

Guía Definitiva de Ventas Inmobiliarias de Lujo

Lummark

2025/OCTUBRE



CONTENTS

- 01 | El ADN del comprador
- 02 | Posicionamiento premium
- 03 | Inventario listo para vender
- 04 | Go-to-market de alto impacto
- 05 | Experiencia de visita
- 06 | Precio y negociación

CONTENTS

01 | Objeciones y seguridad

02 | KPIs y ejecución 90 días

03 | Plantillas y glosario

The background is a solid blue color with a series of flowing, light blue and white streaks that curve from the bottom left towards the top right, creating a sense of motion and depth.

01

El ADN del comprador

Psicología del comprador premium

Decisión emocional

El comprador de lujo toma decisiones basadas primero en emociones y luego en razones. La búsqueda de exclusividad, estatus y seguridad define su psicología de compra.

▶ Primera impresión

La primera impresión es crucial, definiendo la percepción de valor en solo 90 segundos. Esta etapa es vital para activar el deseo de pertenencia y diferenciar la propiedad del mercado común.

▶ Validación social

La validación social y el miedo a perderse algo (FOMO) son factores clave que aceleran la decisión de compra en el segmento de lujo.

Tipologías y motivaciones

Tipologías de compradores

Los compradores de lujo incluyen inversionistas UHNW, empresarios locales, extranjeros buscando segundas residencias y nómadas globales, cada uno con motivaciones únicas.

Motivaciones clave

Identificar las motivaciones específicas como retorno de inversión (ROI), estilo de vida, privacidad y patrimonio familiar es esencial para personalizar la oferta y satisfacer expectativas.

02

Posicionamiento premium

Narrativa y storytelling

Historia única

Cada propiedad debe contar una historia única que incluya detalles sobre el arquitecto, materiales, vistas y estilo de vida que ofrece, diferenciándose del mercado genérico.

Evitar descripciones genéricas

Evitar descripciones genéricas y centrarse en narrativas que involucren al comprador, haciéndoles visualizar su futuro en la propiedad.

Experiencias sensoriales

Enfocarse en experiencias sensoriales y un legado emocional que trasciende generaciones, justificando así el precio aspiracional y la exclusividad de la propiedad.

Precio aspiracional

El precio aspiracional se justifica a través de la exclusividad y la baja oferta, asegurando que la propiedad sea percibida como un activo único y valioso.

Identidad visual omnicanal

Consistencia visual

Una identidad visual minimalista, con tipografías elegantes y una paleta de colores sobria, debe ser consistente en todas las plataformas digitales y materiales impresos para transmitir lujo y confianza.



The background is a solid blue color with several white, wavy, motion-blurred lines that sweep across the right side of the frame, creating a sense of movement and energy.

03

Inventario listo para vender

Home staging internacional

01

Curaduría de arte y mobiliario

La curaduría de arte y mobiliario de alta calidad, junto con iluminación profesional y aromas neutros, crea un ambiente acogedor y sofisticado que refleja el lujo de la propiedad.

02

Producción audiovisual

Incluir fotografía editorial, video cinematográfico, tomas con dron, planos 3D y tours virtuales de 360° para ofrecer una experiencia inmersiva desde el primer contacto.

Due diligence checklist

Revisión legal

Revisar el título de propiedad y gravámenes, asegurando que no haya problemas legales que puedan retrasar el proceso de venta.

Certificados y licencias

Actualizar certificados de no adeudo, licencias y permisos, y verificar el uso de suelo para garantizar la transparencia y confianza en la transacción.

Preparación de documentos

Preparar documentos de no divulgación (NDA) y disclosures para proteger la confidencialidad y los intereses de ambas partes durante el proceso de venta.

The background is a solid blue color with several white, wavy, motion-blurred lines that sweep across the right side of the frame, creating a sense of dynamic movement and energy.

04

Go-to-market de alto impacto

Canales y audiencias

Canales digitales

Utilizar Instagram y YouTube para storyselling visual, LinkedIn para networking B2B, y portales premium internacionales para alcanzar a una audiencia cualificada.

Segmentación de audiencias

Segmentar audiencias de alto ingreso y utilizar técnicas de remarketing con creatividades multiformato y copy emocional para captar la atención de los prospectos.

Publicidad pagada

Invertir en publicidad segmentada para llegar a audiencias de alto valor, utilizando lookalikes de compradores previos y creatividades adaptadas a diferentes formatos.

Medios de estilo de vida

Realizar PR en medios de estilo de vida y enviar newsletters VIP para posicionar la propiedad en el mercado de lujo y atraer a compradores interesados.

Alianzas y activaciones

Alianzas estratégicas

Formar alianzas con marcas de autos, arte, interiorismo y clubes privados para amplificar el alcance y validar la propuesta de lujo.

Eventos exclusivos

Organizar eventos by-invitation y roadshows con brokers top para crear experiencias exclusivas y aumentar la visibilidad de la propiedad.

05

Experiencia de visita

Protocolo sensorial

Bienvenida exclusiva

Ofrecer una bienvenida con valet, bebidas y música ambiental discreta para crear una primera impresión inolvidable y exclusiva.

01

Ruta narrativa

Definir una ruta narrativa que abra vistas progresivamente, use iluminación por escenas y cuente la historia de cada estancia para involucrar al visitante.

02

Experiencia sensorial

Crear una experiencia sensorial con fragancias sutiles y un guion que combine visuales impactantes con detalles artísticos y de diseño.

Kit de cierre in-situ



Kit de cierre

Entregar un kit de cierre que incluya un NDA firmado, un brochure 8K en QR, un dossier impreso premium y simulaciones de personalización para cerrar la visita con un próximo paso calendarizado.

The background is a solid blue color with several flowing, wavy lines in white and light blue that sweep across the right side of the image, creating a sense of motion and depth.

06

Precio y negociación

Estrategias de pricing

Precio aspiracional

Utilizar un precio aspiracional cuando la propiedad es única y la oferta es baja, para comunicar exclusividad y justificar su valor en el mercado de lujo.

Análisis comparativo

Realizar un análisis comparativo de mercado (CMA) ajustado por atributos específicos de la propiedad para establecer un precio competitivo y atractivo.

Tácticas de cierre lujo

➤➤ Tácticas de SPIN

Aplicar técnicas de SPIN para entender las necesidades del comprador y ofrecer soluciones personalizadas que justifiquen el precio.

Carta de intención

Ofrecer una carta de intención con depósito reembolsable para asegurar el interés del comprador y avanzar en el proceso de venta.

Paquetes de valor

Empaquetar valor añadido como mobiliario, membresías y upgrades en lugar de reducir el precio, para maximizar el valor percibido.

The background of the slide features a solid blue color with several dynamic, wavy lines in a lighter shade of blue that sweep across the right side of the frame, creating a sense of motion and depth.

07

Objeciones y seguridad

De-risking integral

01

Contrarrestar precio

Contrarrestar objeciones sobre el precio mostrando comparables y el costo de reposición, para justificar el valor de la propiedad.

02

Infraestructura y servicios

Destacar la ubicación con planes de infraestructura y servicios premium para aumentar la atracción de la propiedad y reducir objeciones.

03

Riesgo legal

Mitigar el riesgo legal con escrow y asesoría notarial, asegurando una transacción segura y transparente para ambas partes.

04

Operación postventa

Ofrecer servicios de property management y renta vacacional llave en mano para garantizar una operación sin problemas y aumentar la confianza del comprador.

Compliance y confidencialidad

Seguridad de la información

Implementar data rooms con caducidad y marca de agua, y realizar KYC/AML para operaciones de alto valor, para proteger la confidencialidad y seguridad de la información.



08

KPIs y ejecución 90 días

Tablero de control lujo

Marketing

Monitorear alcance calificado, CTR y tiempo en galería para evaluar el éxito de las campañas de marketing y ajustar estrategias según sea necesario.

Calificación de leads

Evaluar el porcentaje de leads con fondos verificados y un timeline de decisión de ≤ 3 meses para identificar oportunidades de venta sólidas.

Visitas

Analizar la tasa de show-up, duración media de las visitas y el NPS para mejorar la experiencia del cliente y aumentar la efectividad de las visitas.

Cronograma 90 días

Fase inicial

En los primeros 15 días, realizar una auditoría del inventario, producir materiales audiovisuales, establecer el pricing inicial y crear una landing multilingüe para atraer a una audiencia global.



Fase intermedia

Entre los días 16 y 30, lanzar campañas en redes sociales, formar alianzas estratégicas y preparar scripts de calificación BANT para captar y calificar leads de alta calidad.

09

Plantillas y glosario

Scripts y plantillas clave

WhatsApp

Calificar el uso, rango de inversión, timeline y agenda una visita privada o virtual 4K para captar el interés inicial del prospecto.

Email post-visita

Enviar un email post-visita con el dossier, comparables, opciones de personalización y una ventana de beneficios para mantener el interés y avanzar en el proceso.

LOI

Una carta de intención (LOI) debe incluir el precio ofertado, depósito en escrow, fechas de inspección, partidas incluidas y una cláusula de confidencialidad para proteger los intereses de ambas partes.

NDA

Utilizar un acuerdo de no divulgación (NDA) para proteger la confidencialidad de la información durante el proceso de venta y evitar filtraciones.

Glosario rápido lujo

Glosario

LOI: Carta de intención. Escrow: Depósito seguro. HOA: Cuota de mantenimiento. CMA: Análisis comparativo de mercado. Cap Rate: Rentabilidad neta. ADR: Tarifa promedio diaria. KYC/AML: Verificación de identidad y origen de fondos. Home Staging: Preparación estética de la propiedad.



GRACIAS

Lummark

2025/OCTUBRE