ENTREVISTA

Francisco Gómez y Fabienne Meric. Socios de la consultora Activ Marketing

Activ Marketing ha nacido con la vocación de convertirse en un socio colaborador de todo tipo de empresas que necesiten cubrir algunas o todas sus necesidades de marketing. Pero la amplia experiencia en el sector de la construcción de sus dos propietarios y la ubicación de la firma en la Costa del Sol les hace mirar muy de cerca cómo está afectando a las promotoras el cambio de ciclo inmobiliario

"Las promotoras que estén cerca del cliente venderán más pisos"

FEDERICO JOLY

■ MÁLAGA. **–¿Necesita la marca Costa del Sol un lavado de imagen después de los últimos escándalos urbanísticos?**

–Francisco Gómez (F. G.): La Costa del Sol o cualquier otro tipo de marca siempre necesita apoyo. Si encima ha pasado por momentos difíciles, más aún. Pero la mejor campaña de imagen que puede hacer la Costa del Sol es empezar a hacer las cosas bien, porque por mucho que digas en una campaña somos estupendos y aquí no ha pasado nada, si vuelves a tropezar la gente no te acaba creyendo.

–¿Pero cómo se cambia esa percepción de la gente sobre una marca?

–F. G.: Mostrando la parte buena para compensar toda la parte mala. Por eso, lo primero que hay que hacer en Marbella es insuflar algo de confianza, porque no hay nada peor que una campaña que no esté soportada por el producto. Antes se coge a un mentiroso que a un cojo. Si al final del día dices muchas cosas y eres incapaz de cumplirlas es mejor no decirlas.

–La imagen de los promotores se ha visto perjudicada por todos estos escándalos. ¿Cómo se puede cambiar esta percepción negativa?

VICTORIANO MORENO

Fabienne Meric y Francisco Gómez, en la redacción de 'Málaga hoy'.

–Fabienne Meric (F. M.): Hay que dar mucha información positiva hacia fuera, porque ya se ha dado mucha información negativa. Uno de los factores más importantes es ofrecer mucho asesoramiento a los potenciales compradores para que confíen en las promotoras e inmobiliarias.

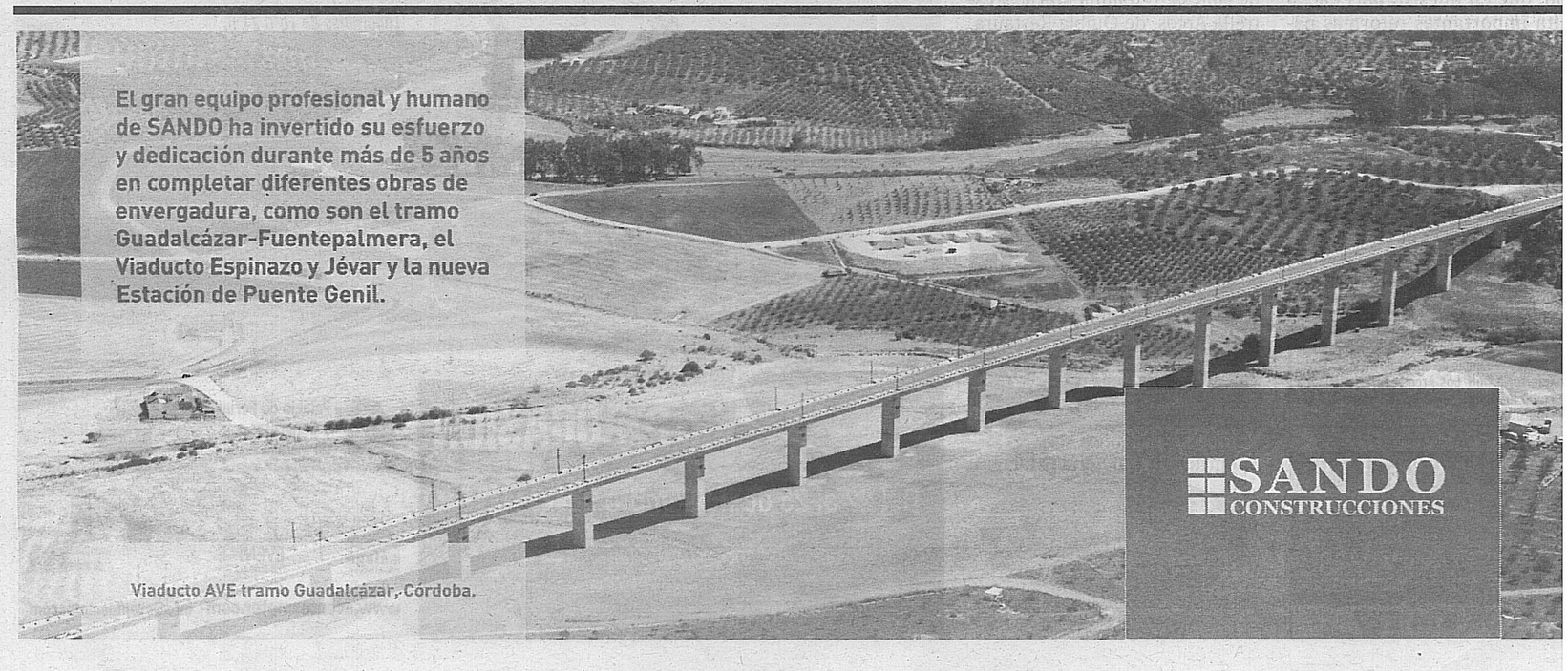
–Las promotoras están lanzando numerosas ofertas para frenar la ralentización en la venta de pisos.

–F. M.: Es cierto que se están lanzando muchas ofertas de descuento, pero yo no creo que eso sea una estrategia de marketing. Se trata de medidas a corto plazo para salvar los muebles. Una estrategia de marketing es mucho más compleja, ya que tiene que empezar desde el diseño de la vivienda, pensando en el cliente y no en los beneficios de la empresa como se ha hecho hasta ahora, que se vendía todo. Todo ello requiere muchos esfuerzos de marketing y publicidad en todos los sentidos.

–¿Cuál es la mejor estrategia de marketing para vender viviendas?

–F. G.: Como comenta Fabienne, las estrategias de marketing so mucho más complejas que rega lar un año de hipoteca al compra dor de una vivienda. Lo que le in teresa a una empresa es que e consumidor la quiera, porque s alguien nos quiere le hacemo mucho más caso. Esto se consi gue a través del marketing rela cional, el marketing *one to one* Internet y la nuevas aplicacione informáticas se han convertid en una poderosa herramienta pa ra lograr este objetivo, ya qu permiten tener un trato much más directo con el cliente. En Ac tive Marketing somos experto en esto, somos especialistas e desarrollar esa área y podemo ayudar de manera decisiva a l hora de vender casas.

–F. M.: Para las primeras promo toras que apliquen estas técnica los resultados vendrán solos, po que ninguna lo ha hecho hast ahora. Si una promotora se pre cupa de los potenciales cliente les hace un seguimiento, les d servicio y les proporciona infor mación de manera individualiza da tiene unas posibilidades d éxito mucho mayor.

–¿Qué papel juegan las nueva tecnologías en todo este proceso

–F. M.: Con las nuevas tecnolo gías podemos conocer perfecta mente a nuestros clientes, s puede hacer una segmentació conocer cuáles son sus preferen cias, saber lo que está esperando en cuanto tiempo te pueden com prar y entonces adecuar la estra tegia de marketing a este perf de cada uno. Además, permite te ner una comunicación much más interactiva, con interne con los blogs, con todas esta nuevas herramientas de venta de comunicación.