

Manual de Gestión de Leads – inmof.ai

1. Introducción

inmof.ai te genera contactos calificados (leads) de personas interesadas en tus propiedades. Este manual explica cómo gestionarlos para maximizar tus cierres de ventas y aprovechar al máximo la plataforma.

2. Recepción de Leads

- Los leads llegan directamente a tu plataforma inmof.ai y, si está configurado, también a tu CRM o correo electrónico.
- Cada lead incluye:
 - Nombre y datos de contacto (teléfono / email)
 - Propiedad de interés
 - Fuente de contacto

👉 Recomendación: Configura las notificaciones automáticas (email + WhatsApp) para que ningún lead quede sin atención.

3. Primer contacto rápido

- Tiempo de respuesta ideal: dentro de las primeras 2 horas.
- Usar un mensaje de bienvenida breve, ejemplo:

"Hola [nombre], gracias por tu interés en [propiedad]. Soy [tu nombre] de [inmobiliaria]. ¿Cuándo te viene bien que te comparta más detalles o agendemos una visita?"

👉 La velocidad aumenta la tasa de conversión.

4. Registro y clasificación

- Cada lead debe registrarse en tu panel de inmof.ai o CRM.
- Clasifícalo en 3 categorías:
 1. Caliente: interesado con intención inmediata.
 2. Tibio: interesado, pero necesita más información o tiempo.
 3. Frío: solo consulta general, poca intención.

👉 Esto ayuda a priorizar el seguimiento.

5. Seguimiento sistemático

- Para leads calientes: agendar visita o reunión lo antes posible.
- Para leads tibios: programar recordatorio de contacto en 3-5 días.
- Para leads fríos: mantener en base de datos y nutrir con información (emails de novedades, nuevas propiedades, etc.).

6. Uso del CRM / Plataforma inmo.ai

- El CRM integrado te permite:
 - Ver el historial de cada lead.
 - Programar recordatorios.
 - Registrar cada interacción (llamado, WhatsApp, visita).
 - Medir la efectividad de tus acciones.

👉 Si no usás CRM propio, podés usar inmo.ai como panel básico de gestión.

7. Reportes y mejoras

- Revisá semanalmente los reportes de inmo.ai:
 - Cantidad de leads recibidos.
 - Tiempo promedio de respuesta.
 - Ratio de conversión (cuántos leads se transforman en visitas u ofertas).
 - Ajustá tus procesos según los resultados.
-

8. Buenas prácticas

- Responder siempre con nombre y personalizando el mensaje.
- Evitar respuestas genéricas tipo “seguimos en contacto”.
- Asegurar fotos, planos y detalles claros de la propiedad antes de llamar.
- No dejar leads sin seguimiento: cada contacto es una oportunidad.