

Posicionamiento en portales inmobiliarios online: cómo ilustrar un anuncio para destacar, según Vitrio

En la época de la inmediatez, las imágenes de calidad transmiten mejor los mensajes y retienen por más tiempo la atención de los usuarios

Una imagen dice más que mil palabras, un dicho que también se aplica en el sector inmobiliario. Los internautas de hoy se caracterizan por su rapidez de navegación y por estar sometidos a la saturación de contenidos. El esfuerzo que conlleva leer largos textos ha propiciado una lectura tipo zapping que hace que las imágenes tengan más relevancia, además de que generan mayor engagement por parte de los usuarios.

En el mundo inmobiliario en Internet, esto también está teniendo repercusión. Las largas descripciones de anuncios ya no se leen y si las fotos no gustan, los interesados pasarán directamente al siguiente anuncio.

Los expertos del portal inmobiliario Vitrio proponen algunas recomendaciones a tener en cuenta a la hora de ilustrar los anuncios para captar la atención de los potenciales clientes y diferenciarse del resto:

La foto destacada, debe destacar de verdad. La primera impresión que causa un inmueble en los usuarios es la foto principal, que tiene que ser impactante y mostrar los puntos fuertes del inmueble, ya sea el exterior de una vivienda unifamiliar o una terraza con vistas al mar. La foto tiene que enganchar y captar el interés para generar conversión y clics.

Claridad y amplitud, sensaciones claves que llaman la atención. Una casa luminosa es atractiva para todo el mundo, y puede hacer que un piso destaque sobre otro con las mismas características técnicas. Es necesario saber identificar cuándo la luz natural del inmueble no es suficiente, pues en ese caso, habría que ambientar con luces artificiales que creen espacios amplios y limpios. Para exteriores, es muy importante aprovechar los días soleados y con buena luz para realizar las fotos.

La calidad antes que la cantidad. Los usuarios emplean muy poco tiempo en decidir si un anuncio les interesa o no, y lo eficaz es trabajar porque cada una de las fotos que aparezcan sean de calidad y muestren espacios diferentes del inmueble y sus puntos fuertes. Aproximadamente 2-3 fotos por estancia son suficientes.

Los vídeos transmiten mejor los mensajes. Ofrecer un tour real por toda la estancia mejora la experiencia del usuario con el anuncio. Hay que tener en cuenta que se debe grabar siempre en horizontal, los vídeos deben ser cortos y grabados a ritmo lento. La idea es ofrecer al usuario la experiencia más cercana a una visita presencial de la vivienda.

Un buen staging puede marcar la diferencia. Si el piso se alquila con muebles incluidos, se debe presentar ordenado y limpio: las camas hechas, decoración sobria y sencilla y con algún toque que resulte atractivo, como una lámpara original. También, es recomendable que aparezcan los armarios, electrodomésticos y todos los muebles que se incluyan con el inmueble. Si, al contrario, la casa se ofrece vacía, se debe procurar que no tenga ningún mueble para no confundir. También, se aconseja que las paredes estén bien pintadas y sean blancas, pues da sensación de amplitud.

Los mejores ángulos son siempre las esquinas. Para abarcar el mayor espacio posible en las fotos, la clave es hacerlas desde las esquinas. Existen también algunos móviles y cámaras digitales que permiten sacar imágenes en modo panorámico y orientar a los potenciales clientes en el inmueble.

Aprovechar las nuevas tecnologías y gadgets para diferenciarse del resto de anunciantes resulta más fácil que nunca. Vitrio ofrece una herramienta gratuita para sacar partido a las fotografías 360°. Su sistema permite crear imágenes panorámicas y generar tours de realidad virtual para que los usuarios puedan ver las distintas estancias a través de cualquier dispositivo móvil, PC u gafas VR. Además, permite compartir estos tours en páginas web y redes sociales sin ningún coste. Se recomienda también usar herramientas de edición de imagen para saturar los colores y dar luminosidad y vida a la imagen.

Incluir un plano del inmueble en la galería de imágenes del anuncio resulta de suma ayuda para que los interesados puedan hacerse una idea general de la distribución de las estancias.

Es importante prestar atención al orden en el que se disponga la galería de imágenes en el portal inmobiliario online. Lo ideal es ir creando un recorrido ordenado y lógico del inmueble e identificar las imágenes con el nombre de la estancia de la que se trata. El objetivo es que la persona que ve el anuncio pueda tener la mayor información posible del lugar para decidir si realmente le interesa visitarlo.

Además de las imágenes, otros factores como el título del anuncio y la descripción del inmueble influyen a la hora de resaltar sobre otros. Describir de forma fiel y objetiva la vivienda y la zona en la que se encuentra, resaltando sus posibilidades y puntos fuertes. Es importante también informar todas las características técnicas: metros cuadrados útiles, plaza de garaje, certificaciones energéticas, si incluye o no muebles y electrodomésticos, cuestiones legales y administrativas necesarias, o cualquier otro particular.

Datos de contacto:

Autor

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Inmobiliaria](#) [Imagen y sonido](#) [Turismo](#) [E-Commerce](#) [Construcción](#) y [Materiales](#)

<https://www.notasdeprensa.es>