

Habitania

vitaminas para tu negocio inmobiliario

[INICIO](#) [¿POR QUÉ HABITANIA?](#) [CÓMO POTENCIAR TU VISIBILIDAD](#) [CONTACTO](#) [EVENTOS INMOBILIARIOS 2015](#) [LOS CLIENTES OPINAN](#)

Juan Merodio : “Las redes sociales son un gran canal de comunicación y marketing”

22/02/2015 ~ BELÉN FERNÁNDEZ



Hablamos con [Juan Merodio](#) que nos da su punto de vista en la relación que tienen el mercado inmobiliario con las redes sociales, además de aconsejarnos en este campo como inyectar vitaminas a nuestro negocio inmobiliario, como lo venimos haciendo desde [Habitania](#) con las herramientas que conectan todas las propiedades de una agencia y que se vuelcan directamente en las redes sociales.

Juan Merodio es uno de los principales expertos en España y Latinoamérica en Marketing Digital, Redes Sociales y Web 2.0. Ponente habitual en congresos de reconocido prestigio internacional además de profesor de las mejores Escuelas de Negocio y Universidades. Gran conocedor del sector inmobiliario, además de socio-fundador de la promotora para pisos exclusivos, [Uxban.com](#) .



¿Cuál es tu visión de futuro en cuanto a las redes sociales en un negocio inmobiliario? La verdad que mi visión es presente, a día de hoy las redes sociales son un gran canal de marketing y comunicación en el sector inmobiliario, donde he gestionado de primera mano campañas que nos han permitido llegar a clientes muy exclusivos con un coste de captación muy bajo, lo que me ha demostrado el potencial de ello para el sector, un sector donde además no se aprovecha al 100% el potencial digital.

¿Cuáles son las ventajas de estar conectado en tu negocio a través de las RRSS? La principal ventaja es contacto directo con el cliente y potenciales, ya que te permite abrir nuevas vías de comunicación, de atención a los clientes, de captación de compradores..... por lo que no estar en ellas tiene un coste de oportunidad muy elevado.

Ponte en la piel de un bróker inmobiliario, ¿cómo desarrollarías tu negocio ayudándote de las redes sociales? Sobre todo los canales Youtube y Facebook. Lo primero es definir la estrategia que vas a seguir, donde debemos tener en cuenta qué objetivos perseguimos a nivel cualitativo y cuantitativo, a quién nos queremos dirigir, qué recursos tenemos... y con ello empezar a generar contenidos de calidad alrededor de tu marca, ya que el posicionamiento presente y futuro de la empresa inmobiliaria dependerá de la capacidad de generar contenidos en distintos canales, tanto texto, imagen o video, donde redes como YouTube son excepcionales para trabajar la visibilidad de la empresa y de los pisos que comercializa.