

# THE HOME HUNTER, LA INMOBILIARIA QUE VENDE POR INSTAGRAM

La aceleración digital ha cambiado el modo de operar de muchos negocios. Para algunos el paso ha sido más natural, pero hay industrias que se basaban en el cara a cara y han tenido que aprender a adaptarse a la falta de interacción.

Las redes sociales se han convertido en la puerta de acceso a la información para cualquier persona con conexión a internet. Por eso conseguir ser un referente es algo imprescindible ante tanta competencia.

**“Con oficinas en Barcelona y Madrid, The Home Hunter entendió desde un principio este nuevo contexto de cambio y empezó directamente como una inmobiliaria digital, que mostraba sus propiedades por Instagram.”**

Lo que comenzó como un proyecto pequeño, ha alcanzado de forma orgánica más de 60.000 seguidores por Instagram, un 60% de los cuales llegaron a su cuenta tras empezar la pandemia. Esta ventaja frente a sus competidores ha posicionado a la empresa como un referente en la ciudad condal ya que es la única que posee una cartera viva de clientes donde el propietario puede ver la recepción que tiene su piso y, por lo tanto, puede actuar con agilidad y velocidad ante cualquier contratiempo.

Y es que hay un mercado de gente “techy” con un nivel adquisitivo alto (y que al mismo tiempo forma parte de su público) que prima el servicio online y la atención humana, una combinación que sin duda es difícil de conseguir. The Home Hunter, creada por un matrimonio con ganas de revolucionar el sector inmobiliario, se ha hecho su hueco en este



Puente de Vallecas. En venta



Chamberí. En venta



Retiro. En venta



Puente de Vallecas. En venta

**“Una clara prueba de que atraen, tienen y alimentan al sector “tech” es la venta de un edificio en plena ciudad, que estuvo disponible alrededor de 2 años en otras agencias y a través de una publicación y algún que otro story se vendió en menos de 2 semanas.”**

nicho de mercado consiguiendo ser un referente y vendiendo desde pisos pequeños hasta edificios de millones, solo a través de su cuenta de Instagram.

Porque la tecnología no es sinónimo de impersonalización ni de frialdad, si no todo lo contrario. En este caso se trata de un canal íntimo, cercano y amable en el que los seguidores ven la inmediatez que tanto necesitan y los propietarios la transparencia y confianza que desean en todo momento.

Pero no es solo cuestión de los canales de comunicación, si no

de cómo ven su trabajo, lo que venden y cómo lo hacen. Para dar un servicio extra y ayudar a sus clientes a vender, empezaron a decorar las propiedades, siendo pioneros en España con el “home staging”, de un modo fresco, con muebles de verdad, y decoración “real” reflejando en todo momento la calidez de un hogar. Este servicio les impulsó a la creación de una segunda empresa llamada Somos Nido dedicada a la reformas y a la decoración, una combinación que les ha convertido en una inmobiliaria para los amantes de la decoración.

**“Desde particulares hasta las patrimoniales confían en ellos para decorar y sacar mayor rentabilidad a sus activos.”**

Sus cuentas de Instagram @thomehunter\_ y @somosnido son casi de seguimiento obligatorio para cualquier propietario, inquilino o amante de la decoración.