

“Un proceso imposible de digitalizar es cómo te sientes en el inmueble”

Martin Posch COO Iberia de Fastighetsbyran

Fastighetsbyran es la agencia inmobiliaria sueca más grande en Suecia, España y Portugal, y “top of mind” de todos los que quieren comprar o vender una casa en la península

Pongamos ejemplos de lo que es ser el más grande: en 2021 los más de 1.600 empleados de Fastighetsbyran vendieron 49.013 hogares en Suecia, España y Portugal. Pero ser el más grande, el líder de un sector, en sí, no es una ayuda para el cliente, pero sí que es una consecuencia de hacer las cosas bien. “Nadie puede tener éxito sin el apoyo de sus clientes, por ello, todo que hacemos es para que la compraventa más grande e importante de tu vida sea una experiencia a tu gusto. El reto más difícil que tenemos es que hay muchos gustos en el mundo”, asegura Martin Posch, COO Iberia de Fastighetsbyran.

Cada día hablamos de innovación, de digitalización, de sostenibilidad... ¿Cómo han cambiado estos conceptos el mercado inmobiliario?

La digitalización siempre ha sido un punto importante para nosotros, y cuando no hemos encontrado ninguna herramienta que nos sirviera en el mercado, la

hemos creado nosotros mismos. Y esta digitalización liga con la sostenibilidad. Me explico: lo más importante es ayudar a los clientes a viajar menos, porque la mejor manera de compensar el CO2 es no emitirlo. Con este fin hemos creado una herramienta para hacer visitas digitales a los inmuebles y con la función de chatear con el agente y un número ilimitado de participantes. Pero a veces, los viajes son indispensables, por eso los compensamos plantando árboles en España. Por el momento tenemos dos “Bosques Fastighetsbyran”: uno fuera de Málaga y otro cerca de Alicante (un proyecto en colaboración con Folia que vamos a seguir durante muchos años). Además, más de la mitad de nuestros coches ya son 100% eléctricos y/o híbridos, y utilizamos solo luz de fuentes renovables, tanto para los coches como para las oficinas.

Innovar debe ser complicado cuando eres el líder...

Sí, siempre. Cuando piensas algo te dices, ¿y si nadie usa esto? ¿Cuál es el ROI (return of investment) de este proyecto? Acabo de terminar la colaboración con uno de los portales inmobiliarios más grandes de Suecia. ¿Es correcto o no? Cuando eres el líder no se nota si vas a 20 o a 22 metros del número dos. Pero si el número dos te puede recortar 2 metros a ti, es como una victoria.

Pero debes hacer lo que crees mejor en cada momento y no tener miedo de equivocarte, siempre (o casi) puedes volver o cambiar opinión... Un ejemplo son

nuestras visitas virtuales, pre-COVID: pensando en reducir los viajes de nuestros clientes, desarrollamos una herramienta para que los clientes pudieran visitar los inmuebles a través unas gafas virtuales (los Óculos Glo) en nuestras oficinas en Suecia. Pero antes que el proyecto tuviera éxito, vino la COVID y no se podían compartir las gafas. Rápidamente cambiamos la app y adaptamos todo al móvil personal del cliente y todavía hacemos estas vistas virtuales en el móvil. Es un ejemplo de una innovación que al final tuvo éxito gracias a la voluntad de adaptarse.

“Hemos creado una herramienta para hacer visitas digitales a los inmuebles y con la función de chatear con el agente y un número ilimitado de participantes”

¿Nos podrías poner otros ejemplos de esta digitalización que lleváis a cabo en Fastighetsbyran?

Por supuesto. También trabajamos en un proyecto B2B muy innovador. En la compraventa de inmuebles sobre plano u obra nueva, la digitalización es una gran



ayuda porque aún no existe nada “real”, así que hemos creado y unificado un servicio donde juntamos las imágenes de un dron con las vistas reales de los diferentes y pisos con los “renders” del inmueble ya amueblado y listo para entrar. Es la última tecnología y muy muy real y difícil de distinguir de una foto. Además, puedes saber si está en venta o no, las características del piso, m², número de habitaciones, baños y precio. Y si le gusta, pinchas en el inmueble y aparecen diferentes packs de equipamiento, planos, certificación energética y todo lo que hay.

No hemos hablado de la persona al otro lado de la tecnología. ¿Debemos evitar que la digitalización despersonalice los negocios?

No, al revés. La digitalización de los servicios está liberando más tiempo para nuestros agentes para hablar cara a cara con los clientes. Nosotros siempre hablamos de un híbrido entre la digitalización 100% y el agente analógico. Un proceso que es muy difícil, por no decir imposible de digitalizar, es cómo te sientes en el inmueble. Pero con una agencia altamente digitalizada, el agente tiene el tiempo de llevarte y buscar las respuestas a preguntas como ¿cómo huele el barrio? ¿Cómo están los árboles del jardín? ¿Qué tacto tienen las paredes?

La calidad de vida del cliente, igual que el agente inmobiliario, mejora mucho si no necesitas visitar 10 inmuebles, sino sólo 3-4 para encontrar un hogar perfecto.

Hablemos de futuro, ¿qué camino seguirá el mercado inmobiliario en los próximos años?

Aparte de la situación geopolíticamente muy difícil que vivimos actualmente, en mi opinión seguiremos con los cambios que hemos visto como un resultado post-COVID. Apreciamos más nuestro hogar, queremos un hogar más grande y gastamos más dinero y estamos más tiempo allí. Esto significa también que el comprador y vendedor está más informado y es más exigente. Las agencias necesitamos seguir y superar al cliente en conocimiento en todos los aspectos de la compraventa. No sirve el viejo dicho de que el cliente viene solo si tienes el piso que le gusta. Quieren algo más: ¡una experiencia que corresponda a la compra o venta más importante de su vida: la de su hogar!

www.fastighetsbyran.com



Fastighetsbyran 

