

[↩] probance



immo

El caso de Ouest France Immo



Tras varios años de colaboración, Ouest France Immo y Probance desarrollan una solución de marketing polivalente para compradores y vendedores de bienes inmuebles

El portal inmobiliario líder del oeste de Francia acude a Probance para que le ayude a mejorar sus comunicaciones con una compleja comunidad de particulares y profesionales que desean comprar, alquilar y vender bienes inmuebles.

Ouest France Immo, parte del grupo mediático Ouest France, es una empresa dedicada a la gestión de anuncios inmobiliarios en línea, centrada específicamente en las regiones occidentales del país. Su sitio web, ouestfrance-immo.com, muestra una amplia selección de propiedades para comprar, vender o alquilar. Además de trabajar con diferentes compradores, arrendatarios, arrendadores y vendedores particulares, también colaboran con agencias y promotoras inmobiliarias.

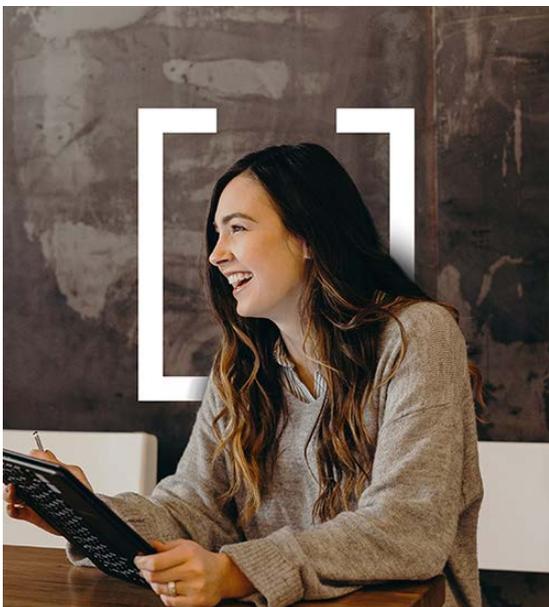
¿Cuál es el secreto para convertirse en la inmobiliaria en línea líder del oeste de Francia? Según comenta Anne Graignic, directora de marketing web, “nuestra ventaja competitiva sobre Se Loger y Le Bon Coin radica en nuestro conocimiento de la zona. Somos especialistas de las regiones de Bretaña, Normandía y Países del Loira y, además, contamos con una enorme red de contactos de ventas locales que conocen perfectamente el terreno”.

The infographic features a central smartphone displaying the mobile app interface for ouestfrance-immo.com. The app screen shows a property listing for La Roche-sur-Yon with a price of 849,000 € and contact information for Lucile Méthière. To the right of the phone, three statistics are presented in white text on a red background:

- N.º 1** en el sector inmobiliario online del oeste de Francia
- 5** miembros en el equipo de marketing
- 17 %** de tasa de conversión media

Una comunidad de compradores y vendedores que cambia constantemente

Las actividades de gran envergadura que lleva a cabo Ouest France Immo la obligan a gestionar proyectos complejos que requieren el análisis de datos procedentes de múltiples fuentes. Con millones de anuncios continuamente renovados y una comunidad de usuarios totalmente heterogénea y fluctuante, el marketing automatizado supone un verdadero reto. Y no hay que olvidar que los plazos varían según las necesidades específicas cada usuario. Por un lado, los arrendatarios deben ser atendidos a corto plazo; por otro, es fundamental fidelizar a los compradores a largo plazo e incitarles a realizar una compra que puede durar más de un año.



Anne Graignic

Directora de marketing web en Ouest France Immo

“Probance nos ha permitido estructurar mejor nuestras iniciativas orientadas a mejorar la relación con la clientela. Al ser más precisos, la personalización es mayor. Y tenemos plena autonomía, no necesitamos que ningún desarrollador haga nada.”

Una colaboración duradera

Las dos empresas empezaron a trabajar conjuntamente en 2012, lo que convierte a Ouest France Immo en uno de los clientes más antiguos de Probance. A lo largo de estos años, ambas compañías se han esforzado por desarrollar y perfeccionar un enfoque que, a día de hoy, ha demostrado ser realmente eficaz.

Como explica Anne Graignic, directora de marketing web de Ouest France Immo: “Hace años, cuando empezamos desde cero, creamos infinidad de e-mails y muchísimos escenarios diferentes para un amplio abanico de segmentos distintos, basándonos en lo que creíamos que podía funcionar. ¡Queríamos una ‘máquina de guerra’ del marketing! Luego, poco a poco, fuimos descubriendo cuáles eran los más efectivos, de modo que los hemos perfeccionado aún más y, desde entonces, hemos añadido otros nuevos”. Probance también se benefició de esos años de experimentación, ya que hoy puede ofrecer de entrada los mejores escenarios a sus nuevos clientes.

Probance permite conocer mejor el mercado

Uno de los beneficios que Probance aporta a Ouest France Immo es que le ayuda a integrar datos exhaustivos a su marketing. “Probance nos ha permitido estructurar mejor nuestras iniciativas orientadas a mejorar la relación con la clientela. Al ser más precisos, la personalización es mayor. Y tenemos plena autonomía, no necesitamos que ningún desarrollador haga nada”.

Los informes también resultan muy útiles. “Podemos ver el registro de clics y profundizar en nuestros datos para obtener más información sobre lo que funciona, lo que nos permite personalizar aún más las comunicaciones y ser más precisos en nuestra segmentación. Además, podemos mostrar los resultados a nuestros suscriptores, lo que justifica su decisión de contratar nuestros servicios”.

Los datos de Probance permiten a Ouest France Immo conocer mejor el mercado, ofrecer a cada tipo de usuario lo que necesita y, por tanto, aumentar los ingresos. Por ejemplo, las promotoras inmobiliarias pueden saber quién quiere comprar una propiedad y en qué zona. “Este conocimiento del mercado local supone una información muy valiosa para nuestros clientes profesionales, si bien siempre nos aseguramos de mantener la calidad y garantizamos a nuestros compradores que nos ajustamos a sus criterios de búsqueda. Queremos fomentar la confianza y la lealtad tanto de nuestros compradores como de nuestros vendedores”. Con una tasa de conversión media del 17 %, gracias a los escenarios de e-mailing automatizados de Probance, podemos decir que la confianza se ve recompensada.

Para Anne Graignic, la calidad del servicio y la atención que ofrece Probance siempre ha sido un plus. “Cada vez que creamos un nuevo producto y hablamos con Probance para configurar los escenarios, siempre nos atiende la persona adecuada, todo es fácil. Tanto el equipo técnico como el de ventas son superprofesionales”.

En definitiva, Probance permite a Ouest France Immo mantenerse a la vanguardia de un mercado en constante evolución y brindar a sus compradores y vendedores experiencias que perciben como un servicio.



Escenarios y flujos de trabajo que potencian las ventas

Con cinco personas a su cargo, Anne Graignic apuesta por un marketing automatizado eficaz, que pueda gestionar fácilmente cualquier miembro de su equipo y que les permita dedicar su tiempo a desarrollar nuevos productos y servicios.

Los compradores o arrendatarios reciben de inmediato un e-mail inicial que confirma que su cuenta se ha creado correctamente. Al día siguiente, reciben un e-mail de bienvenida en el que se les explica los diferentes servicios de los que pueden disfrutar. Esto también supone una oportunidad para promover ventas cruzadas o adicionales, o para sugerir nuevos productos y servicios premium. “También hay otros e-mails, como los de productos favoritos o últimos anuncios vistos. Y, si un comprador no visita la web durante un cierto tiempo, le enviamos un mensaje para animarle a que amplíe sus criterios”.

Los vendedores no se quedan atrás. “Del mismo modo que enviamos e-mails con anuncios de nuestros profesionales inmobiliarios a los compradores particulares, también mandamos e-mails a nuestros profesionales con clientes potenciales que podrían estar interesados en sus propiedades. Ni que decir tiene que siempre se respeta el criterio del comprador. Actualmente, estamos desarrollando servicios para aumentar las oportunidades de venta, ya que, en el mercado inmobiliario actual, hay más demanda que oferta”.

“Junto con Probance, hemos desarrollado un escenario de marketing para cada producto o servicio. Por ejemplo, disponemos de una herramienta que indica los precios de las propiedades, lo que nos permite enviar información relevante a nuestros usuarios, los cuales, a su vez, pueden suscribirse al servicio para una zona en particular”. Luego, Ouest France Immo comparte esa información con sus vendedores que estén suscritos al servicio. Este tipo de comunicaciones beneficia tanto a compradores como a vendedores.

“Este año, queremos desarrollar aún más nuestro marketing para rentabilizar los nuevos servicios que prestamos, como el de ‘estimación de la propiedad’, que empezamos a ofrecer recientemente. Hemos lanzado un nuevo escenario para este servicio, del que se benefician tanto nuestros usuarios como nuestras agencias inmobiliarias”.

Ventajas



Manejo de la complejidad

Probance permite seguir el ritmo a una comunidad de usuarios distintos y fluctuantes, con necesidades cambiantes.



Conocimiento del mercado

Los datos recopilados por Probance permiten una mayor personalización y una oferta de servicios más relevante, tanto a compradores como a vendedores.



Los mensajes se perciben como un servicio

Los e-mails contienen información útil, totalmente adaptada a cada comunidad de usuarios, y se perciben como un servicio y no como una intromisión.