

El neuromarketing para vender viviendas

ELMUNDO.ES | Madrid

18 SEP. 2017 | 13:16



Comedor de un piso diseñado por el interiorista Nacho Álvarez en Madrid. / J. S. C.

- El olor, la iluminación o el sonido de fondo en las visitas de los posibles compradores son factores clave para la comercialización del inmueble
- "El 80% de las decisiones de compra se efectúan de manera inconsciente"
- 'Home staging', la pócima para vender en 38 días y alquilar en 15

Vender una casa en un santiamén es posible gracias al neuromarketing, según describe Juan Merodio, responsable de Marketing de Uxban, la firma inmobiliaria enfocada en el diseño y promoción de viviendas de alto *standing*. A su parecer, basta con aplicar una serie de técnicas para que una inmobiliaria sea capaz de quitar el cartel de *Se vende* lo más pronto posible.

"Un casa en venta es un producto y como tal tiene que cautivar al posible comprador. Por eso, debemos enamorarle a través de los cinco sentidos. En el sector inmobiliario apenas se aplica el neuromarketing y es una lástima, ya que gracias a él se puede tanto acelerar como vender más caro un piso por las visitas que recibe", comenta Merodio.

"De la misma manera que con cualquier producto, como puede ser la ropa, se cuidan y se aplican estas técnicas para hacer que un cliente lo quiera, con un inmueble sucede igual", añade este experto.

Pero, ¿cuáles son estas técnicas para seducir a un posible comprador en su visita? Merodio las resume en aspectos tan subliminales y decisivos como la iluminación o el sonido de fondo. "Son detalles que muchas veces no se perciben de manera consciente, pero condicionan la toma de decisión del comprador, porque influyen en cómo se siente, su estado de ánimo y cómo proyecta su vida en ese lugar, pasando de ver una casa a un hogar", explica.

"En Uxban trabajamos el neuromarketing desde hace cinco años para llevar a la excelencia la visita de la vivienda, lo que nos ha permitido tener ratios de visitas/compras inferiores a cinco visitas", recalca.

Otros consejos de Uxban de cara a sacar beneficio del neuromarketing como método de éxito para vender una casa serían poner un tipo de música a un volumen adecuado y alineado con el público concreto que visita el piso, colocar una determinada fragancia en distintas estancias de la vivienda en función del uso que se le vaya a dar, utilizar alfombras en determinadas zonas de la vivienda ya que ayuda a que la persona pase más tiempo ahí y pueda fijarse en determinados detalles o sacar partido de los metros cuadrados.

¿Qué hacer en una vivienda pequeña o grande?

Esta firma apunta que si se trata de un piso con pocos metros se le debe dar sensación de amplitud colocando espejos o colores claros que realcen luminosidad. Y si es muy grande, se deben contar con elementos que proyecten calor de hogar como unos grandes cuadros decorativos, plantas o unos muebles y objetos de decoración particulares.

Desde Uxban animan al sector inmobiliario a usar más el neuromarketing ya que con él el éxito está más que asegurado. "No muchas veces se trata a los pisos como productos los que no se les da el valor y cariño que merecen en todo el proceso de ventas para crear una experiencia de usuario inolvidable en el visitante", señala.

Además, el neuromarketing también se puede subir el precio de una vivienda y que el comprador lo pague encantado. "Al final, todo es tema de percepciones y una muy positiva hace que una persona esté dispuesta a pagar más por una vivienda de lo que pensaba". Como decía Hans Georg Häusel experto en neuromarketing: el 80% de las decisiones de compra se efectúan de manera inconsciente", finaliza Merodio.