

Apaga y vámonos

Los portales deben evitar que el usuario pierda interés al buscar casa

SUSANA RUBIO

¿Cuál es la razón que puede llevar al usuario de una web inmobiliaria a poner fin a la sesión y buscar su inmueble en otra página? ¿Por qué una web o un portal pueden resultar inútiles, difíciles, cansinos o carentes de fiabilidad?

Muchos son los factores que contribuyen a la buena marcha de un portal o a su fracaso. A veces, el éxito se basa en pequeños detalles que inciden directamente en el usuario. En los últimos tiempos, el paradigma era la imagen: galerías de fotos, *tours* virtuales, imágenes de 360 grados, fotos aéreas, ubicación vía satélite... Incluso ya se está dando a conocer un nuevo formato desarrollado en España por globaliza.com, y que es un vídeo que reproduce una imagen del piso piloto tan real que parece de verdad. Se trata de una mini-producción de unos tres minutos que muestra al usuario el exterior y el interior de la casa.

La imagen es, sin duda, el mejor valor ante el consumidor. ¿O no? Veamos. Cualquier tecnología es insuficiente si la página consultada no aporta la información necesaria, si no está bien ordenada o simplemente no es útil. Así lo cree Leandro Beer, gerente de

Direcciones

- www.globaliza.com
- www.newlar.com
- www.yaencontre.com
- www.unmillondecasas.com

newlar.com. "El proceso de búsqueda de una vivienda se inicia ya, en la mayoría de los casos, en Internet. Antes de visitar cualquier oficina de ventas, el comprador acude a portales inmobiliarios. Si no encuentra suficiente in-

'Vortales': la búsqueda global

"¿A quién no le gustaría acceder a la práctica totalidad de la oferta de un producto o servicio y, con apenas unos clic de ratón, poder encontrar, comparar, elegir y comprar?". La pregunta la hace Ricardo Médem, director de operaciones de unmillondecasas.com. Y la respuesta está en los *vortales*, los portales verticales, que, según Medem, marcan un antes y un después en la compraventa de inmuebles. "El buscador bebe de todas las fuentes disponibles en Internet, y nos facili-

formación o no la considera veraz y completa, probablemente descartará la visita a la oficina de ventas. Es, por tanto, fundamental para los promotores aplicar una política de calidad y transparencia en la información de su producto".

La cantidad de información que se proporciona en Internet llega a ser tan importante, que en newlar.com se utiliza como crite-

ta una información estructurada de lo que nos interesa y ordenada según las variables que elijamos: precio, superficie, precio por metro cuadrado, tipo de inmueble...". Una información actualizada que se extrae en tiempo real de los datos publicados en las web de las diferentes inmobiliarias.

"El buscador vertical además de ofrecer toda la información disponible en la web sobre una búsqueda específica, ofrece potentes herramientas de análisis

rio para que una promoción se sitúe al principio o al final de los resultados de una búsqueda. También ofrece al usuario la posibilidad de contactar con los promotores a través de una llamada gratuita (*click-to-call*). Ello ha contribuido a que su volumen de inmuebles publicados haya crecido un 70% en 2007, y el número de visitas, un 23%, según Beer.

que permite utilizarlas como un verdadero cuadro de mando para la toma de decisiones. El usuario puede buscar, comparar, realizar preselecciones, conocer la evolución de precios de un inmueble en los últimos meses, comparar precios entre inmuebles similares, encontrar las ganancias del día, conocer la evolución del precio del metro cuadrado en una determinada zona, etcétera", explica el director de operaciones de unmillondecasas.com

No busques, encuentra. Bajo este lema, yaencontre.com invita a sus usuarios a que sean ellos los que puntúen la calidad de los anuncios, y en función de esta puntuación, que se convierte en estrellas, se ordenarán los resultados de las búsquedas. A más estrellas, mejor posición. Según los responsables del portal, con esta fórmula, la búsqueda es más efectiva y ofrece lo que realmente se busca.

Las inmobiliarias que trabajan con este portal han acogido con satisfacción la iniciativa, según Ricardo Vicente, CEO de yaencontre.com. "Ahora más que nunca, los portales debemos centrarnos en la optimización de la experiencia del usuario para que la agencia inmobiliaria no pierda ni una sola oportunidad de venta. Estamos seguros de que el buen profesional se quedará en el sector y nosotros lo estamos premiando".

Para fidelizar al usuario es imprescindible también la actualización de los datos y su veracidad. Enlaces a casas ya compradas o a promociones que no corresponden en absoluto con la búsqueda hacen recelar al navegante.

