



**GÉNESIS**

DIGITAL THINKING

# Google me avisó que estoy embarazada...



**2015**

Fuente: Moz



**TARGET**

**2012**

Fuente: Forbes

# ¿Cuánto saben de nosotros?



**55 mil**



**70 millones**

Puntos de data demográficos y/o psicográficos (Data Points)

# ¿Quiénes somos?

**g**ÉNOSIS  
DIGITAL THINKING

Somos apasionados en ayudar a desarrolladores inmobiliarios a alcanzar sus metas comerciales de forma creativa y efectiva con soluciones de marketing digital.

Llevamos:

**+ de 5 años aprendiendo**

**+ de 33 mil prospectos inmobiliarios**

**+ de \$3 millones de pesos invertidos en Facebook / Instagram Ads**

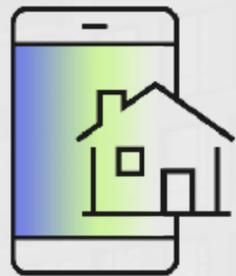
**+ de \$640 millones de pesos en ventas inmobiliarias generadas con nuestras estrategias**

**+ de mil familias que ayudamos a encontrar su hogar** (o visto de otra forma, más de mil casas, departamentos o terrenos vendidos)

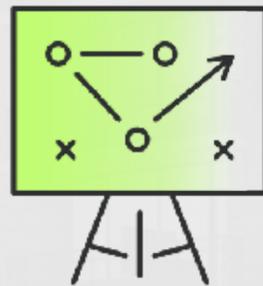
# génesis

 DIGITAL THINKING

¡Trabaja con nosotros tu siguiente proyecto!



Done For You  
Services



Consultoría  
De Mkt



Curso  
en línea

[www.digitalthinking.com.mx](http://www.digitalthinking.com.mx)



# Segmentar como un PRO

¿Cómo **segmentar** con data?



Lo digital...  
**¡ya no es  
una opción!**

¿Por qué?





Pero...  
**¿por qué no les  
funciona a todos?**

# PRINCIPALES RAZONES:



No se planean los mensajes de acuerdo a **buyer personas específicos** del desarrollo.



No se **miden resultados**, tasas de conversión o **calidad de los prospectos** en el seguimiento.



No se arma una **campana publicitaria profesional**, sólo se impulsan posts en redes.



Se hacen **segmentaciones muy básicas** sin considerar estrategias de **retargeting**.

**gónosis**  
DIGITAL THINKING

[www.digitalthinking.com.mx](http://www.digitalthinking.com.mx)

**¿Y cómo hacer  
que funcione?**



**gēnesis**  
DIGITAL THINKING

[www.digitalthinking.com.mx](http://www.digitalthinking.com.mx)



**METODOLOGÍA:**

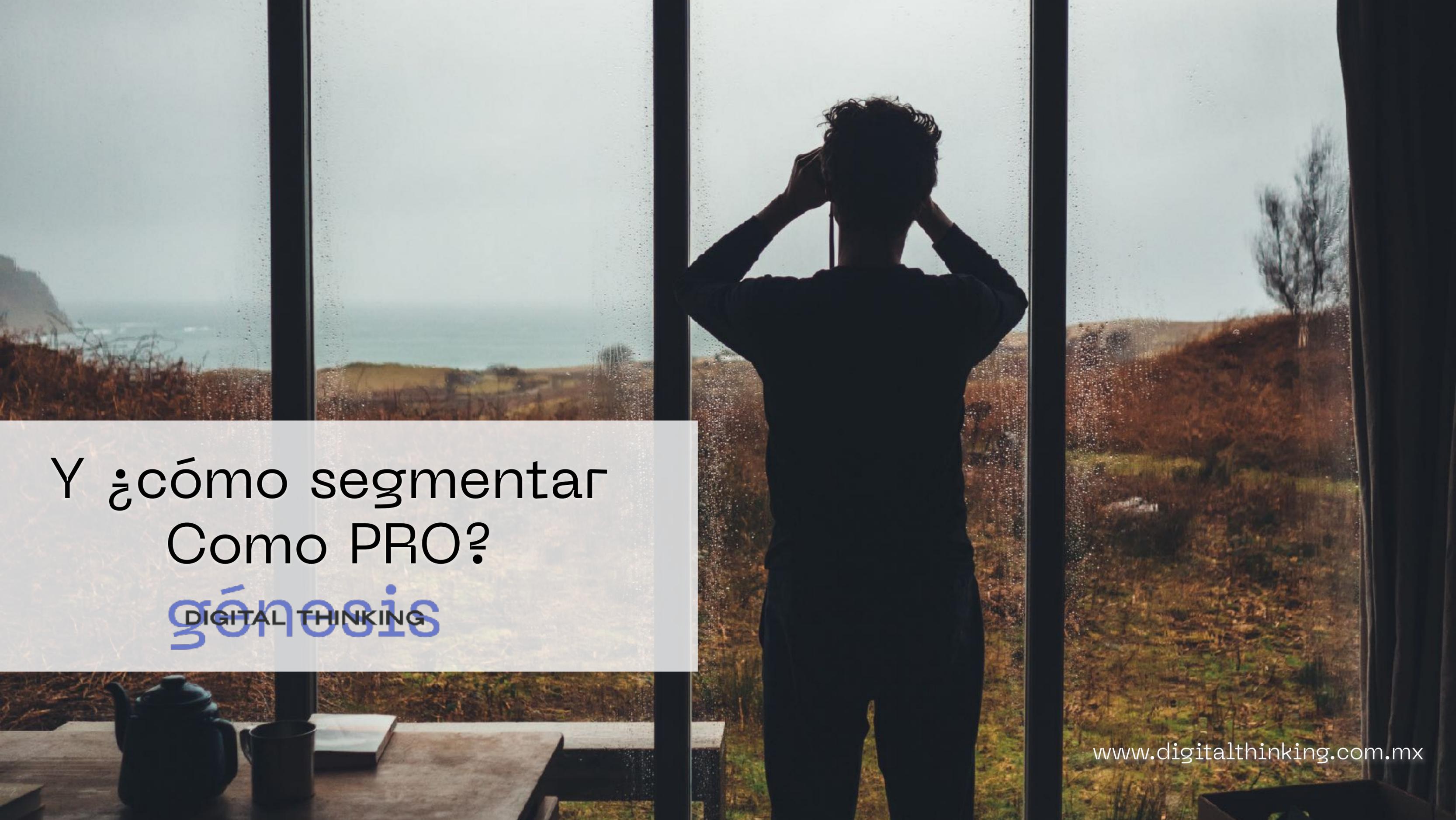
**DIGITAL  
THINKING  
INMOBILIARIO**

by: **génesis**  
DIGITAL THINKING

(La platicamos en persona)



[www.digitalthinking.com.mx](http://www.digitalthinking.com.mx)



# Y ¿cómo segmentar Como PRO?

**g**énesis  
DIGITAL THINKING



# TARGET / BUYER PERSONAS

¿Quién es tu cliente ideal?

# HOJA DE TRABAJO BUYER PERSONA

Proyecto/Marca:

## METAS Y VALORES

Metas:

Valores:

Nombre:

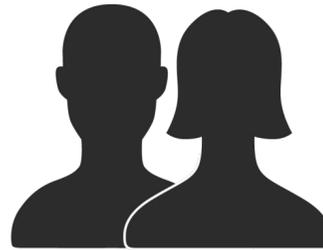
Edad:

Sexo:

Estado civil:

#/Edad de hijos:

Ubicación:



## DESAFÍOS E INSATISFACCIONES

Desafíos:

Insatisfacciones:

Intereses:

## FUENTES DE INFORMACIÓN

Libros:

Revistas:

Blogs/Sitios web:

Conferencias/eventos:

Gurus/líderes de opinión:

Otros:

Frases/citas:

Ocupación:

Puesto:

Ingresos:

Nivel de estudios:

Otros:

## OBJECIONES Y ROLES

Posibles objeciones:

Rol en el proceso de compra:

Comportamientos:

# HOJA DE TRABAJO PARA SEGMENTACIÓN

## 1. DEFINE TU BUYER

BUYER PERSONA #1

Nombre:

Edad:

Sexo:

Estado civil:

#/Edad de hijos:

Ubicación:

Ingresos:

Nicho:

Intereses:

Personas que siguen:

Herramientas que usan:

Productos que compran:

Asociaciones:

Redes Sociales que usan:

Autores:

## 2. HAZ UNA LLUVIA DE IDEAS DE PALABRAS CLAVES

## 3. INVESTIGA MÁS PALABRAS CLAVE E INTERESES CON AI

## 4. AGRUPA LOS INTERESES POR CATEGORÍA

|                  |                     |                    |
|------------------|---------------------|--------------------|
| Autores          | Libros              | Celebridades       |
| Competidores     | Cargos              | Revistas           |
| Webs / Blogs     | Interés General     | Marcas             |
| Eventos          | Asociaciones        | Interés Específico |
| Demográficos     | Comportamientos     | Nichos             |
| Universidades    | Hobbies             | Programas TV       |
| Radio / Podcast  | Herramientas / Apps | Tiendas            |
| Campo de Estudio | Foros               | Páginas de Fans    |

**5. ¡LISTO! CREA UNA NUEVA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD Y SEGMENTA A TUS BUYERS CON ESTE FRAMEWORK PARA MEJORES RESULTADOS**

Demográficos

Psicográficos

A hand cursor icon is pointing towards a red prohibition sign (a circle with a diagonal slash). Inside the circle, the text 'Promocionar publicación' is written in white on a blue rectangular background. The background of the entire image is a blurred laptop screen and keyboard.

Promocionar publicación

**¡No uses este botón!**

¡Q!





# NIVEL 1: DEMOGRÁFICOS

- Mujeres / Hombres
- Edades
- Ciudad / Zona geográfica
- Solter@ / Casad@
- Comprometid@
- Padres de hijos de X edad
- Estudios
- Mucho más...

¡Q!

# NIVEL 2: BIG DATA

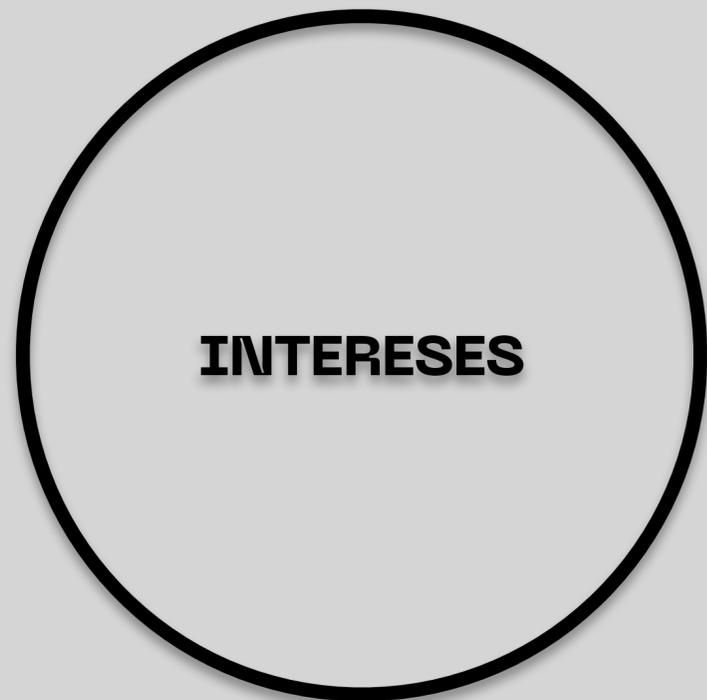
¡Usa los algoritmos a tu favor!

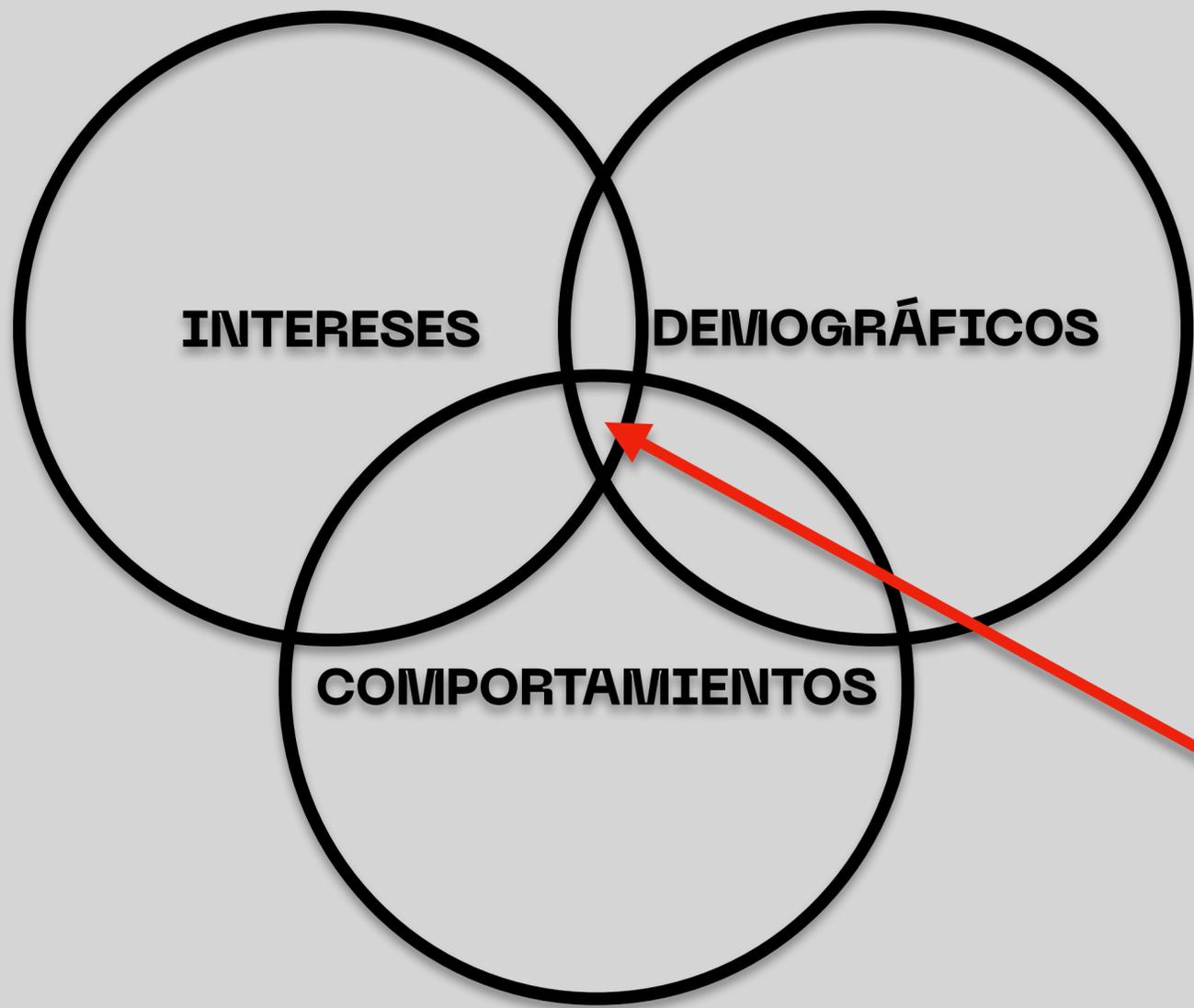
- Intereses
- Comportamientos
- Públicos similares
- Retargeting
- Públicos personalizados

# NIVEL 3: BIG DATA + AI

¡Usa los algoritmos en esteroides!

- Intereses Ocultos
  - ▶ Más específicos
  - ▶ Más resultados
  - ▶ Menos competencia
  - ▶ Menos costo
  - ▶ Menos tiempo





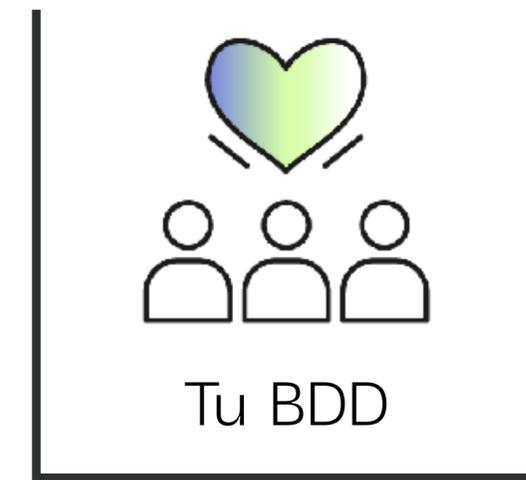
**Audiencia Objetivo**

# Públicos Similares

Look Alike Audiences



généosis  
DIGITAL THINKING



Público Personalizado

Público Similar



gi

# Segmentaciones

## Retargeting

[www.digitalthinking.com.mx](http://www.digitalthinking.com.mx)

génesis  
DIGITAL THINKING

WHEN WILL YOU RETURN

g



## ¿Qué es?

El Remarketing, **nos permite impactar nuevamente a personas que** previamente visitaron nuestra pagina web o hayan realizado alguna acción en nuestros anuncios.





# TOP 10 Anuncios

¿Qué anuncios inmobiliarios funcionan?

# TOP 5 Anuncios Tráfico Frío

génésis  
DIGITAL THINKING

[www.digitalthinking.com.mx](http://www.digitalthinking.com.mx)

## Top 5 Anuncios de Tráfico Frío

1. **Video Storybrand** Usa Storytelling en un video para convertir a tu cliente ideal en el héroe o heroína de su historia.
2. **Catálogo + Experiencia Instantánea** Utiliza el formato menos usado por tu competencia, aprovecha los costos bajos y el que tu anuncio se vea diferente a los demás.
3. **Video Aspiracional / Lifestyle** Muéstrale a tu cliente ideal cómo cambiará su estilo vida al vivir o comprar en tu desarrollo inmobiliario.
4. **Video Educativo** ¿Puedes explicar algún tema que ayude a la decisión de compra, o que te acerquen a tu cliente ideal?
5. **Recorrido 360°** Si no pueden visitar físicamente el desarrollo muéstraselos digitalmente.

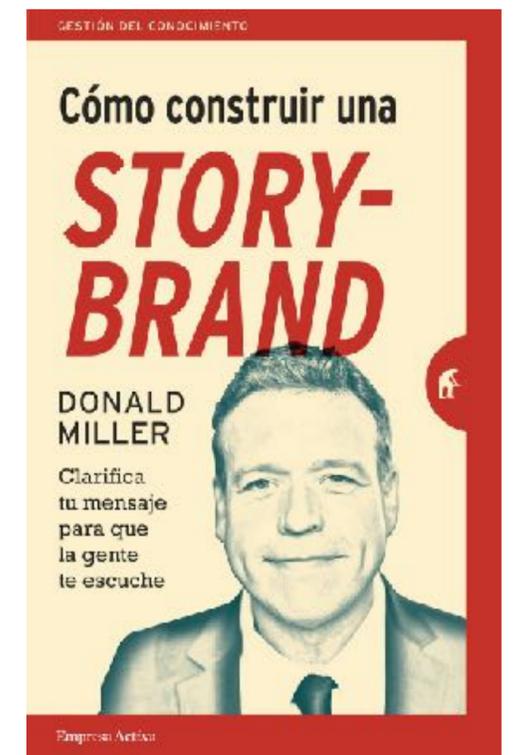


# StoryBrand Basic Script

- **Tú que...** (Buyer Persona / Identificador del personaje) + (Pregunta / Situación)
- **Sabemos...** (Problema) + (mostrando empatía / “te entiendo”)
- **Nosotros te podemos ayudar...** (se presenta el mentor / producto / desarrollo)
- **Te ayudamos haciendo...** (se explica el producto o el plan del mentor)
- **Call To Action** (hacia el final feliz o hacia evitar el final triste de esta historia)

g!

[www.digitalthinking.com.mx](http://www.digitalthinking.com.mx)



# TOP 5 Anuncios

## Retargeting

[www.digitalthinking.com.mx](http://www.digitalthinking.com.mx)

génésis  
DIGITAL THINKING

WHEN WILL YOU RETURN

géné

# Top 5 Anuncios de Retargeting

1. **Testimoniales** Usa el formato que más te guste (video, foto, quote). Tu cliente quiere ver personas como ella o él que les den confianza en tomar su decisión de compra contigo.
2. **Ubicación** Una de las preguntas más frecuentes en los anuncios inmobiliarios es ¿Dónde está? Haz varios ads el tema: ¿cómo llegar? ¿Qué hay cerca? ¿Vialidades importantes?...
3. **Promoción** Si tienes una promoción, aquí sí es bueno usarla. Puede ser el empujón que hace falta para tomar la decisión. Incluso juega con tus promos de acuerdo a cada cliente.
4. **Desglose del plan del mentor** ¿Cuáles son los siguientes pasos? ¡Muéstrales el camino! A veces lo que falta para tomar una decisión es tener claro qué sigue...
5. **Mata Objeciones** ¿Cuáles son las objeciones que se repiten? Elimínalas y/o aprende a darles la vuelta. Lo que para algunos es una desventaja, puede ser beneficio para otros.



**mui** HOGAR



**EL ROSARIO**



**g**



**g**énesis  
DIGITAL THINKING



## **Taller Extendido: Segmenta como PRO + Top 10 Ads Inmob**

En vivo – 8 Noviembre 12:00hrs  
Organizado por CANADEVI  
¡Regístrate!

**¡Toma foto al slide!**



## **Curso en Línea: Metodología Digital Thinking Inmobiliario**

**¡Con todo lo que nosotros  
capacitamos a nuestro equipo!**

PRECIO ESPECIAL CANADEVI

**[www.digitalthinking.mx/CANADEVI](http://www.digitalthinking.mx/CANADEVI)**