

Maquetas.tech e Increnta presentan en SIMA una solución para la experiencia de compra en el sector inmobiliario

Ambas empresas, líderes en marketing inmobiliario y digital, lanzan RExperience para integrar el punto de venta físico con la inteligencia y el dato del entorno online. La solución mejora la eficiencia de los equipos comerciales, al tiempo que pone todos los recursos al servicio del cliente para su decisión de compra

Maquetas.tech, empresa de referencia en el mercado español para la producción de maquetas y otros activos de venta para el sector inmobiliario, e Increnta, compañía líder en España y Latinoamérica dedicada a ofrecer soluciones de marketing a firmas inmobiliarias de referencia, acuden este año al Salón Inmobiliario Internacional de Madrid (SIMA) con una solución conjunta para revolucionar la experiencia de compra dentro del sector.

RExperience, , nace con el propósito de lograr un doble impacto positivo: por un lado, en la eficiencia de los equipos de venta de las promotoras o comercializadoras inmobiliarias; y por el otro, en la experiencia que vive el usuario cuando se enfrenta a su proceso de compra de una vivienda.

Para lograrlo, los equipos de ambas compañías ponen al cliente en el centro acompañándole en todo el proceso de decisión de un producto inmobiliario, independientemente de que se atraviesen fases más digitales o presenciales, más apalancadas en Internet o en el contacto directo con el vendedor. “Pensamos que, en la mayoría de los casos, la visita al punto de venta sigue siendo determinante cuando el cliente decide sobre su vivienda, así que nuestra apuesta es complementar ese momento de la verdad con todas las posibilidades que nos ofrece lo digital”, declara José Enrique Tena, CEO de Maquetas.tech.

Esta propuesta de valor, apuesta por extender y digitalizar ese momento de la visita, uniendo procesos y tecnología para cubrir todo el journey del usuario. El eje del modelo es vincular Magick ARM, sistema de gestión de leads e inteligencia de usuario de Increnta, con los activos de venta que construye Maquetas.tech (maquetas, infografías, renders...). De esa manera, RExperience registra al usuario en la fase más temprana de su proceso de decisión y cultiva el vínculo en todo el journey:

Antes de la visita. Diseñando activos digitales atractivos y trabajando las campañas digitales para promover la demanda y la conversión en diferentes canales.

Durante la visita. Digitalizando el punto de venta de la promoción, a través de maquetas interactivas, asistentes de visitas y otras soluciones que permiten registrar el comportamiento del consumidor y ofrecer funcionalidades de alto valor para el cliente. Entre estos beneficios se encuentran: la posibilidad de configurar aspectos de la vivienda en vivo, consultar disponibilidades, aprender sobre el entorno de cada promoción, etc.

Después de la visita. Personalizando las acciones de marketing en base a los insights capturados

sobre el usuario, generando arquetipos de cliente y detonando la mejor acción de marketing o ventas para cada uno.

“Entendemos que las 48 horas anteriores y las 48 horas posteriores a la visita al punto de venta son críticas, porque es el momento de más temperatura del cliente. Sin embargo, en toda esa ventana el usuario apenas pasa 45 minutos frente al vendedor. Lo que queremos con RExperience es prolongar el acompañamiento que podemos ofrecer al cliente en esas horas críticas, valorando y respetando su tiempo y personalizando al máximo la experiencia”, comenta Antonio Campos, director de desarrollo de negocio de Increta.

Las interacciones del cliente con los distintos activos de venta de RExperience, físicos o digitales, generan un perfilado de usuario que determina la mejor acción de seguimiento que pueden emprender los equipos de venta. Y es ahí donde se conjuga la experiencia a usuario con la eficiencia de los equipos comerciales.

Experiencia en el sector

Maquetas.tech e Increta cuentan con más de 20 años de experiencia ofreciendo soluciones para el sector inmobiliario y en el ámbito digital. En 2021 trabajaron en más de 15 proyectos en esta categoría en España, y otros mercados europeos.

“RExperience consolida todo ese expertise en una solución que creemos que puede ser transformadora para el sector: tanto para los promotores y comercializadores, como para los clientes”, apunta José Enrique Tena. “Lo entendemos como una solución modular que abarca end-to-end toda la comercialización de un producto inmobiliario, aunque podemos activar sólo algunos de sus componentes por separado, dependiendo del caso”, explica Antonio Campos.

Maquetas.tech e Increta se encuentran ya desplegando las primeras implantaciones de RExperience y en su hoja de ruta aparecen dos grandes hitos: llevar la solución a otros países de Europa y América Latina donde tienen presencia e incorporar nuevas funcionalidades a la solución.

El lanzamiento formal de la solución se hará durante SIMA entre el 26 y el 29 de mayo, donde ambas compañías comparten stand y calendario de actividades.

Datos de contacto:

Carlota Echeopar
651 96 34 47

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Inmobiliaria](#) [Comunicación Marketing](#) [Madrid E-Commerce](#) [Construcción y Materiales](#)

<https://www.notasdeprensa.es>