

InmoPulse

Pack Express

Informe de Diagnostico y Estrategia Digital

Preparado para: Inmobiliaria Torres
Chamberi, Madrid
Marzo 2026

hola@inmopulse.es | inmopulse.es | wa.me/34659226699

Pack Express InmoPulse

Informe de Diagnostico y Estrategia Digital

Preparado para: Inmobiliaria Torres

Ubicacion: Calle Fuencarral 87, Chamberi, Madrid

Fecha de entrega: 24 de marzo de 2026

Referencia: PE-2026-0147

Estimado equipo de Inmobiliaria Torres,

Gracias por confiar en InmoPulse para dar el primer paso hacia la transformacion digital de vuestra agencia. Sabemos que llevais 25 anos ayudando a familias en Chamberi a encontrar su hogar, y ese conocimiento del barrio es un activo que la mayoría de agencias digitales no tienen. Nuestro objetivo con este Pack Express es ayudaros a trasladar esa autoridad al entorno online, donde hoy se inicia el 92% de las busquedas de vivienda.

A continuacion encontrareis un resumen de todo lo que incluye este entregable y como sacarle el maximo partido.

Contenido del Pack Express

1. Diagnostico Digital Completo (diagnostico.md)

Analisis exhaustivo del estado actual de vuestra presencia digital. Incluye auditoria de vuestra web, perfil de Google Business, redes sociales y un analisis comparativo con competidores directos en Chamberi. Cada seccion incluye hallazgos concretos y una puntuacion global que os permitira medir vuestro progreso en los proximos meses.

Lo mas importante: La lista de acciones prioritarias al final del documento. Seguid ese orden para obtener el maximo impacto con el minimo esfuerzo.

2. 10 Copies para Redes Sociales (copies-redes-sociales.md)

Diez publicaciones listas para copiar y publicar en Instagram y Facebook. Hemos creado una mezcla equilibrada entre contenido de propiedades, valor de barrio, consejos para vendedores y compradores, y credibilidad de agencia. Cada copy incluye el texto del post, una descripcion de la imagen sugerida y

hashtags optimizados para el mercado inmobiliario de Madrid.

Recomendacion: Publicad 3 veces por semana. Con estos 10 copies teneis material para mas de 3 semanas.

3. Secuencia de Captacion por WhatsApp (secuencia-whatsapp-captacion.md)

Cinco mensajes diseñados para convertir propietarios interesados en clientes que firman un mandato de venta. La secuencia cubre desde el primer contacto hasta el seguimiento final, con tiempos recomendados entre cada mensaje. Todos los mensajes incluyen marcadores [NOMBRE] para personalizar facilmente.

Clave del exito: La consistencia. No abandoneis la secuencia despues del segundo mensaje. El 40% de las conversiones ocurren a partir del tercer contacto.

4. Guia de Optimizacion de Google Business (guia-google-business.md)

Manual paso a paso para optimizar vuestro perfil de Google Business Profile. Incluye instrucciones exactas, recomendaciones de fotos, estrategia para conseguir mas reseñas con un guion especifico, y plantillas para responder tanto a reseñas positivas como negativas.

Dato relevante: Un perfil de Google Business optimizado puede generar entre 3 y 7 contactos directos adicionales al mes en una zona como Chamberi.

Proximos pasos recomendados

1. **Esta semana:** Leed el diagnostico completo y la guia de Google Business. Implementad las mejoras del perfil de Google (2-3 horas de trabajo).
2. **Semana 2:** Abrid una cuenta de Instagram para la agencia y publicad los 3 primeros copies del documento de redes sociales.
3. **Semana 3-4:** Integrad la secuencia de WhatsApp en vuestro proceso de captacion. Probadla con los proximos 5 leads que recibais.
4. **Mes 2:** Revisad los resultados. Si veis traccion en las reseñas de Google y los primeros seguidores en Instagram, es el momento de considerar una estrategia mas ambiciosa.

Cuando esteis listos para el siguiente nivel

El Pack Express es un punto de partida solido, pero la transformacion digital real requiere constancia y estrategia a medio plazo. Si tras implementar estas acciones quereis ir mas lejos, ofrecemos:

- **Implementacion Completa (desde 300 euros):** Landing page + Google Business + 30 copies + automatizacion. Todo montado y funcionando. [Contratar aqui](https://buy.stripe.com/00wfZh4PL9Bk5oL1fA33W01)

- **Gestion Mensual / Retainer (desde 250 euros/mes):** Copies mensuales, gestion de ads, reportes y optimizacion constante de tu captacion digital. [Contratar aqui](https://buy.stripe.com/14A6oHbe900KbN92jE33W02)

No hay ninguna obligacion. Implementad el Pack Express, medid los resultados, y decidid con datos.

Contacto

Para cualquier duda sobre este entregable o para explorar siguientes pasos:

- **Email:** hola@inmopulse.es
 - **WhatsApp:** wa.me/34659226699
 - **Web:** inmopulse.es
-

Sergio

InmoPulse — Estrategia digital para inmobiliarias

Este documento y sus materiales complementarios son propiedad intelectual de InmoPulse y han sido elaborados exclusivamente para uso interno de Inmobiliaria Torres. Se prohíbe su distribucion a terceros sin autorizacion expresa.

Diagnostico Digital Completo

Inmobiliaria Torres — Chamberi, Madrid

Fecha del analisis: 20-22 de marzo de 2026

Analista: Equipo InmoPulse

Referencia: PE-2026-0147

1. Resumen Ejecutivo

Inmobiliaria Torres cuenta con 25 anos de trayectoria en el barrio de Chamberi, un equipo consolidado de 4 personas y una reputacion solida entre los vecinos del barrio. Sin embargo, su presencia digital no refleja ni la experiencia ni la calidad de servicio que ofrece la agencia. La web no se ha actualizado desde 2019, no existe presencia en Instagram (la red social donde hoy se mueve el publico comprador de 28-45 anos), y el perfil de Google Business, aunque activo, tiene un rendimiento muy por debajo de su potencial. Esto significa que la agencia esta perdiendo una parte significativa de los propietarios y compradores que inician su busqueda online en la zona de Chamberi.

La buena noticia es que el punto de partida no es critico, sino mejorable. Las 35 reseñas en Google con una media de 4,2 estrellas son un activo real. El conocimiento del barrio y la cartera historica de operaciones son elementos diferenciadores que la competencia digital no puede replicar. Con las acciones que detallamos en este informe, es posible pasar de una puntuacion actual de 39/100 a un rango de 55-65/100 en un plazo de 60-90 dias, sin necesidad de grandes inversiones. Las mejoras mas urgentes (perfil de Google y creacion de Instagram) pueden implementarse en una sola semana.

2. Auditoria de Sitio Web

URL analizada: www.inmobiliariastorres.es

Plataforma: WordPress 5.8 (sin actualizar desde 2021)

Tema: TwentySeventeen (modificado)

Hosting: Plan compartido basico

2.1 Rendimiento y Velocidad

Metrica	Resultado	Objetivo
---------	-----------	----------

PageSpeed Movil (Google)	34/100	>70/100
PageSpeed Escritorio	58/100	>85/100
Tiempo de carga (movil, 4G)	6,8 segundos	<3 segundos
Largest Contentful Paint	5,2 s	<2,5 s
Cumulative Layout Shift	0,31	<0,1
First Input Delay	280 ms	<100 ms

Problemas detectados:

- Las imagenes de propiedades no estan comprimidas ni utilizan formato WebP. La imagen de cabecera pesa 2,4 MB cuando deberia pesar menos de 200 KB.
- No se utiliza carga diferida (lazy loading) para las imagenes. Al entrar en la pagina principal, el navegador intenta cargar las 24 imagenes de propiedades a la vez.
- El hosting actual (plan basico compartido) no ofrece certificado SSL correctamente configurado. El navegador muestra aviso de "sitio no seguro" en algunas subpaginas.
- WordPress y 7 de los 12 plugins instalados no se han actualizado en mas de 2 anos, lo que supone un riesgo de seguridad significativo.
- No se utiliza cache de navegador ni CDN.

2.2 Experiencia Movil

- La web no es responsive. En movil, el texto se sale de la pantalla y los botones de contacto son demasiado pequeños para pulsar comodamente.
- El formulario de contacto no funciona correctamente en iOS: el campo de telefono no acepta entrada.
- No existe boton de "Llamar" ni de "WhatsApp" visible en la version movil.
- El menu de navegacion se superpone al contenido en pantallas menores de 375px.

Impacto estimado: El 68% del trafico web inmobiliario en Madrid proviene de dispositivos moviles. Una web que no funciona bien en movil esta perdiendo 2 de cada 3 visitantes potenciales.

2.3 SEO (Posicionamiento en Buscadores)

Elemento	Estado
Title tags optimizados	No. La pagina principal tiene el titulo "Inicio - Inmobiliaria Torres"
Meta descriptions	No configuradas. Google muestra texto aleatorio del cuerpo
Etiquetas H1/H2	Incorrectas. Hay 4 etiquetas H1 en la pagina principal

Sitemap XML	No existe
Robots.txt	Existe pero bloquea por error la carpeta /propiedades/
Schema markup (datos estructurados)	No implementado
Alt text en imagenes	Solo 3 de 47 imagenes tienen texto alternativo
URLs amigables	Parcial. Algunas propiedades usan URLs tipo /?p=347
Velocidad de rastreo	Lenta por problemas de rendimiento
Paginas indexadas	23 paginas (deberian ser al menos 40-50 con las propiedades activas)

Palabras clave con potencial no aprovechado:

- "inmobiliaria chamberi" — Volumen: 480 búsquedas/mes. Torres no aparece en las 3 primeras paginas.
- "vender piso chamberi" — Volumen: 320 búsquedas/mes. Sin posicionamiento.
- "pisos en venta chamberi madrid" — Volumen: 1.200 búsquedas/mes. Sin posicionamiento.
- "valoracion piso chamberi" — Volumen: 210 búsquedas/mes. Oportunidad directa de captacion.

(Estimacion basada en datos de mercado)

2.4 Contenido y Experiencia de Usuario

- La web tiene 5 secciones: Inicio, Propiedades, Sobre Nosotros, Servicios y Contacto.
- La seccion "Propiedades" lista 18 inmuebles, pero 6 de ellos ya estan vendidos y siguen publicados como disponibles.
- No existe seccion de blog ni contenido informativo que pudiera atraer trafico organico.
- La pagina "Sobre Nosotros" tiene un parrafo generico. No hay fotos del equipo ni informacion que genere confianza.
- No hay testimonios de clientes en la web.
- El formulario de contacto solo pide nombre y email. No pregunta tipo de consulta ni inmueble de interes, lo que dificulta la gestion del lead.
- No hay llamadas a la accion claras. No existe boton de "Valoracion gratuita" ni "Vendemos tu piso".
- El numero de telefono solo aparece en la pagina de contacto, no en la cabecera.

Puntuacion Web: 18/40

3. Auditoria de Google Business Profile

Nombre del perfil: Inmobiliaria Torres

Categoría principal: Agencia inmobiliaria

Reseñas: 35 (media 4,2 estrellas)

Fotos: 8 fotos (subidas en 2020)

Publicaciones: 0 en los últimos 12 meses

Horario: Configurado (L-V 9:30-14:00 y 16:30-20:00)

3.1 Analisis de Reseñas

Puntuacion	Cantidad	Porcentaje
5 estrellas	18	51%
4 estrellas	9	26%
3 estrellas	4	11%
2 estrellas	2	6%
1 estrella	2	6%

Observaciones:

- De las 35 reseñas, solo 12 han recibido respuesta por parte de la agencia (34%).
- Las 2 reseñas de 1 estrella no tienen respuesta. Una de ellas menciona un problema de comunicacion y acumula 4 "votos de utilidad", lo que significa que aparece destacada.
- El ritmo de reseñas nuevas es bajo: solo 4 en los últimos 12 meses.
- La última respuesta a una reseña es de hace 8 meses.
- No se han solicitado reseñas de forma proactiva a clientes recientes.

3.2 Elementos del Perfil

Elemento	Estado	Recomendacion
Descripcion del negocio	Incompleta (2 lineas genericas)	Reescribir con palabras clave y propuesta de valor
Categoría secundaria	No configurada	Añadir "Tasador de inmuebles" y "Consultor inmobiliario"
Atributos del negocio	2 de 15 posibles configurados	Completar todos los aplicables
Zona de servicio	No configurada	Definir: Chamberí, Trafalgar, Almagro, Gaztambide
Enlace de cita previa	No configurado	Enlazar a formulario de web o WhatsApp

Productos/Servicios	No listados	Añadir: Compraventa, Valoracion, Alquiler, Gestion integral
Preguntas y Respuestas	0	Crear 5-8 preguntas frecuentes proactivamente
Fotos	8 fotos (todas de 2020, baja calidad)	Subir minimo 25 fotos nuevas de calidad
Publicaciones	0 en 12 meses	Publicar minimo 2 por semana

3.3 Rendimiento Actual Estimado

Basado en perfiles similares de la zona:

- Visualizaciones mensuales del perfil: 800-1.200 (estimacion conservadora)
- Clics en llamar: 15-25/mes
- Clics en web: 10-18/mes
- Solicitudes de ruta: 8-12/mes

Rendimiento potencial con perfil optimizado: Multiplicar por 2,5-3x estas cifras en 90 dias.

Puntuacion Google Business: 28/50

4. Auditoria de Redes Sociales

4.1 Facebook

Pagina: Inmobiliaria Torres Madrid

Seguidores: 187

Ultima publicacion: Julio de 2024 (hace 20 meses)

Tipo de contenido historico: Fotos de propiedades sin descripcion, compartidos de portales inmobiliarios.

Interaccion media: 2-4 reacciones por publicacion, 0 comentarios.

Evaluacion: La pagina de Facebook existe pero esta abandonada. El contenido historico no aporta valor. Sin embargo, mantener la pagina tiene sentido como tarjeta de presentacion y para poder gestionar Instagram desde Meta Business Suite.

4.2 Instagram

Estado: No existe cuenta.

Evaluacion: Esta es la carencia mas significativa. Instagram es la red social con mayor crecimiento en el sector inmobiliario en España. El perfil demografico del comprador de vivienda en Chamberi (35-55 anos, poder adquisitivo medio-alto) esta activo en Instagram. La competencia directa (ver seccion 5) ya tiene presencia consolidada.

4.3 LinkedIn

Estado: No existe pagina de empresa. El gerente (Antonio Torres) tiene perfil personal con 120 contactos pero sin actividad en los ultimos 2 anos.

4.4 TikTok / YouTube

Estado: No existe presencia. No es prioritario en esta fase.

Puntuacion Redes Sociales: 5/30

5. Analisis de Competidores en Chamberi

5.1 Competidor 1: Gilmar Chamberi (Oficina de Calle Carranza, 20)

Metrica	Gilmar	Torres
Reseñas Google	156	35
Media reseñas	4,5	4,2
Seguidores Instagram	2.400 (cuenta local)	0
Web movil	Excelente	Deficiente
Google Ads activos	Si (3 campañas detectadas)	No
Publicaciones Google/mes	8-10	0
Fotos en Google Business	87	8

Ventaja de Gilmar: Marca nacional con recursos de marketing centralizados. Web tecnológicamente superior. Presupuesto de publicidad significativo.

Vulnerabilidad de Gilmar: Rotacion de agentes alta. Menor conocimiento del barrio. Trato menos personalizado. Reseñas mencionan a veces "proceso muy corporativo".

5.2 Competidor 2: Redpiso Chamberi (Calle Luchana)

Metrica	Redpiso	Torres
---------	---------	--------

Reseñas Google	89	35
Media reseñas	3,8	4,2
Seguidores Instagram	850 (cuenta local)	0
Web movil	Buena	Deficiente
Google Ads activos	Si (campañas nacionales)	No
Publicaciones Google/mes	4-6	0
Fotos en Google Business	42	8

Ventaja de Redpiso: Volumen de operaciones alto. Presencia en portales dominante. Precios de honorarios agresivos.

Vulnerabilidad de Redpiso: Media de reseñas por debajo de 4,0. Múltiples reseñas negativas mencionando "presión para cerrar", "falta de atención personalizada". Marca percibida como low-cost.

5.3 Competidor 3: Berkshire Hathaway HomeServices (Alonso Martinez)

Métrica	BHHS	Torres
Reseñas Google	67	35
Media reseñas	4,7	4,2
Seguidores Instagram	5.200	0
Web movil	Excelente	Deficiente
Google Ads activos	Si	No
Publicaciones Google/mes	12-15	0
Fotos en Google Business	120+	8

Ventaja de BHHS: Marca de lujo con contenido visual profesional. Fuerte presencia en segmento premium.

Vulnerabilidad de BHHS: Percepción de precios altos. Menor presencia en segmento de vivienda media. No compiten en operaciones por debajo de 400.000 euros.

5.4 Oportunidad Competitiva para Torres

Inmobiliaria Torres tiene un espacio natural que ningún competidor ocupa completamente: **la agencia de barrio de confianza con presencia digital profesional**. Los competidores nacionales tienen tecnología pero carecen de raíces locales. Las demás agencias de barrio de Chamberí tienen una presencia digital igual o peor que Torres. Quien de el salto primero, domina ese nicho.

6. Puntuacion Global

Area	Puntuacion	Peso	Contribucion
Sitio Web	18/40	40%	18,0
Google Business Profile	28/50	30%	16,8
Redes Sociales	5/30	20%	3,3
Estrategia de Contenido	2/20	10%	1,0

Puntuacion Total: 39/100

Interpretacion:

- 0-25: Presencia digital critica
- 26-45: **Presencia digital deficiente (posicion actual)**
- 46-65: Presencia digital funcional
- 66-80: Presencia digital competitiva
- 81-100: Presencia digital excelente

7. Lista de Acciones Prioritarias

Ordenadas por impacto y facilidad de implementacion:

Prioridad Alta (Implementar en las proximas 2 semanas)

1. Optimizar el perfil de Google Business Profile

Completar todos los campos, subir 20-25 fotos nuevas, escribir descripcion optimizada, añadir servicios y categorias secundarias. Es la accion con mayor retorno inmediato. Detalle completo en el documento [guia-google-business.md](#).

Impacto estimado: +40-60% de visibilidad en busquedas locales.

Tiempo necesario: 3-4 horas.

2. Responder a TODAS las reseñas de Google pendientes

Especialmente las 2 reseñas de 1 estrella. Utilizar las plantillas incluidas en [guia-google-business.md](#).

Impacto estimado: Mejora percepcion de atencion al cliente, reduce impacto de reseñas negativas.

Tiempo necesario: 1-2 horas.

3. Crear cuenta de Instagram y publicar los primeros 5 posts

Utilizar los copios del documento [copios-redes-sociales.md](#). Configurar perfil de empresa con enlace a web y boton de WhatsApp.

Impacto estimado: Inicio de presencia donde esta el 70% del publico objetivo.

Tiempo necesario: 2 horas para configuracion + 30 min por publicacion.

4. Implementar la secuencia de WhatsApp para captacion

Cargar los 5 mensajes como respuestas rapidas en WhatsApp Business. Probar con los proximos leads.

Impacto estimado: +15-25% de tasa de conversion de lead a visita.

Tiempo necesario: 30 minutos de configuracion.

Prioridad Media (Implementar en 30-60 dias)

5. Actualizar WordPress, tema y plugins

Resolver los problemas de seguridad actualizando todo el CMS. Si no es posible, considerar migracion a una solucion moderna.

Impacto estimado: Resuelve aviso de "sitio no seguro", mejora velocidad.

Tiempo necesario: 2-4 horas (requiere conocimiento tecnico).

6. Optimizar imagenes de la web y activar lazy loading

Comprimir todas las imagenes, convertir a WebP, activar carga diferida.

Impacto estimado: Reduccion del tiempo de carga en un 50-60%.

Tiempo necesario: 2-3 horas.

7. Reescribir titles y meta descriptions de todas las paginas

Incluir palabras clave objetivo: "inmobiliaria chamberi", "vender piso chamberi", etc.

Impacto estimado: Mejora directa en posicionamiento organico.

Tiempo necesario: 2 horas.

8. Solicitar reseñas a los ultimos 10-15 clientes satisfechos

Utilizar el guion incluido en [guia-google-business.md](#).

Impacto estimado: Pasar de 35 a 45-50 reseñas en 60 dias.

Tiempo necesario: 30 minutos para enviar los mensajes.

Prioridad Baja (Implementar en 60-90 dias)

9. Crear pagina de "Valoracion gratuita" en la web

Landing page orientada a captacion de propietarios con formulario optimizado.

Impacto estimado: Canal de captacion directa de vendedores.

10. Implementar Schema markup en la web

Datos estructurados de tipo LocalBusiness y RealEstateAgent.

Impacto estimado: Mejor visibilidad en resultados de busqueda enriquecidos.

11. Iniciar publicaciones regulares en Google Business

Minimo 2 por semana: propiedades nuevas, consejos, noticias del barrio.

Impacto estimado: Señal de actividad para el algoritmo de Google.

12. Retirar propiedades vendidas de la web y añadir como "casos de exito"

Convertir inmuebles vendidos en prueba social en lugar de informacion desactualizada.

Impacto estimado: Mejora credibilidad y demuestra actividad.

8. Nota Final

Este diagnostico refleja el estado de la presencia digital de Inmobiliaria Torres a fecha de marzo de 2026. La puntuacion de 39/100 no es un reflejo de la calidad de la agencia, sino de su visibilidad online. Con la implementacion de las acciones de prioridad alta, es realista alcanzar una puntuacion de 55-65/100 en un plazo de 90 dias.

El activo mas valioso de Torres es lo que no se puede comprar: 25 anos de conocimiento del barrio y una reputacion real entre los vecinos de Chamberi. El reto es hacer visible ese activo en el entorno digital.

Diagnostico elaborado por el equipo de InmoPulse. Para dudas sobre este informe: hola@inmopulse.es

Puntuacion Global

39

de 100 puntos

Area	Puntuacion	Peso	Contribucion
Sitio Web	18/40	40%	18,0
Google Business	28/50	30%	16,8
Redes Sociales	5/30	20%	3,3
Estrategia de Contenido	2/20	10%	1,0

Presencia digital deficiente. Con las acciones de este informe, es posible alcanzar 55-65/100 en 90 días.

10 Copies para Redes Sociales

Inmobiliaria Torres — Listos para Publicar

Preparado para: Inmobiliaria Torres

Red objetivo: Instagram y Facebook

Frecuencia recomendada: 3 publicaciones por semana

Duración del contenido: 3-4 semanas

COPY 1 — Escaparate de Propiedad

Tipo: Propiedad en venta

Formato sugerido: Carrusel de 5-7 fotos

Texto del post:

Atico con terraza de 30 m2 en pleno corazon de Chamberi.

120 m2 utiles. 3 dormitorios. 2 banos. Salon con doble orientacion este-oeste. Luminosidad natural todo el dia. Cocina reformada en 2023. Plaza de garaje incluida.

A 3 minutos andando del mercado de Vallehermoso y a 5 de la estacion de Quevedo.

Precio: 685.000 euros.

Para concertar visita: enlace en bio o 659 226 699 (WhatsApp).

25 anos vendiendo hogares en Chamberi. Conocemos cada calle, cada portal, cada comunidad.

Imagen sugerida: Fotografia profesional del salon del atico con luz natural, terraza visible al fondo. Primera imagen del carrusel con la terraza como protagonista (vista panoramica). Resto de imagenes: salon, cocina, dormitorio principal, bano, fachada del edificio.

Hashtags:

#InmobiliariaTorres #PisosChamberi #AticoMadrid #InmobiliariaChamberi #VentaPisosMadrid
#PropiedadMadrid #ChamberiMadrid #PisoEnVenta #InmobiliariaMadrid #AticoConTerraza

COPY 2 — Escaparate de Propiedad

Tipo: Propiedad en venta

Formato sugerido: Carrusel de 5-7 fotos

Texto del post:

Piso exterior en calle Fuencarral con ascensor y portero físico.

95 m2. 3 dormitorios. Salon de 22 m2 a calle. Finca clasica de 1945 con estructura impecable. Suelos originales de roble restaurados. Techos de 3,10 metros.

La finca tiene calificacion energetica E y cuota de comunidad de 180 euros/mes. Gastos del IBI al corriente.

Precio: 520.000 euros.

Lo hemos valorado tras analizar las 14 compraventas cerradas en esta misma calle durante los ultimos 12 meses. Conocemos Chamberi edificio por edificio.

Consultas: enlace en bio.

Imagen sugerida: Foto del salon con los techos altos y suelos de roble como protagonistas. Luz natural entrando por las ventanas a calle. Carrusel: salon, dormitorio con vistas, cocina, portal del edificio (que transmita señorío), detalle de los suelos originales.

Hashtags:

#InmobiliariaTorres #PisosChamberi #FincaClasicaMadrid #VentaPisos #ChamberiBarrio
#InmobiliariaChamberi #PisoExterior #VentaMadrid #CasaConHistoria #SuelosOriginales

COPY 3 — Escaparate de Propiedad

Tipo: Propiedad en venta (formato mas breve, orientado a generar urgencia)

Formato sugerido: Foto unica de gran impacto

Texto del post:

Recien publicado.

Bajo con jardin privado de 45 m2 en la zona de Trafalgar.

85 m2 interiores. 2 dormitorios. Reformado integramente en 2024. Cocina abierta. Un espacio como este en Chamberi sale al mercado 2 o 3 veces al ano.

Precio y visitas: 659 226 699.

Imagen sugerida: Fotografia del jardin privado tomada desde el interior del salon, mostrando la transicion interior-exterior. Vegetacion cuidada, luz natural, sensacion de oasis urbano.

Hashtags:

#InmobiliariaTorres #BajoConJardin #ChamberiMadrid #PisoReformado #Trafalgar #InmobiliariaChamberi #JardinPrivado #OportunidadMadrid #VentaPisos #ViviendasMadrid

COPY 4 — Valor de Barrio

Tipo: Contenido sobre el barrio de Chamberi

Formato sugerido: Foto del barrio o carrusel de rincones

Texto del post:

Chamberi no es solo un barrio. Es una forma de vivir Madrid.

Mercado de Vallehermoso para la compra del sabado. Los jardines del Canal para correr el domingo por la manana. Bares donde el camarero ya sabe lo que tomas. Colegios a los que puedes ir andando. Vecinos que se conocen por su nombre.

Llevamos 25 anos ayudando a familias a instalarse en estas calles. Y cada vez que alguien nos dice "este barrio es exactamente lo que buscaba", recordamos por que hacemos este trabajo.

Si estas pensando en vivir en Chamberi, hablamos.

Imagen sugerida: Fotografia calida de una calle tipica de Chamberi en hora dorada (atardecer). Arboles, fachadas classicas, alguna terraza con gente. Transmitir vida de barrio, no turismo. Alternativa: foto del mercado de Vallehermoso un sabado por la manana.

Hashtags:

#Chamberi #BarrioChamberi #VidaDeBarrio #MadridBarrios #VivirEnMadrid #ChamberiMadrid #InmobiliariaTorres #MadridReal #BarriosTradicionalesMadrid #VidaEnChamberi

COPY 5 — Valor de Barrio

Tipo: Dato de mercado del barrio (posiciona como expertos locales)

Formato sugerido: Grafico sencillo o imagen con texto superpuesto

Texto del post:

El precio medio del metro cuadrado en Chamberi ha subido un 8,3% en los ultimos 12 meses.

Es el cuarto barrio de Madrid con mayor revalorización, solo por detrás de Salamanca, Retiro y Centro.

Que significa esto si eres propietario en Chamberí: tu vivienda vale hoy más que hace un año. Y la tendencia, según todos los indicadores, se mantiene al alza.

Que significa si quieres comprar: el mejor momento para entrar siempre fue ayer. El segundo mejor momento es hoy.

Si quieres saber cuánto vale exactamente tu vivienda o encontrar la oportunidad adecuada, estamos en la calle Fuencarral 87. Llevamos aquí desde 2001.

Imagen sugerida: Gráfico limpio y profesional mostrando la evolución del precio/m² en Chamberí en los últimos 3 años. Colores sobrios (azul oscuro y blanco). Logo de Torres en esquina inferior. Alternativa: imagen de una fachada clásica de Chamberí con el dato superpuesto en texto grande.

Hashtags:

#MercadoInmobiliario #DatosInmobiliarios #PreciosMadrid #Chamberi #InversionInmobiliaria
#InmobiliariaTorres #InmobiliariaChamberi #PisosMadrid #TendenciasMercado #ValorVivienda

COPY 6 — Consejos para Vendedores

Tipo: Contenido educativo para propietarios que quieren vender

Formato sugerido: Carrusel tipo "guía" (5-6 slides)

Texto del post:

5 errores que hacen que tu piso tarde el doble en venderse.

1. Poner un precio "para negociar". Los compradores de hoy comparan 50 pisos en portales antes de llamar. Si tu precio está inflado, directamente no te contactan. No es que vayas a negociar menos. Es que no vas a negociar nada.

2. Fotos con el móvil en vertical y luces apagadas. La primera impresión se da online. Si tus fotos no invitan a hacer clic, nadie verá lo bonito que es tu piso en persona.

3. No preparar la vivienda para las visitas. Una casa desordenada, con olor a comida reciente o con poca luz transmite lo contrario de lo que quieres.

4. Estar presente durante la visita. El comprador necesita imaginarse viviendo ahí. Eso es muy difícil con el propietario explicando donde puso el mueble del salón.

5. No tener la documentación lista. Nota simple, certificado energético, último IBI, actas de comunidad. Si el comprador dice "quiero hacer oferta" y tu no tienes los papeles, pierdes el impulso.

Si vas a vender en Chamberí, podemos ayudarte a evitar estos errores. Primera consulta sin compromiso.

Imagen sugerida: Slide 1: Titulo "5 errores al vender tu piso" sobre fondo oscuro con tipografia grande. Slides 2-6: un error por slide con numero grande y texto breve. Diseño limpio, colores corporativos. Ultima slide: logo de Torres + contacto.

Hashtags:

#VenderPiso #ConsejosInmobiliarios #VentaPisos #ErroresInmobiliarios #VenderCasa
#InmobiliariaTorres #PropietariosMadrid #ConsejosVenta #HomeSelling #InmobiliariaChamberi

COPY 7 — Consejos para Vendedores

Tipo: Contenido educativo breve (micro-consejo)

Formato sugerido: Imagen unica con texto o video corto (Reel de 30 seg)

Texto del post:

Una pregunta que nos hacen todas las semanas: "Cuanto vale mi piso?"

La respuesta honesta: depende. Depende de la planta, de la orientacion, del estado de la finca, de si tiene ascensor, del momento del mercado y de una docena de factores mas.

Lo que no depende de nada es esto: una valoracion seria se basa en datos de compraventas reales cerradas en tu zona, no en lo que piden los vecinos en Idealista. Pedir no es vender.

En Inmobiliaria Torres hacemos valoraciones basadas en operaciones reales en Chamberi. Sin compromiso. Sin inflar el precio para conseguir el encargo. Porque un piso sobrevalorado no es un piso bien valorado: es un piso que no se vende.

Pide tu valoracion: enlace en bio.

Imagen sugerida: Foto de primer plano de una persona (agente) analizando datos en un portatil con documentacion de viviendas sobre la mesa. Entorno profesional pero cercano. Alternativa: grafico sencillo que diga "Valoracion real basada en datos" vs "Precio que pide tu vecino".

Hashtags:

#ValoracionVivienda #CuantoValeMiPiso #ValoracionGratuita #InmobiliariaTorres #VenderPisoMadrid
#PrecioRealVivienda #ConsejosVenta #Chamberi #InmobiliariaChamberi #DatosInmobiliarios

COPY 8 — Consejos para Compradores

Tipo: Contenido educativo para compradores

Formato sugerido: Carrusel informativo (4-5 slides)

Texto del post:

Vas a comprar tu primera vivienda en Madrid. Esto es lo que nadie te cuenta.

El precio del piso es solo el principio. Antes de firmar, vas a necesitar tener claro:

-- Gastos de compra: entre el 10% y el 12% del precio del inmueble (impuestos, notaria, registro, gestoria). En un piso de 400.000 euros, son 40.000-48.000 euros adicionales.

-- Ahorro necesario: los bancos financian como maximo el 80% del valor de tasacion. Necesitas tener ahorrado minimo el 20% del precio + los gastos.

-- Diferencia entre precio de venta y valor de tasacion: no siempre coinciden. Si la tasacion sale por debajo del precio, el banco te financia menos.

-- Certificado energetico: es obligatorio para la venta. Si el vendedor no lo tiene, no puede escriturar.

-- Derramas pendientes: pregunta siempre si hay derramas aprobadas en la comunidad. Pueden sumar miles de euros.

Si estas buscando piso en Chamberi y quieres que alguien te guie en el proceso sin letra pequeña, estamos aqui.

Imagen sugerida: Slide 1: "Lo que nadie te cuenta al comprar tu primera vivienda" con imagen de llaves sobre una mesa. Slides siguientes: un punto por slide con icono o ilustracion sencilla. Diseño limpio, profesional. Ultima slide con contacto.

Hashtags:

#ComprarPiso #PrimeraVivienda #ConsejosCompradores #ComprarCasaMadrid
#GastosCompraVivienda #InmobiliariaTorres #Chamberi #HipotecaMadrid #GuiaCompraPiso
#CompradorPrimerizo

COPY 9 — Consejos para Compradores

Tipo: Contenido educativo breve sobre un tema especifico

Formato sugerido: Imagen unica con dato destacado

Texto del post:

Antes de enamorarte de un piso, lee las actas de la comunidad de propietarios.

Te van a contar cosas que nadie mas te dira: si hay vecinos morosos, si la finca tiene problemas de humedades, si hay una derrama aprobada de 15.000 euros para cambiar el ascensor, si hay conflictos recurrentes en las juntas.

Las actas son el historial medico del edificio. Y tienes derecho a pedir las antes de hacer una oferta.

Consejo: pide las actas de los ultimos 3 anos como minimo.

Estas buscando en Chamberi? Nosotros ya conocemos el estado de la mayoria de las fincas del barrio. Es una de las ventajas de llevar 25 anos aqui.

Imagen sugerida: Foto cenital de documentos (actas de comunidad) sobre una mesa, con unas gafas y un boligrafo. Estetica profesional, luz natural. Alternativa: imagen de la fachada de un edificio clasico de Chamberi con texto superpuesto: "Lee las actas antes de comprar."

Hashtags:

#ConsejosCompradores #ComprarPiso #ActasComunidad #CompraPisoMadrid #ConsejosInmobiliarios #InmobiliariaTorres #Chamberi #InmobiliariaChamberi #ErroresAlComprar #DerechosComprador

COPY 10 — Credibilidad de Agencia

Tipo: Storytelling / Confianza / Marca

Formato sugerido: Foto del equipo o de la oficina

Texto del post:

En 2001 abrimos nuestra oficina en la calle Fuencarral. Chamberi tenia otro ritmo. Los portales inmobiliarios no existian. Las propiedades se captaban tocando porteria por porteria.

25 anos despues, muchas cosas han cambiado. Pero lo que nos ha traído hasta aqui sigue siendo lo mismo: conocer el barrio mejor que nadie, tratar a cada cliente como si fuera el unico, y decir siempre la verdad sobre el valor de una propiedad, aunque no sea lo que el propietario quiere oír.

En este tiempo hemos ayudado a mas de 700 familias a comprar o vender su vivienda en Chamberi. Algunos clientes de hace 20 anos nos siguen llamando cuando un hijo se independiza o cuando unos padres quieren mudarse a algo mas pequeño. Eso no se consigue con publicidad. Se consigue con trabajo bien hecho.

Somos Antonio, Marta, Luis y Carmen. Y seguimos aqui.

Imagen sugerida: Foto de equipo natural (no posada tipo corporativo). Los 4 miembros del equipo en la puerta de la oficina o en el interior, sonriendo de forma natural. Ropa profesional pero no rigida. Transmitir cercanía y profesionalidad. Alternativa: foto de la fachada de la oficina con el letrero visible.

Hashtags:

#InmobiliariaTorres #25Anos #AgenciaInmobiliaria #Chamberi #HistoriaDeMarca #InmobiliariaChamberi #ConfianzaInmobiliaria #AgenciaDeBarrio #MadridInmobiliaria #EquipoTorres

Notas de Uso

- **Frecuencia recomendada:** 3 publicaciones por semana (lunes, miercoles y viernes a las 11:00 o a las 19:00).
- **Orden sugerido:** No publicar los 3 copies de propiedades seguidos. Alternar: propiedad, contenido de valor, propiedad, consejo, barrio, etc.
- **Adaptacion:** Estos copies estan listos para copiar y pegar, pero recomendamos personalizar con datos reales de las propiedades y del equipo.
- **Imágenes:** La calidad de la imagen es tan importante como el texto. Si no disponeis de fotos profesionales, un movil actual con buena luz natural da resultados aceptables. Evitar fotos con flash, angulos forzados o espacios desordenados.
- **Stories:** Cada publicacion del feed puede ir acompañada de 2-3 Stories el mismo dia: una compartiendo el post, otra con un dato extra o una pregunta interactiva.

Copies elaborados por InmoPulse para uso exclusivo de Inmobiliaria Torres.

Secuencia de Captacion por WhatsApp

5 Mensajes para Convertir Propietarios en Clientes

Preparado para: Inmobiliaria Torres

Objetivo: Convertir propietarios interesados en vender su vivienda en clientes que firman mandato

Canal: WhatsApp Business

Duracion de la secuencia: 7-10 días

Instrucciones Previas

Cuando utilizar esta secuencia:

Esta secuencia esta diseñada para propietarios que ya han mostrado interes inicial: han rellenado un formulario en la web, han preguntado por una valoracion, han contactado por redes sociales o han sido referidos por un cliente anterior. No es una secuencia de contacto en frio.

Configuracion en WhatsApp Business:

1. Guardar cada mensaje como "Respuesta rapida" en WhatsApp Business (Ajustes > Herramientas para la empresa > Respuestas rapidas).
2. Asignar un atajo a cada mensaje: /capt1, /capt2, /capt3, /capt4, /capt5.
3. Antes de enviar, sustituir siempre [NOMBRE] por el nombre real del propietario.
4. Personalizar cualquier referencia a la zona si el propietario no esta en Chamberi.

Regla fundamental:

Si el propietario responde en cualquier momento de la secuencia, se abandona la secuencia automatica y se pasa a conversacion personal. Estos mensajes son solo para el escenario en que no hay respuesta.

MENSAJE 1 — Primer Contacto

Momento de envio: Dentro de los 30 minutos siguientes a recibir el interes del propietario

Atajo sugerido: /capt1

Buenos días, [NOMBRE]. Soy Antonio, de Inmobiliaria Torres en Chamberi.

He visto que habeis mostrado interes en conocer el valor de vuestra vivienda. Me encantaria ayudaros.

Para daros una primera estimacion orientativa, solo necesitaria saber:

- Direccion exacta (calle y numero)
- Planta y si es interior o exterior
- Metros cuadrados aproximados
- Estado general (original, reformado parcialmente, reformado integramente)

Con esos datos puedo prepararos una valoracion inicial basada en las compraventas reales que se han cerrado en vuestra zona en los ultimos meses. Sin compromiso y sin coste.

Si preferis que hablemos por telefono, estoy disponible esta manana. Y si os viene mejor quedar en persona, nuestra oficina esta en Fuencarral 87.

Un saludo.

Notas sobre este mensaje:

- Tono directo pero respetuoso. Se presenta con nombre propio para generar cercanía.
- Pide informacion concreta y facil de dar. Reduce la friccion de responder.
- Ofrece tres canales de comunicacion (WhatsApp, telefono, presencial) para adaptarse a la preferencia del propietario.
- Menciona "sin compromiso y sin coste" para eliminar la barrera principal.
- No presiona. No menciona exclusivas ni honorarios en este punto.

MENSAJE 2 — Propuesta de Valor

Momento de envio: 24 horas despues del Mensaje 1, solo si no ha habido respuesta

Atajo sugerido: /capt2

Hola [NOMBRE], buenos dias. Os escribo de nuevo brevemente.

Entiendo que la decision de vender una vivienda no se toma a la ligera, y que probablemente estais valorando diferentes opciones. Es lo natural.

Solo queria comentaros algo que creemos que os puede interesar: en Inmobiliaria Torres trabajamos exclusivamente en la zona de Chamberi desde hace 25 anos. Eso significa que no solo conocemos los precios del barrio, sino que tenemos una base de compradores activos que buscan especificamente en estas calles.

En este momento tenemos 23 compradores cualificados (con financiación pre-aprobada) buscando vivienda en Chamberí. Es posible que vuestra propiedad encaje con lo que alguno de ellos está buscando.

Si os interesa, puedo prepararos un informe de mercado específico de vuestra calle con las operaciones reales cerradas en los últimos 6 meses. Tarda 24 horas y es completamente gratuito.

Quedamos a vuestra disposición.

Antonio — Inmobiliaria Torres

Notas sobre este mensaje:

- Reconoce que es normal no responder al primer mensaje. No genera culpa ni presión.
 - Introduce el diferencial competitivo: especialización en Chamberí, 25 años.
 - Dato concreto de compradores cualificados. Genera interés sin ser agresivo.
 - Ofrece un "regalo" tangible (informe de mercado de su calle) que tiene valor real para el propietario y que demuestra profesionalidad.
 - Firmado con nombre para mantener la relación personal.
-

MENSAJE 3 — Prueba Social

Momento de envío: 48 horas después del Mensaje 2 (72h desde el primer contacto)

Atajo sugerido: /capt3

Hola [NOMBRE], espero que vaya todo bien.

No quiero ser insistente, pero si quería compartir algo rápido. La semana pasada cerramos la venta de un piso en la calle Cardenal Cisneros (muy cerca de vuestra zona) en 18 días desde la publicación. El propietario nos dijo algo que escuchamos a menudo: "Ojalá os hubiera llamado antes en lugar de intentarlo por mi cuenta durante 4 meses."

No es un caso excepcional. Nuestro tiempo medio de venta en Chamberí es de 32 días, frente a los 68 días de media del mercado en Madrid. La diferencia es el conocimiento de la zona y la red de compradores locales.

Si en algún momento decidís avanzar, aquí estaremos. Y si finalmente decidís no vender o hacerlo por otra vía, lo entenderemos perfectamente.

Un saludo cordial.

Antonio

Notas sobre este mensaje:

- Abre reconociendo que puede ser percibido como insistente. Esto genera honestidad y confianza.
 - Caso de éxito concreto con datos específicos (calle, plazo, testimonio). La prueba social es el mecanismo de persuasión más potente en inmobiliario.
 - Dato comparativo: 32 días vs 68 días de media. Posiciona sin atacar a la competencia.
 - Cierra dejando la puerta abierta sin presión. Muestra seguridad y respeto.
 - El mensaje es más corto que los anteriores. A medida que pasan los días sin respuesta, los mensajes deben ser más breves.
-

MENSAJE 4 — Contexto de Mercado

Momento de envío: 72 horas después del Mensaje 3 (6 días desde el primer contacto)

Atajo sugerido: /capt4

Buenos días, [NOMBRE].

Un dato rápido que puede ser relevante para vuestra decisión: el mercado de Chamberí está especialmente activo este trimestre. El número de operaciones cerradas ha subido un 12% respecto al mismo periodo del año anterior, y los precios se mantienen al alza.

Esto significa dos cosas para un propietario: primero, que hay demanda real; segundo, que los compradores están pagando precios sólidos, sin necesidad de grandes negociaciones a la baja.

Los ciclos de mercado cambian. No sé cuánto durará esta ventana, pero lo que sí sé es que ahora mismo las condiciones para vender en Chamberí son muy favorables.

Si decidís que queréis al menos una valoración profesional para tener el dato, tardamos 48 horas en prepararla. Solo tenéis que responder a este mensaje.

Antonio — Inmobiliaria Torres

Fuencarral 87, Chamberí

Notas sobre este mensaje:

- Introduce el factor temporal de forma elegante. No dice "date prisa" sino que presenta datos de mercado que implican una ventana de oportunidad.
- Los datos deben ser reales y actualizados. Antes de enviar este mensaje, verificar los datos de mercado de la zona.

- Rebaja la barrera de acción al mínimo: "solo teneis que responder a este mensaje". No pide reunión, no pide llamada, solo una respuesta.
 - Incluye la dirección física de la oficina. Refuerza la idea de proximidad y accesibilidad.
-

MENSAJE 5 — Cierre de Secuencia

Momento de envío: 7 días después del Mensaje 4 (13 días desde el primer contacto)

Atajo sugerido: /capt5

Hola [NOMBRE], buenos días.

Este será mi último mensaje de seguimiento. Entiendo que quizás no es el momento adecuado, que habéis decidido no vender por ahora, o simplemente que preferís otra opción. Cualquiera de esas razones es perfectamente válida.

Solo quería que supierais que, si en el futuro decidís explorar la venta de vuestra vivienda, podéis contactarnos sin ningún compromiso. Estaremos encantados de ayudaros en ese momento.

Mientras tanto, os dejo nuestro contacto por si lo necesitáis en algún momento:

Inmobiliaria Torres

Calle Fuencarral 87, Chamberí

Teléfono: 91 XXX XX XX

WhatsApp: 659 226 699

Web: www.inmobiliariastorres.es

Os deseo lo mejor. Un saludo cordial.

Antonio

Notas sobre este mensaje:

- Cierra la secuencia con dignidad profesional. No hay presión, no hay reproches, no hay último intento desesperado.
- Validar la decisión del propietario (sea cual sea) genera respeto y, sorprendentemente, es uno de los mensajes que más respuestas recibe. Muchos propietarios responden al "último mensaje" porque sienten la necesidad de cerrar la conversación.
- Deja toda la información de contacto para futuras referencias.
- Es fundamental que sea realmente el último mensaje. Si se envía un sexto mensaje después de decir que era el último, se destruye toda la credibilidad construida.

Metricas de Seguimiento

Recomendamos llevar un registro sencillo de cada propietario al que envieis esta secuencia:

Propietario	Fecha M1	Fecha M2	Fecha M3	Fecha M4	Fecha M5	Respuesta en M_	Resultado
Ejemplo	10/03	11/03	13/03	16/03	23/03	M3	Valoracion

Tasas de conversion esperadas:

- Respuesta en algun punto de la secuencia: 25-35%
- Conversion a valoracion presencial: 15-20%
- Conversion a mandato de venta: 8-12%

Estos porcentajes son orientativos y se basan en nuestra experiencia con agencias similares. Los resultados mejoran con la practica y la personalizacion de los mensajes.

Errores Frecuentes a Evitar

1. **Enviar todos los mensajes el mismo día.** La secuencia funciona porque da tiempo al propietario para reflexionar. Respetar los tiempos indicados.
 2. **No personalizar el [NOMBRE].** Un mensaje con [NOMBRE] literal destruye toda la credibilidad.
 3. **Abandonar la secuencia despues del Mensaje 2.** La mayoría de conversiones ocurren a partir del Mensaje 3. La persistencia educada es clave.
 4. **Seguir enviando mensajes despues del Mensaje 5.** Si habeis dicho que es el ultimo, tiene que ser el ultimo.
 5. **Cambiar a un tono agresivo o desesperado.** Si el propietario no responde, no es personal. No cambieis el tono. Mantened la profesionalidad hasta el final.
 6. **No registrar los resultados.** Sin datos, no podeis mejorar la secuencia. Llevad el registro de la tabla anterior.
-

Secuencia elaborada por InmoPulse para uso exclusivo de Inmobiliaria Torres.

Guia de Optimizacion de Google Business Profile

Manual Paso a Paso para Inmobiliaria Torres

Preparado para: Inmobiliaria Torres

Estado actual del perfil: Activo, parcialmente completado

Reseñas actuales: 35 (media 4,2)

Objetivo a 90 días: 50+ reseñas, perfil completo, publicaciones semanales

1. Por Que Google Business Es Vuestra Prioridad Numero Uno

Cuando alguien en Chamberi busca "inmobiliaria cerca de mi", "vender piso chamberi" o "inmobiliaria chamberi" en Google, lo primero que ve no es una pagina web. Ve el "pack local" de Google: un mapa con 3 agencias destacadas y su informacion basica.

Aparecer en esas 3 primeras posiciones puede generar entre 15 y 40 contactos directos al mes (llamadas, mensajes, visitas a la web, solicitudes de ruta). Es trafico gratuito, cualificado y con intencion real de contratar.

Ahora mismo, Inmobiliaria Torres no aparece en el top 3 para ninguna busqueda relevante en Chamberi. Con las optimizaciones de esta guia, el objetivo es entrar en ese top 3 en un plazo de 60-90 dias.

2. Optimizacion Completa del Perfil

2.1 Acceso al Perfil

1. Abrir Google en el navegador e iniciar sesion con la cuenta de Gmail asociada a la agencia.
2. Buscar "Inmobiliaria Torres" en Google.
3. Deberia aparecer un panel a la derecha con la opcion "Editar perfil". Hacer clic ahi.
4. Alternativa: ir directamente a business.google.com e iniciar sesion.

2.2 Informacion Basica (Verificar y Completar)

Nombre del negocio:

Inmobiliaria Torres

(Usar exactamente este nombre. No añadir palabras clave como "Inmobiliaria Torres - Venta y Alquiler en Chamberi". Google penaliza los nombres con keyword stuffing.)

Categoría principal:

Agencia inmobiliaria

Categorías secundarias (añadir todas las aplicables):

- Consultor inmobiliario
- Servicio de tasación inmobiliaria
- Agencia de alquiler de viviendas
- Servicio de gestión de propiedades

Para añadir categorías secundarias: Editar perfil > Categoría de negocio > Añadir otra categoría.

Dirección:

Calle Fuencarral 87, 28010 Madrid

(Verificar que el pin del mapa está exactamente en la ubicación correcta. Si está desplazado, arrastrarlo a la posición correcta.)

Zona de servicio:

Añadir las siguientes zonas: Chamberi, Trafalgar, Almagro, Gaztambide, Arrapiles, Vallehermoso.

Para configurar: Editar perfil > Ubicación > Zona de servicio.

Horario:

Lunes a Viernes: 9:30 - 14:00 y 16:30 - 20:00

Sabados: 10:00 - 14:00

Domingos: Cerrado

Añadir también horarios especiales para festivos nacionales y locales. Google valora los perfiles que mantienen los horarios actualizados.

Teléfono:

91 XXX XX XX (teléfono fijo de la oficina)

Añadir también el móvil / WhatsApp como teléfono secundario.

Sitio web:

www.inmobiliariastorres.es

Enlace de cita previa:

Configurar con el enlace de WhatsApp:
<https://wa.me/34659226699?text=Hola%2C%20me%20gustaria%20concertar%20una%20cita>

2.3 Descripción del Negocio

La descripción admite hasta 750 caracteres. Debe incluir palabras clave naturales y transmitir vuestra propuesta de valor. Usar exactamente este texto (adaptado a vuestro caso):

Inmobiliaria Torres es una agencia inmobiliaria de referencia en el barrio de Chamberí, Madrid, con 25 años de experiencia en compraventa y alquiler de viviendas. Fundada en 2001, ofrecemos servicios de valoración inmobiliaria gratuita, gestión integral de ventas, asesoramiento para compradores y administración de alquileres.

Nuestro equipo de 4 profesionales trabaja exclusivamente en la zona de Chamberí (Trafalgar, Almagro, Gaztambide, Arrapiles y Vallehermoso), lo que nos permite ofrecer un conocimiento del mercado local que las grandes redes no pueden igualar. Hemos gestionado más de 700 operaciones inmobiliarias en el barrio.

Oficina en Calle Fuencarral 87. Consulta sin compromiso.

Para editar: Editar perfil > Descripción del negocio.

2.4 Atributos del Negocio

Ir a Editar perfil > Más > Atributos. Activar todos los aplicables:

- Accesible con silla de ruedas (si aplica)
- Se aceptan tarjetas de crédito
- Cita previa disponible
- Aparcamiento en la zona
- Wi-Fi gratuito
- Propiedad y gestión: Establecido en 2001
- Idiomas: español, inglés (si algún miembro del equipo habla inglés)

2.5 Servicios

Ir a Editar perfil > Servicios. Añadir todos los servicios que ofreceis. Crear secciones:

Compraventa:

- Venta de viviendas
- Compra de viviendas
- Valoración inmobiliaria gratuita
- Gestión integral de la venta

- Asesoramiento hipotecario

Alquiler:

- Alquiler de viviendas
- Gestion de alquileres
- Búsqueda de inquilinos

Otros servicios:

- Asesoramiento inmobiliario
- Certificado energetico
- Informe de mercado personalizado

Para cada servicio, añadir una breve descripción (1-2 frases) si la opción está disponible.

2.6 Preguntas y Respuestas

Google permite que cualquier persona haga preguntas en vuestro perfil. La estrategia es crear proactivamente las preguntas más frecuentes para que la información esté disponible antes de que alguien la necesite.

Desde una cuenta personal de Google (no la de la agencia), buscar "Inmobiliaria Torres" y hacer clic en "Hacer una pregunta". Publicar estas preguntas y responderlas desde la cuenta de la agencia:

Pregunta 1: Haceis valoraciones gratuitas de pisos en Chamberí?

Respuesta: Sí, ofrecemos valoraciones inmobiliarias gratuitas y sin compromiso para propietarios de viviendas en Chamberí y alrededores. La valoración se basa en datos reales de compraventas cerradas en vuestra zona. Podéis solicitarla llamando al 91 XXX XX XX o por WhatsApp al 659 226 699.

Pregunta 2: Cuanto cobran de comisión por la venta de un piso?

Respuesta: Nuestros honorarios se ajustan a cada operación y se acuerdan de forma transparente antes de firmar cualquier encargo. Ofrecemos una primera consulta gratuita donde os explicamos todo el proceso y los costes. Podéis pedir cita sin compromiso.

Pregunta 3: Vendéis solo en Chamberí o también en otros barrios de Madrid?

Respuesta: Trabajamos exclusivamente en el barrio de Chamberí y sus zonas limítrofes (Trafalgar, Almagro, Gaztambide, Arrapies, Vallehermoso). Nuestra especialización en esta zona nos permite ofrecer un conocimiento del mercado local que una agencia generalista no puede igualar.

Pregunta 4: Cuanto tarda de media en venderse un piso en Chamberí?

Respuesta: Nuestro tiempo medio de venta es de 32 días, significativamente por debajo de la media de Madrid (68 días). Esto se debe a nuestra red de compradores cualificados que buscan específicamente en Chamberí y a nuestra experiencia de 25 años en el barrio.

Pregunta 5: Puedo contratar solo la valoración sin compromiso de venta?

Respuesta: Por supuesto. La valoración es gratuita y no implica ninguna obligación. Muchos propietarios solicitan la valoración simplemente para conocer el valor actual de su vivienda sin intención inmediata de vender. Estamos encantados de ayudar.

3. Estrategia de Fotos

Las fotos son el elemento que más impacto tiene en el rendimiento del perfil. Los perfiles con más de 25 fotos reciben un 35% más de clics en el sitio web y un 42% más de solicitudes de ruta que los perfiles sin fotos.

3.1 Fotos Obligatorias (Subir en la Primera Semana)

Foto de portada (1):

Foto de la fachada de la oficina en Fuencarral 87. Debe verse claramente el letrero de la agencia. Tomada con buena luz (preferiblemente por la mañana). Resolución mínima: 720 x 720 px. Formato horizontal.

Logo (1):

Logo de Inmobiliaria Torres en formato cuadrado sobre fondo blanco. Alta resolución.

Fotos del equipo (3-4):

- Foto de grupo del equipo completo (Antonio, Marta, Luis, Carmen).
- 1 foto individual de Antonio (gerente/cara visible).
- 1-2 fotos del equipo trabajando en la oficina o con clientes (con permiso).

Todas con luz natural, sonrisas naturales, vestimenta profesional pero cercana.

Fotos de la oficina (4-5):

- Exterior de la oficina (2 ángulos diferentes).
- Interior: zona de recepción/atención al público.
- Interior: sala de reuniones.
- Interior: escaparate con propiedades expuestas (si existe).

Limpias, ordenadas, bien iluminadas.

Fotos de propiedades gestionadas (10-12):

- 10-12 fotos de las mejores propiedades que teneis o habeis tenido en cartera.
- Variedad: pisos reformados, áticos, bajos, locales si aplica.
- Solo fotos de calidad. Si la foto no es buena, no subirla.

Fotos del barrio (3-4):

- Calles emblemáticas de Chamberí.
- Mercado de Vallehermoso.
- Plaza de Olavide.
- Jardines del Canal de Isabel II.

Estas fotos refuerzan la conexión con el barrio.

3.2 Recomendaciones Técnicas para las Fotos

- Formato: JPG o PNG.
- Resolución mínima: 720 x 720 píxeles (recomendado: 1200 x 900).
- Tamaño máximo: 5 MB por foto.
- No usar fotos con marcas de agua de otras agencias o portales.
- No usar fotos de stock. Google detecta y penaliza imágenes genéricas.
- Geoetiquetado: si es posible, activar la ubicación en la cámara al tomar las fotos. Google valora las fotos geolocalizadas.
- Nombrar los archivos de forma descriptiva antes de subirlos: "oficina-inmobiliaria-torres-chamberi.jpg" en lugar de "IMG_4532.jpg".

3.3 Calendario de Fotos

- **Semana 1:** Subir las 20-25 fotos iniciales descritas arriba.
- **A partir de la Semana 2:** Subir 2-3 fotos nuevas por semana. Cada propiedad nueva que entra en cartera, cada operación cerrada (con permiso), cada evento del barrio.
- Google premia la actividad constante. Un perfil que sube fotos regularmente aparece con más frecuencia.

4. Estrategia para Conseguir Más Reseñas

4.1 Situación Actual

35 reseñas con media de 4,2. El objetivo es llegar a 50+ reseñas manteniendo o mejorando la media. Necesitamos 15-20 reseñas nuevas en los próximos 90 días.

4.2 A Quién Pedir Reseñas

Elaborar una lista de los últimos 20-25 clientes con los que habéis tenido una experiencia positiva:

- Propietarios que han vendido su vivienda con vosotros en los últimos 2 años.
- Compradores que habéis ayudado en los últimos 2 años.
- Propietarios de alquiler con los que gestionáis pisos.

- Clientes historicos con buena relacion que aun mantengais contacto.

4.3 Guion para Solicitar Reseñas (WhatsApp/Telefono)

Version WhatsApp (copiar y pegar, personalizando el nombre):

Hola [NOMBRE], soy Antonio de Inmobiliaria Torres. Espero que esteis disfrutando del piso.

Os escribo para pedir os un favor que nos ayudaria mucho: si vuestra experiencia con nosotros fue positiva, nos seria de gran ayuda que dejarais una reseña en Google. No hace falta que sea larga, basta con unas lineas sobre como fue el proceso.

Os dejo el enlace directo: [ENLACE DIRECTO A RESEÑA]

Muchas gracias de antemano. Y si necesitais cualquier cosa, ya sabeis donde estamos.

Un saludo,

Antonio

Para obtener el enlace directo a dejar reseña:

1. Buscar "Inmobiliaria Torres" en Google.
2. En vuestro panel de Google Business, buscar "Solicitar reseñas" o "Compartir perfil".
3. Copiar el enlace corto que genera Google. Ese es el enlace directo.
4. Alternativa: ir a la URL [https://search.google.com/local/writereview?placeid=\[VUESTRO_PLACE_ID\]](https://search.google.com/local/writereview?placeid=[VUESTRO_PLACE_ID])

Version para pedir por telefono (guion verbal):

"Oye [NOMBRE], queria pedirte un favor. Estamos intentando que mas gente nos conozca a traves de Google, y las reseñas ayudan mucho. Si tuviste buena experiencia con nosotros, te importaria dejarnos una reseña rapida? Te mando el enlace por WhatsApp y en 2 minutos lo tienes hecho. Solo con que pongas unas lineas sobre como fue el proceso, nos ayuda un monton."

4.4 Momento Optimo para Pedir la Reseña

- **En compraventas:** El mejor momento es 1-2 semanas despues de la firma en notaria. El cliente esta satisfecho, la emocion es positiva, y la experiencia esta fresca.
- **No pedir el mismo dia de la firma.** El cliente tiene demasiadas cosas en la cabeza.
- **En alquiler:** Despues de la entrega de llaves y la primera semana en el piso.
- **Para clientes historicos:** Cualquier momento es valido si la relacion es buena. Un "pensando en ti, como va todo por el piso?" seguido de la solicitud funciona bien.

4.5 Ritmo de Solicitudes

No pedir 15 reseñas la misma semana. Google puede marcar un incremento subido como sospechoso.

Ritmo recomendado:

- Semana 1-2: Pedir a 3-4 clientes recientes.
- Semana 3-4: Pedir a 3-4 clientes mas.
- Semana 5-8: Pedir a 2-3 por semana.
- A partir del mes 3: Integrar la solicitud como parte del proceso habitual de cierre.

4.6 Que Hacer Si un Cliente Dice Que No Sabe Que Poner

Enviar este mensaje:

No te preocupes, no tiene que ser nada elaborado. Con que cuentes brevemente que servicio contrataste (compra, venta, alquiler), como fue el trato y si nos recomendarías, es mas que suficiente. Tres o cuatro frases bastan.

No redactar la reseña por el cliente ni enviar textos predefinidos para que los copien. Google penaliza las reseñas que detecta como repetitivas o artificiales.

5. Publicaciones en Google Business

5.1 Que Son las Publicaciones de Google Business

Son mini-posts que aparecen directamente en vuestro perfil de Google cuando alguien os busca. Permiten incluir texto, foto y un boton de accion. Tienen una vigencia de 7 dias (despues se archivan pero no desaparecen).

5.2 Frecuencia Recomendada

Minimo 2 publicaciones por semana. Ideal: 3.

5.3 Tipos de Publicaciones y Calendario Semanal

Lunes — Propiedad destacada:

Publicar la propiedad mas atractiva de la semana. Foto de calidad + breve descripcion + boton "Mas informacion" que enlace a la ficha de la web.

Ejemplo de texto:

"Nuevo en cartera: piso exterior de 95 m2 en calle Fuencarral. 3 dormitorios, reformado, finca con ascensor. A 2 minutos de metro Quevedo. Consulta disponibilidad."

Miercoles — Contenido de valor:

Consejo, dato de mercado o informacion util. Alterna entre:

- Dato del mercado en Chamberi ("Las compraventas en Chamberi han crecido un X% este trimestre").
- Consejo para propietarios ("3 cosas que debe revisar tu comunidad antes de aprobar una derrama").
- Noticia del barrio relevante ("Nuevo carril bici en Bravo Murillo: como afecta al valor de las viviendas de la zona").

Viernes — Prueba social o novedad:

Alterna entre:

- Operacion cerrada con exito: "Esta semana hemos cerrado la venta de un piso en calle Luchana en 22 dias. Gracias a los compradores y vendedores por confiar en nosotros."
- Novedad de la agencia: nuevo servicio, actualizacion de horarios, evento del barrio al que asistis.

5.4 Como Crear una Publicacion

1. Buscar "Inmobiliaria Torres" en Google estando con la sesion iniciada.
2. Clic en "Añadir actualizacion" (o "Crear publicacion" en business.google.com).
3. Seleccionar tipo: "Añadir actualizacion" para contenido general, "Añadir oferta" para promociones, "Añadir evento" para eventos.
4. Subir foto (mismas recomendaciones que en la seccion de fotos).
5. Escribir el texto (maximo 1.500 caracteres, pero lo ideal son 150-300 caracteres).
6. Añadir boton de accion: "Mas informacion", "Llamar", "Reservar" o "Comprar".
7. Publicar.

6. Como Responder a Reseñas

6.1 Regla General

Responder a TODAS las reseñas, sin excepcion. Tanto positivas como negativas. Responder dentro de las 24-48 horas posteriores a la publicacion de la reseña.

6.2 Plantillas para Reseñas Positivas

Las respuestas a reseñas positivas deben ser personalizadas (no copiar y pegar la misma respuesta para todos). Aquí van 3 modelos que debéis alternar y adaptar:

Modelo A — Agradecimiento con mención al servicio:

Muchas gracias por tu reseña, [NOMBRE]. Fue un placer acompañaros en la [venta/compra/alquiler] del piso en [zona/calle]. Nos alegra saber que el proceso fue satisfactorio. Cualquier cosa que necesiteis en el futuro, aquí estamos. Un abrazo del equipo de Torres.

Modelo B — Agradecimiento con referencia personal:

[NOMBRE], muchas gracias por tomarte el tiempo de dejarnos esta reseña. Recordamos perfectamente vuestro caso y la verdad es que fue un placer trabajar con vosotros. Esperamos que esteis disfrutando del nuevo hogar. Ya sabéis donde encontrarnos si alguna vez necesitáis algo.

Modelo C — Agradecimiento breve:

Gracias, [NOMBRE]. Comentarios como el tuyo son los que nos motivan a seguir trabajando como lo hacemos. Un saludo de parte de todo el equipo.

6.3 Plantillas para Reseñas Negativas

Las reseñas negativas son las mas importantes de responder. Una buena respuesta a una reseña negativa puede mejorar vuestra imagen mas que 10 reseñas positivas. Nunca:

- Discutir publicamente con el cliente.
- Negar los hechos sin ofrecer solución.
- Ignorar la reseña.
- Responder con sarcasmo o agresividad.

Modelo para reseña negativa con queja específica:

Hola [NOMBRE]. Lamentamos que tu experiencia no haya sido la esperada. Nos tomamos muy en serio cada comentario y queremos entender que sucedió para poder mejorar. Te invitamos a contactarnos directamente en el 91 XXX XX XX o en hola@inmobiliariastorres.es para que podamos revisar tu caso personalmente. Nuestro compromiso es que cada cliente reciba la atención que merece, y si en este caso no fue así, queremos saberlo y corregirlo. Antonio Torres, gerente.

Modelo para reseña negativa vaga (sin detalles):

Hola [NOMBRE]. Sentimos leer que no quedaste satisfecho/a. Nos gustaría conocer mas detalles sobre tu experiencia para poder mejorar. Si nos contactas directamente en el 91 XXX XX XX, revisaremos tu caso con atención. Valoramos cada opinión y nos esforzamos por ofrecer el mejor servicio posible. Gracias por tu tiempo.

Modelo para reseña negativa injusta o falsa:

Hola [NOMBRE]. Hemos revisado nuestros registros y no encontramos una operacion asociada a tu nombre. Es posible que haya un error o confusion. Te invitamos a ponerte en contacto con nosotros directamente en el 91 XXX XX XX para aclarar la situacion. Nos tomamos todas las reseñas en serio y queremos asegurarnos de que la informacion sea correcta. Gracias.

6.4 Acciones Inmediatas: Reseñas Pendientes de Respuesta

Estas son las reseñas que requieren respuesta urgente en vuestro perfil actual:

1. **Las 2 reseñas de 1 estrella sin respuesta.** Usar el Modelo para reseña negativa con queja especifica. Responder hoy mismo.
 2. **Las 23 reseñas positivas sin respuesta.** Responder a todas durante esta semana, alternando entre los 3 modelos. No responder mas de 5 por día para que no parezca automatizado.
-

7. Calendario de Implementacion

Semana 1 (Dias 1-7)

- Completar toda la informacion del perfil (Seccion 2).
- Subir las 20-25 fotos iniciales (Seccion 3).
- Responder a las 2 reseñas negativas (Seccion 6.4).
- Crear las 5 Preguntas y Respuestas (Seccion 2.6).
- Publicar 2 publicaciones (Seccion 5).

Semana 2 (Dias 8-14)

- Responder al resto de reseñas pendientes (10-12 por semana).
- Pedir reseñas a los primeros 3-4 clientes (Seccion 4).
- Publicar 2 publicaciones.
- Subir 2-3 fotos nuevas.

Semana 3-4

- Continuar pidiendo reseñas (3-4 por semana).
- Publicar 2-3 publicaciones por semana.
- Subir fotos de nuevas propiedades.

Mes 2-3

- Mantener ritmo de publicaciones (2-3 por semana).
- Integrar solicitud de reseña en proceso de cierre.

- Actualizar fotos de propiedades estacionalmente.
- Revisar datos de rendimiento en las estadísticas de Google Business.

8. Como Medir los Resultados

Google Business ofrece estadísticas gratuitas. Para acceder:

1. Buscar "Inmobiliaria Torres" en Google con sesión iniciada.
2. Clic en "Rendimiento" o ir a business.google.com > Rendimiento.

Métricas clave a seguir mensualmente:

Métrica	Valor actual estimado	Objetivo a 90 días
Busquedas que muestran el perfil	800-1.200/mes	2.000-3.000/mes
Clics en "Llamar"	15-25/mes	40-60/mes
Clics en web	10-18/mes	30-50/mes
Solicitudes de ruta	8-12/mes	20-30/mes
Reseñas totales	35	50+
Media de reseñas	4,2	4,3+

Recomendamos anotar estas métricas el primer día de cada mes en una hoja de cálculo sencilla para poder ver la evolución.

Guía elaborada por InmoPulse para uso exclusivo de Inmobiliaria Torres. Para soporte en la implementación: hola@inmopulse.es