



[www. Soltwin.com.ar](http://www.Soltwin.com.ar)

Solución a sus necesidades

News nro 2 : La MARCA en el mercado inmobiliario

25 Jul-2014

Decía Philips Kotler: que “el MARKETING es el arte de construir marcas. Si no eres una marca, eres una materia prima, un producto básico, en donde el precio lo es todo y el único ganador será el que produzca a menor precio. Una marca bien posicionada simplifica la decisión de compra



www.soltwin.com.ar

Se ha seleccionado el siguiente logo, como marca digital de plataforma de lanzamiento del/los proyectos BRISAMAR I, II y III, cuyo significado son la “s” de Sergio y la “g” de Gustavo (gemelos univitelinos y profesionales intervinientes en BRISAMAR I) uniéndose en un proyecto para intentar crear un concepto en el cual se define a:

*BRISAMAR I como un emprendimiento que conjuga todas las características que debería reunir un edificio de categoría: sencillez, profesionalidad, calidad y seriedad.
Ingredientes que nos permitieron crear un concepto que nos acompaña en este camino de logro de objetivos medibles y rentables para el consumidor inmobiliario*

NUESTRAS creaciones de productos inmobiliarios deberán incorporar la aplicación de marca como una estrategia fundamental para la segmentación, el posicionamiento, la expansión, la capitalización y la diferenciación de la oferta.

MARKETING táctico inmobiliario

Se utilizará toda la inteligencia comercial más toda la información disponible para el conocimiento del cliente, de los competidores y del mercado en la fase estratégica. Para transformar *todo lo antedicho* en un arma competitiva para el diseño de la táctica a seguir.

Trabajaremos como profesionales acompañando a nuestra fuerza de ventas (GIROMINI Propiedades y BONOMO Propiedades) en la definición de las famosas cuatro P del marketing táctico

**PRODUCTO
PRECIO
PROMOCIÓN
PLAZA**

El cliente es el centro de todo y la EMPATIA lo es más, por ello Ortola Gustavo¹, incorpora

PUBLICO OBJETIVO de nuestra oferta es la quinta P del marketing táctico

+

PROPOSITO misión perseguida

¹ **MARKETING para desarrollos inmobiliarios** – Creando Real State con valor agregado – ORTOLA MARTINEZ Gustavo, Bienes Raíces ediciones BRE- 1era Edición 27/06/2013



[www. Soltwin.com.ar](http://www.Soltwin.com.ar)

Solución a sus necesidades

Y analizándolas desde el punto de vista del comprador, cliente o consumidor, las seis "P" serán seis "C":

Calidad *intrínseca* del producto

Costo conveniente para el consumidor

Conveniencia mutua (criterio *win-win*, en el cual gana comprador y vendedor por igual)

Comunicación clara y objetiva

Colaboración permanente con vendedores y consumidor

Compromiso post-venta

Master en Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias (MDI)
de la Universidad Politécnica de Madrid (España)
y Contador Público Nacional de la UNMDP (Argentina)
COMPANY GUSTAVO RUBEN

Master en Administración de Empresas (MBA) de la UNMDP
Ing. Industrial y Mecánico de la UNMDP
COMPANY SERGIO ALEJANDRO