

¿BUSCA CASA? MIRE EN SU «SMARTPHONE»

**JAVIER
REGUART**
Director general
de BlockSales



Comercialización
«El reto es
proporcionar
gran cantidad de
datos en múltiples
formatos»

Búsqueda activa
«El comprador
actual llega a la
oferta de su
interés a través de
la 'web' 2.0.»

El uso masivo de las redes sociales ha cambiado radicalmente la forma en la que nos relacionamos con nuestro entorno y la forma en la que compramos, y esta revolución no es ajena al sector inmobiliario. La «web» 2.0 ya no es el futuro, es el presente, y el usuario -en este caso el comprador- es el protagonista del proceso de venta que, o bien se adapta a sus necesidades, o bien customiza según sus preferencias. Este cambio se está instrumentalizando en dos frentes: la direccionalidad de la información, ubicua, inmediata y en red; y la segmentación mutua, porque no solo se define más claramente al potencial cliente, sino que éste es cada vez más capaz de encontrar directamente lo que busca.

La comercialización y la publicidad inmobiliaria han dejado de ser lineales, porque el potencial comprador demanda más información, más cualificada e inmediata. Ser capaces de acelerar este proceso y de proporcionar gran cantidad de datos en múltiples formatos (imagen 3D, audio, vídeo, interacción social) a través de sistemas sencillos es el reto. Las redes y aplicaciones basadas en geolocalización (Foursquare o Gowalla) o en realidad aumentada (códigos QR o herramientas basadas en Layar o

CONSULTORIO