

Realidad Virtual en la Industria Inmobiliaria

Breve descripción de la empresa y el estado de la industria.

Inmobiliaria tradicional que lleva años en el negocio, es una inmobiliaria que vende casas alrededor de todo Chile.

Actualmente, la industria inmobiliaria se está enfrentando a desafíos de saturación, alta competencia, como también en términos de accesibilidad, transparencia y experiencia del cliente.

Contexto porque una estrategia disruptiva es esencial para la organización

Ya que es un mercado que está saturado y tiene mucha competencia, la diferenciación y ofrecer al cliente una propuesta de valor única. Implementar una estrategia disruptiva, basándose en la realidad aumentada o virtual, nos permitirá destacarnos como un líder en innovación dentro de la industria, atraer a nuevos clientes y aumentar la fidelidad de los ya adquiridos.

Explique las posibles disrupciones que la organización se enfrenta

Actualmente ya se están desarrollando los recorridos virtuales, claramente no en su máximo potencial ni está expandido por el mercado, pero evidentemente para nuestra empresa que no es líder en el mercado podría dificultar la existencia.

Otra disrupción en el mercado son las propiedades tokenizadas (blockchain)

Realice un análisis de la industria identificando los trends, los competidores, y las tecnologías emergentes que afectan a la industria.

Trends: Las demandas de experiencias inmersivas están en aumento, especialmente entre los segmentos más jóvenes.

Competidores: Terracorp, y competidores indirectos plataformas como Zillow o Mattersport

Tecnologías emergentes: IA en el sentido de ofrecer las propiedades que más calzan con tus requisitos, RV y AR tanto en recorridos como para arquitectos a la hora de desarrollar proyectos.

Realice un análisis SWOT para la organización identificando las áreas potenciales de disrupción

Fortalezas: Experiencias en tecnología, centrado en el cliente

Debilidades: Falta de reconocimiento de marca por parte de potenciales clientes, inversión inicial dificulta

Oportunidades: Mercado en crecimiento para tecnologías inmersivas, demanda insatisfecha de experiencias de compra, posibilidad de mejorarlas, mercado inmobiliario recuperándose poco a poco

Amenazas: Competencia en el mercado establecidas, posibles cambios en la tecnología, volviendo otras más obsoletas con el tiempo

Presente casos de empresas que desarrollaron estrategias disruptivas en la industria seleccionada.

Zillow: Zillow 3D Home, permite a vendedores crear recorridos virtuales de propiedades.

Matterport: Ofrece tecnología de escaneo 3D para poder crear modelos inmersivos de propiedades.

Proponga estrategias disruptivas propuestas para el escenario articule claramente como la estrategia identifica los posibles problemas o se aprovecha de las oportunidades.

Problemas

Para realizar esto tomamos testimonio de 3 personas que en este momento han estado vendiendo sus casas o departamentos, dado lo anterior nos dimos cuenta de un problema común.

- 1) Ellos viven en la propiedad y siempre que vienen debe haber alguien, hay que coordinar horarios, esperar en casos de atrasos y hasta la posibilidad de aceptar cancelaciones y así mismo debe estar ordenada cada vez que alguien va.
- 2) Por parte del cliente, El traslado, el tiempo perdido en ello en caso de ser trasladable, pensemos en qué pasa si es en otra región.

Oportunidades.

Tan solo en 2020 5,6% de la población en Chile se trasladó de Santiago a regiones, puede sonar un número bajo pero pensemos también cuántos pueden haberse trasladado a Santiago y que este dato es solo de un año, aquí existe una gran oportunidad en términos de visitar propiedades a gran distancia.

Otra oportunidad que podríamos tomar en algún momento es asociarnos con Airbnb o Booking y proveerles el servicio adicional, por la misma razón anterior.

Para las inmobiliarias una oportunidad son los proyectos en verde o que no están contruidos en su totalidad.

Disrupción.

La idea es que todas las casas, oficinas y departamentos tengan la posibilidad de hacer el recorrido virtual a través de realidad virtual, por lo que la oficina tendrá un set de dispositivos para que el cliente vaya a visitarlo, por otra en la misma realidad virtual tendrás dos opciones un tour guiado por el dueño o autoguiado, además en algún momento el dueño podrá decirte toda la información que solo el sabe, como por ejemplo alguna ventaja especial o inconvenientes. Para ello el corredor deberá guiarte en todo el proceso, y también al dueño de la casa, preguntarle las cosas importantes, etc...

Cuando uno se va a vivir a un lugar nuevo siempre tiene la inquietud de cómo es el barrio, los vecinos, etc... por lo mismo esta realidad virtual también incluirá los afueras más inmediatos.

Crea un plan de implementación incluya hitos y requerimientos necesarios.

- 1) Proponer esta disrupción a la junta ejecutiva de la inmobiliaria
- 2) Comenzar con las implementaciones, buscar la tecnología adecuada, crear un plan, el customer journey para encontrar las debilidades en el sistema, etc... Decidiremos los kpis y las metas con método smart
- 3) Una vez que ya esté listo, comenzar a promocionarse, en linkedin, en las noticias, en medios de comunicación tradicionales y no tradicionales, de modo que Chile se de cuenta de la nueva manera de visitar las propiedades
- 4) tomar testimonios de personas que utilicen el servicio y comenzar a medir nuestros kpis, monitorearlos
- 5) En los primeros tres meses revisaremos resultados de el kpi n° de tours realizados y el de satisfacción, ya que en solo tres meses no es tan fácil realizar conversión pero si ver si se está utilizando el servicio. al revisar veremos que nos falta, si vamos bien contra la meta, e iterar en caso de ser necesario, luego a los 6 meses y al año. El kpi conversión se medirá cada 1 año.

Identifique los posibles riesgos y las medidas para mitigarlos

Resistencia al Cambio: Ofrecer capacitación y entrenamiento con soporte continuo a agentes inmobiliarios.

Resistencia al cambio de los clientes: Así como existe este factor en los empleados también podría existir en los clientes, una forma de mitigarlo es haciendo videos de las personas con esta experiencia y sin esta experiencia que acrediten que no existe ninguna diferencia entre verla presencial y virtual

Problemas Técnicos: Realización de pruebas exhaustivas antes del lanzamiento y mantener un equipo de soporte técnico dedicado

Proponga cuales serían las principales métricas para medir el éxito de la estrategia seleccionada.

Número de Tours Virtuales Realizados

Tasa de Conversión de clientes potenciales a clientes

Índice de satisfacción del cliente basado en encuestas después del tour.

Links:

<https://realestatemarket.com.mx/noticias/mercado-inmobiliario/42060-crecimiento-de-la-industria-inmobiliaria-origino-las-proptech> tendencias de proptech, incluir

<https://www.bcentral.cl/contenido/-/detalle/mercado-inmobiliario-chileno-2022>

<https://www.mckinsey.com/industries/real-estate/our-insights>

<https://www.mckinsey.com/spContent/bespoke/tech-trends/pdfs/mckinsey-tech-trends-outlook-2022-immersive-reality.pdf>

<https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/empty-spaces-and-hybrid-places>

<https://www.zillow.com/z/3d-home/>

<https://muyfinanciero.com/empresas/zillow/>

<https://matterport.com/es>

<https://www.linkedin.com/pulse/la-evoluci%C3%B3n-del-mercado-inmobiliario-en-chile-2023-ventas-watkins-c/?originalSubdomain=es>

<https://www.diarioregionalsen.cl/noticia/reportajes/2022/07/nuevos-vecinos-nuevas-costumbres-el-impacto-de-quienes-migran-al-sur-de-chile>