

Tips, y excentricidades, según Alfa Inmobiliaria, para vender una vivienda de lujo

Se habla de vivienda de lujo cuando superan el millón de euros, y de super lujo cuando oscilan entre los 5 y los 8 millones

El mercado de la vivienda de lujo sigue en plena forma, y, “Con un importante protagonismo especialmente en Madrid, Barcelona, Costa del Sol, o Mallorca, las zonas. donde se concentra gran parte de las 40.000 propiedades de estas características que existente en España ”, afirma Jesús Duque, vice presidente de la compañía Alfa Inmobiliaria.

A pesar de sus precios, “Se llama de vivienda de lujo cuando supera el millón de euros, y de super lujo, cuando oscilan entre los 5 y los 8 millones o más”, añade Duque, el plazo medio de venta de estos inmuebles no suele superar los 4 meses.

En opinión de este experto, el cliente de la vivienda Premium es minucioso en lo que pide, valora mucho las vistas, la calidad de los materiales y la belleza y el estilo arquitectónico del edificio. Busca también privacidad y las comodidades de contar con servicios añadidos a la vivienda como son la piscina, jardín, conserjería y servicio de vigilancia 24 horas, etc. Pero, por encima de todo, la prioridad para este cliente, es la ubicación del inmueble y, en muchos casos, la intimidad que este pueda aportarle.

El tamaño es algo menos importante. Una vivienda Premium puede ser pequeña o una mansión, pero siempre tendrá que ser exclusiva. Y este criterio vale para cualquier lugar de España, tanto si se habla de Madrid o Barcelona, como si se refiere a una vivienda en la costa (más, ahora que muchas familias se lo plantean como una vivienda para vivir permanentemente).

Otro dato interesantes es que, el 25% de los compradores de este tipo de viviendas de Madrid proceden de Iberoamérica, con México, Venezuela, o Argentina a la cabeza. En la Costa, por el contrario, este perfil está mucho más diversificado, con compradores del norte de Europa, norteamericanos, canadienses y rusos entre otros.

Ante esta situación, la red alfa Inmobiliaria, que cuenta con más de 100 agencias inmobiliarias en España, y 108 a nivel internacional, ha recogido los “Cinco tips, y excentricidades, para vender una vivienda de lujo”. Estas son sus recomendaciones.

Menos es más. A la hora de vender una vivienda de lujo, lo primero es tener claro el perfil psicológico de su comprador tipo, y asumir que es necesario dirigirse a un grupo reducido de potenciales interesados, y conocer a fondo sus motivaciones, en muchos casos muy diferentes de las habituales. “Es imprescindible tener un conocimiento absoluto del sector, de la vivienda y de la zona, que permita argumentar sólidamente un determinado precio”, afirma Duque.

Ofrecer un servicio 360°. El potencial comprador de una vivienda de lujo espera de su agencia inmobiliaria toda una serie de servicios complementarios que van mucho más allá de un servicio inmobiliario tradicional. Se trata de propiedades dirigidas a un cliente sumamente exigente, “en muchos casos extranjeros que no hablan el idioma, no residen en el país, o incluso que tienen una cultura muy distinta a la nuestra”, completa Duque. Por este motivo, para lograr un servicio completo será necesario valorar la oportunidad de contar desde con un chofer para acompañarles a hacer la visita, contar con traductores o abogados y asesores fiscales que le ayuden en todo el proceso, hasta, en un paso posterior, ofrecerle un equipo de decoradores, apoyo a la hora de hacer la mudanza, personal disponible para ayudarle a dar de alta todos los servicios y suministros, el servicio de limpieza e incluso apoyo para encontrar el colegio para sus hijos.

Aprovechar las mejores épocas del año. En muchos casos, el comprador de vivienda de lujo se plantea invertir en España animado por el clima. Siempre que sea posible, lo ideal es comenzar a comercializar una vivienda teniendo en cuenta que los tres o cuatro meses que estará a la venta sea posible mostrar el tipo de vida que será posible disfrutar en ella.

Discreción y confidencialidad. En gran parte de los casos, son personas que huyen del foco mediático, que buscan el anonimato y que no desean ninguna exhibición para sus propiedades afirma Duque. Este tipo de exige que solo accedan a su intimidad las personas realmente interesadas en la compra, y con posibilidades para ello. Por esta razón, afirma el directivo de Alfa Inmobiliaria, cada vez es más frecuente y necesario el pactar visitas virtuales en las que el posible comprador tiene acceso a recorrer la vivienda de forma remota, y tener todos los datos necesarios antes de una visita personal.

Comercializar algo más que la propiedad. El vendedor de una vivienda de lujo debe conocer y entender las necesidades de este tipo de comprador. Además de buscar viviendas amplias, excelentemente ubicadas, con todo tipo de innovaciones domóticas, con piscinas o pistas de tenis y espacios para el ocio y la actividad física, etc. el vendedor debe saber cómo asociar el concepto de vida de lujo a la propia vivienda de lujo.

“Conocer y dominar estas 5 Claves es esencial para triunfar en un negocio que no deja de crecer”, concluye Duque. “Por este motivo, Alfa Inmobiliaria compañía está haciendo un importante esfuerzo por formar a todos sus equipos en esta amplia franja de la actividad.

Datos de contacto:

Pura de Rojas
ALLEGRA COMUNICACION
91 434 82 29

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

Categorías: [Nacional Inmobiliaria](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>