emBlue

EMBLUE PARA INMOBILIARIAS Y DESARROLLADORAS · CÓMO FUNCIONA

MARKETING Y CRECIMIENTO COMERCIAL

Una decisión que lleva meses. Una relación que dura años.

Una consulta puede tardar meses en convertirse en una operación, y una operación cerrada puede volver años después como recomendación. Esta guía muestra cómo marketing acompaña todo ese tiempo junto a tus asesores: qué resultados buscar, cómo funciona emBlue, qué conectar y por dónde empezar.

Ninguna consulta sin respuesta

Más visitas y reservas

Clientes que vuelven y recomiendan

01 La pregunta y los resultados
02 Cómo funciona
03 La relación completa, recorrido por recorrido
04 Martina y Joaquín, de la consulta a la recomendación
05 Qué sistemas conectar
06 Por dónde empezar
07 Cómo medimos el impacto

01 · LA PREGUNTA Y LOS RESULTADOS

¿Cómo acompañas una decisión que lleva meses y sigues presente cuando termina?

Una consulta sin respuesta se enfría en horas, pero una compra o un alquiler se decide en meses. Y después de la firma el contacto suele cortarse, justo cuando el propietario podría recomendarte. El papel de marketing es sostener la relación en cada etapa, junto al asesor, sin llenar la bandeja de propiedades que no le interesan.

Responder cada consulta

Una respuesta en el momento, por el canal en que llegó, y el aviso al asesor que corresponde.

CÓMO SE MIDE

Tiempo hasta la primera respuesta. Consultas que llegan a visita.

Convertir más búsquedas

Alertas que coinciden con lo que busca, visitas confirmadas y avances de obra que sostienen el interés.

CÓMO SE MIDE

Visitas agendadas y concretadas. Visitas que llegan a reserva. Operaciones cerradas.

Volver a operar y recomendar

Posventa, aniversarios y tasaciones que mantienen el vínculo con cada propietario.

CÓMO SE MIDE

Recomendaciones y reseñas. Clientes que vuelven a operar. Tasaciones pedidas.

Cada etapa del embudo se mide por separado

Consulta respondida	Hubo respuesta y aviso al asesor. Todavía no es un interés confirmado.
Visita y reserva	La persona fue a ver la propiedad y avanzó. Las registran tu CRM y tus asesores.
Operación cerrada	La conducen tus asesores hasta la firma. Es la conversión que importa para el negocio.
Beneficio complementario	Informar cada paso hasta la escritura y la entrega reduce las consultas de seguimiento a tus asesores.

Lo que dice el mercado

88%
de los compradores de vivienda volvería a trabajar con su agente o lo recomendaría a otros.

12 años
es la mediana de tiempo que un propietario vive en su casa antes de venderla, un récord histórico.

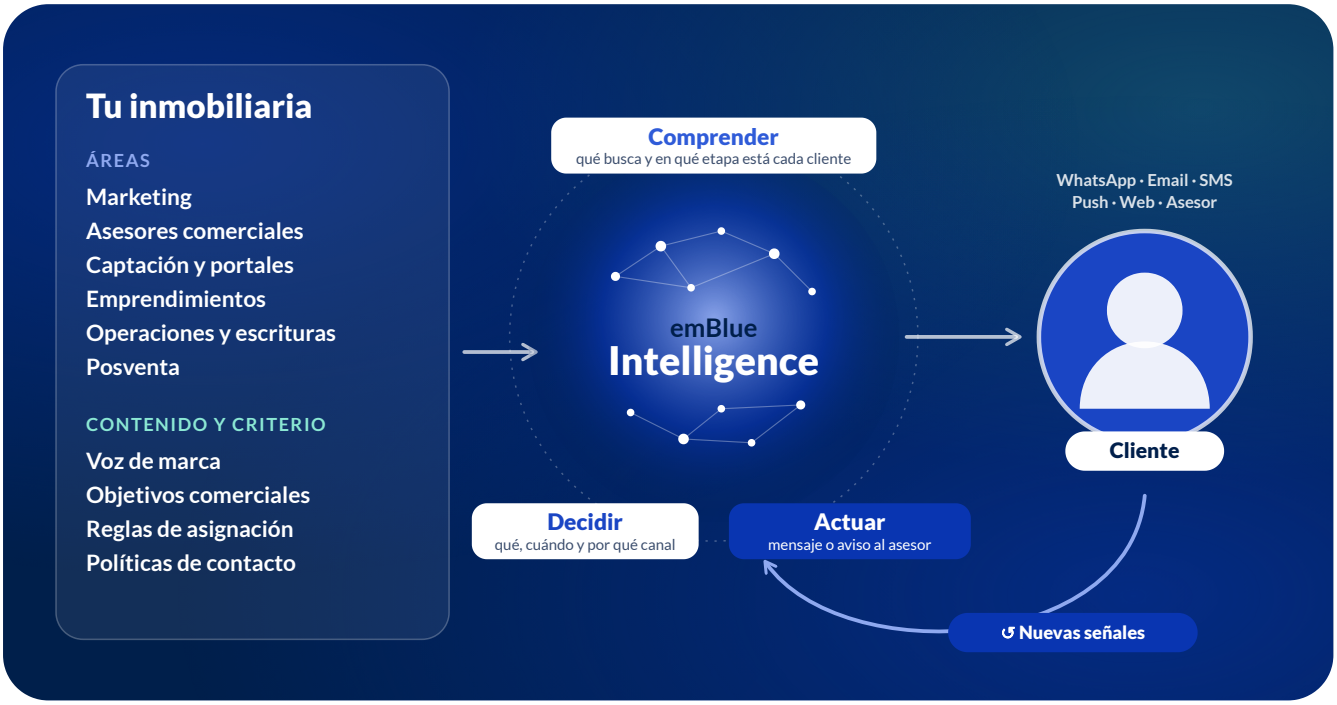
52%
de los agentes inmobiliarios asociados ya usa IA para redactar emails y mensajes de seguimiento.

Fuentes: National Association of Realtors (NAR), “2026 Profile of Home Buyers and Sellers”, 5 de noviembre de 2026, operaciones entre julio de 2025 y junio de 2026, 7.125 respuestas de compradores de vivienda principal; NAR, “2026 REALTORS® Technology Report”, encuesta a sus miembros. Encuestas en Estados Unidos: sirven como referencia del mercado, no representan a Latinoamérica ni miden el efecto de una plataforma. Las metas de cada inmobiliaria se acuerdan después de medir su línea base.

02 · CÓMO FUNCIONA

Lo que sabe tu inmobiliaria, convertido en el próximo paso de cada búsqueda.

emBlue combina tres conocimientos de tu inmobiliaria para comprender, decidir y actuar con los datos, las reglas, los journeys y la IA que configura tu equipo. Tus asesores siguen conduciendo la conversación comercial.



GENÉTICA

La voz de tu marca, cómo acompañan tus asesores, las reglas de asignación, las políticas de contacto y cuándo interviene una persona.

MEMORIA

Qué busca cada cliente (zona, precio, ambientes), qué ya vio o descartó, su asesor asignado, su consentimiento por canal y las conversaciones anteriores.

CONTEXTO

Una consulta nueva, una visita agendada, una propiedad que se publica o baja de precio, una reserva, un avance de obra o una escritura con fecha.

CONTEXTO Se publica un 3 ambientes con balcón en Villa Urquiza.

MEMORIA Martina busca eso, en esa zona y con ese presupuesto. Habilitó push.

GENÉTICA Como máximo, una alerta por día.

→ **Avisarle y ofrecerle una visita**

CONTEXTO Martina confirma la visita del sábado.

MEMORIA Lucas es su asesor. Ya descartó dos propiedades.

GENÉTICA El asesor conduce la conversación comercial.

→ **Avisar a Lucas y recordarle la visita a ella**

emBlue trabaja con lo que el cliente declaró o tus sistemas registraron. No supone presupuestos ni necesidades que nadie informó. emBlue no tasa propiedades, no negocia condiciones ni cierra operaciones: eso lo hacen tus asesores.

Seis recorridos, cada uno con un objetivo de negocio y sus métricas.

La firma es un momento de la relación. El resto ocurre antes, mientras el cliente decide, y después, cuando llegan las recomendaciones y la próxima mudanza.

RECORRIDO	QUÉ RECIBE EL CLIENTE	OBJETIVO	MÉTRICAS
1 · Respuesta inmediata	Una respuesta en el momento, por el canal en que consultó, con la ficha de la propiedad y la opción de coordinar una visita.	Que ninguna consulta quede sin respuesta y llegue al asesor que corresponde.	Tiempo hasta la primera respuesta. Consultas con visita.
2 · Alertas de propiedades	Solo propiedades que coinciden con su búsqueda (zona, precio, ambientes) y avisos de baja de precio. Nada de lo que ya descartó.	Sostener el interés durante una búsqueda que lleva meses.	Clics en alertas. Visitas agendadas.
3 · Visitas	Confirmación, recordatorio con la dirección y, después, una pregunta para ajustar las próximas propuestas.	Concretar más visitas y afinar la búsqueda.	Visitas confirmadas. Ausencias. Visitas que llegan a reserva.
4 · Emprendimientos en pozo	Avances de obra e hitos de pago a quienes compraron, y novedades a quienes están evaluando.	Dar confianza a quien compró e interés a quien evalúa.	Interés en unidades disponibles. Consultas de compradores.
5 · Firma y entrega	Cada paso hasta la escritura y la entrega de llaves, con fecha, lugar y qué llevar.	Que nadie tenga que preguntar en qué está su operación.	Consultas evitadas. Satisfacción con la operación.
6 · Posventa y recomendación	Bienvenida al nuevo hogar, aniversarios, tasaciones periódicas y un pedido de recomendación en el momento justo.	Que vuelva a operar contigo y te recomiende.	Recomendaciones y reseñas. Clientes que vuelven a operar.

Reglas que cuidan la relación

- Cuando una propiedad se reserva, se deja de ofrecer.
- Reglas de frecuencia para que las alertas sigan siendo bienvenidas.
- Sin propuestas comerciales ni pedidos de recomendación con un reclamo abierto.
- Solo canales con consentimiento y dentro del horario de contacto. Las comunicaciones de la operación se mantienen siempre.

El asesor, dentro del recorrido

El asesor conduce la conversación comercial: la visita, la negociación y la firma. emBlue le avisa cada señal (una consulta nueva, una visita confirmada, el interés en otra unidad) y registra su contacto, para que la inmobiliaria no repita ni contradiga su mensaje.

04 · CASO ILUSTRATIVO

Martina y Joaquín tardaron meses en decidir. Hoy recomiendan a Hogares del Sur.

Cada paso deja una señal que la inmobiliaria usa en el siguiente. Hogares del Sur es una marca ficticia; las propiedades, el emprendimiento y los plazos son ilustrativos.

Día 1	**Consultan por un 3 ambientes** Martina consulta desde un portal. En el momento recibe por WhatsApp fotos y horarios de visita, y Lucas, su asesor, recibe el aviso.	SEÑAL Consulta respondida. Asesor asignado.
Semana 1	**Cuentan qué buscan** Responden tres preguntas: zona, presupuesto y ambientes. Visitan la propiedad con Lucas y la descartan: no tiene balcón.	SEÑAL Búsqueda declarada. Propiedad descartada.
Mes 2	**Reciben una alerta que vale la visita** Un push les avisa de un 3 ambientes con balcón dentro del presupuesto. El sábado, un SMS les recuerda la dirección. Después cuentan que prefieren algo a estrenar.	SEÑAL Visita realizada. Prefieren a estrenar.
Mes 3	**Conocen un emprendimiento en pozo** Lucas recibe la señal y les presenta Torre Arboleda. Cada mes reciben por email el avance de obra.	SEÑAL Interés en una unidad. Contacto del asesor registrado.
Mes 5	**Reservan su unidad** Firman con Lucas. Dejan de recibir alertas de otras propiedades y empiezan a recibir los hitos de obra y de pago.	SEÑAL Reserva registrada. Alertas detenidas.
Mes 20	**Firman la escritura y reciben las llaves** Un email con la fecha, la escribanía y qué llevar. Después de la entrega, la bienvenida a su nuevo hogar.	SEÑAL Operación cerrada. Empieza la posventa.
Mes 32	**Cumplen un año en su casa** Un email por el aniversario, con la opción de pedir una tasación y de recomendar a Hogares del Sur. Una amiga de Martina consulta ese mes.	SEÑAL Recomendación. Nueva consulta.

Qué cambia para marketing

Ninguno de estos mensajes es una campaña masiva. Cada uno se activa por un hecho concreto (una consulta, una búsqueda declarada, una propiedad publicada, una reserva, una fecha de escritura, un aniversario) y respeta las reglas que define tu equipo. Lucas condujo cada conversación comercial; emBlue le avisó en cada señal y se ocupó de que ninguna pregunta quedara sin respuesta.

Las fuentes que hacen posible cada recorrido y con qué frecuencia actualizarlas.

SISTEMA DE LA INMOBILIARIA	QUÉ APORTA	CAPA	RECORRIDOS QUE HABILITA	ACTUALIZACIÓN REQUERIDA
Portales, sitio y redes Formularios y consultas	Consulta entrante, propiedad consultada, canal de origen, datos de contacto	CONTEXTO	Respuesta inmediata, alertas de propiedades	Inmediata Para responder en el momento.
CRM de asesores	Asesor asignado, etapa de cada cliente, búsqueda declarada, visitas, contactos del asesor	MEMORIA GENÉTICA	Respuesta inmediata, visitas, posventa	En minutos Asignación y visitas. Historial: diaria.
Base de propiedades Inventario disponible	Propiedades publicadas, zona, precio, ambientes, bajas de precio, reservas	CONTEXTO	Alertas de propiedades, dejar de ofrecer lo reservado	Inmediata Reservas. Altas y precios: en minutos.
Emprendimientos y obra Desarrolladoras	Avance de obra, unidades disponibles, compradores e interesados por unidad	CONTEXTO MEMORIA	Emprendimientos en pozo	Diaria Unidades disponibles: en minutos.
Gestión de operaciones Reservas, boletos y escrituras	Reserva, hitos de pago, fecha de escritura, entrega de llaves	CONTEXTO	Firma y entrega, inicio de la posventa	En minutos
Preferencias y consentimientos	Consentimiento por canal, canal preferido, horario, frecuencia de alertas elegida	MEMORIA	Todos	Inmediata La política para respetarlos es Genética.
Data warehouse y segmentos	Historial de operaciones, propietarios por fecha de compra, segmentos existentes	MEMORIA	Posventa, aniversarios, tasaciones, clientes que vuelven	Diaria
Atención y reclamos Otra fuente para ajustar	Reclamo abierto o resuelto sobre una operación o una entrega	CONTEXTO	Pausar propuestas y pedidos de recomendación	Inmediata Un reclamo abierto cambia lo que corresponde decir.

Inmediata: segundos después del evento. En minutos: dentro del SLA acordado. Diaria: actualización por lotes. La frecuencia final se acuerda con la inmobiliaria. Los datos llegan a emBlue mediante integraciones, conectores de Data Lab y API. Las conexiones dependen de las interfaces y los datos disponibles en cada sistema.

06 · POR DÓNDE EMPEZAR

El primer recorrido sale de tu objetivo y de los datos que ya tienes.

No hay una secuencia única. Elige el objetivo que más pesa este año, empieza por un piloto con los datos disponibles y mide desde el primer día.

SI TU OBJETIVO ES...	EMPIEZA POR	DATOS NECESARIOS	MÉTRICA PRINCIPAL
Responder cada consulta	Respuesta inmediata	Consultas de portales y sitio, asesores y reglas de asignación del CRM	Tiempo hasta la primera respuesta. Consultas con visita.
Convertir más búsquedas	Alertas de propiedades y visitas	Base de propiedades, búsqueda declarada, agenda de visitas	Visitas agendadas. Visitas que llegan a reserva.
Vender las unidades de un emprendimiento	Emprendimientos en pozo	Avance de obra, unidades disponibles, interesados	Interés en unidades disponibles. Reservas.
Que nadie pregunte en qué está su operación	Firma y entrega	Reserva, fecha de escritura y entrega, de gestión de operaciones	Consultas evitadas. Satisfacción con la operación.
Que los clientes vuelvan y recomienden	Posventa y recomendación	Historial de operaciones, datos de contacto, consentimiento	Recomendaciones. Clientes que vuelven a operar.

Lo que define tu equipo

- La voz y los objetivos de cada recorrido.
- Las reglas de asignación y cuándo interviene el asesor.
- Qué se ofrece, a quién y cuándo se deja de ofrecer.
- Las políticas de contacto y la frecuencia de las alertas.

Cómo crece desde ahí

Cada recorrido nuevo reutiliza los datos ya conectados y suma solo las fuentes que le faltan, como atención y reclamos para pausar propuestas.

Evento → **Enviado** → **Entregado** → **Acción**

Cada comunicación queda registrada en la historia del cliente.

07 · CÓMO MEDIMOS EL IMPACTO

Línea base, grupo comparable y resultados en cada etapa.

Marketing demuestra su aporte cuando compara lo que pasó con lo que habría pasado sin el recorrido, etapa por etapa del embudo.

Línea base primero

Mide antes de empezar: tiempo hasta la primera respuesta, consultas que llegan a visita, visitas que llegan a reserva, operaciones cerradas, recomendaciones y horas manuales.

Un grupo comparable

Cuando corresponde, un grupo similar sigue con la comunicación habitual. Ambos reciben todas las comunicaciones de su operación.

Comparar lo comparable

Separa por tipo de operación (venta, alquiler, pozo), zona, rango de precio y portal de origen. Esas diferencias pueden explicar la conversión tanto o más que la comunicación.

Resultado antes que actividad

Aperturas y clics sirven para ajustar mensajes. El resultado es una visita concretada, una reserva o una recomendación. Mide también las bajas de suscripción a las alertas.

Puntos porcentuales y variación relativa

30% → 33% de consultas que llegan a visita es una mejora de **+3 puntos porcentuales**, que equivale a un aumento de **10% relativo**.

Ejemplo para explicar la diferencia, no una meta. Conviene informar ambas formas y aclarar cuál se usa.

Que cada consulta sea el comienzo de una relación.

Habla con un especialista