

Por qué dos personas ven distinto el mismo precio

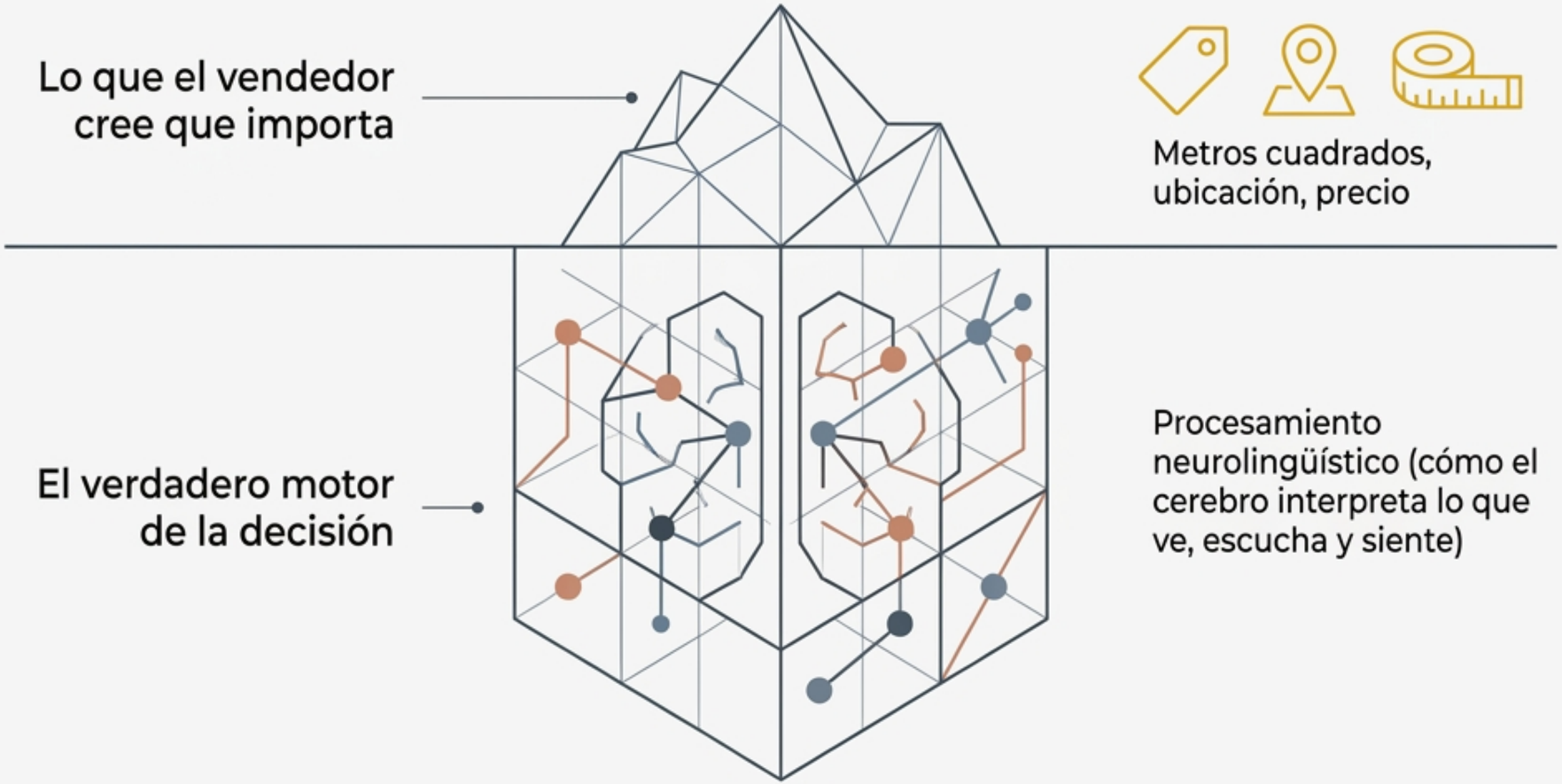
La psicología oculta detrás de vender tu casa, y por qué la respuesta no está en el inmueble, sino en la mente del comprador.

Gemini Notebook

La ilusión inmobiliaria de los metros y el precio

Vender una propiedad no es solo cuestión de metros cuadrados, ubicación y precio. Tu comprador no piensa como vos. Detrás de cada decisión de compra hay una persona que procesa la información de una manera particular.

Lo que el vendedor cree que importa



Metros cuadrados, ubicación, precio

El verdadero motor de la decisión

Procesamiento neurolingüístico (cómo el cerebro interpreta lo que ve, escucha y siente)

Gemini Notebook

El prisma de la percepción: Cómo procesa el cerebro una visita

Hay compradores que necesitan VER, otros que necesitan que les CUENTEN, y otros que necesitan SENTIR. Conocer los tres perfiles es la diferencia entre vender en semanas o esperar meses a que aparezca el comprador indicado.



VISUAL

Procesa el mundo a través de imágenes, colores y luz.



AUDITIVO

Procesa a través de palabras, historias y sonidos.



KINESTÉSICO

Procesa a través de emociones y sensaciones físicas.

Gemini Notebook

El Comprador Visual: La venta entra por los ojos

Lo que nota al instante: Los colores, la luz, el orden y la armonía visual.

Para esta persona, una propiedad oscura y desordenada es una mala propiedad, aunque tenga un gran potencial.

Le convence lo que VE. Fotos impecables, ambientes luminosos, y espacios despejados.



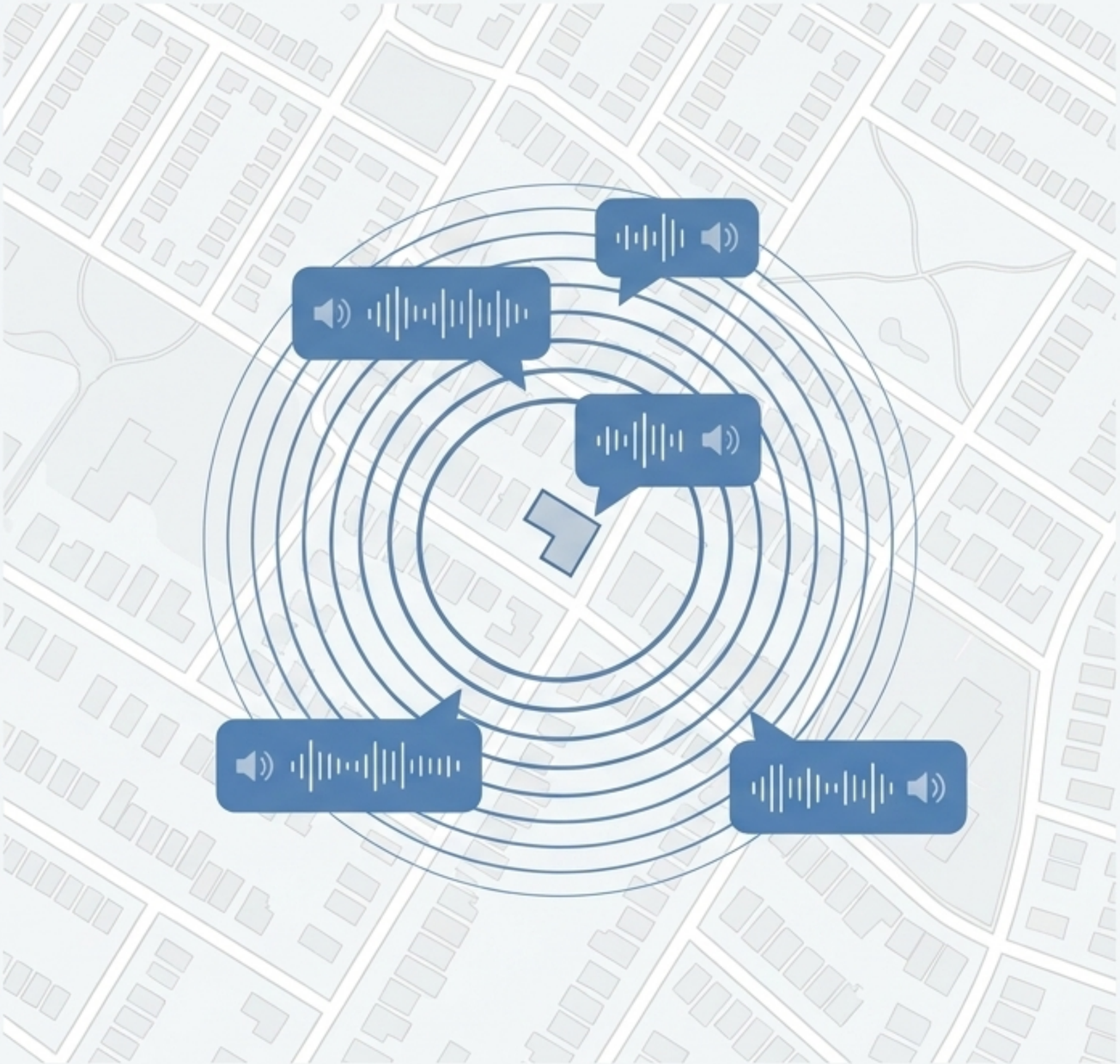
Gemini Notebook

El Comprador Auditivo: La decisión está en la historia

Lo que nota al instante:
Los detalles narrativos, la historia del barrio y el motivo de la venta.

No se emociona solo con fotos.
Necesita escuchar datos interesantes y por qué los dueños decidieron vender.

Le convence lo que ESCUCHA.
Una explicación clara, datos precisos sobre la vida en la zona y una buena conversación.



Gemini Notebook

Perceptual Prism

El Comprador Kinestésico: La compra se define al sentir

Lo que nota al instante: El clima del lugar, la comodidad, la calidez y la temperatura.

Una visita virtual no le sirve para decidirse. Necesita pisar la casa, experimentar el ambiente y sentir si puede imaginarse viviendo ahí.

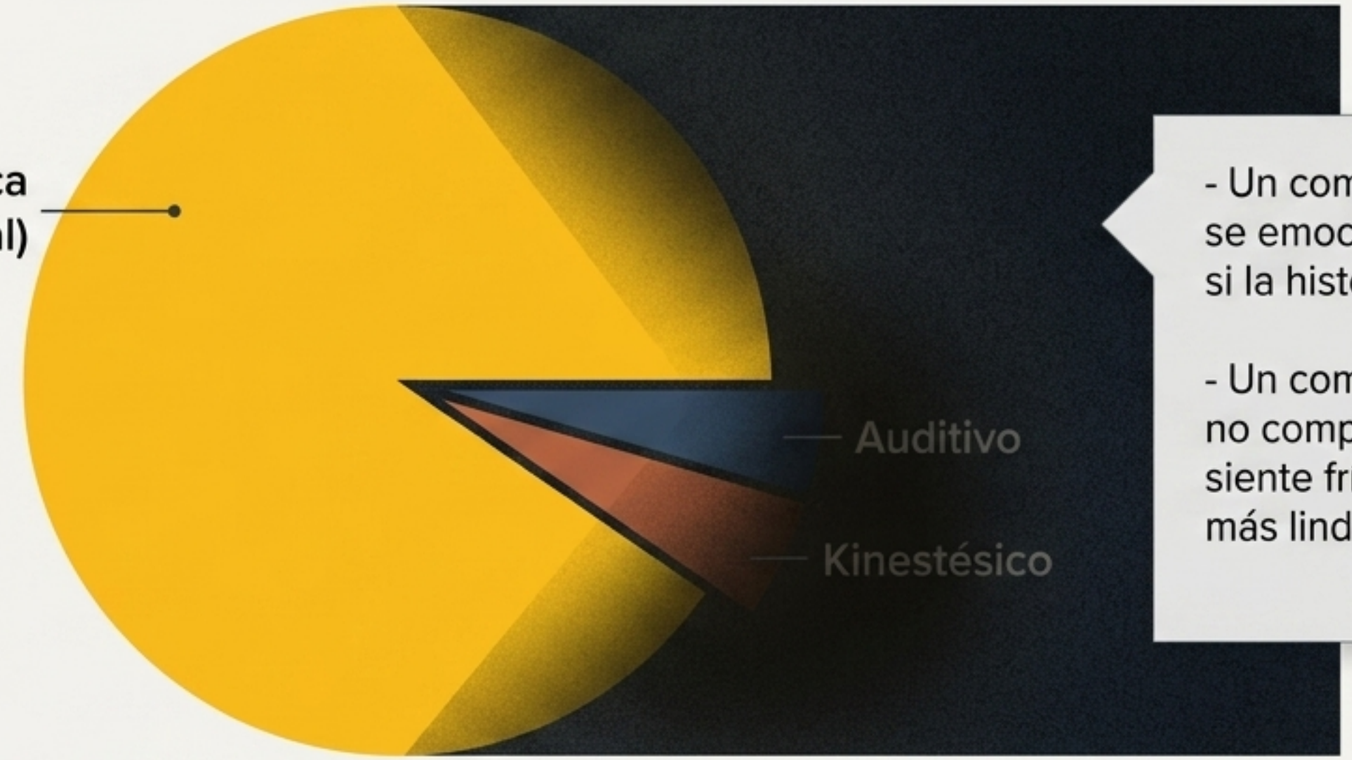
Le convence lo que EXPERIMENTA.
Una casa que lo hace sentir bien y genera sensación de hogar.



Gemini Notebook

El punto ciego que estanca el 90% de las ventas

La mayoría de los vendedores prepara su propiedad para un solo tipo de comprador. Ordenan y sacan fotos lindas, asumiendo que todos piensan igual.



- Un comprador auditivo no se emocionará con las fotos si la historia no es clara.

- Un comprador kinestésico no comprará si la casa se siente fría al visitarla, por más linda que se vea.

Gemini Notebook

La Matriz de Preparación VAK

	Qué buscan	Qué arruina la venta	Cómo preparar tu propiedad
	Armonía visual, iluminación plena.	Desorden, poca luz natural, malas fotos.	Fotos profesionales. Despejar todos los ambientes. Abrir cortinas para máxima luz natural. Primera impresión impecable.
	Datos precisos, contexto, honestidad.	Respuestas dudosas, ruido excesivo, falta de información.	Preparar la historia de la casa y del barrio. Tener datos a mano sobre la vida cotidiana y las razones de venta.
	Confort, calidez, sensación de hogar.	Ambientes fríos, encierro, visitas apuradas.	Ofrecer un café. Ventilar la casa y asegurar buena temperatura. Permitir que recorran sin apuro para imaginarse viviendo ahí.

Gemini Notebook

El viaje del comprador integral

El dato que pocos conocen: todos usamos los tres canales. Un comprador llega por lo VISUAL, se entusiasma con lo AUDITIVO, y toma la decisión final por lo KINESTÉSICO. Una comercialización profesional domina las tres.



¿Querés saber cuál es el perfil predominante de un comprador (o el tuyo)? Basado en programación neurolingüística, descubrilo en menos de un minuto.

Escaneá para hacer el Test VAK de 5 preguntas.

Gemini Notebook