

EN SUS
MARCAS
LISTOS...
¡VENTAS!

“

EL LANZAMIENTO DE UN PRODUCTO REQUIERE TIEMPO Y UNA CUIDADOSA PLANEACIÓN. LANZARSE AL MERCADO SIN TENER LAS COSAS EN ORDEN ES UNA RECETA PARA EL DESASTRE.

Forbes

”

PROYECTOS EXITOSOS

Superaron sus metas de venta gracias a una correcta planeación

MEDELLÍN (COLOMBIA)



Lanzamiento: Junio 2018
Unidades vendidas el primer mes: 37*



NICHO DE MERCADO Y PRODUCTO DIFERENCIADO



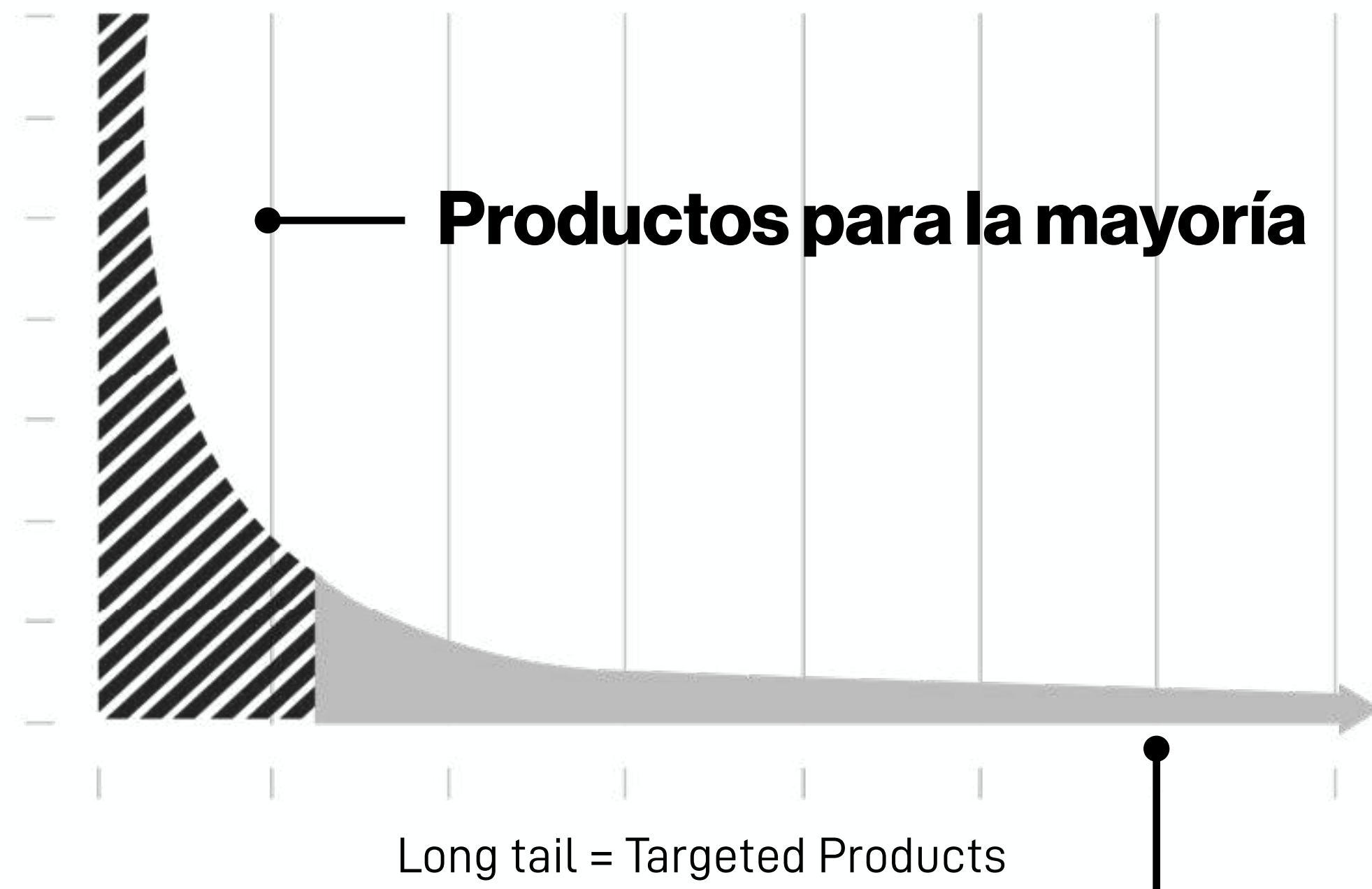
SELECCIÓN DE NICHO

La segmentación parte de un mercado grande que se divide en pequeñas partes o segmentos.

Por el contrario, la elección de un nicho de mercado parte de las necesidades de un grupo pequeño de consumidores que poco a poco se hace más amplio.



SEGMENTACIÓN DEL MERCADO



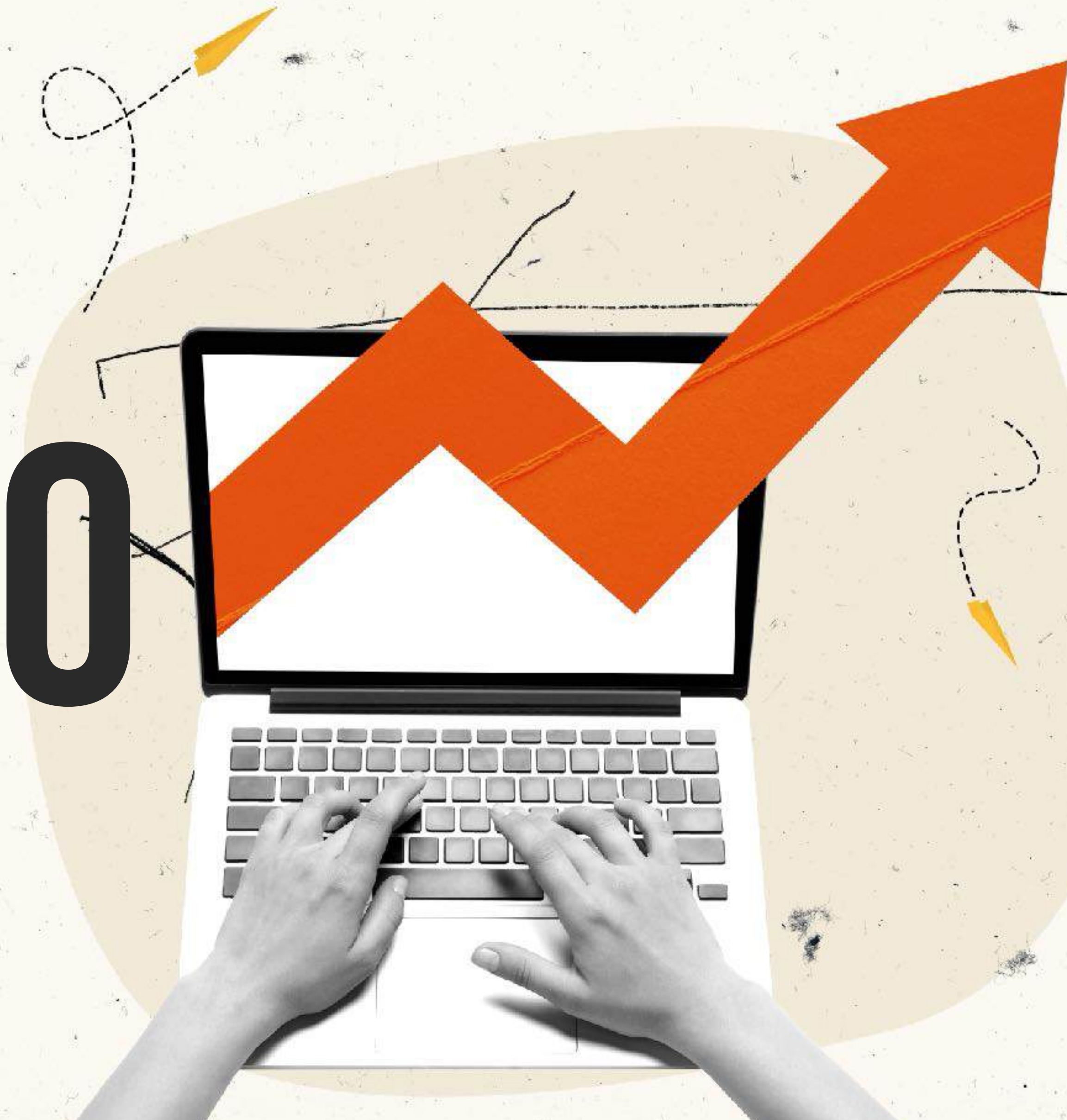
Productos para segmentos específicos (NICHOS)



86% DEL PRODUCTO EN
LATAM ESTÁ ENFOCADO EN
DESARROLLOS “**SHORT TAIL**”

CASO DE ESTUDIO

* De productos diferenciados alineados a nichos de mercado específicos





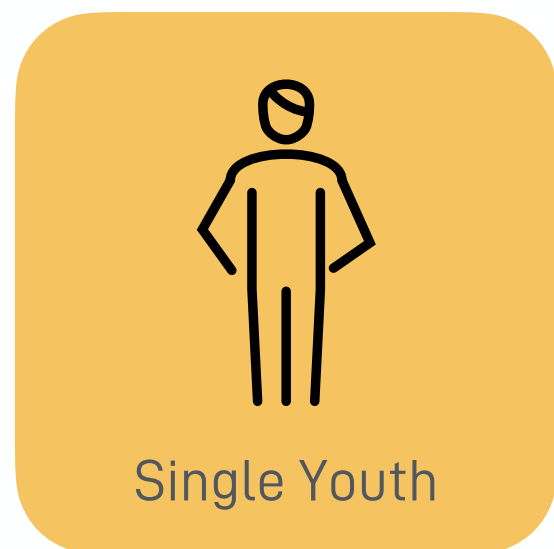
SELECCIÓN DE MERCADO POTENCIAL (NICHO)

Importancia de identificar al mercado potencial



C+

MILLENNIAL EXECUTIVES



Producto enfocado mayormente a parejas sin hijos.



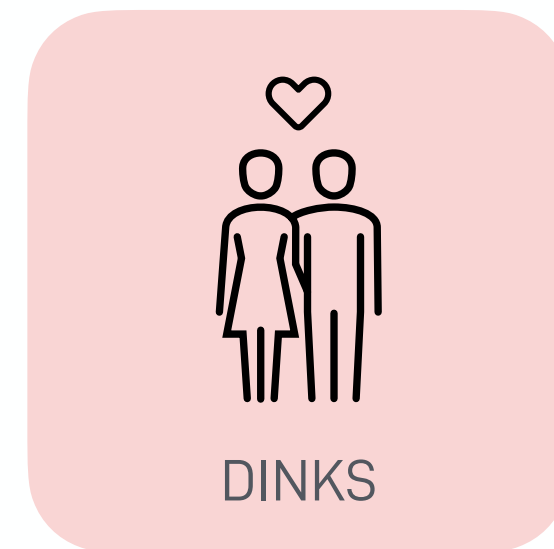
C+

THE SOCIAL COUPLE



C+

COSMOPOLITAN FAMILY



Producto enfocado mayormente a familias.

META: IDENTIFICAR Funcionalidad Preferida y DIFERENCIADORES CLAVE

DISTRITOKYO.MX



Desarrollado por
KOINOX
DEVELOPERS

KYO
MADERO



**MILLENNIAL
EXECUTIVE**

KYO
RADIANT
— BUILDING OF LIGHT —



**SOCIAL
COUPLE**

KYO
ALUNA



**COSMO
FAMILY**

Kud

K!D[®]

FAMILY LIVING



KID[®]
FAMILY LIVING



ESTRATEGIA DE COMUNICACION



REFLEXIVIDAD

PROFUNDIDAD

CONSISTENCIA

REFLEXIVIDAD

La capacidad que tiene una marca de **identificarse con su mercado meta naturalmente la llamamos reflexividad**, y es el primero de los ejes que está transformando la manera de crear marcas inmobiliarias.



3 FORMAS DE APLICAR LA REFLEXIVIDAD



Alineación al mercado meta



Imágenes más realistas (photoshoot)



Comunicación más real, humana y personalizada



UN BARRIO

QUE SE CONSTRUYE

HACIA ARRIBA

2 GEN Z

1 MILLENNIALS

REFLEXIVIDAD

Latido Urbano



CANCIONES PARA PREPARAR TU MUDANZA

Para la Mudanza
43 canciones para ti

Las mejores canciones para hacer más divertido lo mudanza

- Dancing in the Moonlight (feat. NEMY)
- Good Day
- Don't Start Now
- Mudanza
- Bonita
- GONE, GONE! THANK YOU!
- Watermelon Sugar
- Good Day

Como Bernie,
¡SÉ EL MEJOR HOST REGIO!

Departamento | Barrio W
Centro de Monterrey
★★★★★ Hosted by Bernie del Barrio

Ver ahora

COSAS QUE NECESITO

UNOS TAQUITOS

PLAYITA

DEPA EN TORRE W

BARRIO.W

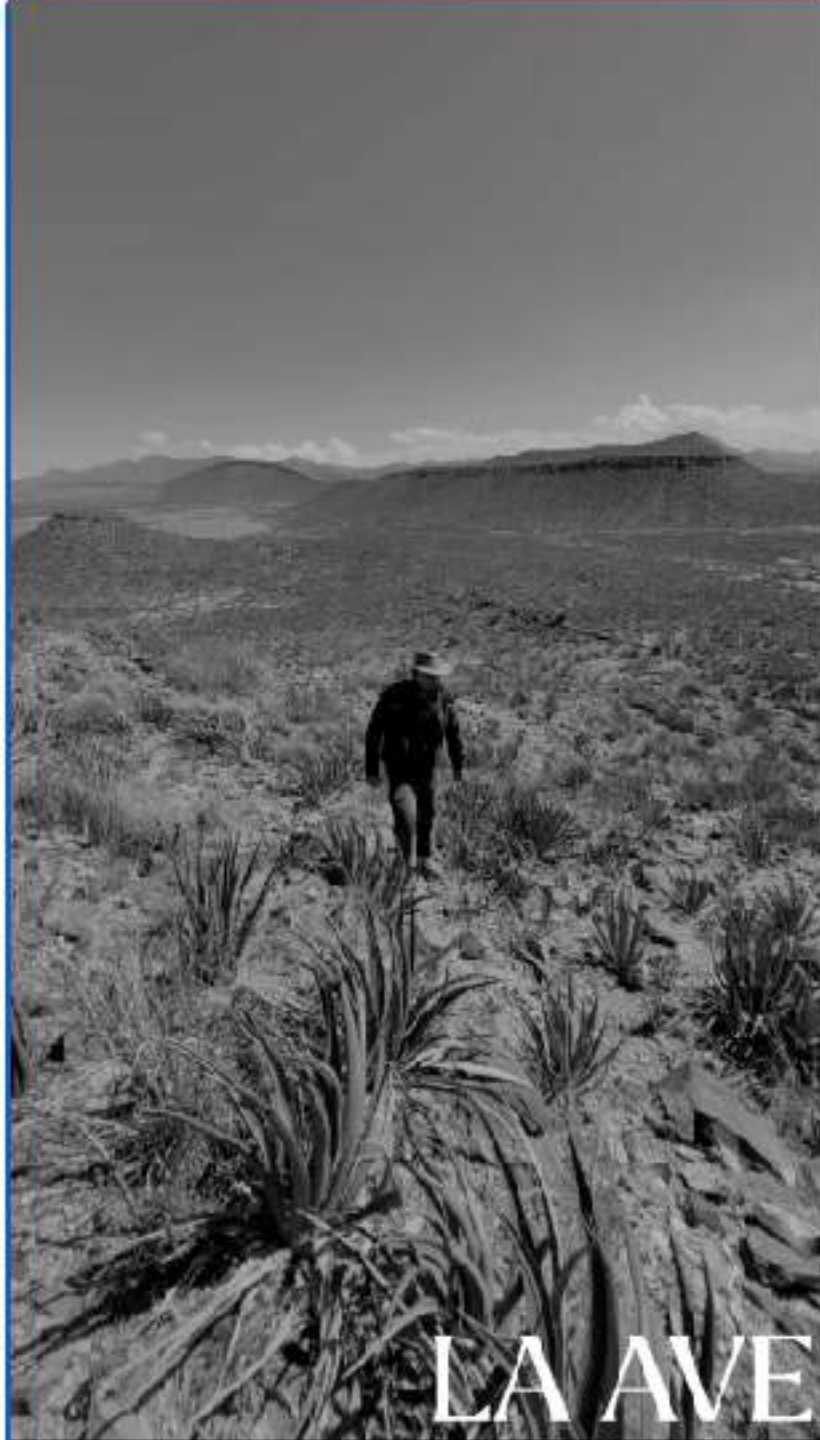
EL QUE INVIRTIÓ

EL VERDADERO DUEÑO

Muévete a pie o en bici
POR EL CENTRO

VER MÁS

CUANDO MI MAMÁ ME PREGUNTA
QUE CUÁNDO ME IRÉ DE SU CASA



LA AVENTURA
ES SIERTO

REAL



FIN DE SEMANA EN
CASA DE SIERTO



EST. 2016
SIERTO
DESierto DESTINO



Vive la experiencia
en el deSIERTO

SIERTO
DESERTO DESTINO



Quédate a vivir
la aventura



NODO VÍNEA

Contesta este quiz
para recibir
información
personalizada de
Centriqo

Tardas menos de 1 minuto :)

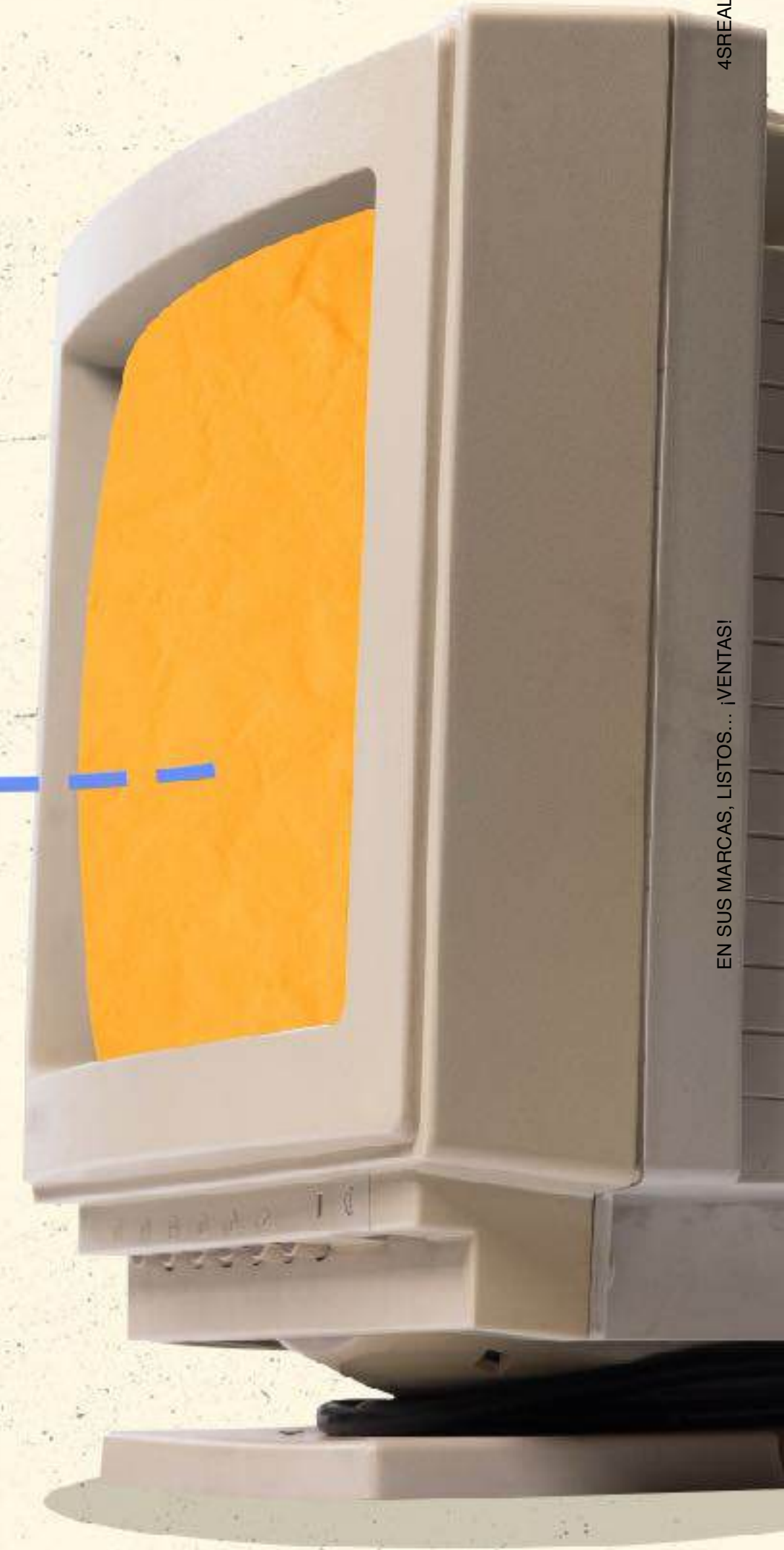
COMENZAR QUIZ

PERSONALIZADO



PROFUNDIDAD

Es llevar tu marca y comunicación más allá de un logo y un nombre, es desarrollar un concepto alrededor de eso que te hace realmente diferente a los demás, dejar de lado los mensajes genéricos y crear una comunicación visual y escrita verdadera, completa, profunda y única.



IMAGINA EL SIGUIENTE ESCENARIO...

Tu cliente pasa por una mesa en donde te encuentras tú y tus competidores.

Cada uno puede decir **sólo 3 palabras/conceptos** para convencer al cliente de que su proyecto es el mejor.

¿QUÉ DIRÍAS?



9 DE 
CADA 10
CASOS 

VEN A LA UBICACIÓN COMO LA CARACTERÍSTICA PRINCIPAL
QUE LOS DESARROLLADORES EVOCAN COMO EL GRAN
DIFERENCIADOR DE SU PROPIO PROYECTO.

LA UBICUIDAD DEL LUGAR PRIVILEGIADO.

A close-up photograph of a single scoop of vanilla ice cream on a light-colored wafer cone. The ice cream is melting, with a thick, white puddle of liquid ice cream spreading out on a dark grey, textured wooden surface. The background is a soft-focus green, suggesting foliage. The text is overlaid on the image: 'NUESTRO ENEMIGO:' in white outline font at the top, and 'PROYECTO VAINILLA' in large, bold, yellow solid font across the middle.

NUESTRO ENEMIGO:
PROYECTO VAINILLA

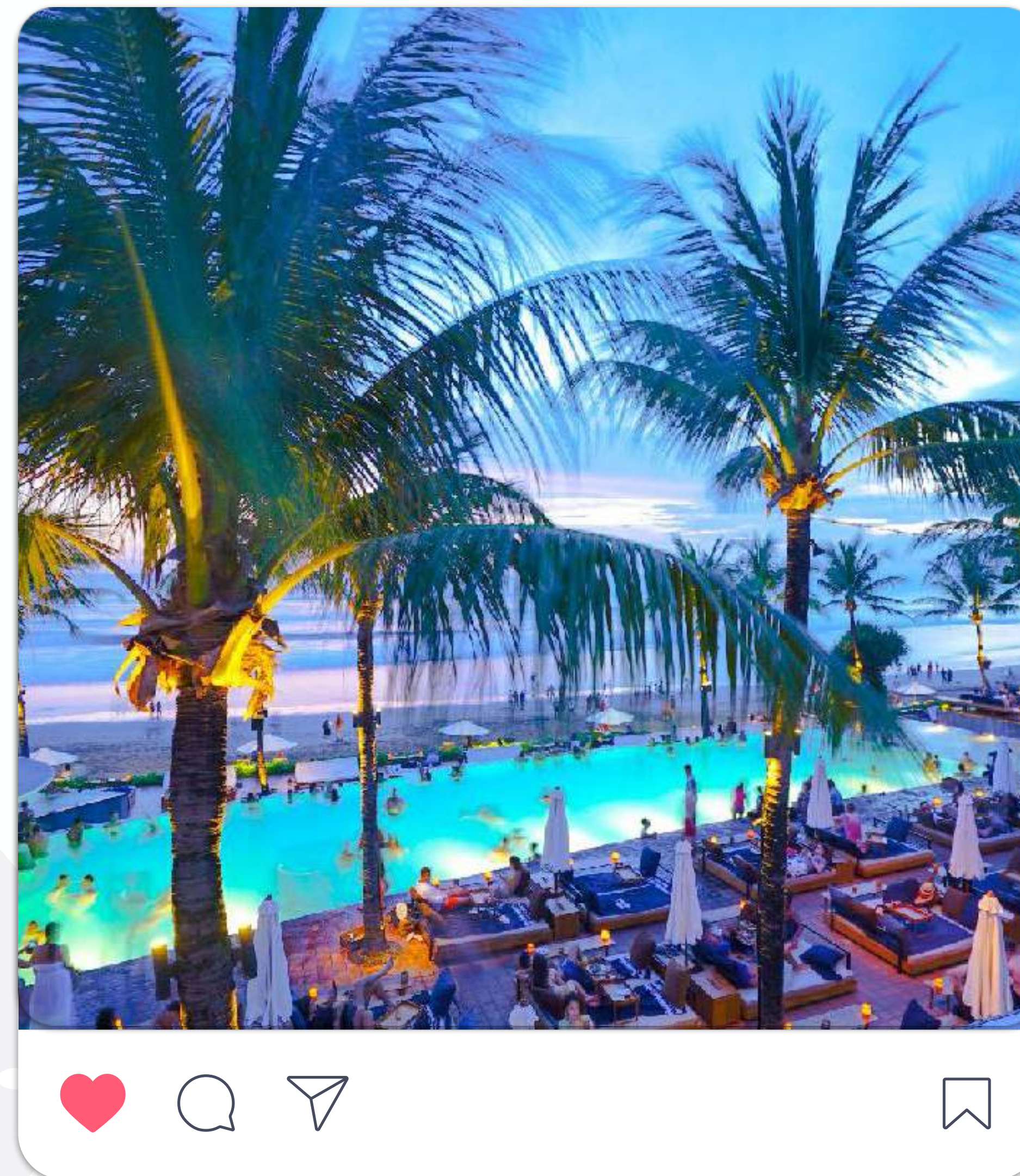


ACTIVIDAD

Comunicación memorable VS genérica

PRESTA ATENCIÓN AL MENSAJE...
**¿QUÉ MENSAJE TE LLAMA MÁS
LA ATENCIÓN O TE GUSTA MÁS?**

- A** Amenidades exclusivas para ti y tu familia 🥰
- B** Descubre nuestra amenidad principal que fusiona un estilo bohemio Tulum con Festival de Musica 🥰



CONSISTENCIA



MONOTONÍA



LA CONSISTENCIA
GENERA CONFIANZA



SHARE A Coke WITH
The Porters

#ShareACoke

SHARE A Coke WITH
Marcus

#ShareACoke

SHARE A Coke WITH
Sonia

#ShareACoke

SHARE A Coke WITH
Connor

#ShareACoke

SHARE A Coke WITH
Zach & Nia

#ShareACoke

SHARE A Coke WITH
The Bride

#ShareACoke



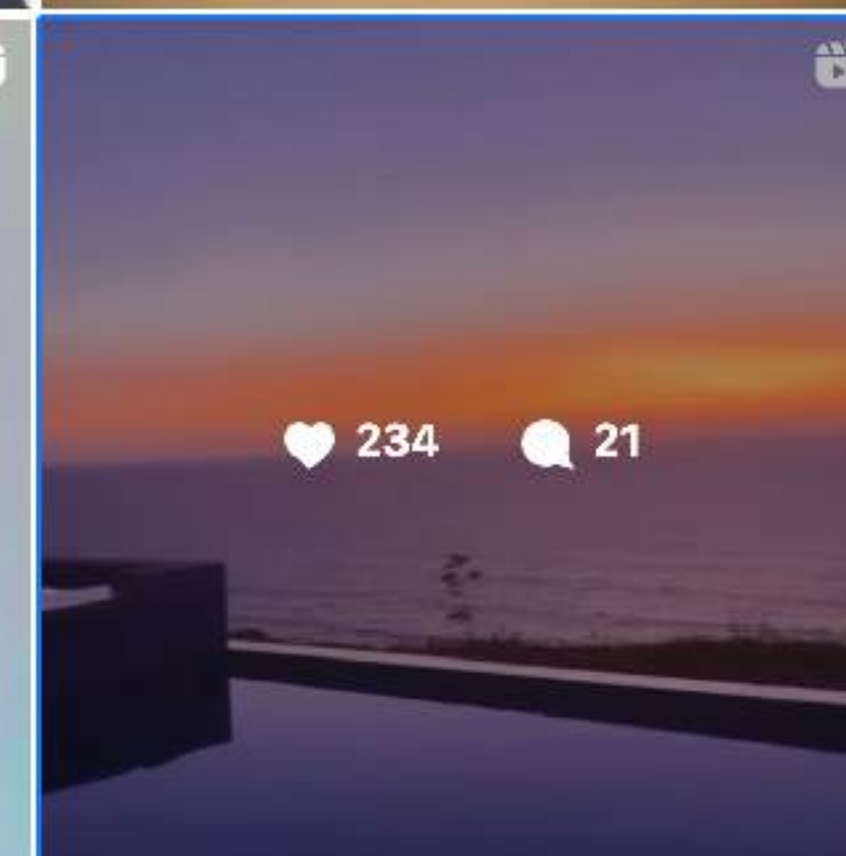
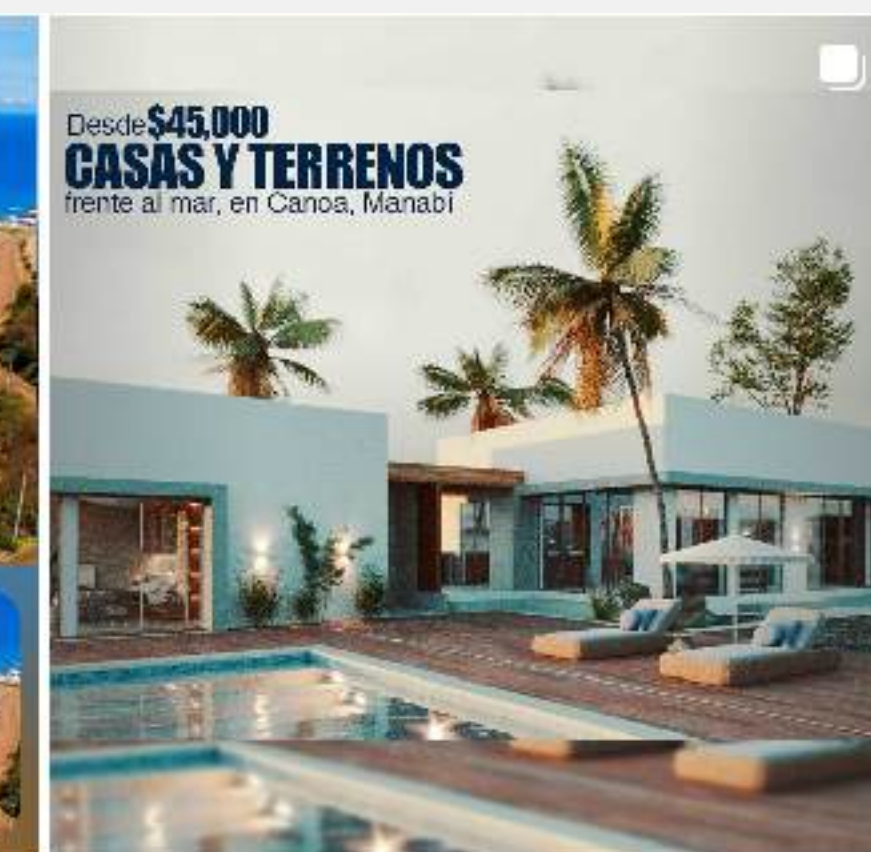
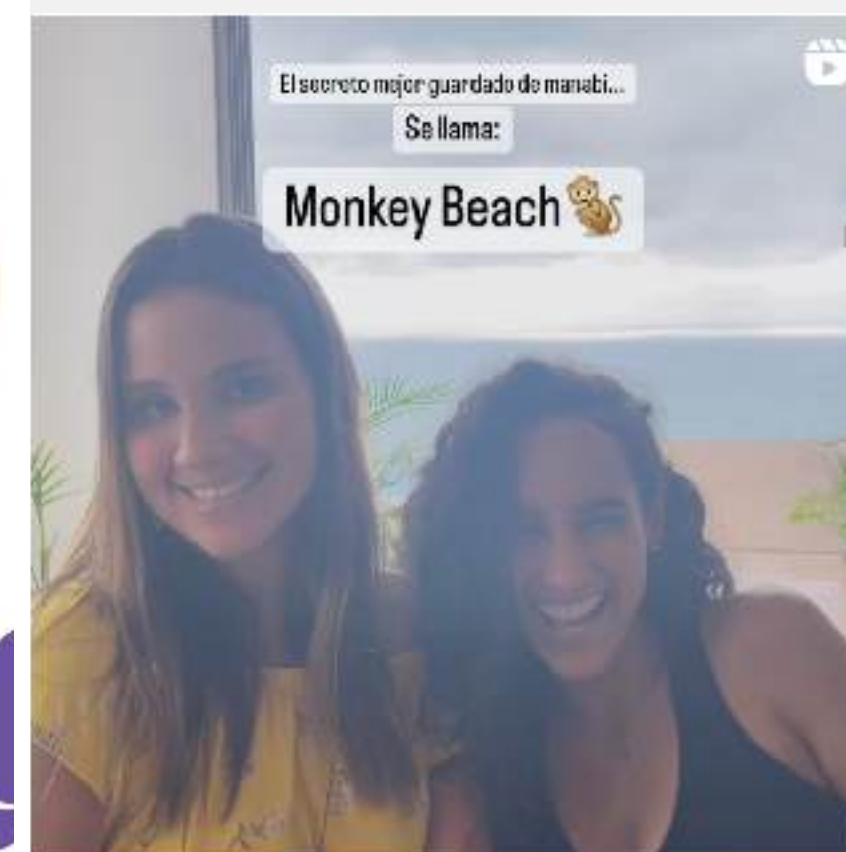
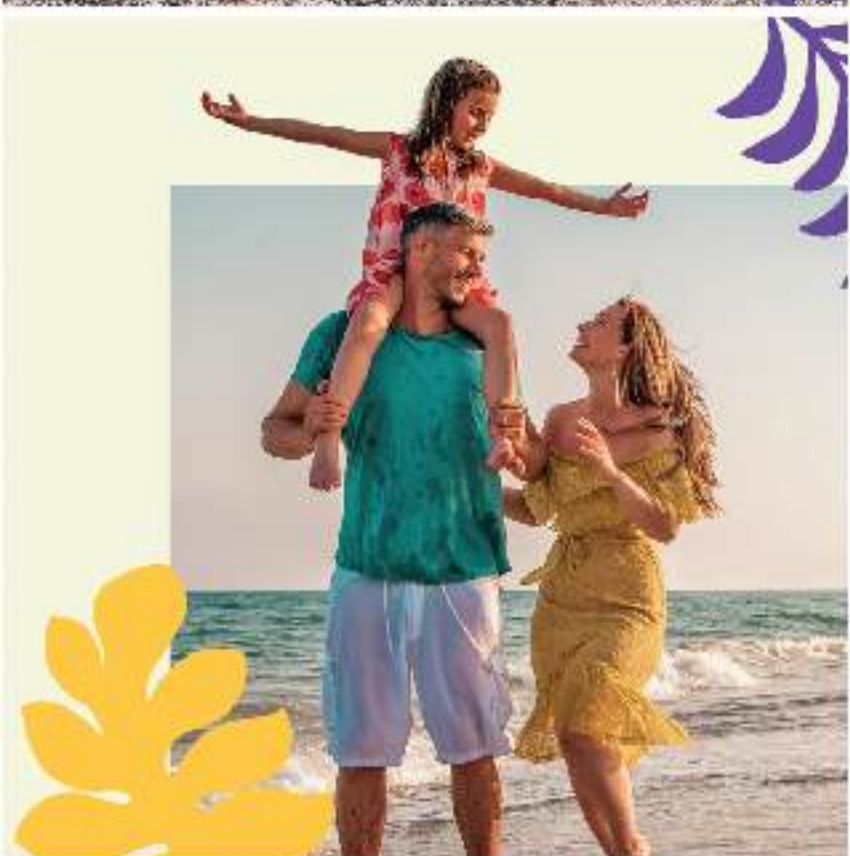
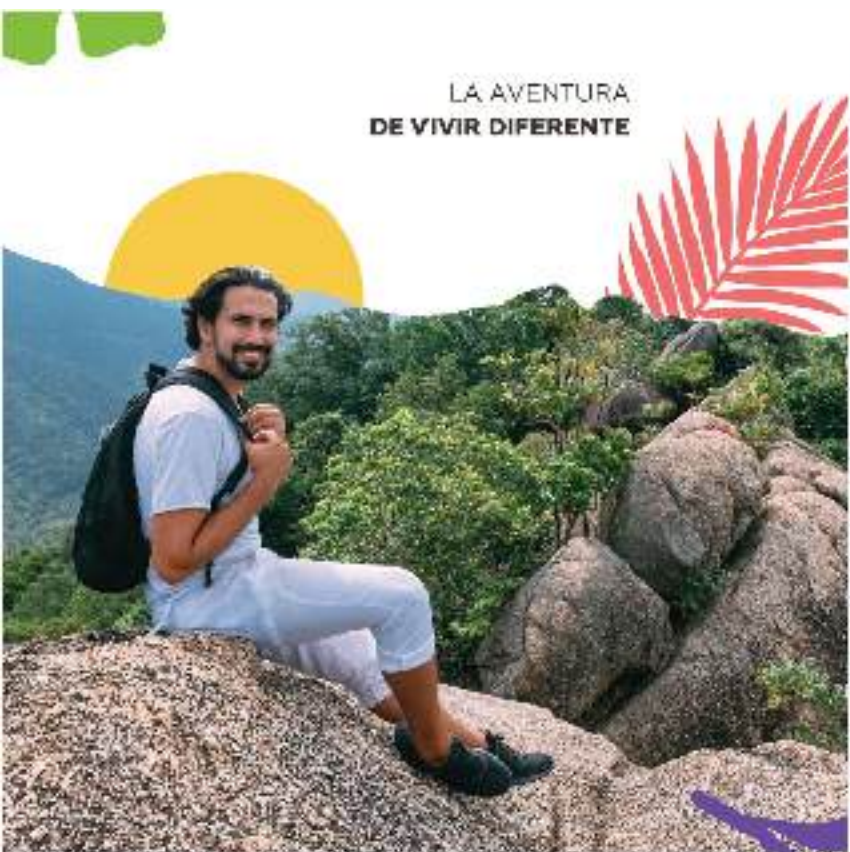


LA **IN**CONSISTENCIA
GENERA **DES**CONFIANZA





AHORA...

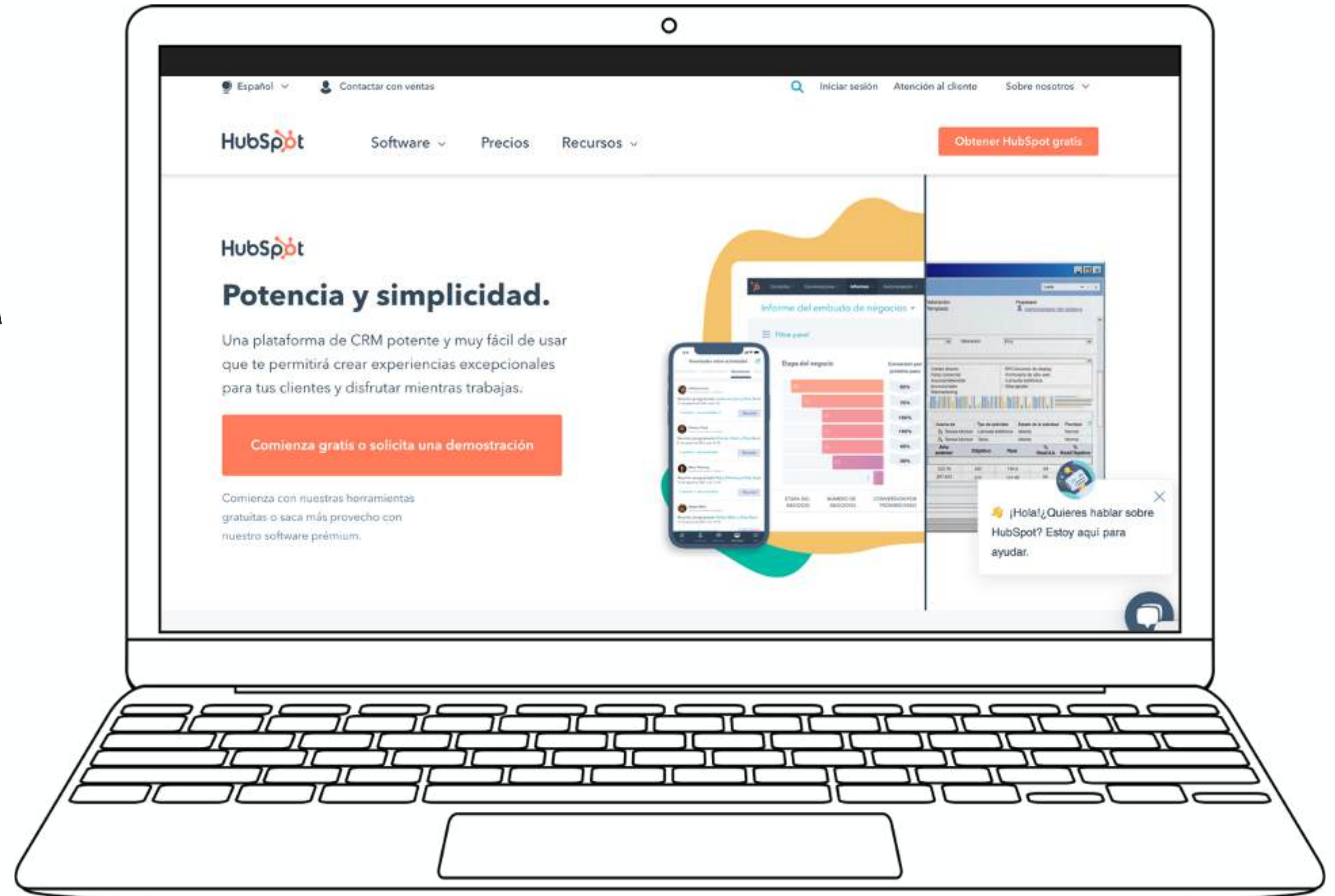


#NEUROMARKETING

TENDENCIA VS CIENCIA



COMPARATIVA CON LA COMPETENCIA



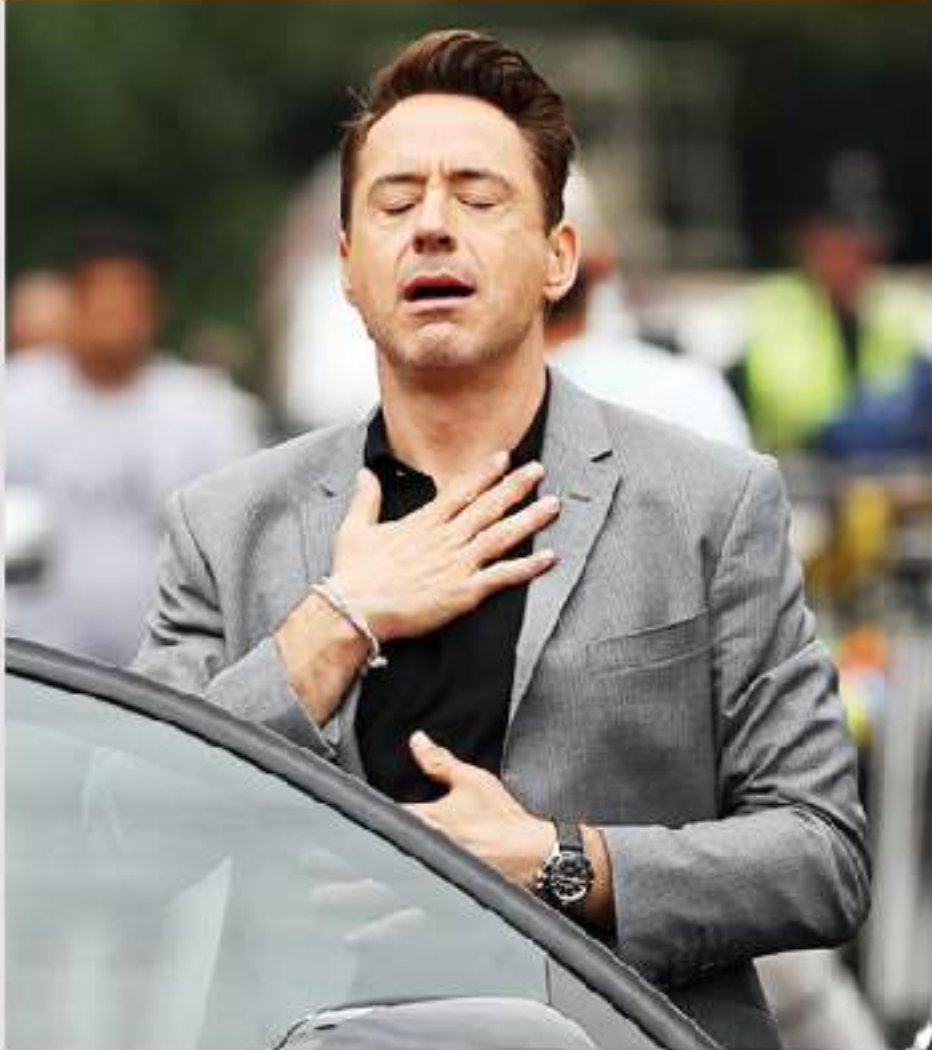
**DON'T BE
AFRAID
TO SHINE**




COMPARAR LA VIDA CON TU PRODUCTO Y SIN TU PRODUCTO

Yo cuando respiro
el aire fresco de

CÈNTRIQO
city heartbeat




Panamá Pacífico
Todo por vivir

Esperar los fines de
semana para salir
de la ciudad y disfrutar
la naturaleza



CÈNTRIQO


Panamá Pacífico
Todo por vivir

Vivir en una torre
de apartamentos
sin espacios amplios



Vivir en CÈNTRIQO




Panamá Pacífico
Todo por vivir

GENERAR UN SENTIDO DE URGENCIA A TRAVÉS DE LA COMUNICACIÓN

apelando al miedo natural que todos tenemos de perder una oportunidad de algo.



MONTEVO
CUIDADO EN EVOLUCIÓN

GRAN mes

Por arranque de proyecto adquiere tu depa en **Lista Cero** y además un descuento de hasta **\$90,000 mxn***

MONTEVO
CUIDADO EN EVOLUCIÓN

monteviso.com

Responde este WhatsApp para obtener esta oferta y posteriormente bloquear este beneficio en showroom.

Visita nuestro Showroom en **Trebol Park** Piso 3

Un proyecto de: **VALO**

*Reserva de a 10 unidades. El descuento puede variar por tipo de departamento.



¡Últimos lugares en nuestra tómbola!

GÁNATE UN VIAJE

Todavía tienes tiempo de ganarte un viaje a NY, Cancún o Las Vegas. Separa tu departamento y no te quedes fuera.

¿Te gustaría agendar una cita?

MONTEVO
CUIDADO EN EVOLUCIÓN

*Aplicar restricciones. Voleo de 7n de semana por \$40 mil pesos. Las Vegas, NY o Cancún.



COMUNICACIÓN CREATIVA DIRIGA A NICHOS DE MERCADO

“UGLY ADS”



MARKETING PLAN Y PRESUPUESTO

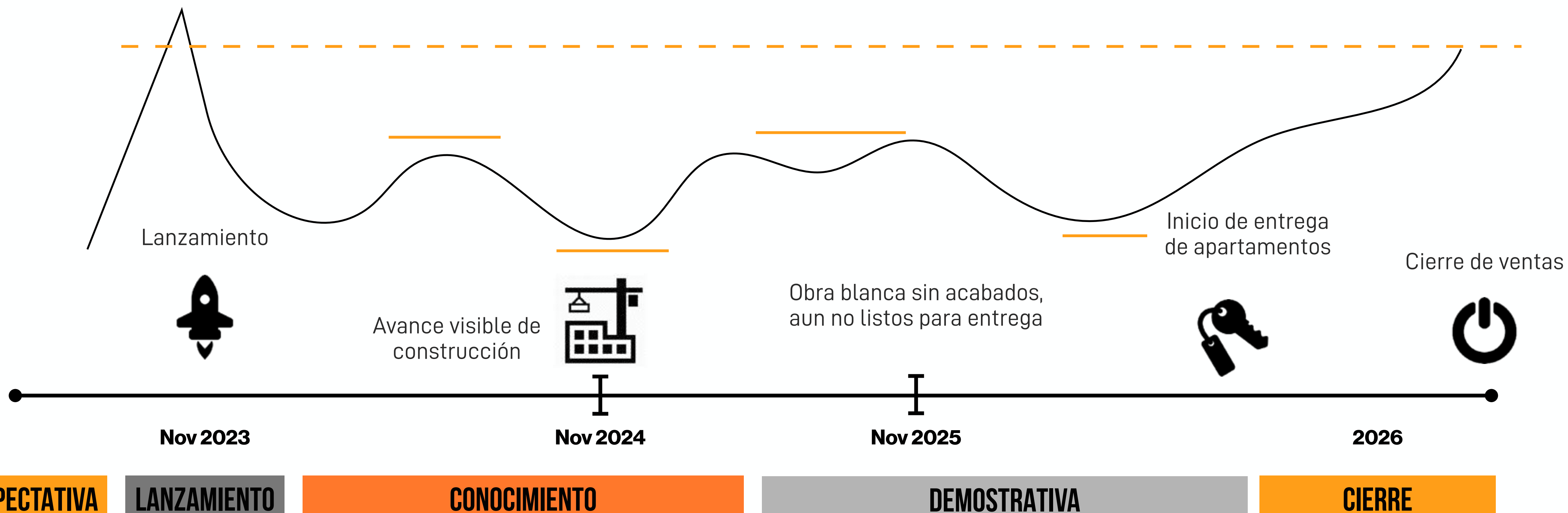


MARKETING PLAN Y PRESUPUESTO

PLANEA TU PRESUPUESTO PARA TODO EL TIEMPO DE COMERCIALIZACIÓN DE TU PROYECTO Y NO POR AÑO.

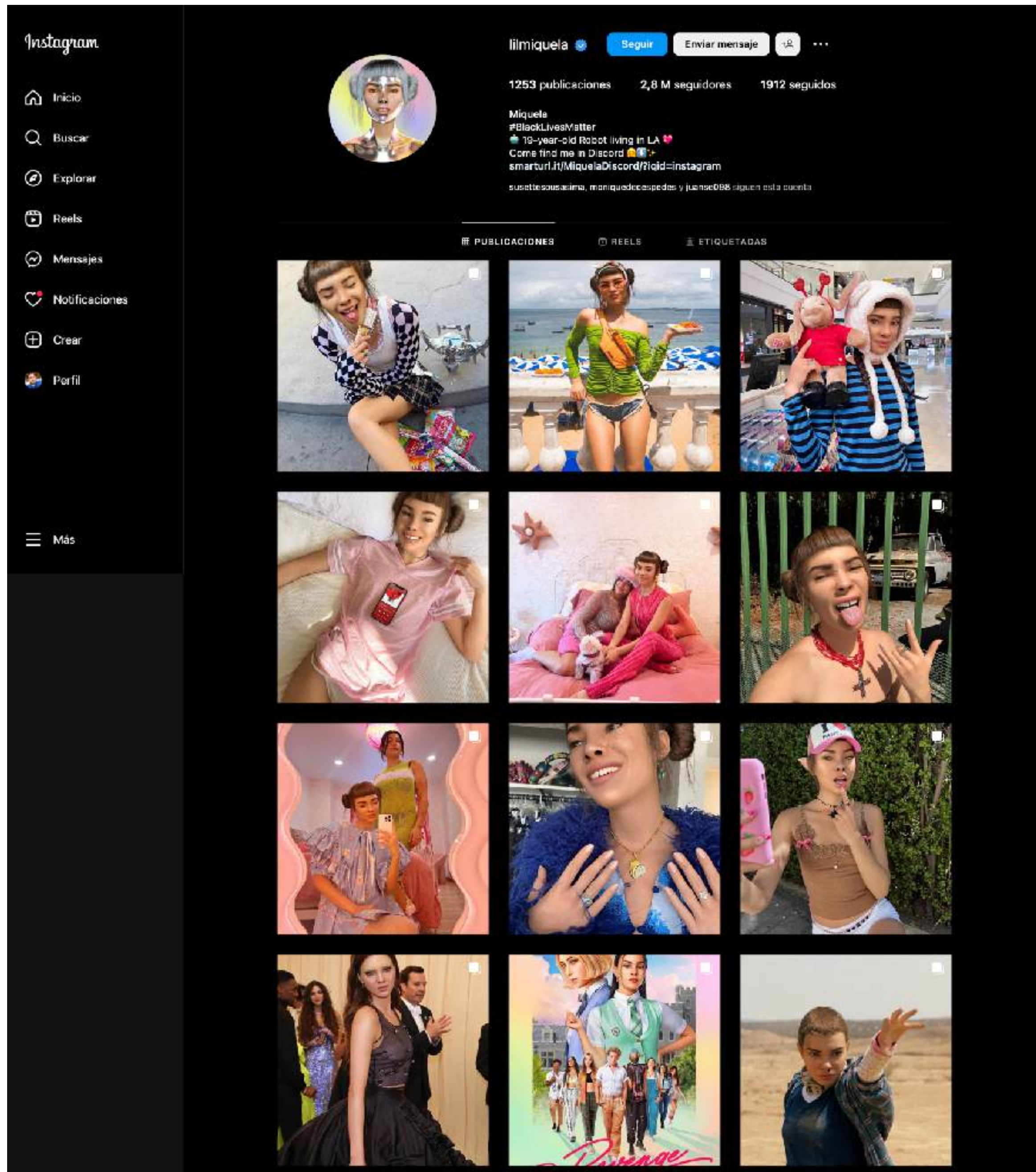
Distribuye tu presupuesto en todas las etapas de avance del proyecto y **asegúrate de guardar una buena parte para el CIERRE.**

La gráfica de presupuesto también se debe alinear, de cierta manera, con tus ventas.



HOY EXISTEN MILES DE HERRAMIENTAS DE IA PARA HACER CASI TODO






TECNOLOGÍA

Instagram verificó a 35 influencers virtuales, entre ellos humanos digitales

Una de las influencers más conocidas de este tipo es @lilmiquela, quien ya suma más de 3 millones de seguidores en la red social.

lun 04 abril 2022 02:00 PM



 2.5 M

 3.4 M

¿Qué es un influencer virtual?

Es un personaje digital que fue creado con Inteligencia Artificial (IA). Está diseñado para simular cualidades humanas y una personalidad única. Básicamente es una persona ficticia que se asemeja a una persona humana y, por ende, puede afectar las decisiones de las personas.

USO DE IA COMO HERRAMIENTA DE MARKETING



¿CÓMO PUEDO APLICAR ESTOS VIDEOS CORTOS CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL? AQUÍ ALGUNAS IDEAS:

- Video de bienvenida para el chat o whatsapp del proyecto
- Videos personalizados para el seguimiento de clientes incluso con la imagen de cada asesor
- Incrustar videos cortos de este tipo en campañas de email marketing
- Atención en cualquier idioma
- Invitación digital a un evento
- Compartir promociones limitadas de manera creativa

EXPERIENCIA DE COMPRA



DISNEY Y LOS DESARROLLADORES
ESTÁN EN EL MISMO NEGOCIO,
EL NEGOCIO DE PERSONAS Y NO
DE INMUEBLES.

**SI LOGRAMOS CREAR
FELICIDAD EN UNA
TRANSACCION INMOBILIARIA,
ENTONCES ESTAMOS
HACIENDO ALGO BIEN.**



LAS EXPERIENCIAS TAMBIÉN SE DISEÑAN

No se debe dejar nada a la suerte.

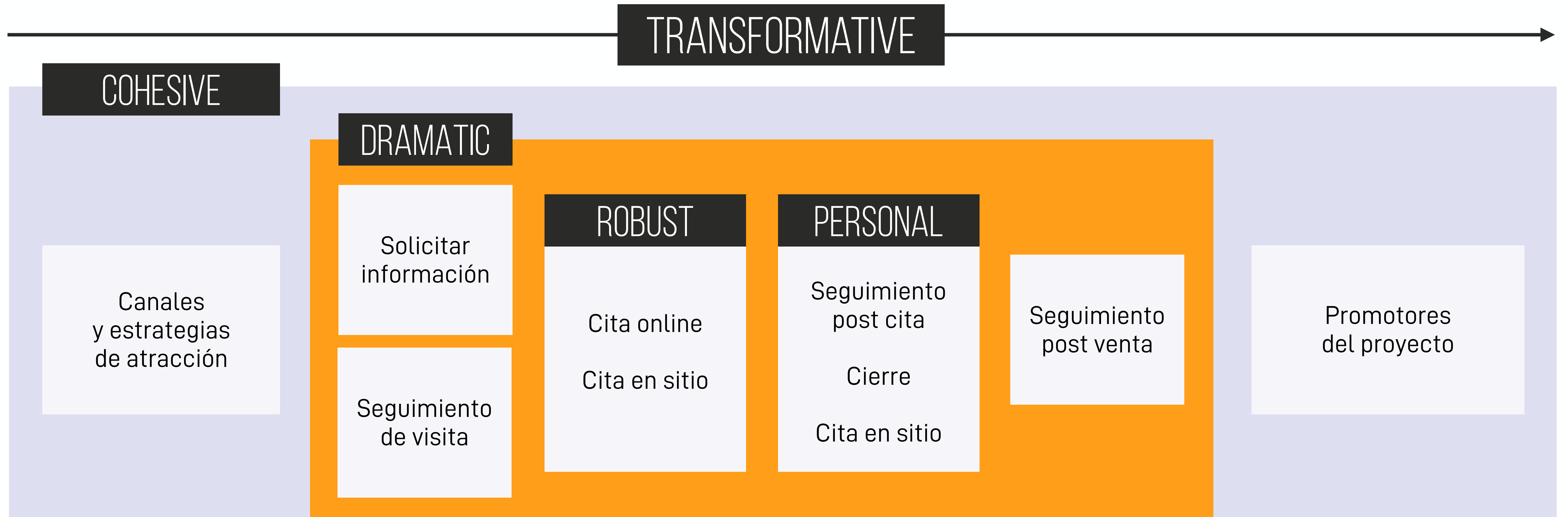


CUSTOMER JOURNEY

Experiencia del cliente

LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE **NO ES EL SHOWROOM**, ES UN **VIAJE COMPLETO**.

Se trata del viaje del cliente desde que inicia la búsqueda de un producto, lo ve, lo siente, lo prueba, compara y elige. Y éste no termina con la compra del mismo, sino hasta que el cliente se vuelve promotor de tu producto.



COHESIVE

¿CUÁL ES LA TEMÁTICA
DE TU PROYECTO?

PARA LOGRAR UNA EXPERIENCIA
COHESIVA TODO TIENE QUE GIRAR
ENTORNO AL CONCEPTO DEL
PROYECTO.



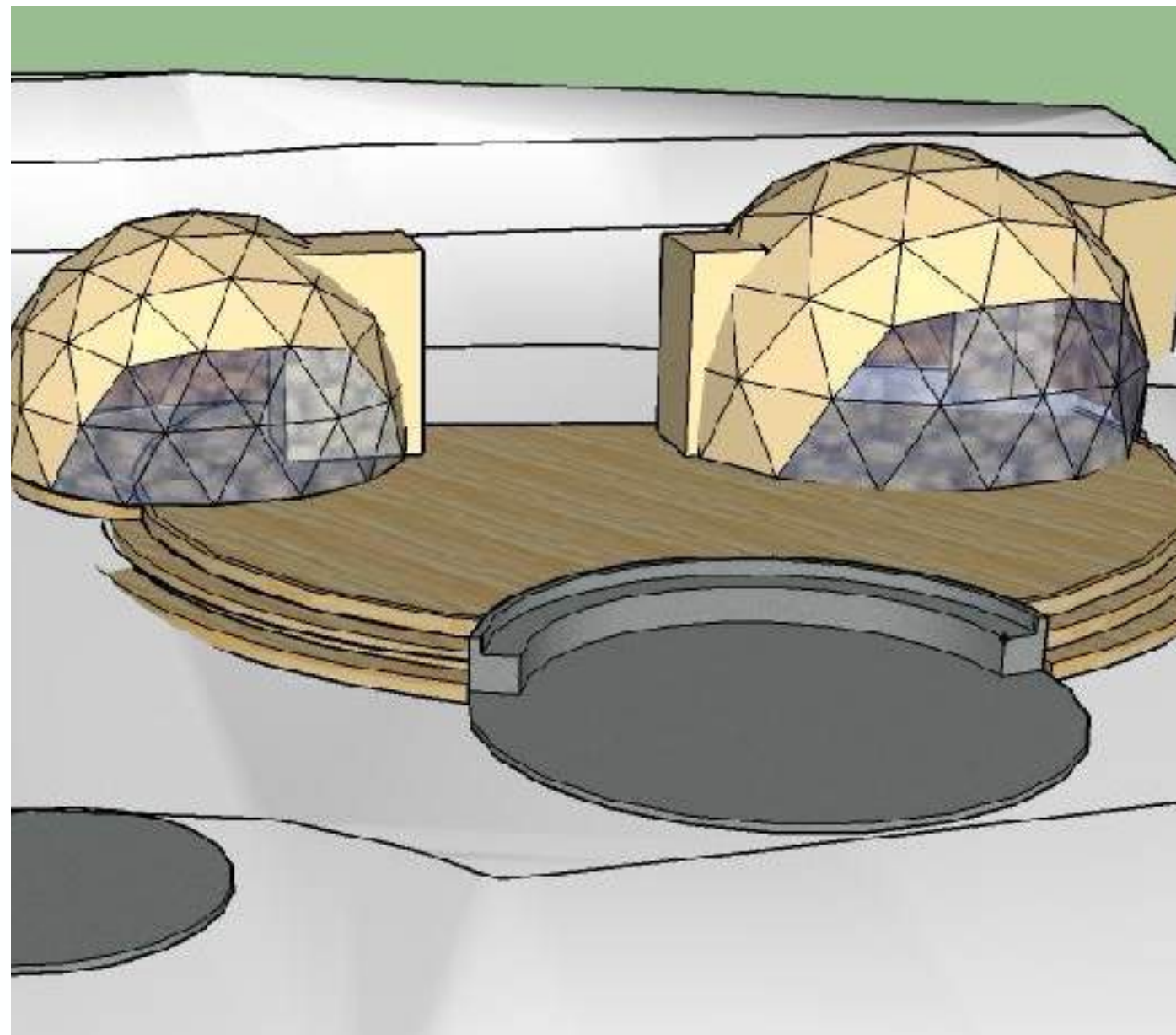
TEMÁTICA

Concepto + Tipo de showroom

HOBBY HOMES

(MEDELLÍN, COLOMBIA)

Departamentos en zona campestre en las afueras de la ciudad, pensados para cortas y largas estadias, fin de semana / second home o vivir tranquilo fuera de la ciudad.





MEMORABLE

Sentimientos + Regalos

HOBBY HOMES (MEDELLÍN, COLOMBIA)

4 Hobbies: Foody, Pets, Fun & Relax

Un regalo personalizado para cada tipo de Hobby.



DRAMATIC

¿QUIÉNES SON TUS ACTORES O PERSONAJES?

¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DEBO BUSCAR EN ELLOS PARA QUE REPRESENTEN MEJOR MI PROYECTO?

¿CUÁL ES EL GUIÓN QUE DEBEN SEGUIR TUS PERSONAJES?



ATENDER NO ES VENDER

De nada sirve generar toda una identidad y una narrativa de venta si tu equipo de venta no lo conoce y lo sabe contar. dedica tiempo a afinar ese proceso para generar una experiencia de compra inigualable

No tienes vendedores, tienes story \$ellers. Narradores de un futuro posible para tus prospectos.

VENDER VA MÁS ALLÁ DE **RECIBIR LEADS.**



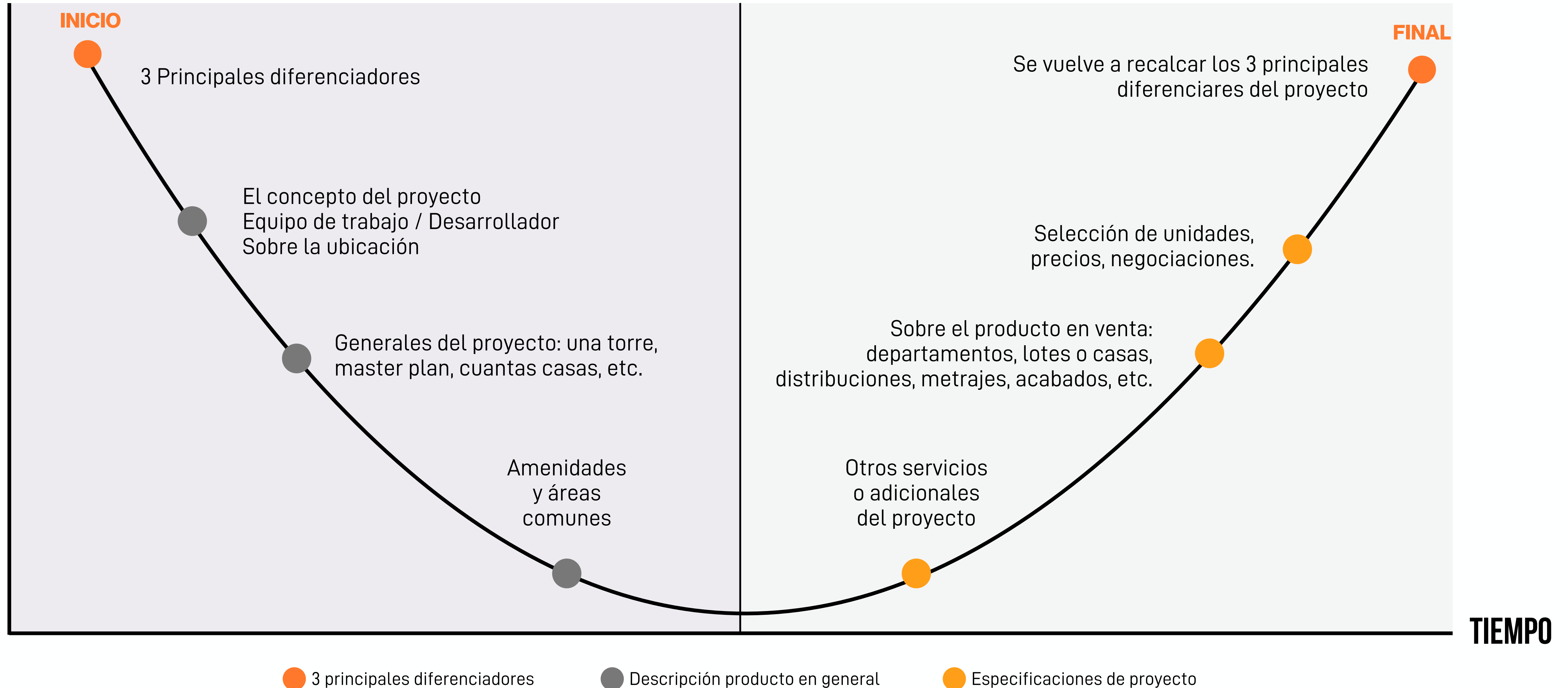
DISCURSO

Dramatic - Script

ATENCIÓN Y
RETENCIÓN

DE LO GENERAL Y EMOCIONAL

A LO ESPECÍFICO Y RACIONAL



PERSONAL & ROBUST

¿CÓMO PERSONALIZO LA ATENCIÓN
Y EL CONTENIDO?

¿CÓMO DEBE SER MI EXPERIENCIA?

¿CUÁL DEBE SER MI OBJETIVO?



PERSONALIZACIÓN

AUTOEXPLORACIÓN

PHYGITAL



1
Define tu espacio base

SIMPLEX

DÚPLEX

2
Área base

48m²

71m²

94m²

43m²

69m²

3
Espacio externo

0m

1.4m

1.8m

4
Elige tu espacio externo

S

Sin espacio

B

Balcón

T

Terraza

BT

Mixto

5
Complementa tu espacio

SE

Sin Estudio

E

Estudio

6
Social vs. Private

S

Social Mood

P

Private Mood

7
Estilo de acabados

O

Tonos Oscuros

C

Tonos Claros

52%

De los encuestados prefieren una experiencia de compra dentro del punto de venta donde puedan explorar por ellos mismos y aprender a su propio ritmo (estilo museo), en lugar de ser abordados de inmediato por un asesor.



Fuente: Encuesta realizada por 4S Real Estate a prospectos y clientes que han comprado o buscan vivienda en México.

Nadie:

Los cajeros de ZARA cuando voltean a ver a los clientes:



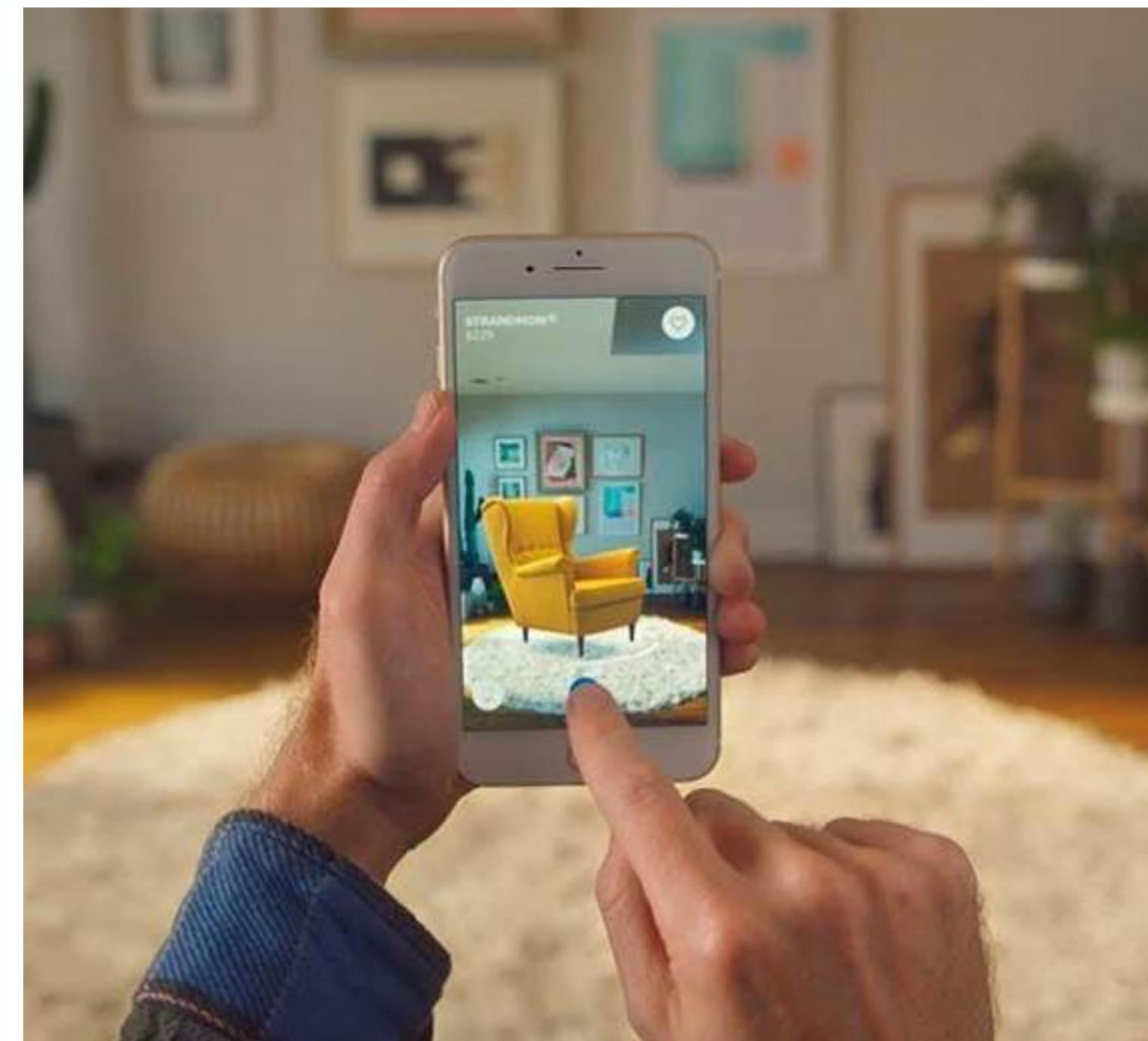
PHYGITAL (FÍSICO + DIGITAL)

EL PHYGITAL,

es una tendencia que **mezcla lo mejor de 2 mundos**, pues toma lo mejor de la experiencia digital a través de la inmediatez de atención, inmersión a la tecnología y velocidad de respuesta, y suma la posibilidad de interactuar con las personas y el producto en el plano físico.



EL USO DEL PHYGITAL PARA **CONECTAR EL MUNDO ONLINE Y OFFLINE**, PERMITE CREAR **EXPERIENCIAS** DE CLIENTE MUCHO MÁS CERCANAS, MÁS EFICIENTES, ADHOC Y HUMANAS.



ESTRUCTURA DEL EQUIPO COMERCIAL



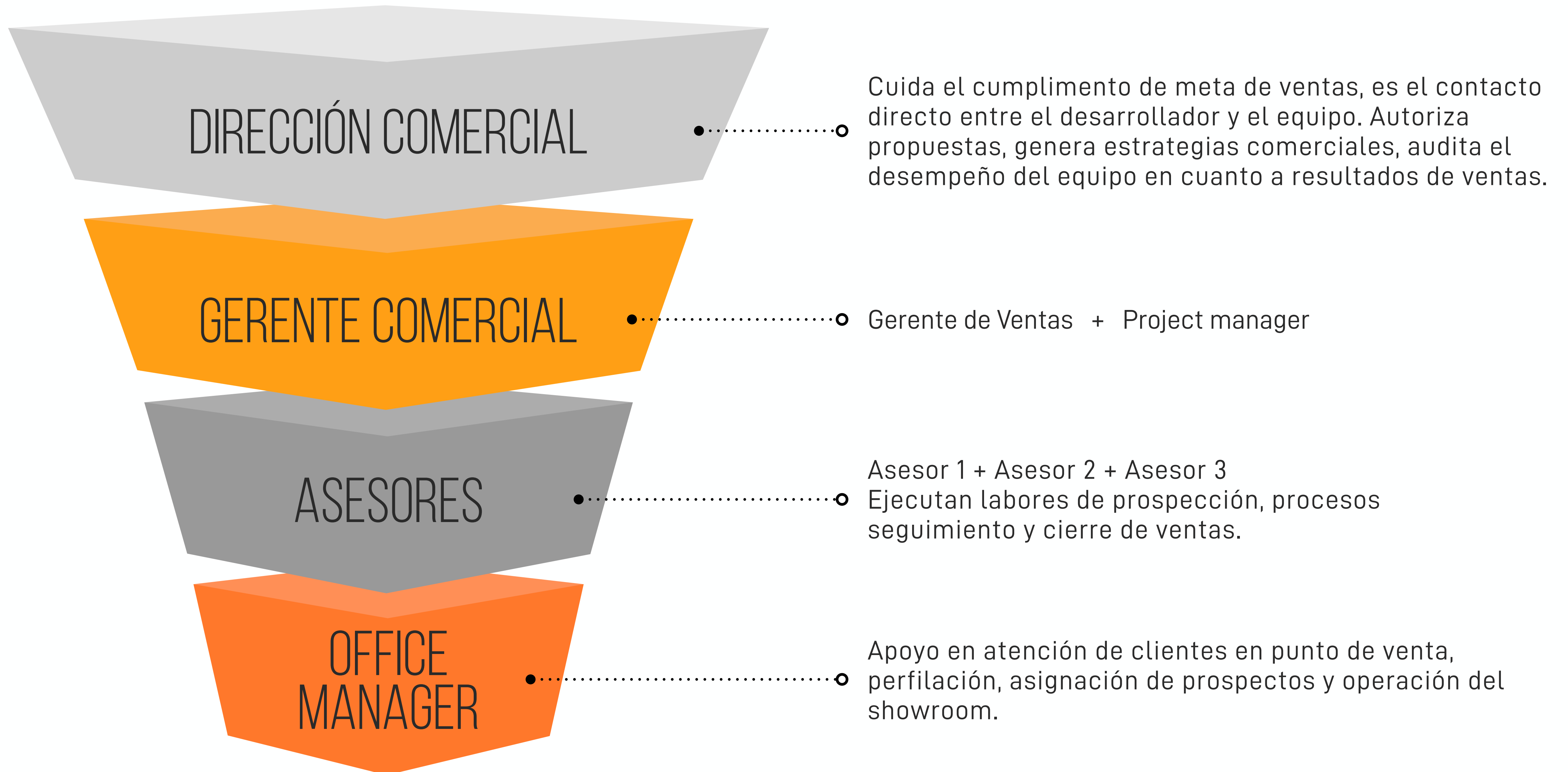
LA ESTRUCTURA COMERCIAL

es parte del funcionamiento de una experiencia completa y su división es importante ya que facilita la separación de indicadores.

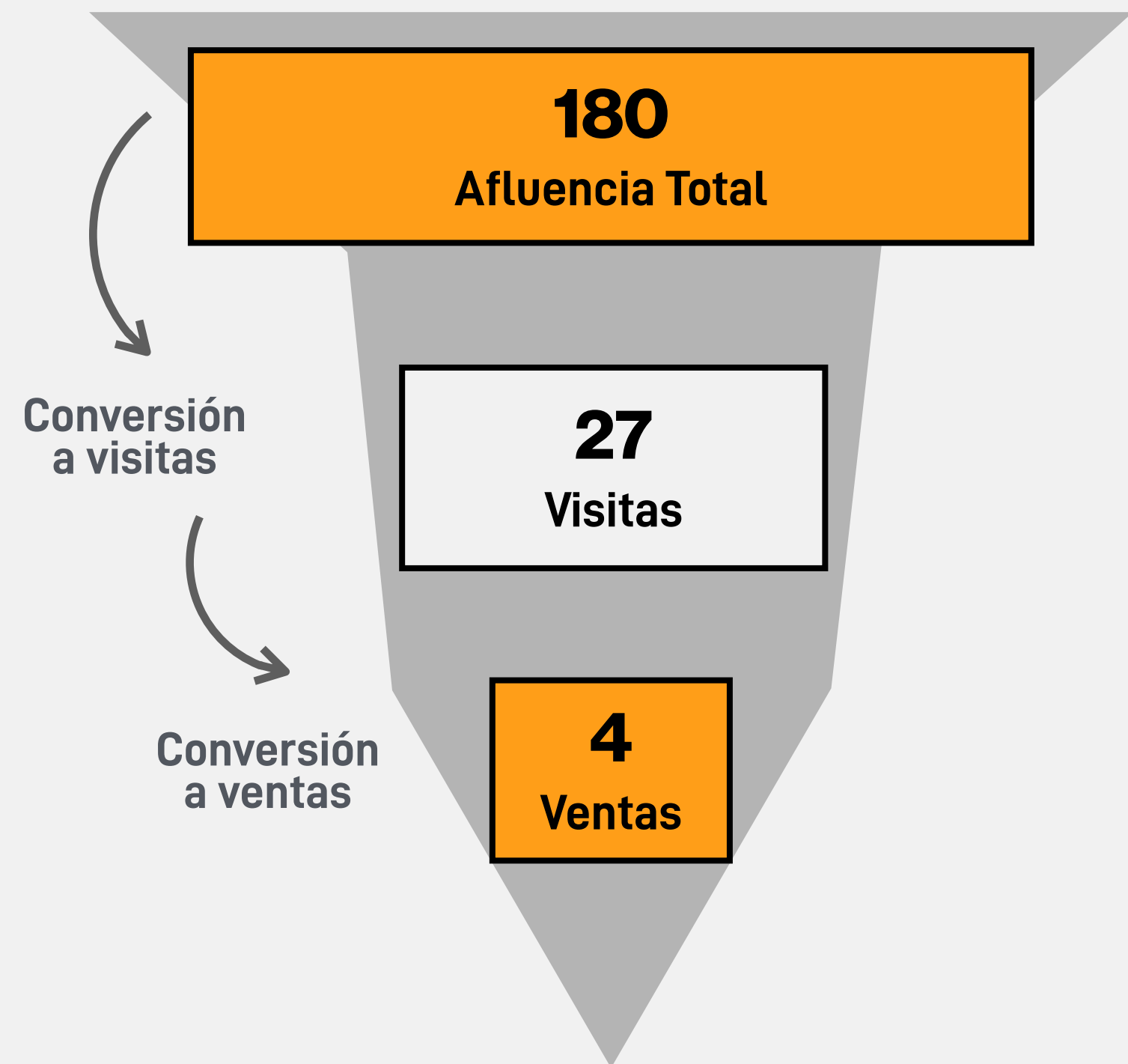
De esta forma, el monitoreo del área comercial se puede llevar a cabo adecuadamente.



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



¿CÓMO SE DETERMINA EL TAMAÑO DEL EQUIPO?



LEADS DESEABLES PARA QUE UN ASESOR ATIENDA DE 75-100

Nota: El tope es el 100 por asesor

TOMAMOS EN CUENTA DOS FÓRMULAS



La cantidad de leads

$$\frac{180}{90} = 2$$

Cada asesor tiene la capacidad de atender de 75 a 100 leads mensuales.

La meta de ventas




$$\frac{4}{2} = 2$$

Cada asesor debe colocar por lo menos 2 ventas mensual según la meta.

**GRANDES
VENDEDORES
EVOLUCIONARON
EN GERENTES
#NOT TRUE**



¿Qué constituye a una buen Gerente de ventas?

-  **1** Domina el embudo de ventas
-  **2** Enfoque inicial de perfilamiento
-  **3** Realiza auditoría constante
-  **4** Capacitación y mejora continua
-  **5** **Orienta** el equipo para la ejecución de iniciativas proactivas



¿Qué constituye a una buen Asesor de ventas?



1

Capacidad de negociación y cierre



2

Tiene conocimiento del mercado



3

Seguimiento oportuno de los leads



4

Búsqueda de capacitación constante



5

Trabajo en equipo



METODOLOGÍA DE SEGUIMIENTO



LA FUGA DE OPORTUNIDADES

48%

25%

12%

10%



De los asesores nunca realiza seguimiento



De los asesores solo realiza un 2ª contacto



De los asesores solo realiza un 3ª contacto



De los asesores solo realiza un 4ª contacto

MUCHA INSISTENCIA,

1

2

3

4

2% DE LAS VENTAS

Se definen en el 1ª contacto

3% DE LAS VENTAS

Se definen en el 2ª contacto

5% DE LAS VENTAS

Se definen en el 3ª contacto

10% DE LAS VENTAS

Se definen en el 4ª contacto

5

6

7

8

9

10

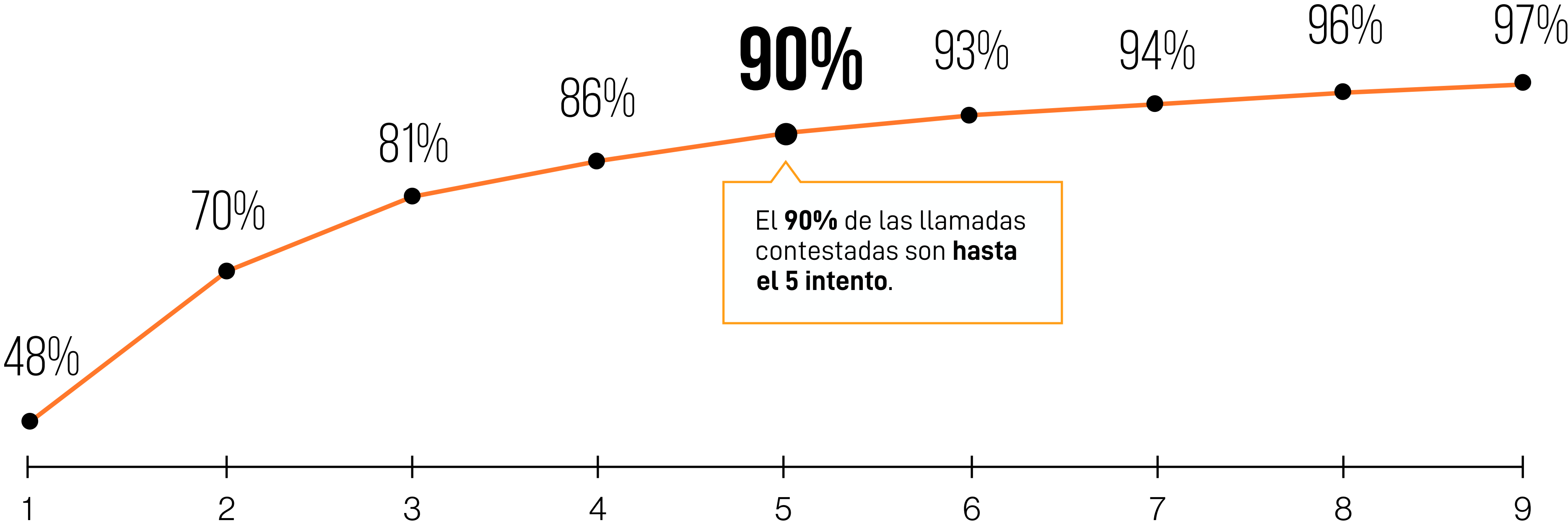
11

12

80% DE LAS VENTAS SE DEFINEN ENTRE EN EL 5ª Y 12ª CONTACTO

POCA RESISTENCIA

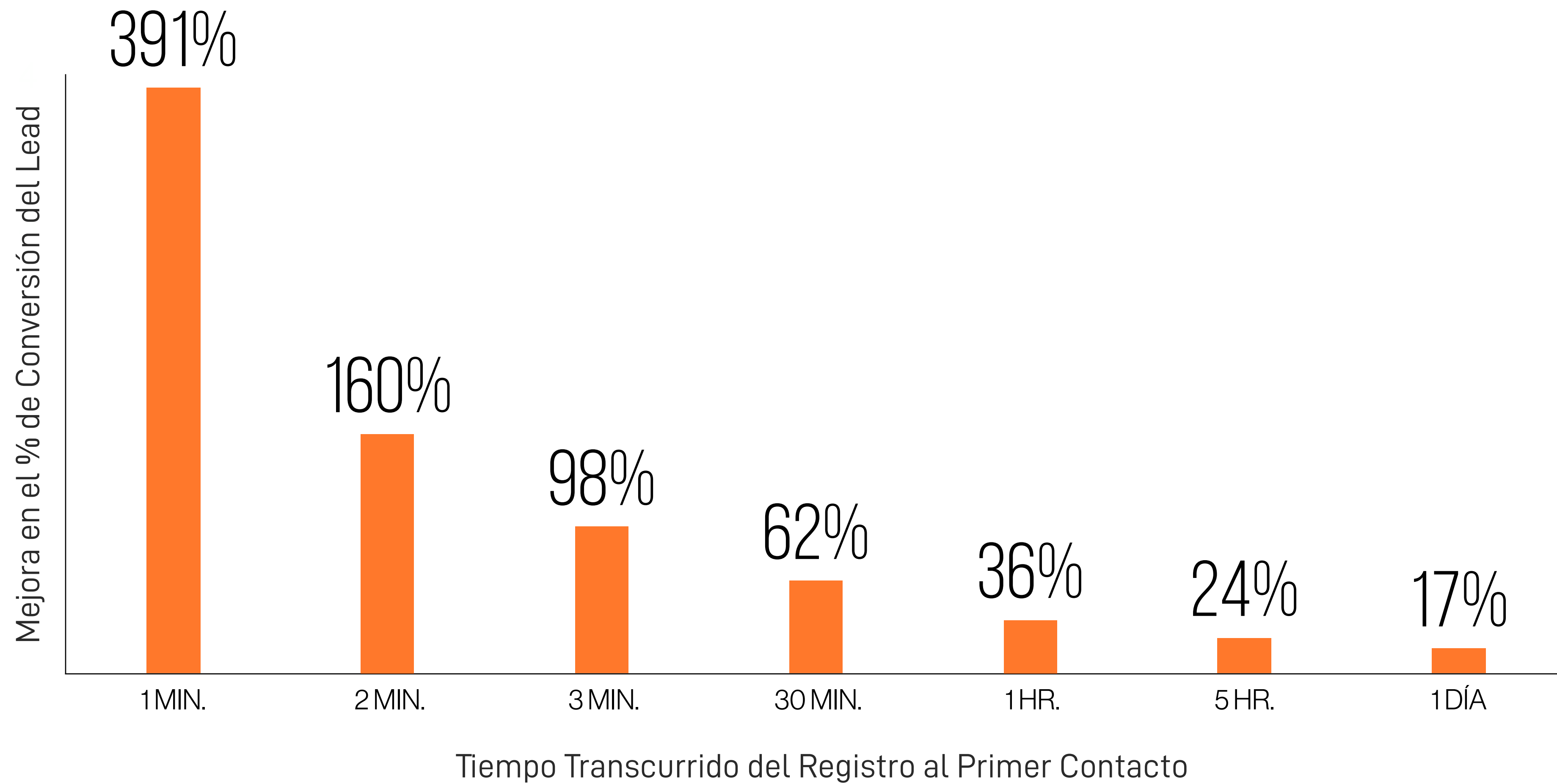
¿CUÁNTAS VECES DEBERÍA MARCAR PARA PODER CONTACTAR?



El **90%** de las llamadas contestadas son **hasta el 5 intento.**

Cantidad de llamadas para establecer contacto

EL IMPACTO EN LA CONVERSIÓN DE UN CONTACTO RÁPIDO



34%

De los prospectos **rompen relaciones** con un asesor debido a un **contenido pobre e irrelevante** en los mensajes que les envían.

33%

De los prospectos que **rompieron relaciones** con un asesor comentan que fue porque sus **mensajes** fueron **genéricos** y obviamente se lo enviaron a todos sus contactos.

20%

De los clientes dicen que los proyectos por **los que se inclinan además de promociones les hacen llegar contenido a la medida** de sus intereses y estilo de vida.

72%

De los clientes comentan que cuando un **asesor los retribuye por ser un cliente leal** los hace desear una **relación** comercial a **largo plazo**.

¿DÓNDE EMPIEZA Y TERMINA EL SEGUIMIENTO?

El seguimiento comienza a partir del primer contacto del prospecto y termina hasta que su unidad es entregada, es decir...

**EL SEGUIMIENTO DEBE
CONTINUAR AÚN
DESPUÉS DE LA VENTA.**





**PREVIO
CITA**



**POST
VISITA**

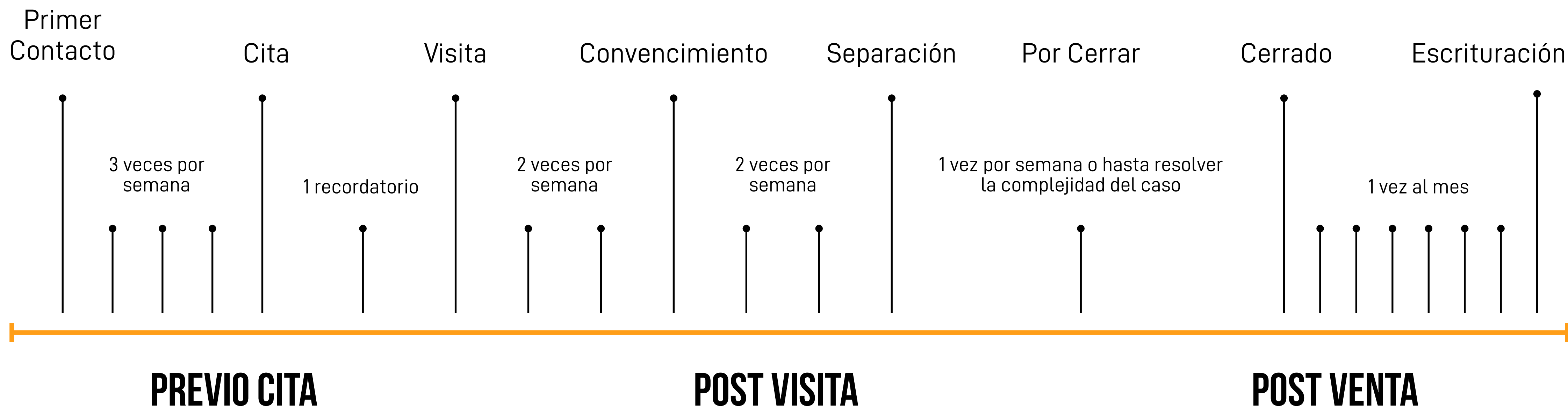


**POST
VENTA**



¿Cuál es tu plan de acción?

CRONOLOGÍA BASADA EN UN CICLO DE VENTAS TÍPICO.



EL CICLO DE PREGUNTAS QUE TE DEBES REALIZAR

- 1 ¿QUÉ NECESITA?
- 2 ¿CÓMO LO COMUNICO?
- 3 ¿QUÉ TONO LE DOY?
- 4 ¿QUÉ INFORMACIÓN DESTACO?
- 5 ¿CÓMO LO SIGO?



EL MERCADO SIEMPRE ESTÁ CAMBIANDO... ¿Y TÚ?



4 CLAVES DE LA PROSPECCIÓN

VELOCIDAD

CONSTRUIR CONFIANZA

SUPERAR LAS OBJECIONES

PERSONALIZACIÓN

LEADS

VISITAS

VTA.



**LOS CLIENTES
NO SE ESCONDEN,
ES CUESTIÓN DE
ENCONTRARLOS**

ACCESIBLE

COSTOSO



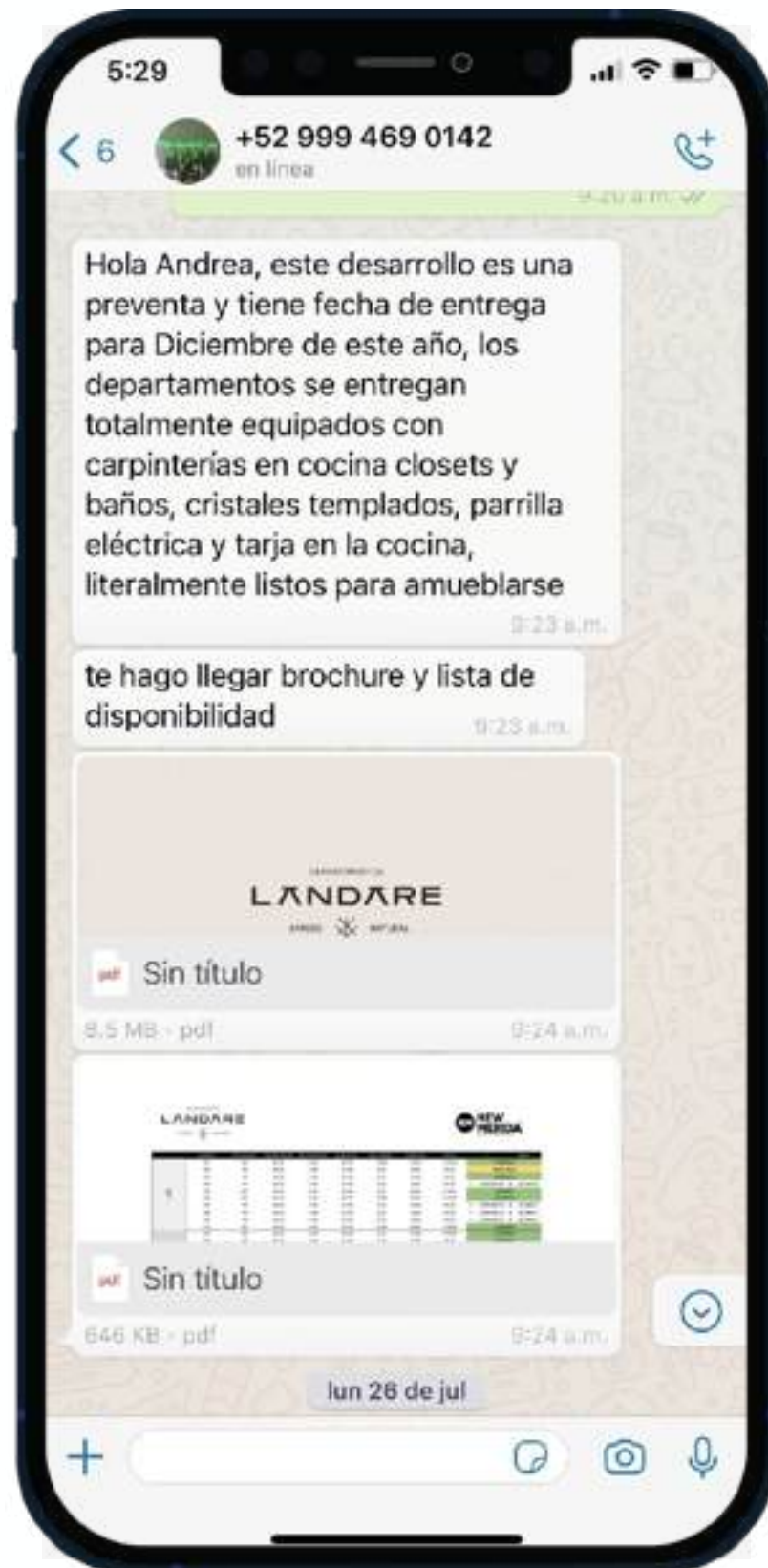
MASIVO

ESPECÍFICO

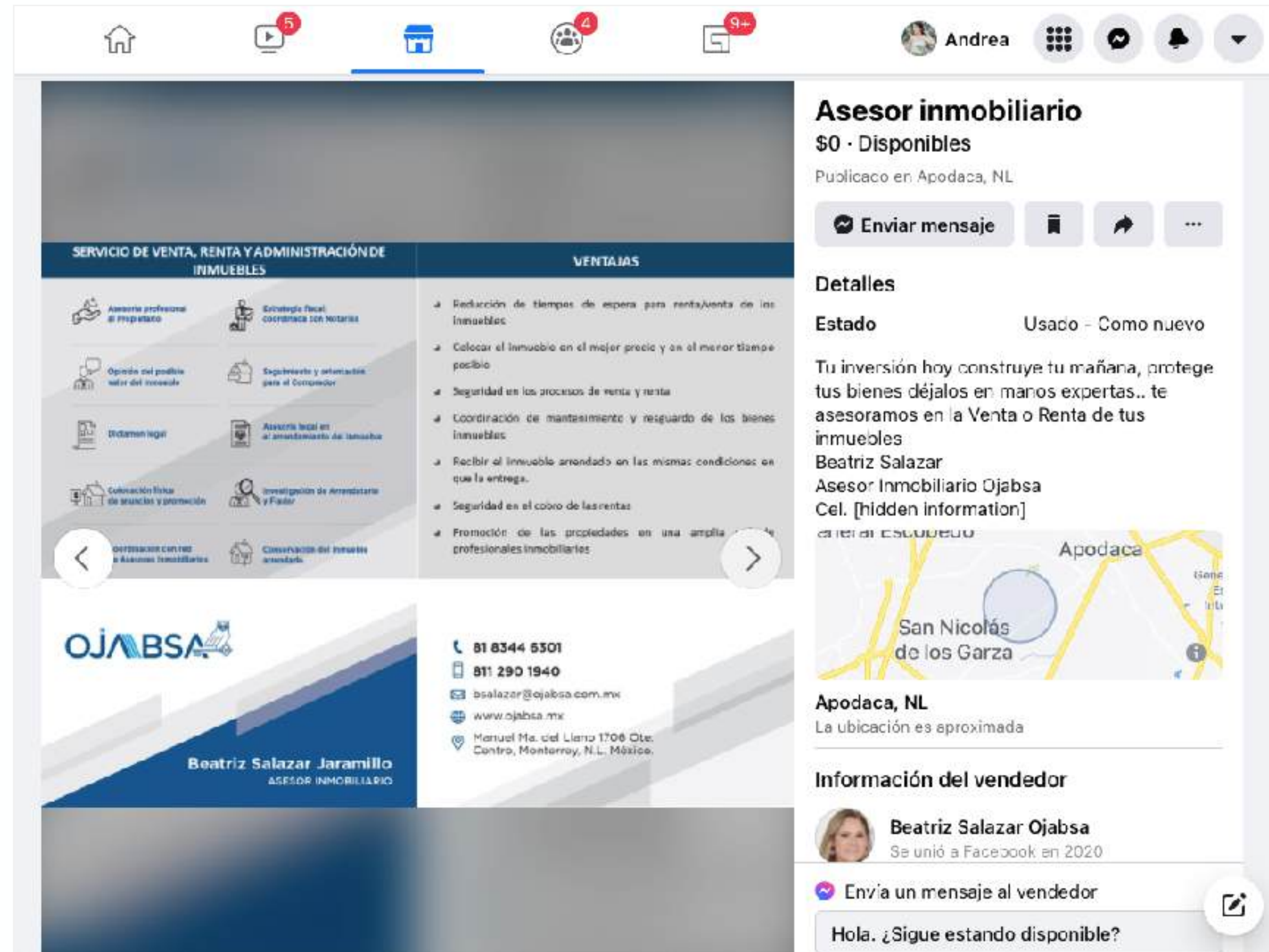


¿TRABAJANDO EN PROSPECCIÓN DIGITAL?

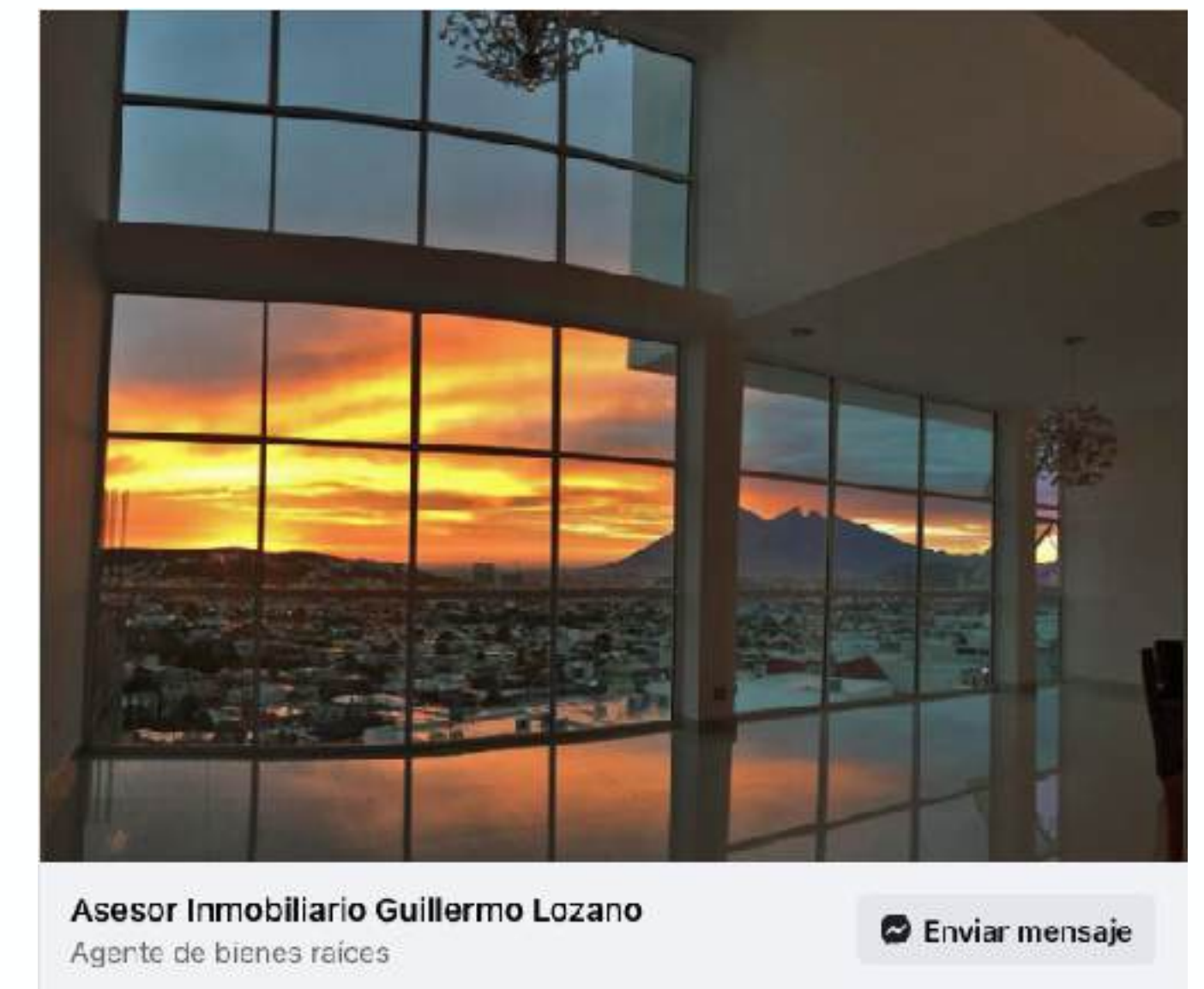
¿Poca información y sin personalización?



¿Exceso de información sin desglosar por puntos?



¿Anuncios sin un propósito claro?



INTELIGENCIA ARTIFICIAL





Santiago 

@svpino



AI will not replace you. A person using AI will.

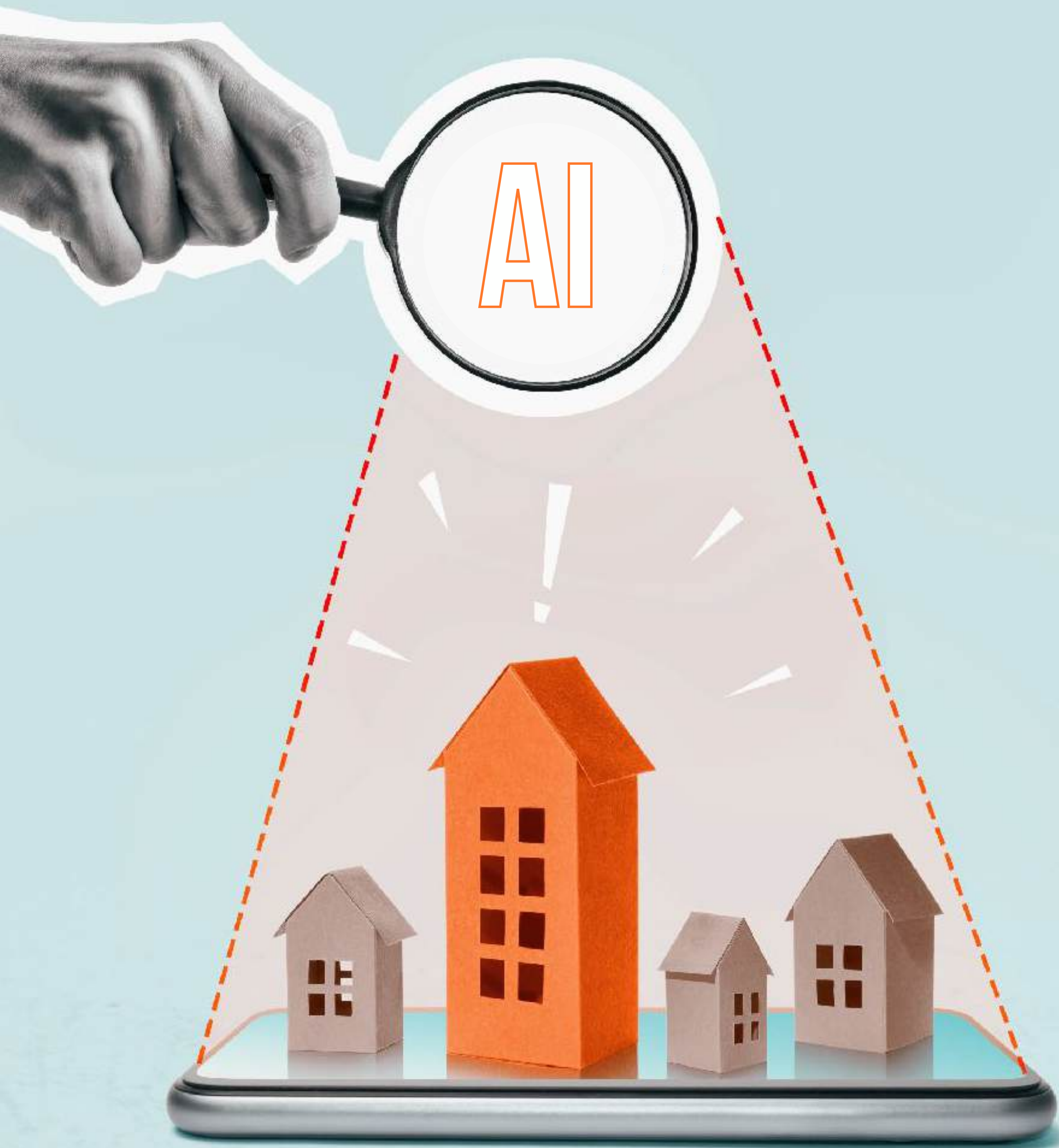
7:00 AM · Jan 5, 2023



40.4K



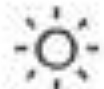


Reply



IMPORTANCIA EN EL SEGMENTO DE **REAL ESTATE**

- + New chat
- Buyer Persona Inmobiliario
- Buyer persona for apartment
- Buyer persona de apartament
- Crear Buyer Persona: Guatem
- Clear conversations
- Upgrade to Plus **NEW**
- Dark mode
- Updates & FAQ
- Log out

ChatGPT

 Examples	 Capabilities	 Limitations
"Explain quantum computing in simple terms" →	Remembers what user said earlier in the conversation	May occasionally generate incorrect information
"Got any creative ideas for a 10 year old's birthday?" →	Allows user to provide follow-up corrections	May occasionally produce harmful instructions or biased content
"How do I make an HTTP request in Javascript?" →	Trained to decline inappropriate requests	Limited knowledge of world and events after 2021

IMPORTANCIA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN REAL ESTATE



EQUIPOS MÁS EFICIENTES

Puede automatizar tareas repetitivas y tediosas, lo que permite a los equipos de ventas enfocarse en actividades más estratégicas y productivas. Esto ayuda a **maximizar la eficiencia y la productividad de los asesores de venta.**



IDENTIFICACION DE OPORTUNIDADES DE VENTA

Puede analizar datos y patrones de comportamiento de los clientes para identificar oportunidades de ventas cruzadas o ventas adicionales. Esto ayuda a los equipos de ventas a **maximizar el valor de cada cliente** y aumentar los ingresos.



MEJORA LA PRECISIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES

Nos permite analizar grandes volúmenes de datos de manera rápida y precisa. Esto nos permite tomar decisiones basadas en datos y pronósticos más precisos, lo que a su vez puede **mejorar la estrategia de ventas** y aumentar las tasas de conversión



PERSONALIZACIÓN Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE

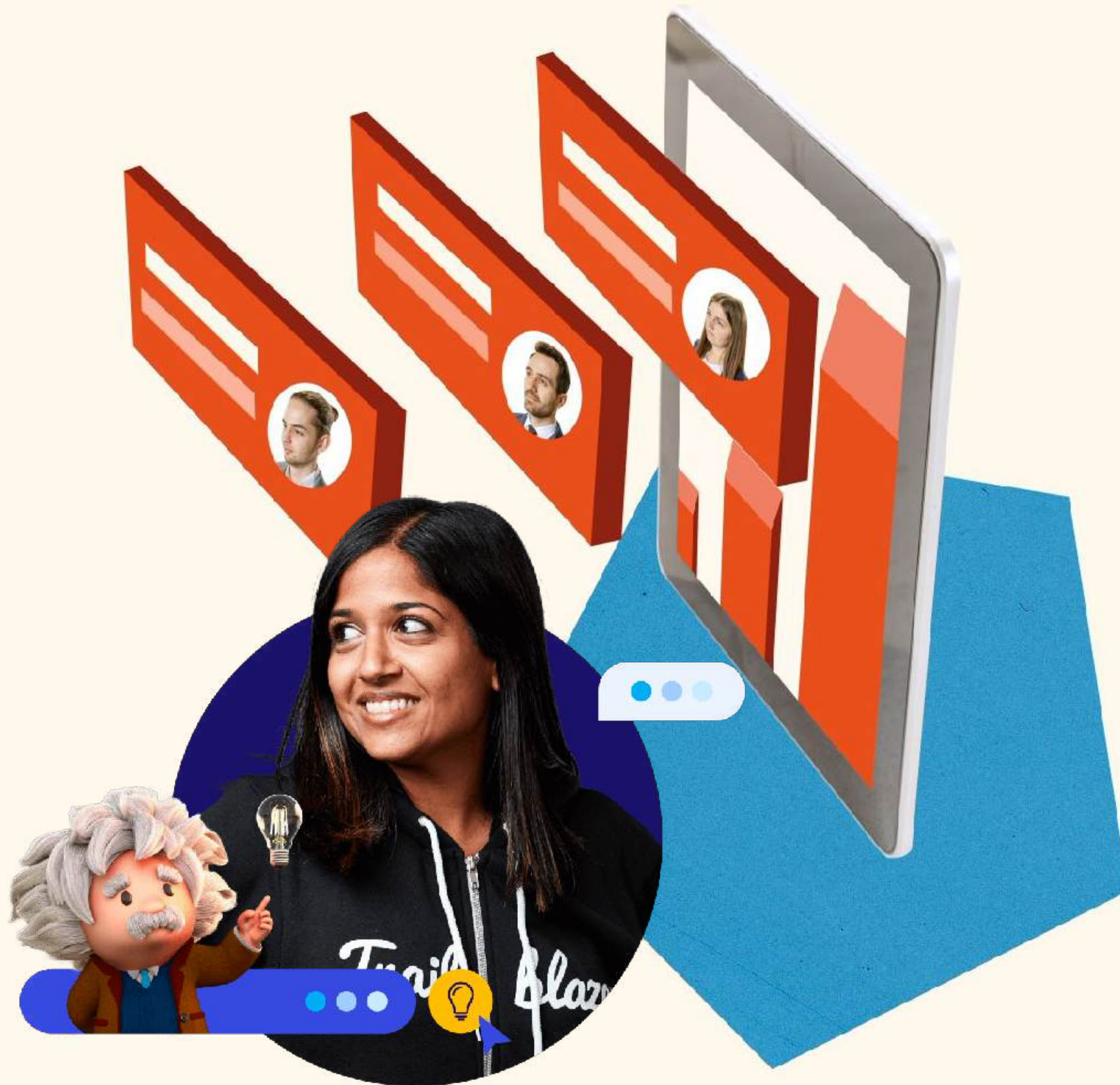
Puede analizar el comportamiento de los clientes, incluyendo su historial de compras y preferencias, y utilizar esos datos para proporcionar una experiencia personalizada. Esto ayuda a **construir relaciones más sólidas con los clientes** y mejorar la satisfacción del cliente.



MEJORA LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Puede ser utilizada para automatizar la atención al cliente, a través de chatbots inteligentes y sistemas de respuesta automática. Esto ayuda a brindar **respuestas rápidas y precisas** a las consultas de los clientes, mejorando su experiencia y aumentando la satisfacción.

CHATBOTS Y CRM'S



CRM'S LÍDERES CON IA EN 2023-2024



The first conversational AI for sales teams

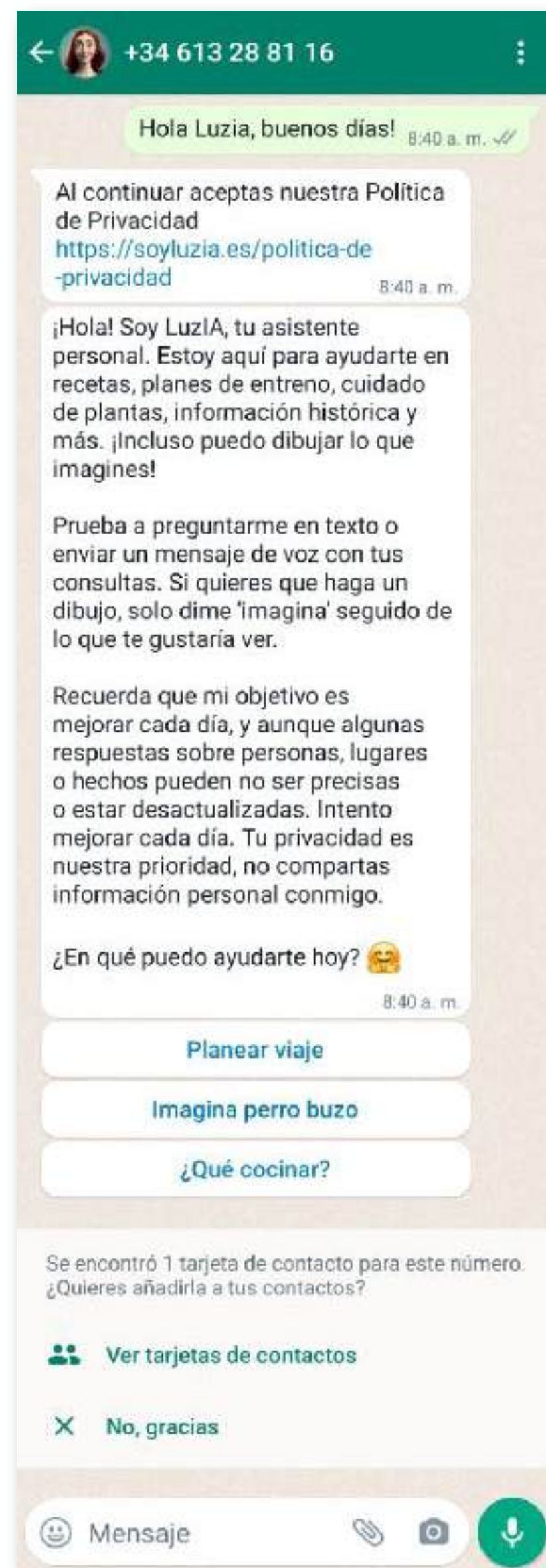


ActiveCampaign >





USO DE IA COMO HERRAMIENTA DE VENTA

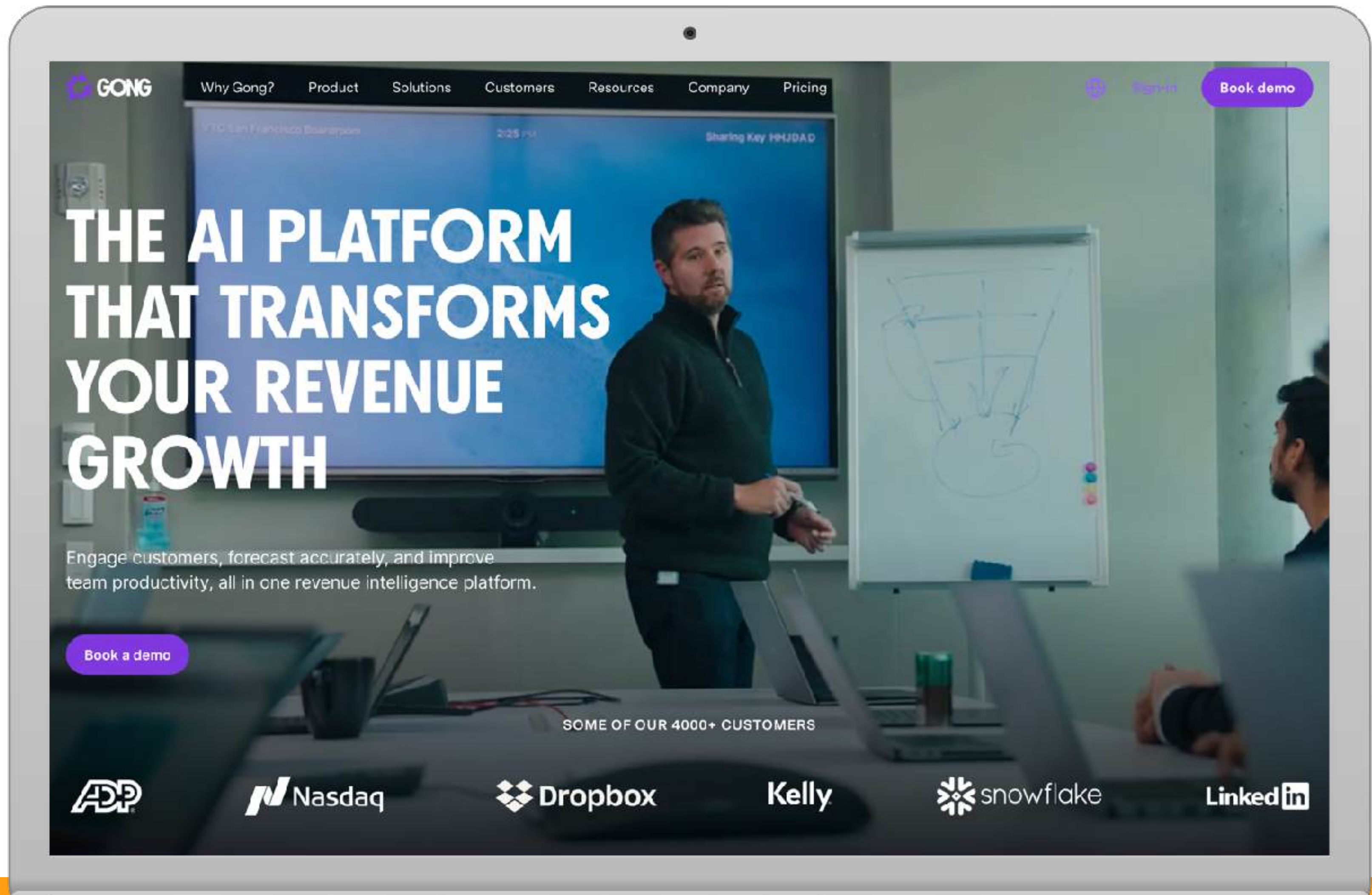


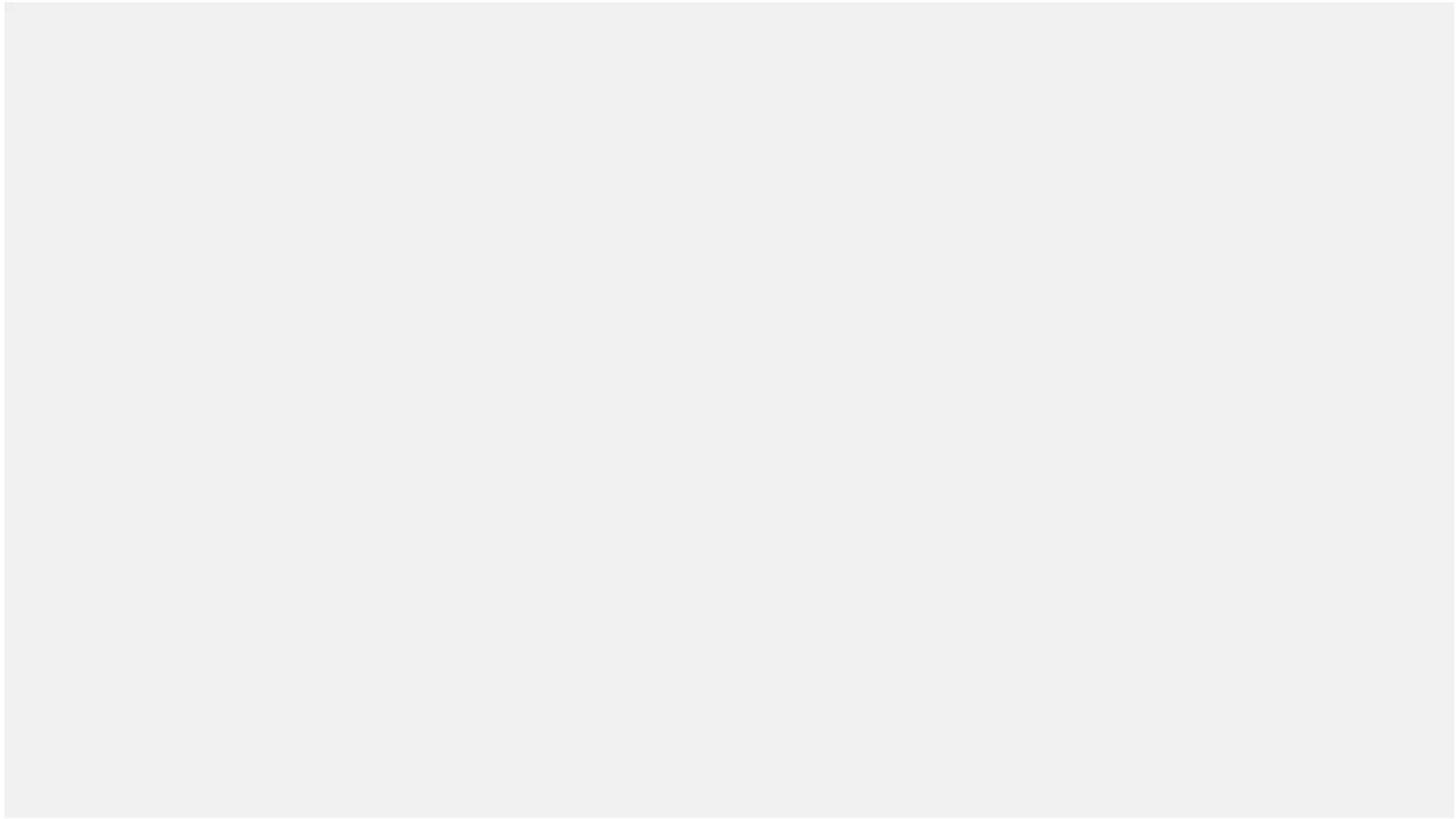
IMAGÍNA...

Un asesor de ventas experto que puede estar disponible 24/7 los 365 días del año para resolver todas las dudas e inquietudes de tus clientes e incluso agendar una cita presencial a la sala de ventas y que además no cobra un sueldo.


CREA TU PROPIO CHAT DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA TUS PROYECTOS


y tendrás un asesor virtual que puede guiar a tus clientes en una conversación fluida, amena y eficiente para lograr el objetivo y acercarlos más a la venta.






Chat with any PDF

 Join Discord

 Post to Twitter

 Share on Facebook



Drop PDF here

[Browse my Computer](#)

[From URL](#) [Find a PDF](#)

For Students

Enhance your learning experience with ChatPDF. Comprehend textbooks, handouts, and presentations effortlessly. Don't spend hours flipping through research papers and academic articles.

Support your academic growth and succeed in your studies effectively and responsibly.

For Work

Efficiently analyze your documents. From financial and sales reports to project and business proposals, training manuals, and legal contracts, ChatPDF can quickly provide you with the information you need.

Your data is kept confidential in a secure cloud storage and can be deleted at any time.

For Curious Minds

Unlock a wealth of knowledge with ChatPDF. Discover new insights and answers from historical documents, poetry, and literature, effortlessly.

ChatPDF can understand any language and reply in your preferred one. Satisfy your curiosity and expand your horizons with the tool that can answer any question from any PDF.

¿Y SI LAS
REVISIONES DE
CONTRATOS DE
COMPRA-VENTA
FUERAN
INTELIGENTES?



S U P E R H U M A N

Según diversas encuestas y estudios realizados en el ámbito empresarial, se estima que un director comercial puede pasar entre 10 y 20 horas a la semana revisando y gestionando correos electrónicos.

Esto equivale a aproximadamente 2 a 4 horas al día.

Este tiempo incluye leer, responder y organizar correos electrónicos.

ChatGPT



**EN SUS
MARCAS
LISTOS...
¡VENTAS!**



MICHAEL MOLINA

Socio Colombia
michael.molina@4srealestate.com



JORGE WEIGEND

Director Gerencia Comercial
jorge.w@4srealestate.com

DESCARGA LA
PRESENTACIÓN

