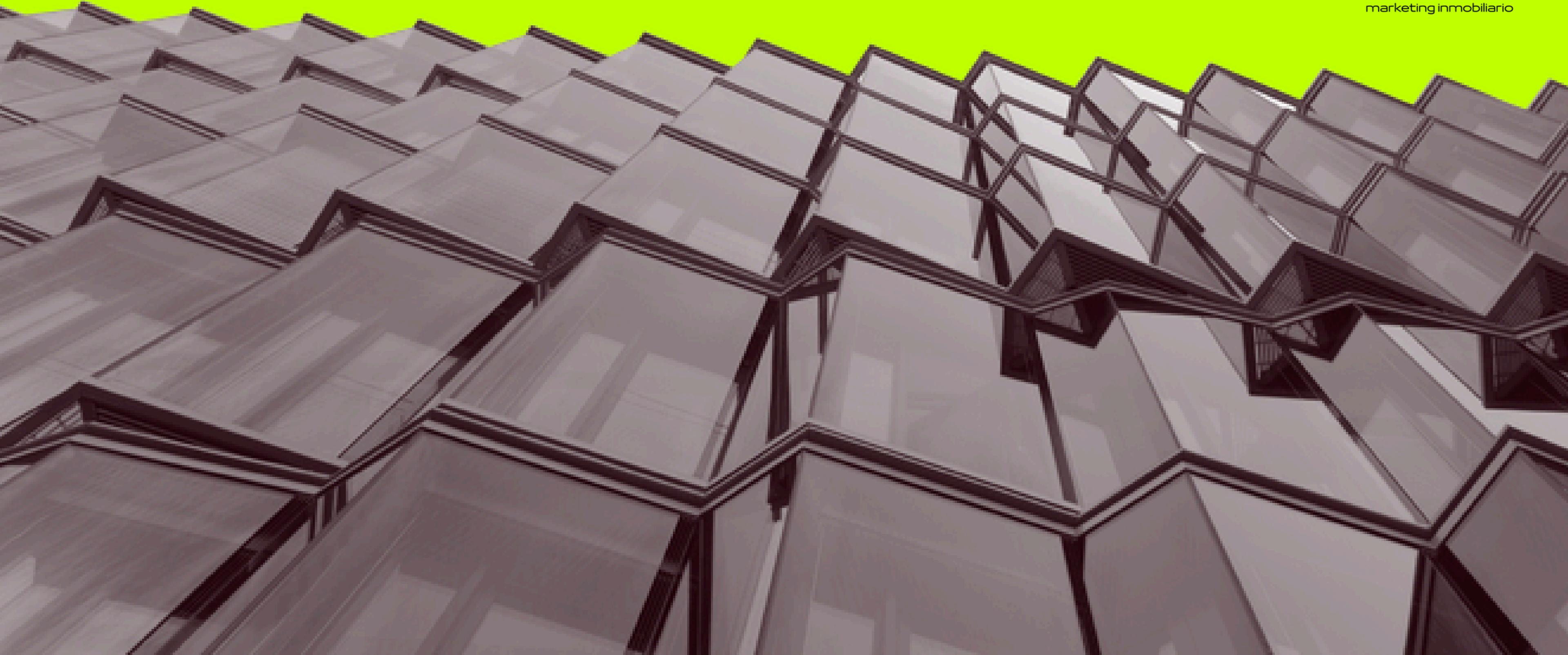


Dossier de colaboración comercial



La alianza que redefine la comercialización de obra nueva

1

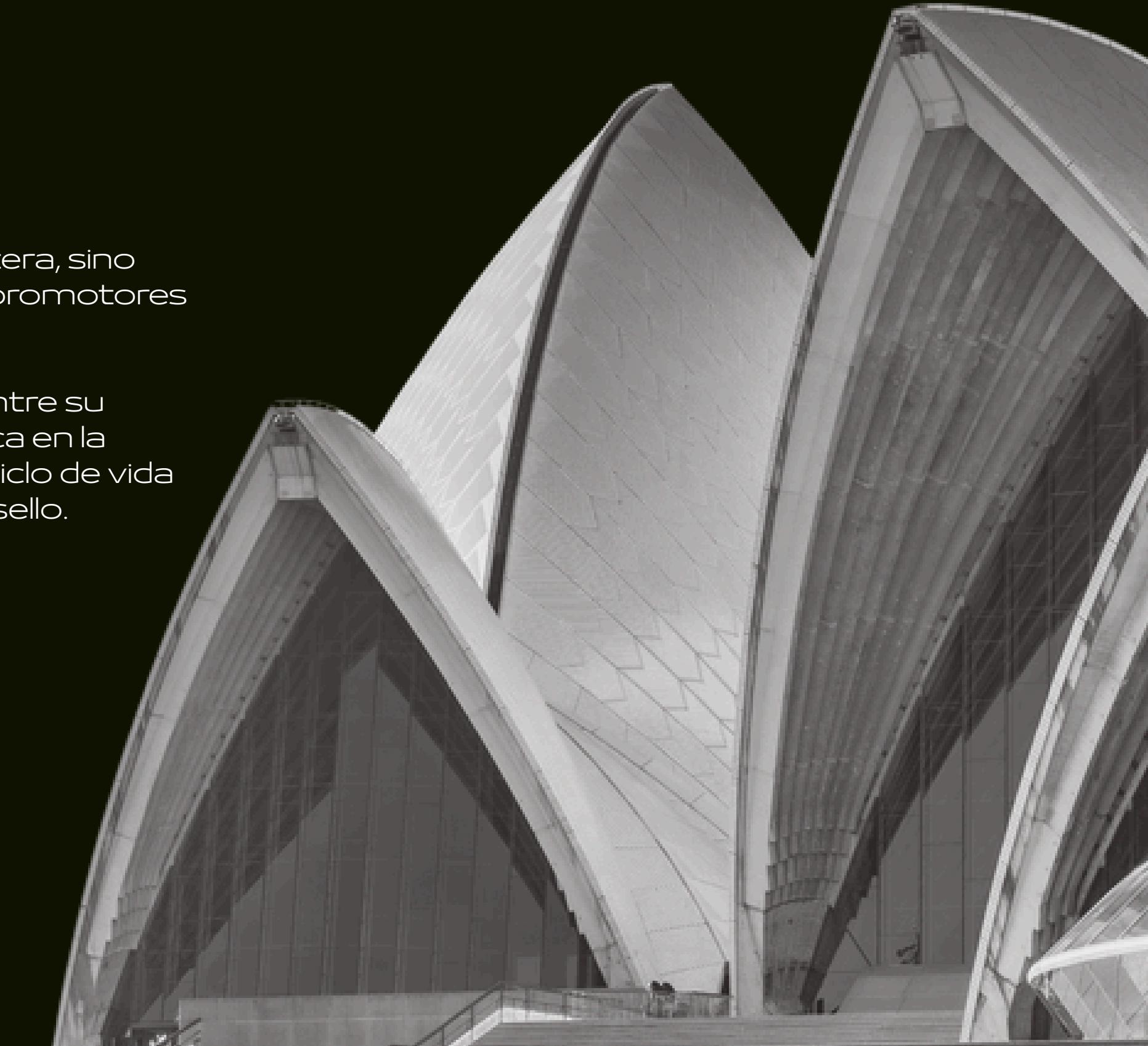
El Objetivo

En un mercado cada vez más competitivo, las agencias inmobiliarias necesitan diferenciarse no solo por su cartera, sino por su capacidad para ofrecer soluciones completas a promotores e inversores.

Esta propuesta presenta un modelo de colaboración entre su Agencia e In-Domo, diseñado para crear una oferta única en la localidad: una comercializadora capaz de cubrir todo el ciclo de vida de una promoción con una sola firma y bajo un mismo sello.



El objetivo es simple: captar más promociones, mejorar los ratios de venta y posicionarse como la agencia líder en obra nueva.





2

Por qué esta alianza es una ventaja competitiva real?



A

Una oferta integral que ninguna agencia de la zona ofrece

A través del convenio, la agencia podrá comercializar servicios de alto valor –investigación, visualización, marketing y post-venta– como si fueran propios.

Esto permite presentar a promotores e inversores una solución completa:

Desde la definición del producto hasta la entrega de llaves.



Mientras el resto de agencias compite por comisiones, esta alianza compite por valor, metodología y resultados.

B

Mayor capacidad de captar promociones de obra nueva

Con esta unión, la agencia no solo vende viviendas:

Vende estrategia, datos, estética y un sistema comercial optimizado.

Esto aumenta la confianza del promotor y facilita que escoja a la agencia como partner exclusivo.

C

Sinergia perfecta entre ambas partes

- La agencia aporta experiencia comercial, capilaridad local y conocimiento del comprador.
- In-Domo aporta marketing inmobiliario especializado, visualización de alto nivel y procesos de venta profesionalizados.



El resultado es una propuesta de valor combinada, coherente y altamente competitiva.

3

Qué servicios podrá ofrecer la agencia como si fuesen propios?

A

Investigación de Mercado y Definición del Producto

- Estudios de mercado con big data
- Análisis de demanda y competencia
- Definición de tipologías y precios
- Identificación de oportunidades de inversión



La agencia se convierte en consultora estratégica, no solo en intermediaria.

B Visualización Arquitectónica y Contenido Comercial

- Renders exteriores e interiores de alto realismo
- Videos fotorrealistas (interior y exterior)
- Tour virtual 360°
- Modelado 2D y 3D
- Mejora estética de renders existentes
- Conversión de bocetos en renders
- Variaciones de estilo, iluminación y materiales



El promotor recibe materiales comerciales que elevan el valor percibido de la promoción.

C Branding, Identidad y Marketing Digital

- Naming y logo de la promoción
- Memoria de calidades y dossier comercial
- Piezas publicitarias
- Página web
- Campañas SEO/SEM
- Anuncios en redes sociales
- Posicionamiento en portales
- Video promocional



La agencia presenta una promoción coherente, moderna y lista para competir.



B

Comercialización Profesional y Experiencia del Cliente

- Selección y formación del equipo de ventas
- Protocolos de visitas y seguimiento
- Control del ciclo comercial
- Interiorismo del punto de venta
- Proyecto de piso piloto
- Gestión post-venta
- Control Visitas pre-entrega
- Sistemas de medición de satisfacción



La comercialización deja de depender
de improvisaciones.

4

Beneficios Directos para la Agencia

1. Captación más fácil de promociones de obra nueva

Una agencia que integra análisis, visualización y marketing es más atractiva para cualquier promotor.

2. Posicionamiento de liderazgo en la zona

Se proyecta la imagen de una empresa moderna, completa y altamente profesional.

3. Incremento del valor percibido por parte del cliente promotor

El promotor entiende que no está contratando una agencia, sino un sistema.

4. Mayor capacidad de negociación y exclusividad

Una oferta más potente justifica exclusividades más largas y condiciones más favorables.

5. Incremento de ingresos directos e indirectos

- Más captaciones
- Más ventas
- Más servicios asociados
- Mayor retención de promotores recurrentes



5

Beneficios Directos para los Promotores

1. Menor riesgo en la inversión.

Decisiones basadas en datos, no en intuición.

2. Producto mejor definido.

Promociones más atractivas y coherentes con la demanda real.

3. Marketing más fuerte y profesional

Mayor visibilidad, mayor tráfico cualificado y mayor velocidad de absorción.

4. Ventas más rápidas

Con materiales superiores, procesos claros y un equipo formado.

5. Mejor experiencia de cliente final

Lo que se traduce en recomendaciones y prestigio del promotor.

6

Modelo de colaboración propuesto

A

Integración completa bajo una única marca (la agencia)

- La agencia presenta todos los servicios como propios.
- In-Domo opera en segundo plano como partner técnico.
- El promotor recibe una experiencia unificada y sencilla.

B

Modelo económico flexible

- Tarifas de servicios adaptadas a cada promoción.
- Honorarios compartidos o integrados según convenga.
- Posibilidad de paquetes cerrados para facilitar la venta.



A Proceso de trabajo conjunto



1
Reunión inicial con promotor – asistencia conjunta o delegada.

2
Definición del alcance – propuesta completa.

3
Ejecución de servicios – In-Domo y la agencia coordinan tareas.

4
Entrega y comercialización – materiales + estrategia + ventas.

5
Informe final y post-venta – para reforzar reputación y fidelización.

7

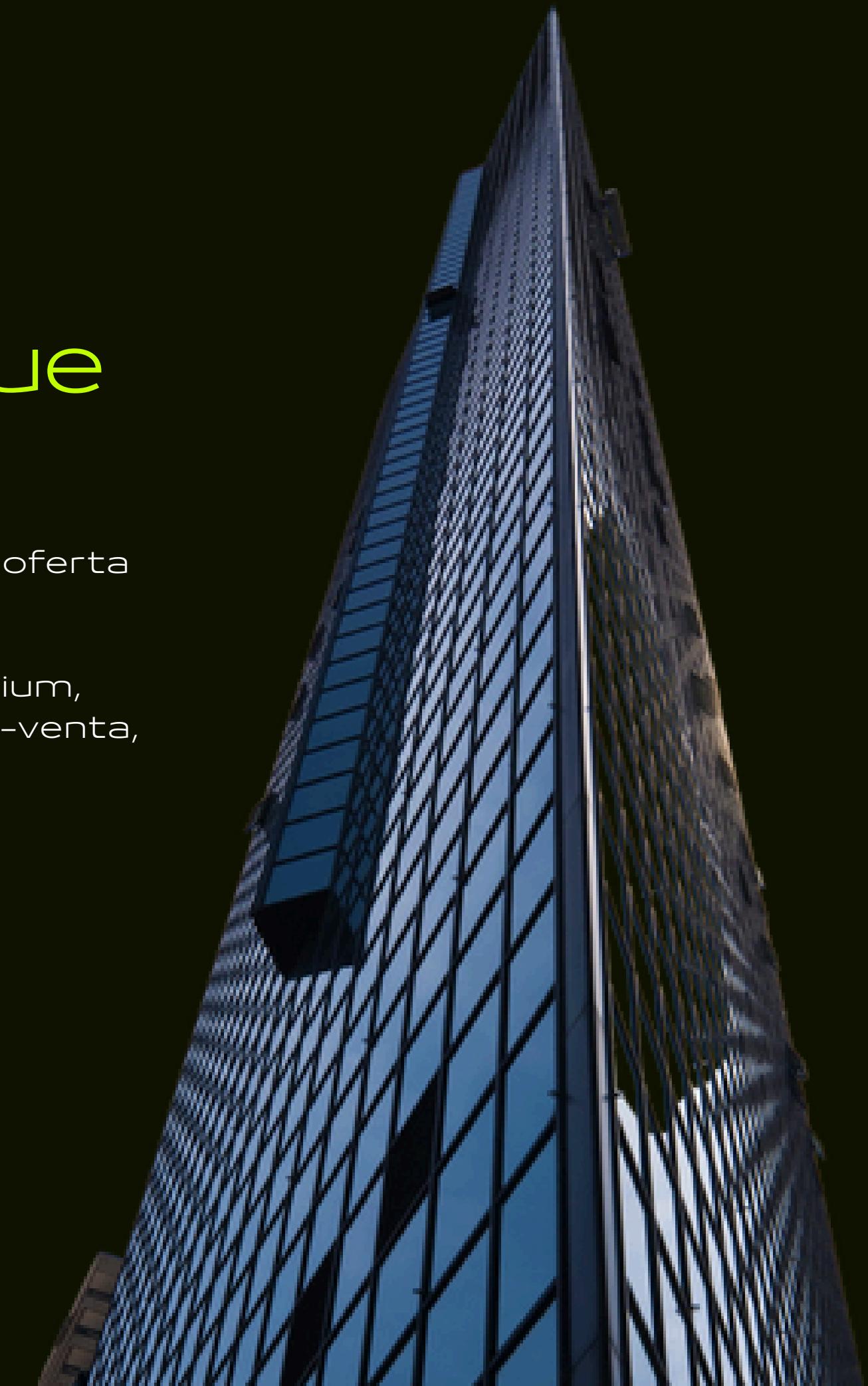
Conclusión: una alianza que multiplica resultados

La combinación de [Nombre de la Agencia] e In-Domo crea una oferta que el mercado local no puede igualar:

Una agencia capaz de ofrecer investigación, visualización premium, branding, marketing digital, comercialización profesional y post-venta, todo bajo un único interlocutor.

Es la forma más eficaz de:

- diferenciarse,
- captar más promociones,
- aumentar ventas,
- y consolidar un liderazgo real en obra nueva.





contacto

- San Torcuato 5, 2ºA. 49004 Zamora
- +34 636 646 455
- hola@in-domo.es
- www.in-domo.es