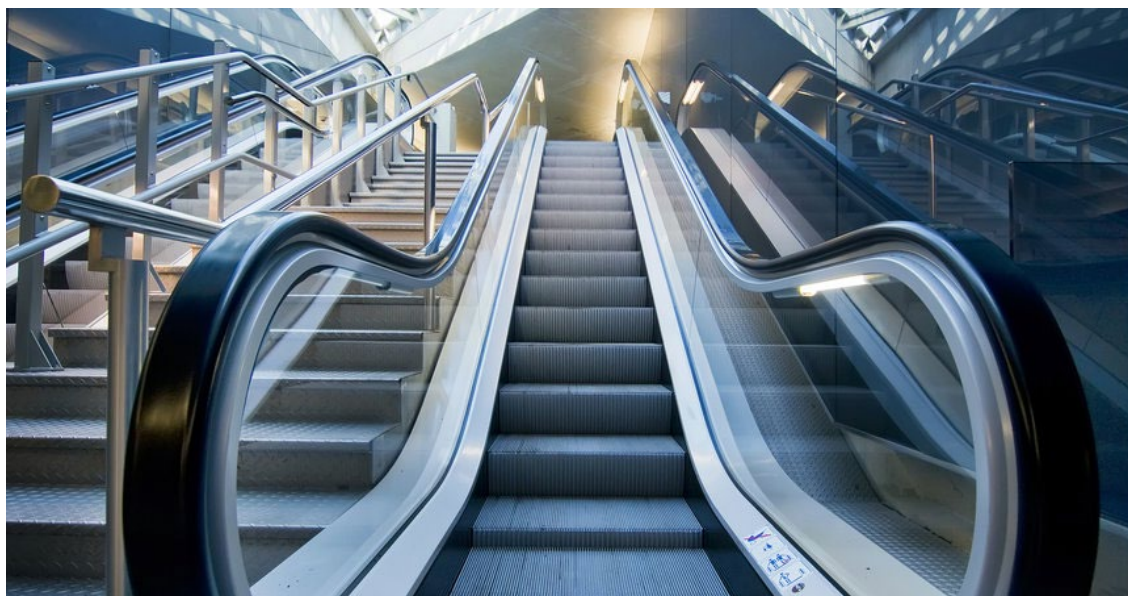


# DEL PODER DE LA DATA AL PERFIL DEL COMPRADOR: INTELIGENCIA QUE TRANSFORMA LA DEMANDA EN OPORTUNIDAD

## El equilibrio entre la oferta y demanda





La demanda sube por una rampa y la oferta sube por una escalera.



**Quién**

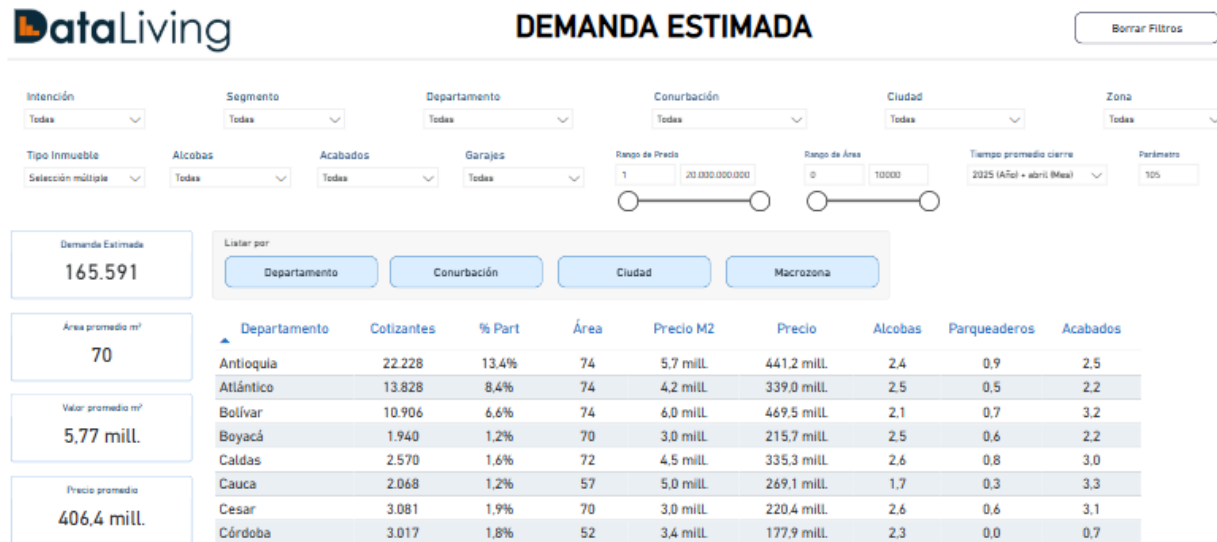
**Qué**

**Cuánto**

**Cuándo**

**Dónde**

# Nuevas herramientas y plataformas digitales para la recolección, gestión y análisis de datos e información.



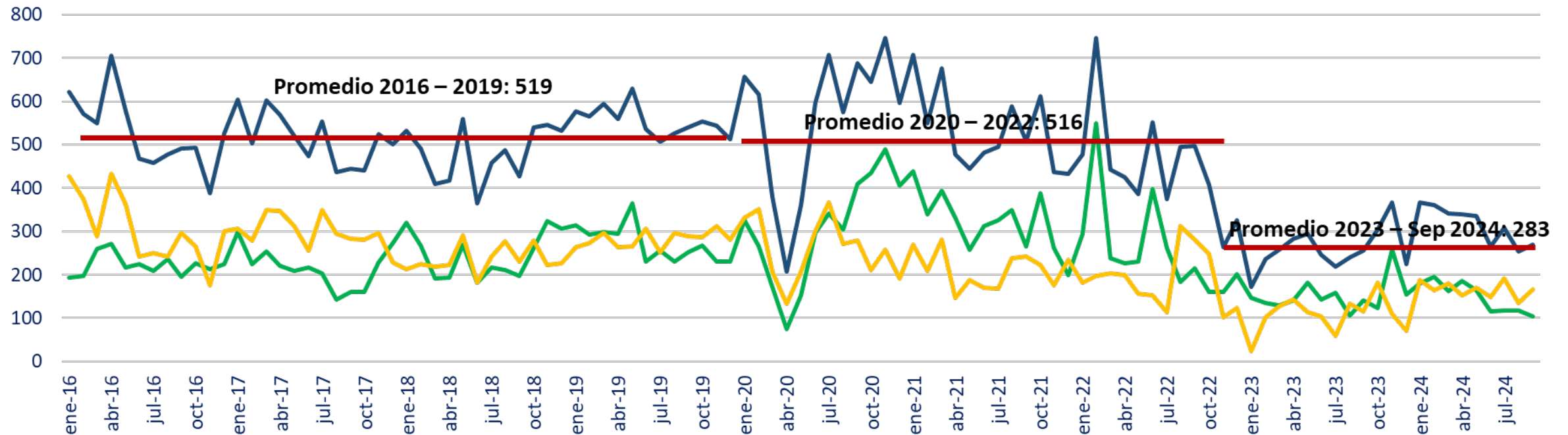
Las preguntas marcadas con \* son obligatorias

• ¿Qué es lo que mas **valoró** a la hora de comprar el proyecto de vivienda?  
Selección múltiple, **máximo 3 opciones**

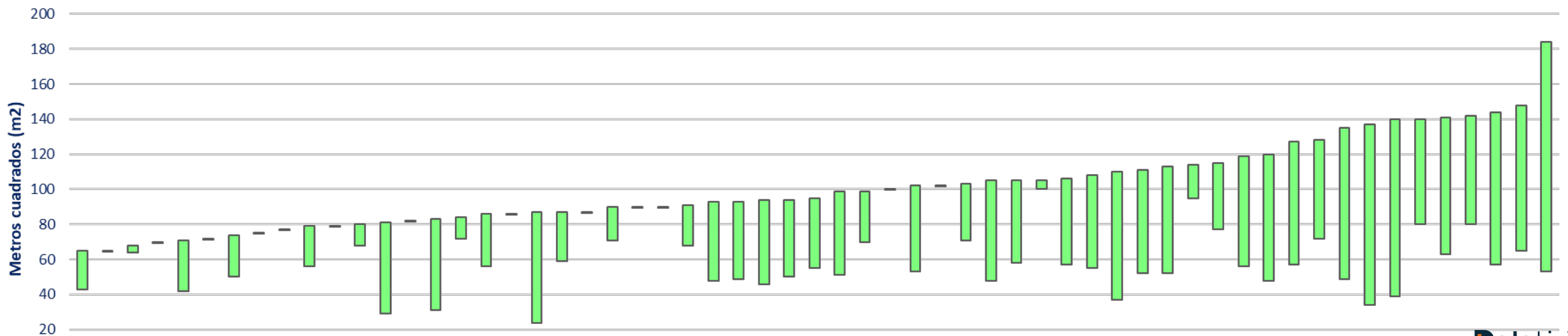
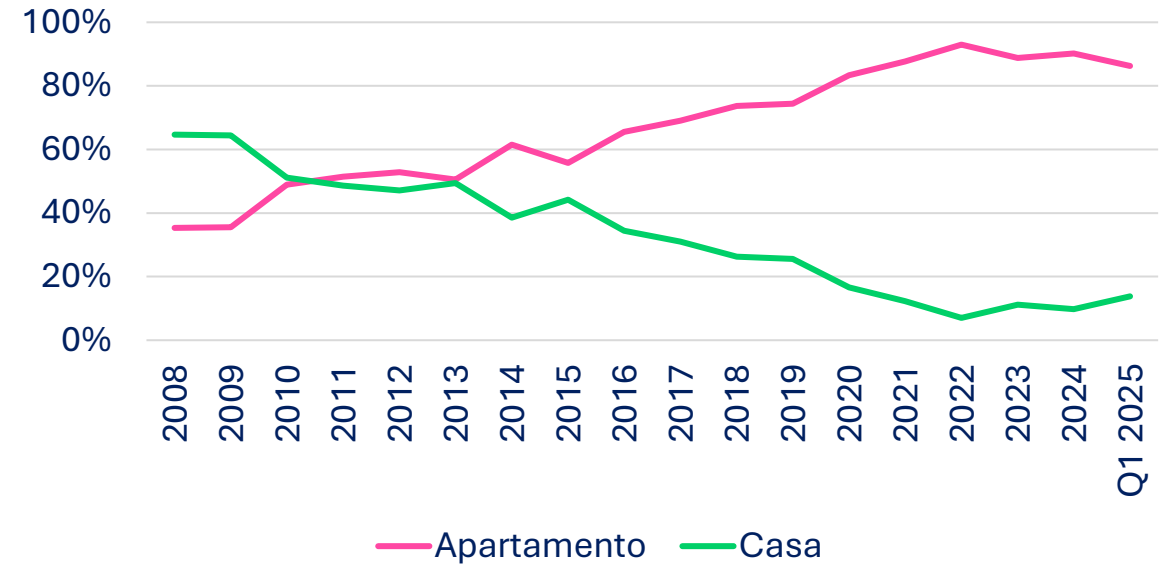
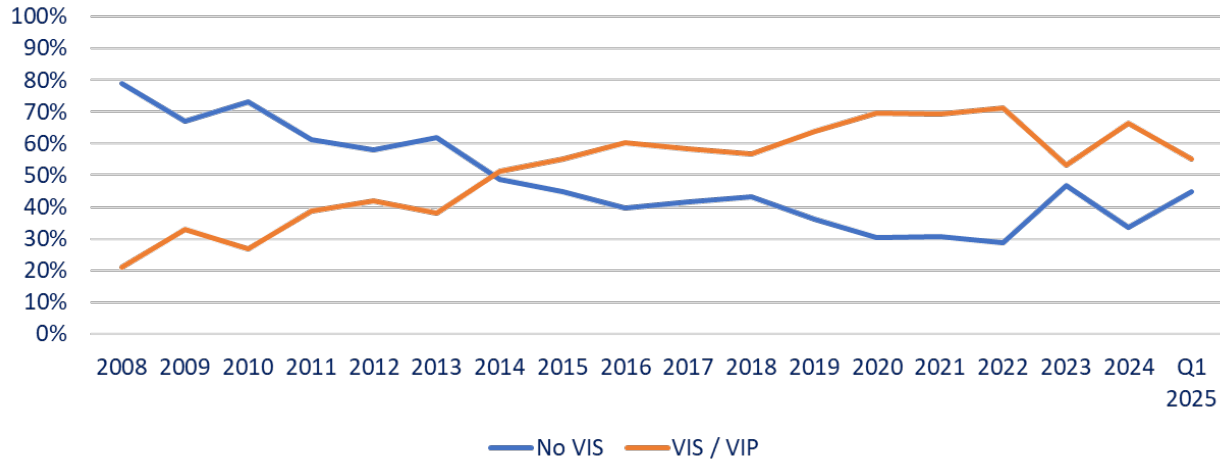
- Ubicación
- Variedad de Zonas comunes
- Respaldo por una constructora con trayectoria
- Distribución de la vivienda
- Flexibilidad en formas de pago y financiamiento (cuota inicial)
- Diseño arquitectónico y acabados modernos
- Espacios verdes y tranquilidad
- Precio competitivo
- Otra ¿Cuál?

Siguiente

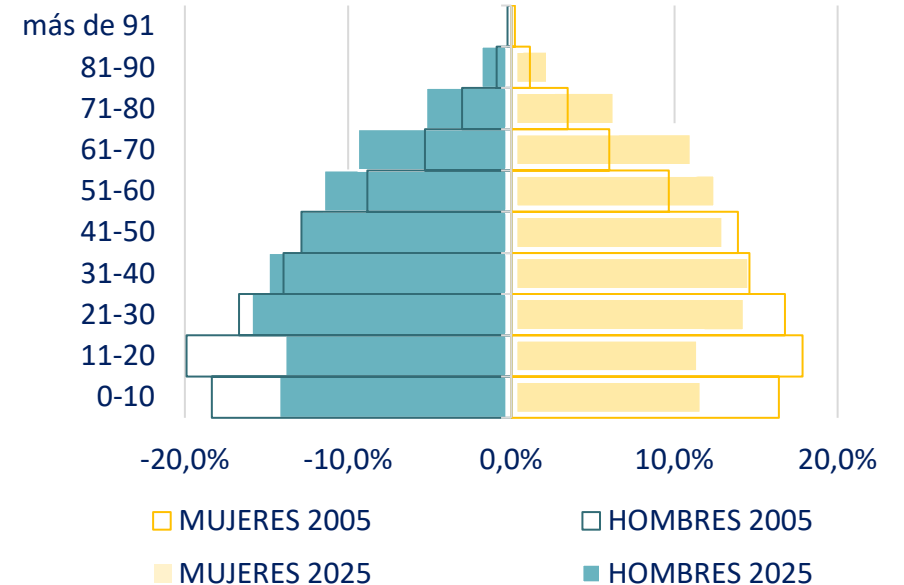
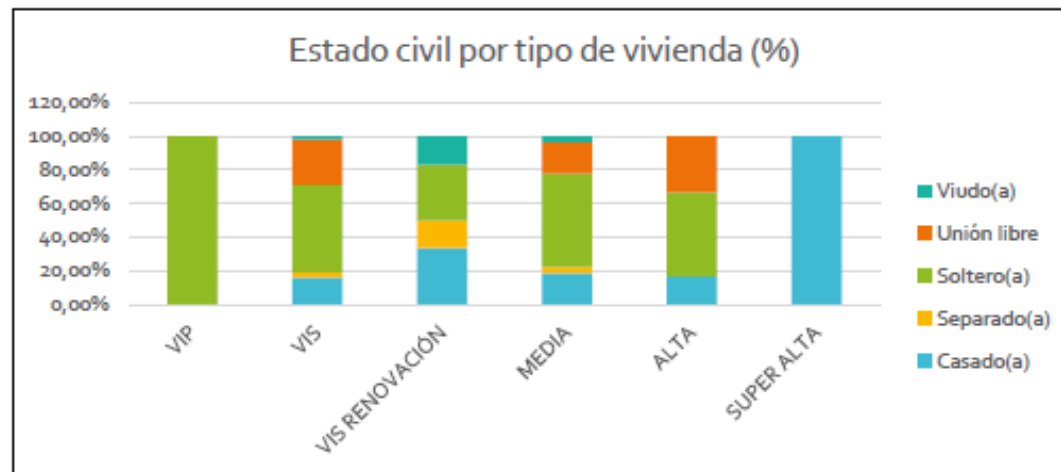
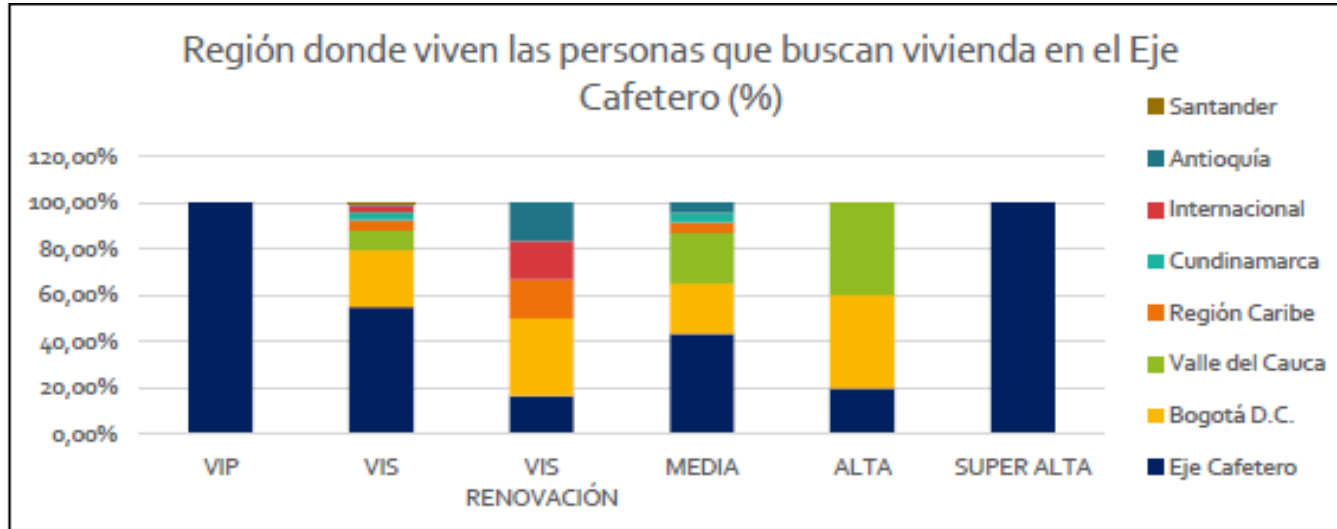
Analizar lo que ha pasado nos permite anticipar lo que puede pasar según el contexto o las variables externas que no manejamos.



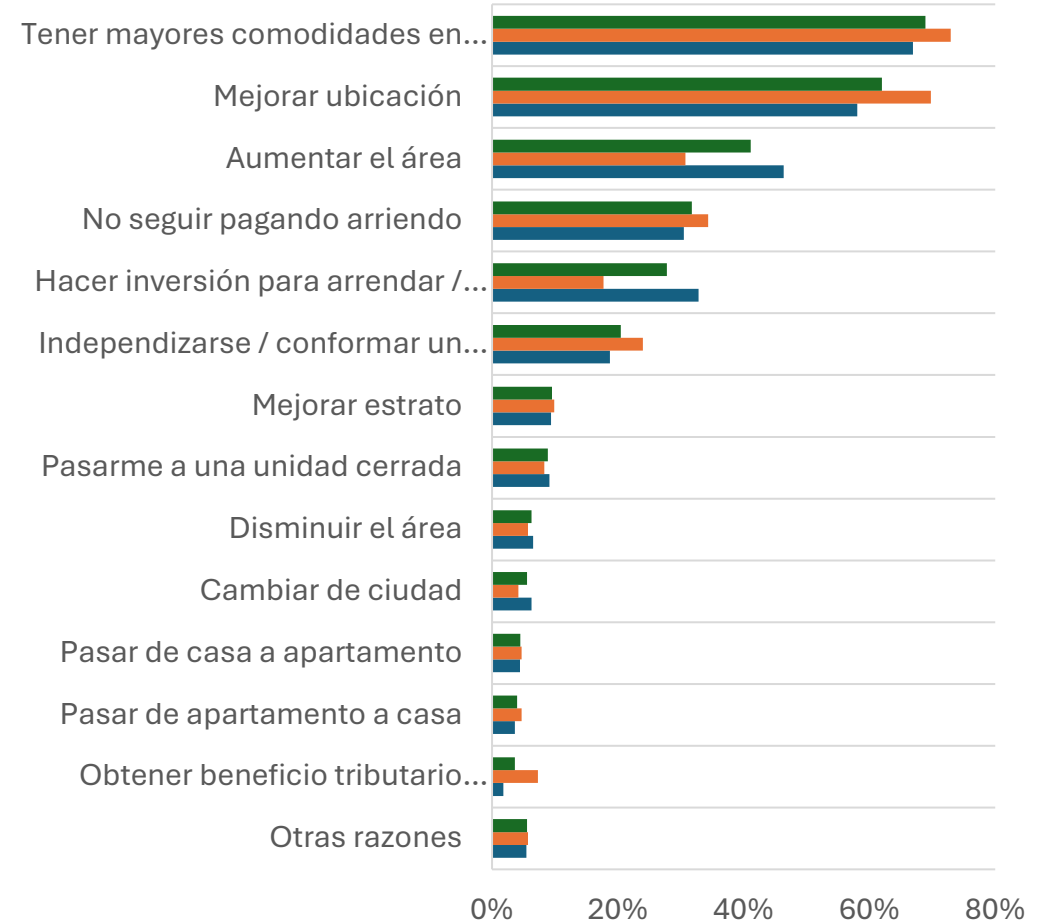
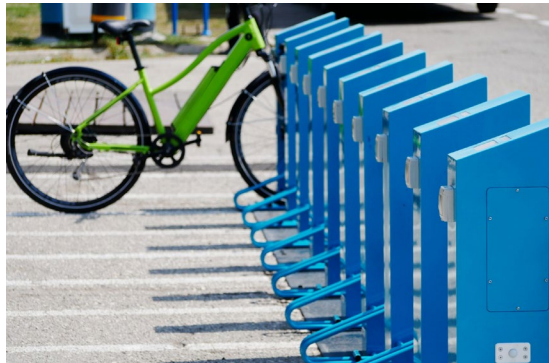
Analizar lo que ha pasado nos permite anticipar lo que puede pasar según el contexto o las variables externas que no manejamos.



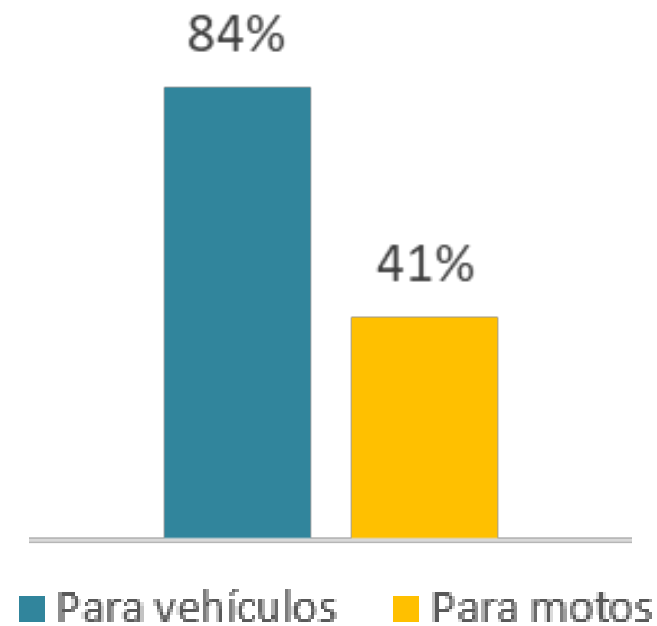
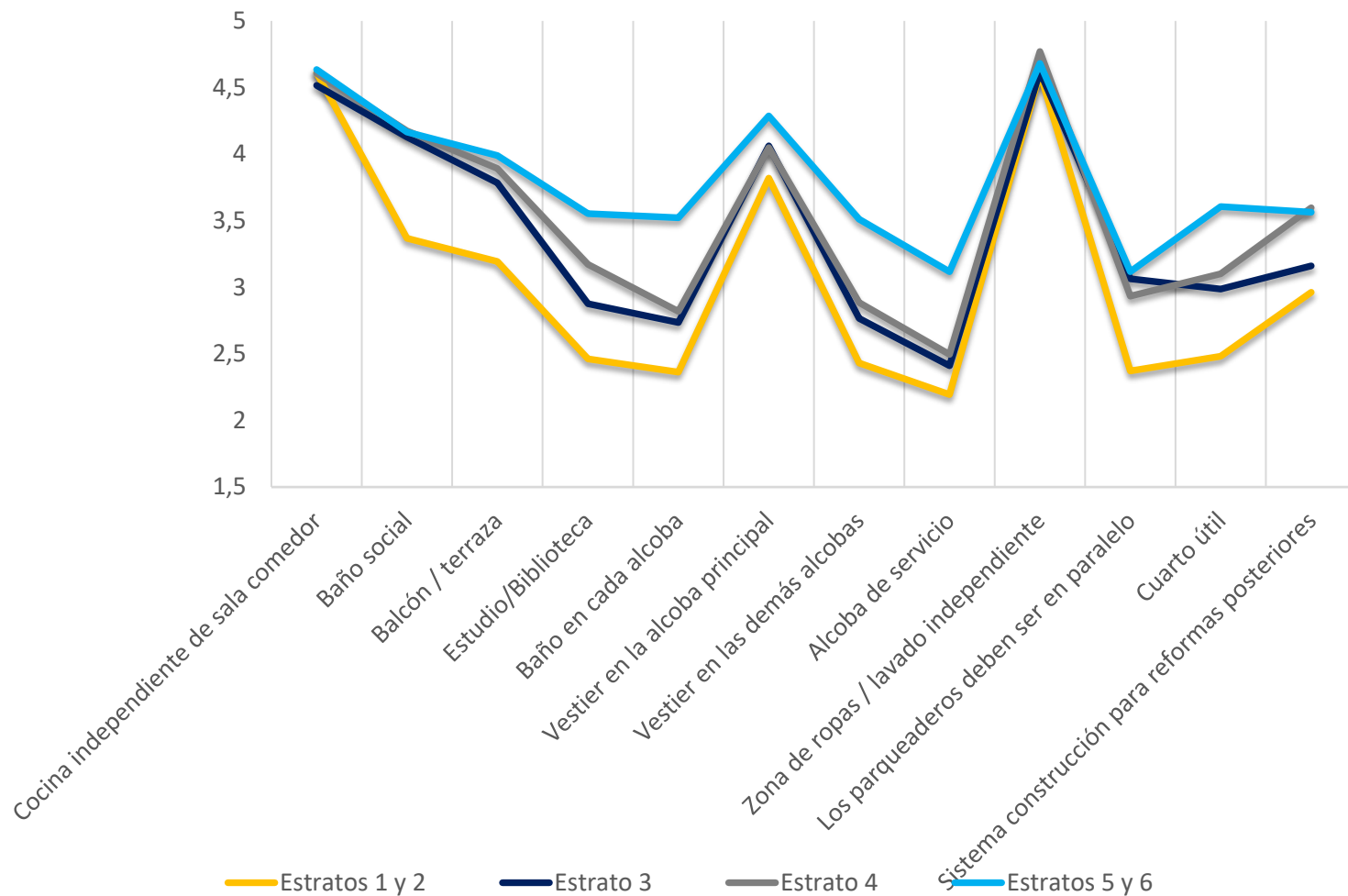
# Identificar el perfil de los potenciales compradores



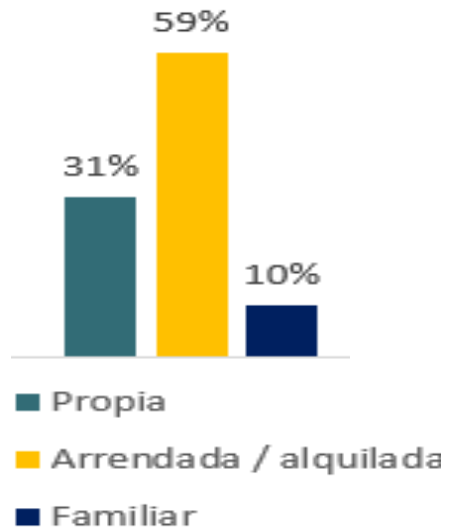
# Entender y Atender nuevas necesidades y gustos



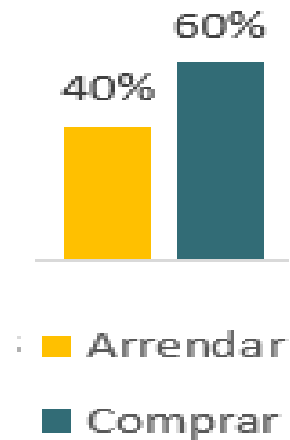
# Entender y Atender nuevas necesidades y gustos



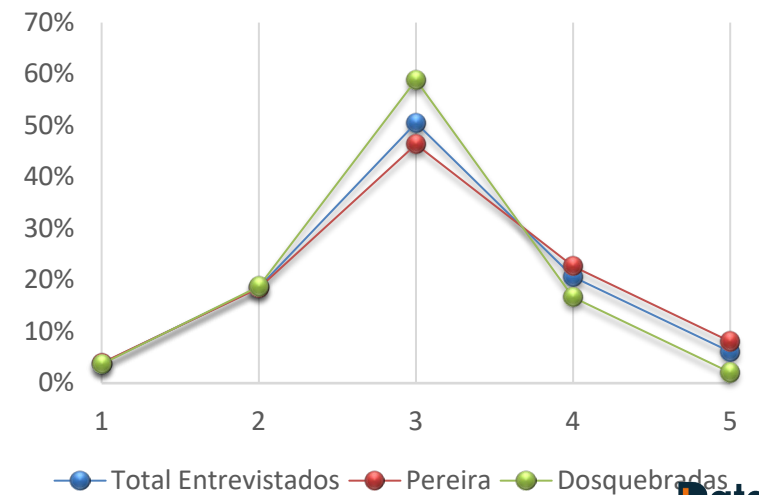
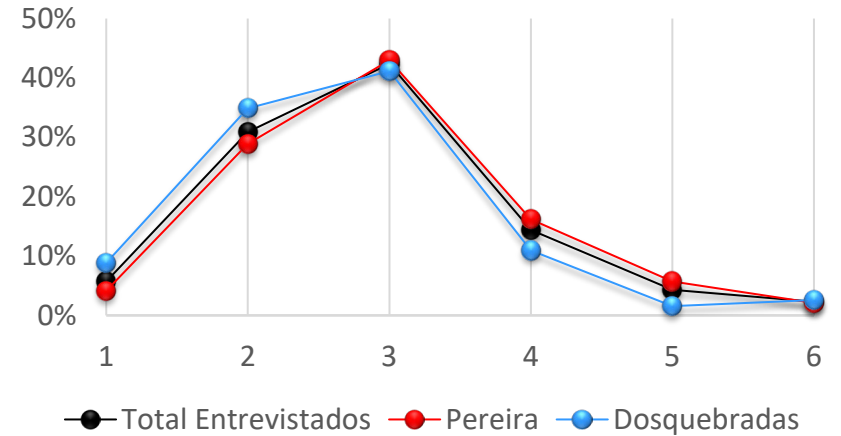
# Las necesidades cambian en el tiempo



**Cómo viven hoy**

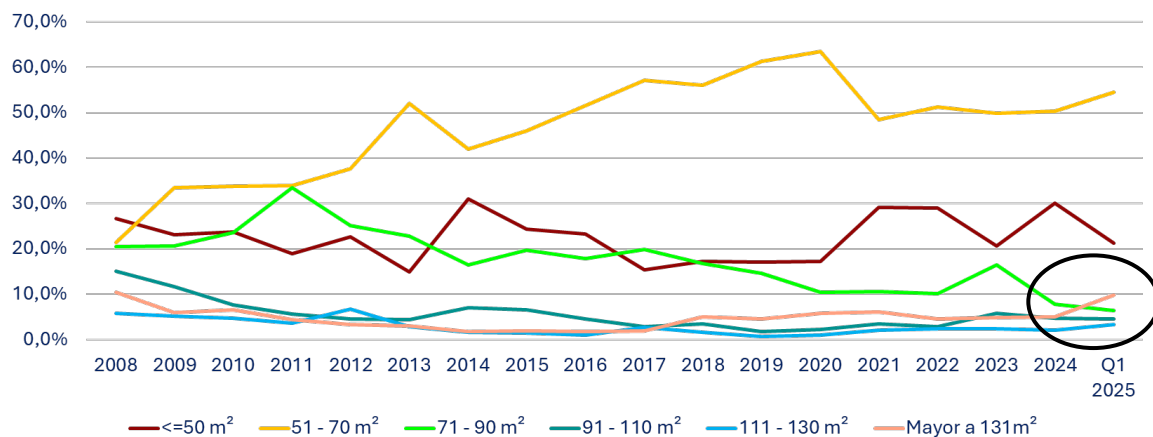


**Cómo quieren vivir**



# Romper paradigmas

Las áreas grandes ya no se venden.



## Apartamento Familiar

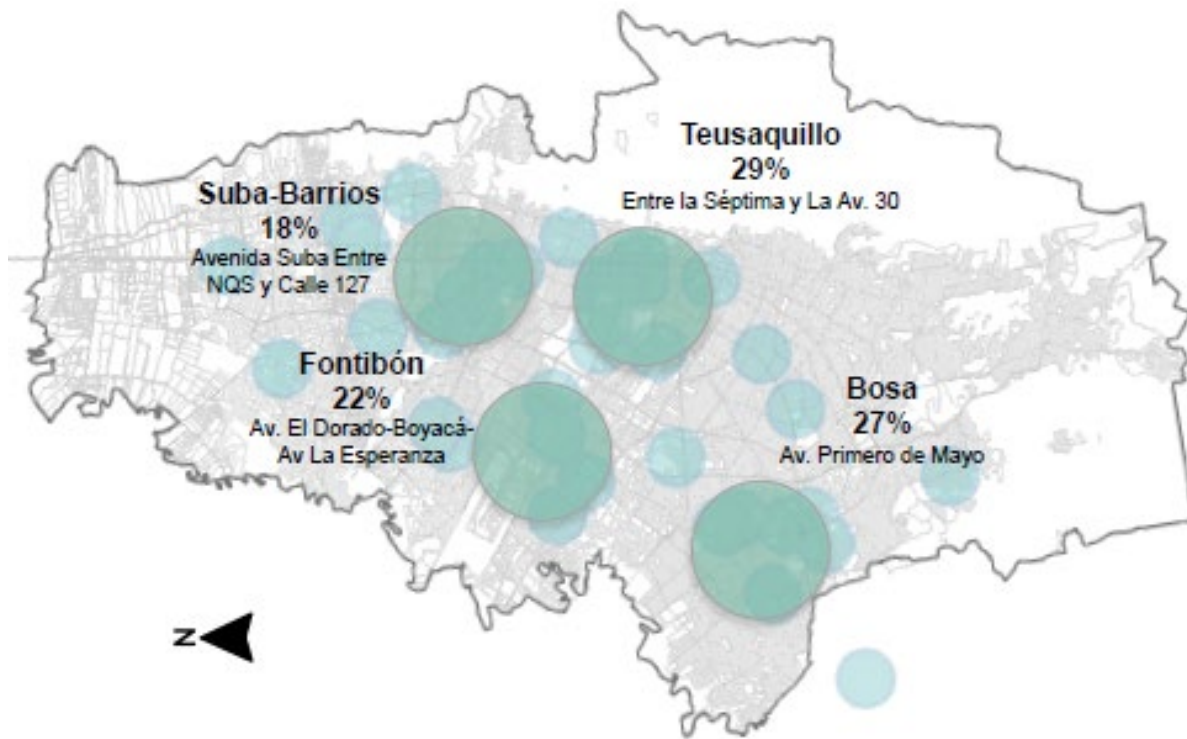
Tipología (m2)	Estrato 4	Estrato 5	Total
<b>110</b>	54%	47%	52%
<b>71</b>	34%	33%	34%
<b>56</b>	8%	18%	10%
<b>36</b>	5%	2%	4%
<b>110</b>	3.443	1.020	4.306
<b>71</b>	2.164	716	2.816
<b>56</b>	492	391	828
<b>36</b>	295	43	331



## Monoespacio

Tipología (m2)	Estrato 4	Estrato 5	Total
<b>39</b>	25%		19%
<b>29</b>	50%	75%	56%
<b>27</b>	25%	25%	25%
<b>39</b>	76	0	65
<b>29</b>	153	0	196
<b>27</b>	76	0	87

# Dónde les gustaría vivir, una cuestión de gustos, necesidades y posicionamiento



## PRUEBA DE CONCEPTO



Calificación concepto **4.42 / 5**

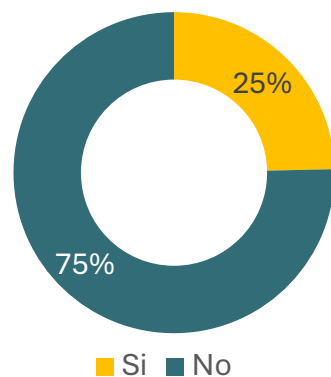


Calificación localización **4.15 / 5**

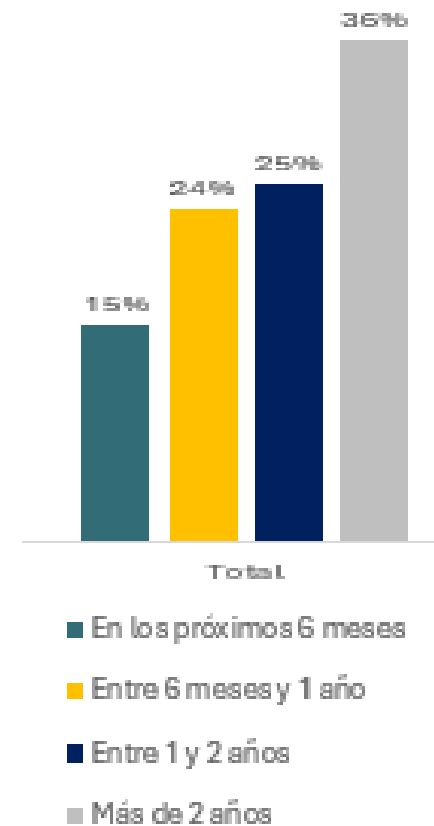
# Cuándo y Cómo comunicarse con el potencial comprador

## ¿Ya empezó a buscar la vivienda?

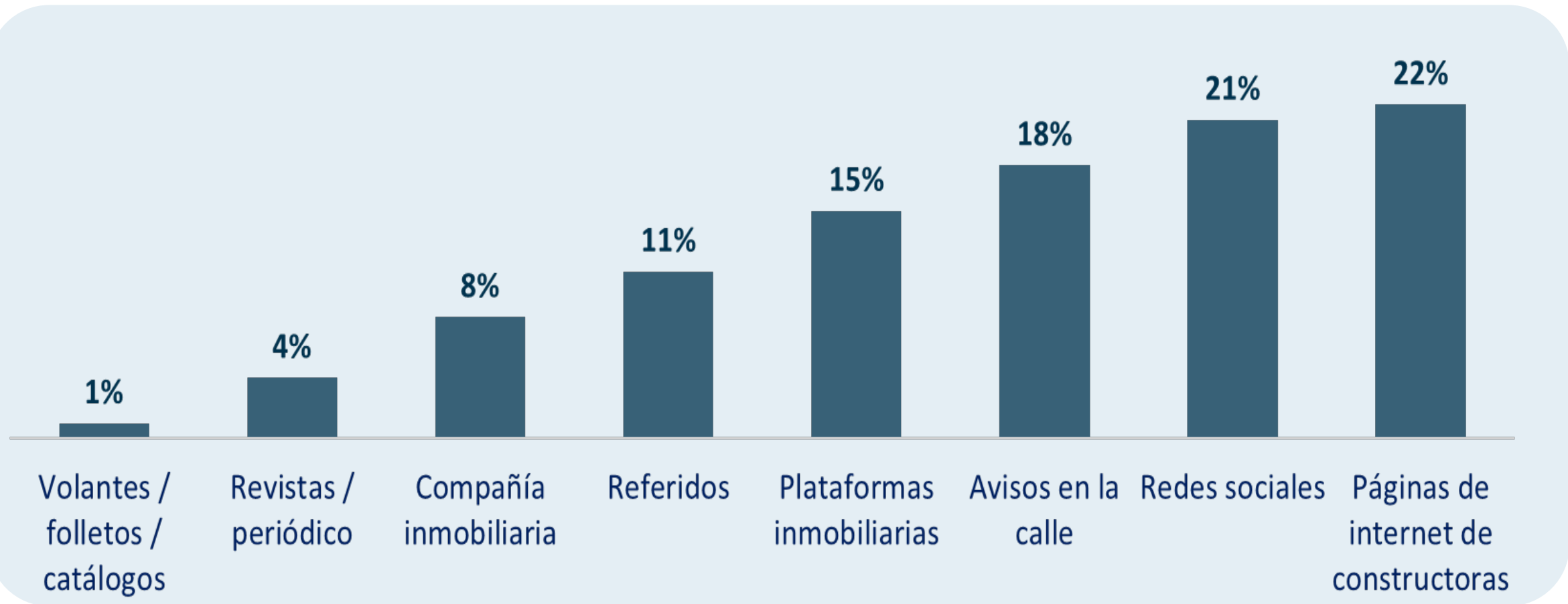
Base: 576



## Por qué no han empezado la búsqueda



# Cuándo y Cómo comunicarse con el potencial comprador



Donde no hay datos, las decisiones se llenan de suposiciones

No usamos datos porque tengamos tiempo. Los usamos porque ya no tenemos mucho espacio ni tiempo para equivocarnos