalespain.net**, la compañía capta clientes potenciales a nivel internacional para la compra de vivienda. Esa información generada por quienes buscan casa en España se traduce en un lead en tiempo real que se vende a agentes e inmobiliarias.

*“De momento, hemos probado con buenos resultados sólo en la **Costa Blanca**. Nuestro objetivo es dar el salto en 2018 a la **Costa del Sol**”,* anticipa este emprendedor digital que ha acumulado experiencia en multinacionales. Tras los testeos y pruebas, hace seis meses comenzaron a listar casas. *“Disponemos de unos 8.000 registros, contamos ya con tres clientes fuertes y vendemos desde apartamentos de 120.000 euros hasta casas de 1,5 millones de euros”,* explica el CEO de la agencia.

Datos bien mascados y comprobados

El valor que ha implementado **Jorge Hernández** a su método de trabajo son las comprobaciones. *“Que sepamos somos los únicos en España que, mediante bots y herramientas de automatización, comprobamos datos*

fundamentales de los posibles compradores en tiempo real. Tanto el teléfono como el mail son verificados y existen de verdad”, argumenta este emprendedor que empezó su carrera profesional como ingeniero de sonido online.

El 41% de las viviendas vendidas en los tres primeros meses de 2017 en la provincia de Alicante fueron a parar a manos de extranjeros. Una de cada cinco casas que se vende en España a un extranjero se localiza en Alicante.

La fiabilidad de los datos captados es una perita en dulce para las inmobiliarias. En primer lugar, porque ahorra importantes cantidades en marketing internacional y estrategias en distintos países europeos y la segunda, es porque los contactos facilitados son verificados y entregados en tiempo real.

“El momento clave está desde que se captura el lead hasta las dos horas siguientes”, aclara el promotor del proyecto. *“Nosotros, por nuestra cuenta, también desarrollamos técnicas de cultivo de esos leads, conocidas como Lead nurturing”,* donde se automatizan también las contestaciones y envíos de mails para segmentar y conocer más el interés del cliente.

En definitiva, todo un **“motor inteligente”** dirigido a segmentar y a convertir en venta el interés de un extranjero por adquirir una vivienda en la provincia. En el índice de interesados, están en primer lugar, los ingleses, pero Jorge Hernández destaca el denominado triángulo del norte, *“noruegos, belgas y holandeses aunque también hemos registrado interesados de **Alemania, Suecia, Suiza, Austria, Luxemburgo y Liechtenstein, los rusos han bajado mucho**”,* detalla.

Además de las inmobiliarias, los clientes de *marketingdigitalinmobiliario.com* son agentes que trabajan por libre, pues para ellos es impensable ponerse a realizar grandes estrategias internacionales más que por el presupuesto, por el tiempo. *“Los ratios de conversión a clientes interesados son de 2-4% si hablamos de visita incluida y del 25-30% si hablamos de contacto con los agentes”,* según datos de la empresa.

En su web, los datos son muy atractivos. Actualmente rastrean en 20 países y la captación de clientes potenciales en diferentes idiomas como inglés, flamenco, alemán, noruego, sueco, danés y ruso. Desde que se puso en marcha el proyecto, han generado 1.284 leads, han promocionado 87 viviendas y han realizado siete ventas por valor de 2,6 millones. La idea, que ha pasado por la escuela del **Coworking EOI Alicante**, ha supuesto un año de trabajo, miles de horas y unos 40.000 euros de inversión inicial.

La importancia del sector

Hablamos de un sector clave y estratégico en la provincia, especialmente en este periodo de recuperación. El último informe de coyuntura de **INECA** destacaba el valor que está teniendo la compra de viviendas por parte de los extranjeros y sus responsables apuntaron a esta variable como elementos sintomáticos de un buen inicio de año.

“Disponemos de unos 8.000 registros, contamos ya con tres clientes fuertes y vendemos desde apartamentos de 120.000 euros hasta casas de 1,5 millones de euros”, explica el CEO de la agencia.

El Instituto Económico alicantino se hizo eco de las estadísticas relativas al primer trimestre del Colegio de Registradores. En el primer trimestre del año en Alicante, se vendieron 8.416 viviendas -1.261 nuevas y 7.155 usadas-, lo que representaba el 6,15% y el 7,67% del total nacional, respectivamente. Aunque los datos de venta a nacionales expresaban fortaleza, los que realmente mejoraron las estadísticas del inicio de año fueron las relativas a no residentes. En este periodo, el 41,1% de las operaciones tuvieron como titulares a extranjeros, una cifra claramente por encima de la media nacional que se situó en el 13%.

El año pasado, el peso de la Costa Blanca era relevante. El 22,04% de las ventas que se hicieron en España a extranjeros tuvieron como sede algún registro notarial de la provincia, es decir, una de cada cinco casas.