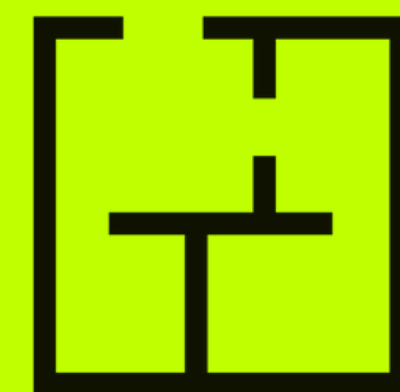


Propuesta de Gestión de Marketing Integral

Ejemplo



in-domo
marketing inmobiliario



Propuesta Gestión de Marketing Integral

1. EL DESAFÍO: EL CONFLICTO DE INTERESES EN LA COMERCIALIZACIÓN TRADICIONAL

Cuando un promotor entrega la comercialización de su obra nueva a una agencia inmobiliaria tradicional bajo un mandato estándar (comisión del 3% al 5%), suele renunciar a tres activos críticos:

1. **La Marca:** La promoción se vende bajo el paraguas de la agencia, no con una identidad propia que revalorice el edificio.
2. **Los Datos:** Los leads (contactos de clientes) entran en la base de datos de la agencia. Si el contrato finaliza, el promotor se queda sin nada.
3. **La Calidad:** La agencia, para proteger su margen, tiende a invertir lo mínimo en renders, web y publicidad. El resultado es una imagen genérica que no justifica el precio del metro cuadrado.

2. NUESTRA SOLUCIÓN: MODELO DE "MARKETING DE AUTOR" Y NEGOCIACIÓN INTELIGENTE

In-Domo Marketing Inmobiliario propone separar la Generación de Valor (Marketing) de la Ejecución de la Venta (Comercialización).

Al contratarnos como tu Dirección de Marketing Externalizada, tú tomas el control. Nosotros creamos una "máquina de vender" (Marca + Web + Renders + Leads) que es de tu propiedad. Con este activo en la mano, tu posición para negociar con las agencias comercializadoras cambia radicalmente:

"Estimada Agencia, no necesito que inviertas en marketing, ni que hagas renders, ni que montes la web. Todo eso ya lo tengo y es de primer nivel. Tú solo tienes que atender las visitas y cerrar los contratos. Por tanto, tu comisión se ajustará a esta labor puramente comercial."



Propuesta Gestión de Marketing Integral



3. ESTRUCTURA ECONÓMICA Y RENTABILIDAD

Este modelo no es un gasto, es una reingeniería de costes que mejora la calidad final y ahorra dinero.

- **Tu Inversión en In-Domo:**
 - Honorarios de Gestión (Success Fee): 0.5% sobre el volumen de ventas. Alineamos nuestro éxito al tuyo.
 - Costes de Producción (Open Book): Abonarás directamente los costes reales de proveedores (inversión en Google Ads, imprenta, amueblamiento), sin sobrecostes ni márgenes ocultos. Tú decides el presupuesto; nosotros lo optimizamos.
- **El Ahorro Global:**

Al aportar tú el marketing, puedes reducir la comisión de la agencia comercializadora del estándar 3%-5% a un 2%-2.5%.

 - Coste Tradicional: 3.5% (Agencia) = 3.5% Total.
 - Coste Modelo In-Domo: 2.5% (Agencia) + 0.25% (In-Domo) + ~0.25% (Gastos Marketing) = ~3% Total.
 - Resultado: Ahorras un 0.5% directo y obtienes un marketing de lujo en lugar de uno estándar.

4. DESGLOSE DETALLADO DE SERVICIOS (FASE PRE-COMERCIALIZACIÓN)

Desplegamos todo nuestro arsenal para que, antes de la primera visita, el producto sea irresistible.

A. Investigación y Big Data: Definición del Producto

Antes de diseñar, analizamos. Evitamos que construyas lo que no se vende.

- **Estudios de Oferta y Demanda:** Análisis de absorción del mercado local².
- **Estudio de Arquitectura de Precios:** Fijación científica del precio medio y repercusión por planta/tipología³.
- **Definición de Buyer Persona:** ¿Quién es tu cliente? ¿Familia, inversor, single? Adaptamos el mensaje a él⁴.



Propuesta Gestión de Marketing Integral

B. Identidad Corporativa y Branding: El Alma del Proyecto

Tu edificio debe tener nombre y apellido.

- **Naming y Logo:** Creación de una marca exclusiva para la promoción.
- **Manual de Identidad Visual y Verbal:** Definimos los colores, tipografías y el "tono de voz" para seducir al comprador.
- **Copywriting Persuasivo:** Redacción de textos comerciales que venden beneficios y estilos de vida, no solo ladrillos.

C. Visualización Arquitectónica 3D: Hacer Tangible lo Intangible

No usamos renders estándar. Creamos imágenes emocionales.

- **Renders Hiperrealistas:** Exteriores e interiores con estilismo digital cuidado.
- **Tour Virtual 360°:** Una herramienta clave para filtrar clientes y realizar visitas a distancia.
- **Planos Comerciales 2D/3D:** Planos de venta limpios, amueblados y atractivos para el cliente final¹.
- **Vídeo Promocional:** Piezas audiovisuales impactantes para redes sociales.

D. Estrategia Digital y Captación de Leads

Creamos un ecosistema digital propio para el promotor.

- **Web de la Promoción (Landing Page):** Una página de aterrizaje diseñada para convertir visitas en leads¹³.
- **Campaña SEO/SEM:** Posicionamiento en Google para captar la demanda activa en la zona¹⁴.
- **Publicidad en Redes Sociales (Social Ads):** Segmentación precisa en Facebook e Instagram para buscar al comprador pasivo.
- **Automatización (Lead Nurturing):** Si un cliente pide info, recibe automáticamente una secuencia de emails cuidada.



Propuesta Gestión de Marketing Integral

E. Diseño de Espacios de Venta (Interiorismo)

Preparamos el escenario donde ocurre la venta.

- Proyecto de Piso Piloto: Propuesta de amueblamiento y decoración para maximizar la sensación de espacio y hogar
- Diseño de Oficina de Ventas: Planificación de la experiencia del cliente en la caseta o local comercial.
- Marketing Sensorial: Definición de aromas, iluminación y música para la visita.

5. COMPARATIVA FINAL: ¿POR QUÉ IN-DOMO?

Característica	Agencia Inmobiliaria Tradicional	Modelo In-Domo (Promotor al Mando)
Propiedad de la Marca	La agencia usa SU marca para vender TU piso.	Creamos una Marca Propia para tu edificio que gana valor.
Propiedad de los Datos	La agencia se queda los leads para su futuro.	Tú eres dueño de la base de datos de clientes interesados.
Calidad Visual	Renders básicos o subcontratados baratos.	Producción "In-House" de alta gama (Cine/3D).
Estrategia Digital	Publicación masiva en portales (Idealista/Fotocasa).	Mix de Marketing: Google, RRSS, Portales y Remarketing.
Poder de Negociación	Bajo. Dependes de ellos para todo.	Alto. Puedes cambiar de comercializadora sin perder el trabajo hecho.
Coste Total	Alto (3% - 4% Comisión).	Optimizado (~2.5% Total).

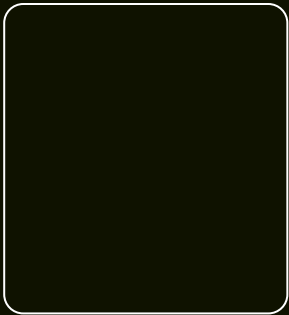
6.CONCLUSIÓN

Con In-Domo, transformas el marketing de un "coste oculto" dentro de una comisión abusiva, en una inversión estratégica controlada. Tú pones las reglas. Tú controlas la imagen. Tú tienes los datos. Y nosotros nos aseguramos de que todo ello sea excepcional por un honorario de éxito que como máximo será el 0.5% de las ventas.



Presupuesto Gestión Comercial y Marketing

Comparativa de tipos de comercialización

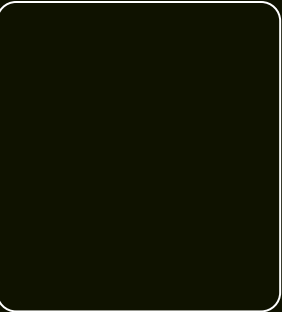


SERVICIOS DE MARKETING		
DESCRIPCION	AGENCIA	AGENCIA + IN-DOMO
SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN	- €	1.000,00€
SERVICIOS DE MODELADO ARQUITECTONICO	- €	2.740,00€
SERVICIOS DE DISEÑO GRAFICO	- €	2.500,00€
SERVICIOS DE INTERIORISMO	- €	2.460,00€
SERVICIOS DE PUBLICIDAD	- €	1.980,00€
SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN	- €	3.060,00€
SERVICIOS DE POST-VENTA Y FIDELIZACIÓN	- €	2.320,00€
TOTAL	- €	16.060,00€

PREVISION INVERSION PUBLICITARIA Y DE INTERIORISMO		
DESCRIPCION	AGENCIA	AGENCIA + IN-DOMO
CAMPAÑA PUBLICITARIA ONLINE	- €	6.000,00€
CAMPAÑA PUBLICITARIA OFFLINE	- €	2.000,00€
PRODUCCIÓN DE MATERIAL DE VENTA - IMPRENTA	- €	1.000,00€
LONAS/CARTELES PUBLICITARIAS EN FACHADA	- €	2.000,00€
AMUEBLAMIENTO, DECORACION Y MONTAJE PISO PILOTO	- €	7.000,00€
TOTAL	0,00€	18.000,00€

TOTAL SERVICIOS MARKETING	- €	34.060,00€
---------------------------	-----	------------

LOS IMPORTES NO INCLUYEN EL IVA CORRESPONDIENTE



Comparativa de tipos de comercialización

SERVICIOS DE COMERCIALIZACION		
DESCRIPCION	AGENCIA	IN-DOMO
Nº DE VIVIENDAS	30	
PRECIO MEDIO DE VENTA X VIVIENDA	225.000,00€	
COSTE TOTAL X SERVICIOS DE COMERCIALIZACION	236.250,00€	168.750,00€
COSTE X VIVIENDA DEL SERVICIO DE COMERCIALIZACIÓN	7.875,00€	5.625,00€
PORCENTAJE COSTE X VIVIENDA	3,50%	2,50%

SERVICIOS DE COMERCIALIZACION		
DESCRIPCION	AGENCIA	IN-DOMO
TOTAL COSTE DEL SERVICIO DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING	236.250,00€	202.810,00€
COSTE X VIVIENDA DEL SERVICIO DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING	7.875,00€	6.760,33€
PORCENTAJE COSTE X VIVIENDA	3,50%	3,00%



DAVID GONZÁLEZ LARRUSKAIN



San Torcuato 5, 2ºA. 49004 Zamora



+34 636 646 455



hola@in-domo.es



www.in-domo.es