

GUÍA PRÁCTICA PARA
AGENTES INMOBILIARIOS

PASOS PARA CREAR PROMOCIONES EN FACEBOOK DE MANERA EFECTIVA



Neymar
CARRERO
Asesora Inmobiliaria

Pasos para promocionar en Facebook de manera efectiva

Considerando que Facebook es uno de los sitios de redes sociales más grandes en el mundo, con más de 2.2 billones de usuarios activos al mes, no debería ser una sorpresa que existan muchos datos locos e interesantes de Facebook. Estas sorprendentes estadísticas de Facebook incluyen aquellas que han estado enterradas en los orígenes de la compañía, hasta sus proyectos más recientes, mientras sigue con su dominio y poder a través de gran parte del mundo.

Solo el 10.1% de los usuarios de Facebook se encuentran en Canadá o los Estados Unidos.

Ahora, compara esto con el 32.5% en Latino America y el 15.9% que presenta Europa.

Países con el mayor número de usuarios de Facebook en América Latina

En febrero de 2024, Brasil fue el país con más usuarios de Facebook, con más de 174 millones de usuarios. Le siguieron México y Colombia, con aproximadamente 105 millones y 41 millones de usuarios de Facebook respectivamente. Argentina se ubicó en cuarto lugar, con 40 millones.

A partir de 2024, se espera que las redes sociales más populares en América Latina sean Facebook, Instagram, YouTube, FB Messenger y WhatsApp. Esto se basa en las tendencias de uso actuales y el crecimiento proyectado de cada plataforma en la región.

Otro argumento a favor del crecimiento acelerado de Facebook se fundamenta en la personalidad más cálida y sociable de la gente latina y la facilidad para aumentar su

red de contactos. Facebook sería para nosotros la plataforma ideal para conversar de todo y con todos.

También hay que considerar que gran parte de la población de los países de nuestra región han migrado a otros países y entonces Facebook se convierte en un canal de encuentro con sus compatriotas y amigos. No hay que olvidar que Facebook inteligentemente se ha asegurado de mantener su presencia en todas las plataformas conocidas.

Sin embargo, el 47.8% de los ingresos publicitarios de Facebook provienen de los Estados Unidos y Canadá, según la “estimación de la ubicación geográfica de nuestros usuarios cuando realizan una actividad que genera ingresos”.

Los anunciantes destinan casi la mitad de todo el dinero gastado en anuncios de Facebook a solo el 10.1% de la audiencia total. Si vendes un producto que puede ser enviado internacionalmente, o un producto o servicio digital para el cual la geografía no es un factor, existe un enorme potencial sin explotar para que puedas llegar a esos mercados publicitarios que no tienen mucha competencia.

Siendo así la aplicación gratuita más descargada en la App Store. Mientras que Facebook Messenger es la cuarta. Son superadas únicamente por YouTube, lo cual indica lo importante que es Facebook en nuestro día a día.

“Después de conocer estos impresionantes datos y estadísticas de lo que se trata Facebook y el impacto que tiene para los usuarios, ahora es tiempo de saber de estas locas y atrevidas herramientas”.

Descubrirás cómo utilizar FACEBOOK como herramienta para mercadear tu negocio inmobiliario, aprendiendo paso a paso el proceso de captación y conversión. Comienza a generar leads de manera constante sin tener que invertir miles de dólares. La pregunta que entonces te tienes que hacer es ¿Qué estás haciendo para posicionarte en Facebook? Estas usando facebook, o la red social te usa a ti?



EN ESTA GUÍA APRENDERÁS A:

Publicar de manera efectiva en Instagram y Facebook para obtener leads de manera orgánica.

Invertir de manera efectiva en campañas y promover tu negocio inmobiliario.

Generar prospectos semanalmente con mínima inversión.

Crear campañas desde Facebook que también salgan en Instagram.

Para obtener mayor beneficio de Facebook e Instagram te recomiendo publicar contenido relevante para tu audiencia de forma consistente, puedes variar entre imágenes, carrusel, reels o videos, es importante que sean videos cortos al igual que el texto que colocas en la descripción. Determina el objetivo de tu publicación, específicamente en la industria de las Bienes Raíces, las publicaciones deben cumplir con algunos de los siguientes objetivos.

1.- Educar: Consejos e información educativa, los pasos que deben de seguir al momento de comprar, vender, errores que pueden cometer si no estás bien asesorado, entre otros temas que puedan educar a tu posible cliente.

2.- Informar. Noticias relevantes al mercado, por ejemplo. Brickell es el #2 con el centro financiero más grande de Estados Unidos, Empresa de California compra lotes de terreno en Wynwood, información sobre intereses hipotecarios, edificios que hayan comenzado construcción.

3.- Entretenimiento. Curiosidades de la industria, como listing más costoso de la semana, casas de algunas celebridades, festivales de arte o de música que llegan a Miami, actividades deportivas.

4.- Ofertar. Propiedades específicas, proyectos, guías inmobiliarias, e-book.

5.- Fortalecer las relaciones. Testimonios, fotos personales, fotos o videos con clientes, visitas a proyectos, fotos con el equipo, vídeos con clientes en cierre.

Es importante que luego que hagas esto constantemente, evalúes cuáles son los mejores días y hora para realizarlos de acuerdo a tu audiencia. Facebook ofrece una muy buena herramienta como “INSIGHTS” en la cual podrás ver la hora en la que tus “fans” tienen mayor interacción con tus publicaciones.

Ya hablamos de las publicaciones y aunque estas son muy importantes esto no te va a generar leads de forma constante, para poder tener prospectos semanalmente debemos invertir en nuestro negocio, de acuerdo a la recomendación de mis Coaches Inmobiliarios Orlando Montiel y Daniel Montiel se debería de empezar



invirtiendo \$50 semanales, no importa si tienes más presupuesto comienza con eso y luego vas aumentando, la idea es que Facebook empiece a determinar tu audiencia ideal y lo que ellos quieren ver.

Paso a paso para montar una campaña de Generación de Leads usando Facebook:

1. Es importante determinar a qué audiencia te quieres dirigir y ser lo más específico posible, dentro de esa área.
2. Determinar cuál es el presupuesto que quieres invertir y el tiempo en el que quieres dejar la campaña.
3. Tener la imagen o video listo de lo que vas a promocionar con un título llamativo y específico, así mismo una descripción que llame la atención para que la persona quien dejar su información (nombre, apellido, número de teléfono y correo electrónico) esta información debe de ser requerida y es super importante para que luego puedas contactarlos.

Luego que tenemos esto listo entonces entras a facebook para hacer la parte técnica:

1. La campaña se debe de colocar desde la página de business de Facebook.
2. Luego que entres a tu cuenta le vas a dar click en *Crear*.
3. Escoge el tipo de campaña: Leads (para que podamos generar los prospectos)
4. En Special Ads vas a colocar Housing (ya que estamos en el rubro inmobiliario)
5. Seleccione el país en el cual va a salir la promoción
6. La conversión la vas a hacer a través de Instant Forms
7. Luego colocas el presupuesto y los días de la campaña. Esto lo mencioné anteriormente.
8. Colocas la locación de a donde quieres que salga la campaña.
9. Y en detailed targeting seleccionas los intereses de esas personas que tu quieres que vean la promoción.
10. Luego debes de seleccionar tu fan page y tu cuenta de instagram.

11. Agregas la imagen o video junto con la descripción de lo que estás ofreciendo para terminar de convencer a las personas a que dejes sus datos, trata de que esta descripción no sea tan larga. Es muy importante colocar un buen título que llame la atención y el call to action, los que más uso son: Descargar y aprender más, pero esto depende de lo que estás ofreciendo.
12. En la destinación vas a realizar la Forma para que la persona te deje sus datos personales y colocas una imagen con un título llamativo y un mensaje de gracias al final. Esto es lo que la persona va a ver al momento de suministrar su información.
13. Le das al boton publicar.

Tips:

- Es muy importante monitorear las personas que se van registrando para que los llames lo antes posible y la persona sepa por que lo estas llamando o que se acude que se registro para recibir más información.
- Tener un sistema de correos electrónicos automatizados en donde las personas que se registren puedan recibir emails automáticamente y queden en la base de datos.
- Encontrar los mejores de tu audiencia para tener la mayor probabilidad de que te contesten.
- Hacer variaciones en la imagen de promoción, título, colores hasta encontrar la mejor campaña para tu audiencia.
- Llevar control de lo que la persona te dice y agendar si te dice llamar después.

Espero que le saque mucho provecho a esta guía, es información valiosa pero que no se quede solo en conocimiento sino que también lo ejecute para que puedas ver los resultados como los vi yo.

*Esta estrategia de generación de prospectos la aprendimos en nuestro coaching con **C5 Global** el cual cambió nuestro negocio completamente, aumentando nuestra producción anual de una manera excepcional.*

*Si tú también quieres llevar tu negocio inmobiliario a otro nivel: **CONVERSEMOS!***

*Con mucho gusto compartimos nuestra experiencia **para que TU también lo logres.***



CONTÁCTANOS



**PUEDES HACERLO SOLO,
ACOMPañADO O CONMIGO
PERO HAZLO**

Neymar
CARRERO

Asesora Inmobiliaria