Caso de éxito de Adevinta e Hipotecas.com: Transmitir conocimiento a quien lo necesita

Adevinta
Spain

HIPOTECAS.COM

1 El Contexto

Especialista en hipotecas busca compradores de vivienda para ayudarles en la financiación

2 La Ejecución

Experiencia y conocimiento para potenciales compradores

3 El éxito: win-win-win

4 Testimoniales

1

El Contexto: Especialista en hipotecas busca clientes en busca de una vivienda

Hipotecas.com es una de las marcas del Grupo UCI, Unión de Créditos Inmobiliarios, entidad especialista en financiación sostenible, seguros y servicios para la vivienda.

UCI nace en 1989 como una Joint Venture impulsada por Banco Santander y BNP Paribas- que siguen siendo sus accionistas- por lo que suma más de tres décadas de actividad en España, Portugal, Grecia y Brasil.

Desde su creación en 2001, el papel del portal hipotecas.com es el canal digital para la financiación de vivienda en España. Si hasta ese momento UCI comercializaba hipotecas a través de las agencias inmobiliarias, mediante su canal online trata de llegar directamente hasta los usuarios. Compite con todos los bancos que componen el mercado y frente a ellos presenta dos ventajas fundamentales:

Digital y personal

Los gestores de hipotecas.com ayudan y acompañan a los compradores en una de las decisiones más relevantes en la vida de las personas, ofreciendo una amplia gama de soluciones de financiación que se adaptan a sus necesidades. De forma online o presencial en cualquiera de sus oficinas físicas situadas en Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla.

Sólo hipoteca

Ser expertos y especialistas durante 30 años les permite entender cómo tiene que ser una hipoteca y ofrecer le al cliente sólo que necesita contratar, ni más ni menos.

Un buen producto y servicio sólo funciona cuando los clientes potenciales saben de su existencia, y ese es el punto en el que los portales inmobiliarios de Adevinta (Fotocasa y Habitaclia) aportarían valor.

Se trataba, por tanto, de llevar esta manera de ser personal y digital de hipotecas.com hasta el cliente que busca una vivienda. Mejorar la experiencia de compra y ayudarle a conseguir su hogar.

2

La Ejecución: Experiencia y conocimiento para potenciales compradores

El amplio conocimiento de un producto tan específico ha sido el centro de toda la campaña. Se realizó a través de diferentes acciones, principalmente de branded content, que abarca diversos canales de comunicación de Fotocasa, Habitaclia y Milanuncios con sus audiencias:

1 Consejos hipotecarios:

Hipotecas.com ha publicado ha publicado cuatro artículos mensuales en el blog de Fotocasa a través de los cuales explicaban cuestiones claves respecto a los créditos hipotecarios con la finalidad de divulgar conocimiento y ayudar a los potenciales compradores.

2 Consultorio hipotecario:

Resuelven directamente las dudas de la audiencia de los portales inmobiliarios de Adevinta sobre las hipotecas y su funcionamiento. La acción se realiza a través de diferentes canales, incluyendo el formato vídeo en redes sociales. Se fomenta así la participación de una audiencia segmentada —buscadores de vivienda e interesados en el sector—, se refuerza la posición de experto de Hipotecas.com y se establece un diálogo directo entre el anunciante y los usuarios.

3 Precualificación para el performance:

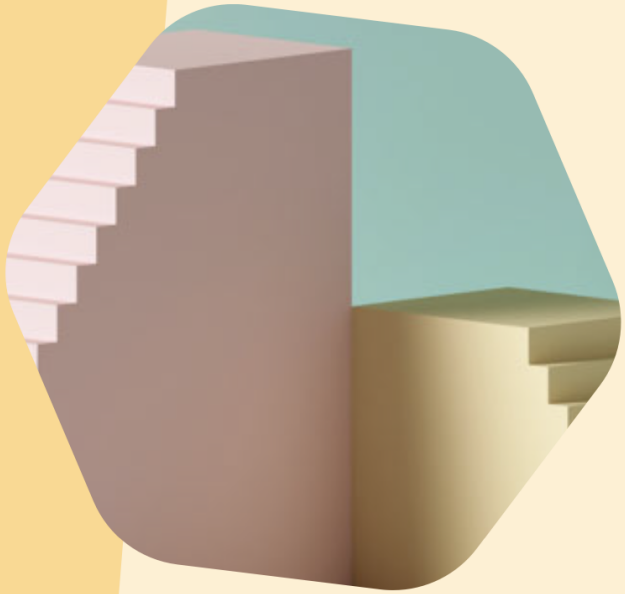
La calculadora hipotecaria que se utiliza en los portales inmobiliarios pone en contacto a usuarios interesados con Hipotecas.com. Es un producto centrado en resultados para aumentar las contrataciones.

4 Acciones display:

Una acción centrada en incrementar la imagen y consideración de Hipotecas.com entre su público objetivo.

5 Acciones B2B:

La posición de liderazgo de Fotocasa y Habitaclia en el mercado no sólo tiene alcance sobre el usuario final, sino también sobre una gran audiencia profesional que también es público objetivo para Hipotecas.com. Para llegar a ellos se han realizado diferentes acciones como la participación en webinars, colaboración con el área de estudios de Fotocasa Research y presencia, con información sobre financiación, en el podcast de Fotocasa Pro.



3

El éxito: win-win-win

No es este un caso de éxito en el que las dos partes salgan beneficiadas —un win-win—sino que son tres los actores que obtienen lo que necesitan.

1

Usuario: accede a información de interés, que se ajusta a sus necesidades. Contenido útil para la audiencia correcta y que además abre la puerta a una manera diferente de financiar, más trasnparente, más digital y más personal.

2

Hipotecas.com: se posiciona en todos los niveles del funnel, desde la consideración al performance, como experto en materia de créditos hipotecarios. Accede a una audiencia interesada en la cuestión y llega incluso a clientes potenciales que están en la fase de búsqueda de vivienda.

3

Fotocasa, Habitaclia y Milanuncios: obtienen contenido de valor para sus usuarios con la que reforzar su posición de liderazgo en el mercado inmobiliario digital. Da un servicio complementario a particulares y profesionales sobre cuestiones relacionadas con su área de negocio.

Cuando los beneficiaros de la acción son las tres partes, el resultado es un éxito al cubo, un win-win-win.

4 Testimoniales

"Nuestra relación con Adevinta nos permite trabajar los tres pilares fundamentales del desarrollo de negocio de hipotecas.com: el posicionamiento estratégico a través de un portal líder, la presencia en el market place hipotecario anticipando nuestras hipotecas a los usuarios que buscan una vivienda y ofrecer un posicionamiento diferente con unos productos especializados que responden a necesidades concretas del comprador. Fotocasa nos ofrece un gran marco de colaboración para el desarrollo de negocio de hipotecas.com ofreciendo e ideando conjuntamente".

Josep Vera

"Trabajar con Adevinta es trabajar en equipo desde el primer día. La flexibilidad en los planteamientos, la búsqueda de la mejora continua de las campañas y sus audiencias, la optimización de contenidos a través del seguimiento de los resultados y la elaboración conjunta de nuevas estrategias para mejorar la conversión hacen que compartamos desde el primer día la complicidad en el negocio. Este acompañamiento diario hacen de Adevinta un gran colaborador para abordar todas las estrategias de marketing y de contenidos para estar mucho antes y más cerca de nuestros clientes"

Xavier Altimiras

HIPOTECAS.COM

Adevinta
Spain