

*Jesús Rico Vargas: Muy buenas tardes, bienvenidos a todos.*

*Sé que estamos aquí, pues, muy emocionados porque se acerca el Congreso, el Primer Congreso online sobre Embudos de Ventas Inmobiliarios -nivel latam- y creo que va a estar genial, evidentemente, para toda la comunidad hispana de Europa, de África y de Estados Unidos. Pero, ya que nos estamos preparando, aquí estamos en esta video llamada, en esa vídeo entrevista, con Fernando Parra.*

*Fernando Parra es el representante por parte Wasi, uno nuestros patrocinadores, evidentemente una herramienta, es un software CRM inmobiliario súper potente, y creo que, pues, hay mucho que hablar, mucho que decir.*

*Evidentemente, crear una empresa de por sí no es no es fácil, pero crear una solución que aporte valor, que lleve x tiempo en el mercado y dé soluciones efectivas, creo que tiene... genera una experiencia, un conocimiento, un goodwill que deberíamos escuchar. Entonces, por eso Fernando, muy buenas tardes, bienvenido.*

Fernando Parra: Hola Jesús, muchas gracias por la invitación, y pues, nada, muy contento de poder estar aquí, compartir, y sobre todo escucharlos, también a ustedes o a todos los internautas que me vayan a escuchar y ver, que nos puedan ver y luego dejar sus mensajes y nosotros poderles ayudar a resolver inquietudes relacionadas con todo este tema que estamos abarcando a través de este Congreso. Es que esto lo que va a hacer es profesionalizar, va a ayudar a que todas las empresas del gremio o los protagonistas de ese gremio, tan bello que es el inmobiliario, puedan llevarse algo muy importante a sus actividades diarias.

*Jesús: Así es. Sé que, de alguna manera, Wasi siempre ha buscado cómo facilitarle la vida a nivel tecnológico a las empresas inmobiliarias. Cómo Wasi planteó, de alguna manera y cómo ideó cada uno de esos puntos para que esa premisa se pueda cumplir, Fernando.*

Fernando: Básicamente, nosotros en el momento en que decidimos pensar en crear una plataforma para el sector fue -primero- por varias razones, vimos un problema, a través de varios desarrollos que le hicimos a compañías en diferentes lugares de latinoamérica -a la medida- vimos que tenían problemas en común, analizamos un poco cómo funciona en Estados Unidos, porque sabemos que allá es exitoso todo lo que aprenden a nivel del *real state*, cómo es una profesión supremamente valorada, cómo saben trabajar en equipo, cómo se deja de pensar en el individualismo para que, a través del trabajo colaborativo, crezcan sus negocios, y ellos lo que hacen es que formalizan, aprenden a trabajar, se apoyan en leyes, los cobija la estrategia y hacen que trabajen bien, pero esto nace de pensar en que todos puedan crecer, todos puede ganar, sin necesidad de -como decimos aquí- meterle zancadillas a una persona para que se caiga y yo pueda llevar un negocio solo. ¿No? Por eso un tema, donde -tanto propietarios como empresas del sector- empiezan a saber trabajar dentro de la industria inmobiliaria.

El mejor valor que le puede vender una inmobiliaria a un cliente es: Yo tengo una red de contactos que me ayudará a vender mi propiedad. Ese es el principal valor, ¿Usted qué tiene? ¿Qué me va a ofrecer? Ah sí, hay otras estrategias: Adwords, Ads, portales inmobiliarios -que deben ser un aliado estratégico- pero también la red de contactos, que te van a llevar a qué... a más ofertas...

*Jesús: ¿Piensas que de alguna manera esa red de contactos, y toda la gestión implica con propietarios y con clientes, tiene que ser gestionado de la mejor manera o por lo menos de una forma más eficiente? Sé que ustedes hablan, bastante dentro de lo que propone Wasi, es -además de ser un software inmobiliario- no somos un software más inmobiliario, sino que además también somos una herramienta de CRM muy potente, que pueda servir... ¿Cómo se vuelve importante o en qué medida se debería implementar un CRM para un agente inmobiliario independiente? Por ejemplo...*

Fernando: Tú lo has dicho, somos más que un software inmobiliario, pero también somos más que un CRM. Tenemos CRM, tenemos parte de toma de decisiones a

través de reportes que puede ofrecer el software, pero inicialmente, para terminar de empalmar con la pregunta anterior, en Wasi cuando tú ingresas, te registras y accedes a un CRM, donde lo más importante es el seguimiento que tú le puedes hacer a un cliente. Si a ti te llegan te llegan 30 leads y haces seguimiento, seguro que de esos 30 el 10% se van a convertir en clientes tuyos y vas a lograr un crecimiento del 30%, pero si haces seguimiento. Si no haces seguimiento no sirve de nada tener un CRM.

¿Quiénes deben tener un CRM? Cualquier empresa inmobiliaria, a partir del momento en que llega el primer cliente, ya debe tener un CRM y debe gestionar ese cliente por un CRM. Pero, vamos más allá, si yo a través de esta plataforma ofrezco la posibilidad de que puedas hacer seguimiento a tus clientes y que tus agentes tengan cuentas, también te conecto con otra red de agentes inmobiliarios de tu zona, de tu estado o tu provincia, de tu país, incluso de otros países.

*Jesús: Fernando, sé que posiblemente nos estén recibiendo, en este vídeo, agentes inmobiliarios, propietarios de inmobiliarias, constructores o desarrolladores que conocen del tema, pero, tal vez, también haya personas en este vídeo que digan: Oye, ¿Qué rayos es un CRM? ¿Qué es CRM para empezar?*

Fernando: CRM viene de las siglas Customer Relationship Management, esto quiere decir, la administración de la relación con los clientes, si lo llevamos al español.

Simplemente, qué nos debe brindar a nosotros un CRM, la posibilidad de poder tener toda la información y el comportamiento de mis clientes en relación a mi negocio. ¿Un CRM? Ah sí, es donde puedo tener la información de mis clientes. ¡No! es donde tú -realmente- vas a conocer a sus clientes y en qué estado de todo tu proceso comercial se encuentra, en qué lugar del perfil que ya tienes identificado se encuentra, eso es lo que me debe ofrecer un CRM. Si yo, sin un CRM, atiende regular a dos clientes, con un CRM yo voy a poder atender efectivamente tres

clientes, entonces me ayuda a mejorar mi productividad hasta en un 50%. Aquí no estoy hablando de Wasi, estoy hablando de cualquier herramienta CRM que tú utilices adecuadamente.

*Jesús: Como concepto, CRM como concepto...*

Fernando: Exactamente. ¿Qué es lo más importante aquí? Que esa herramienta, que te va a ayudar a ti con lo más importante, con lo que le da vida a tu negocio, que son tus clientes, sea un buen CRM, que sea fácil de usar para ti, que realmente comprendas cómo funciona y, lo más importante, es una cultura, es un hábito.

Ah, yo utilizo a mis clientes en un Excel... Es respetable, así vendes... Si adquieres el hábito de hacer en un CRM vas a vender más y vas a conocer mejor a tus clientes.

*Jesús: Super, sé que muchas veces las personas en este caso, y sobre todo en el gremio inmobiliario, se suele tomar decisiones estratégicas basadas en corazonadas, en "yo creo que por aquí va al mercado". Muchas veces funciona, probablemente en otras ocasiones no, pero sé que teniendo herramientas como Wasi y, por ejemplo, se pueden tomar decisiones de otra manera, un poco más... o más bien realmente estratégicas, ya no basadas en supuestos, sino más en números, en datos... Creo que, bueno, sería una manera mucho más inteligente de gestionar el negocio inmobiliario. Cómo eso se desarrolla en Wasi, en particular. Cómo puede Wasi aportarme esos datos para yo tomar decisiones más inteligentes, más estratégicas y poder saber exactamente qué hacer.*

Fernando: En este en este aspecto, es muy importante tener en cuenta que el estatus en el que el cliente se encuentra dentro de la negociación, si es un cliente en próximos a hacer un cierre, entonces, yo puedo filtrar cuáles son esos clientes que están próximos a un cierre, y de esa manera poderlos trabajar más para

acelerar la venta y cómo voy a llevar a los clientes que van en un estado, dentro del proceso comercial, un poco más atrás y cómo los voy a pasar al siguiente paso. Ahí es donde ya se fomenta un tema de trabajo en equipo.

Entonces, principalmente, el sistema ya me está diciendo... a mí, me está diciendo: "A este cliente que trabajarlo rápido, este cliente hay que trabajarlo y no nos podemos olvidar de este porque puede pasar a un siguiente nivel". Incluso, los que no pasan de una primera fase, ya está diciendo: "Este cliente no es uno que le debes dar prioridad". De esta manera, optimizas tu trabajo. Esa parte es esencial en el CRM.

En otras industrias, que tan recurrentes son los pagos que haga ese cliente, si hay cliente que ya te han hecho varias inversiones... qué más le puede ser ese recipiente y empezar a identificar patrones.

Hablando de Wasi y otros CRM, debe ofrecerte esa posibilidad, de lo contrario, simplemente, vas a tener una herramienta donde tienes su directorio de clientes y hasta ahí llegas...

*Jesús: Una agenda más...*

Fernando: ¡Exactamente! Hablando de la agenda, también te puede dar una información importante: ¿Qué tantas actividades estoy desarrollando con este cliente, con este perfil de cliente? ¿Me está quitando mucho tiempo? ¿Cómo debo atender a este cliente, que está absorbiendo gran parte de mi actividad, para poder yo -más bien- brindarle tiempo a un cliente que va a ser una compra más efectiva y más segura? Ahí debemos plantea: ¿Cómo nuestro CRM nos está ayudando a nosotros para esa toma de decisiones?

*Jesus: ¿Wasi se puede integrar un embudo de ventas?*

Fernando: Sí, por supuesto que sí. El tema es el siguiente, siempre vamos a decirle a nuestros protagonistas del sector, que utilizan este tipo de herramientas, su embudo de ventas estructura el valor de la estrategia que usted está implementando.

En este momento, Wasi maneja un estándar, pero estamos haciendo un desarrollo escalable donde ustedes van a poder personalizarlo, de tal manera, que ustedes puedan registrar en qué estado del embudo de ventas se encuentran, por ejemplo, los leads que están llegando a su organización. ¿Para qué? Para que de este modo ustedes puedan tomar decisiones estratégicas, en cuanto al tema de cierre de ventas, porque lo que estamos pensando nosotros es que -más adelante- las inmobiliarias puedan pensar en micrometas, que ya no están pensando en ventas semestrales, trimestrales, sino que puedan estar pensando en ventas mensuales.

*Jesús: Claro, así es. De hecho, la idea -justamente- es que el saber implementar un embudo de ventas tiene que llevarte a acelerar, justamente, las ventas y no simplemente esperar las ventas que te caen de forma orgánica, por así decirlo, sino que -además- también puedas decir: "Tomó control en el proceso". Cuando ya se toma control en el proceso, pues, la cosa queda mucho mejor, evidentemente. Fernando, creo que esto va a estar súper interesante. Haznos una invitación, a todos los que están viendo este vídeo, sobre la temática que tú vas a hablar, eres ponente del Congreso, además, de ser representante para Wasi como patrocinador de este evento, uno de los patrocinadores, junto con SEMrush, junto con Benchmark Email, bueno, haznos esa invitación.*

Fernando: Amigos puedo garantizarle que apellidos como Newman, Devis, que son personas influyentes, son influencers, generan contenidos de gran valor; cualquier acercamiento que puedas tener con ellos en temas relacionados con tu negocio inmobiliario seguro que van a hacer crecer. No hablo de mí, hablo de las personas que yo veo que van a participar allí, en la gestión que hace Jesús, para que esto sea un contenido de gran calidad para ustedes, que sea aplicable. No se lo pierdan, de verdad. Es un ejercicio que, simplemente, les va a tomar un día en el año, medio

día, quizás un poco más de medio día, pero va a valer la pena porque lo van a poder aplicar durante días meses y quizás en los años venideros. Inviten a sus estrategias de marketing porque ellos son su mano derecha en todo lo que se va a mencionar allí. Créanme que no va a ser un tiempo perdido. No se lo pierdan. Estén pendientes de nuestras redes sociales, tanto del evento, tanto de los participantes, para que se acerquen y compartan ese día con nosotros que va a estar espectacular.

*Jesús: Fernando ha sido un placer increíble el poder -ya- haber conversado contigo. Sé que estamos calentando motores. Ya el congreso está, prácticamente, a la vuelta de la esquina y nada... pues, muy emocionados porque la cosa se pueda dar.*

*Estamos muy, muy contentos. Ha habido una aceptación increíble en la gente, está supremamente agradecida, la gente compartiendo, invitando, está súper genial, entonces, Fernando, pues, nada, esperar entonces que llegue el día y cuando llegue la hora cero, pues, comenzar y darle con mucha fuerza.*

*Ha sido un placer un placer.*

Fernando: Chao a todos.