



EL BOLETÍN

Primer Grupo presentó sus últimos productos en la pasada edición de Urbe

NUEVOS PRODUCTOS

Primer Grupo ha creado una nueva fórmula: se trata de una marca blanca llamada 'usuarios PG' que permite a las agencias inmobiliarias locales entrar a trabajar en red como las grandes empresas, sin utilizar el formato de franquicia y accediendo a todas las ventajas de las grandes empresas inmobiliarias

Una 'marca' blanca para las agencias inmobiliarias

ANUARIO 2009

de la Cocina de la Comunitat Valenciana



EDITORIAL P R E M I A VALENCIANA SA

Levante

EL BOLETÍN VALENCIA

La innovación es la estrategia que sigue Primer Grupo para competir en el mercado de la franquicia inmobiliaria. La empresa ha dado un giro a sus servicios inmobiliarios, tras un estudio pormenorizado del mercado llevado a cabo por un equipo multidisciplinar, a través del desarrollo de una nueva fórmula, una marca blanca que se lanza con el nombre de 'usuarios PG' y que permite a las agencias inmobiliarias locales de trabajar en red con la dinámica de las grandes empresas, accediendo a las ventajas que ello representa y sin utilizar el formato tradicional de franquicia.

De esta forma, la empresa de servicios inmobiliarios pretende primar la profesionalización y colaboración del sector, favoreciendo la integración de las pequeñas agencias en una de las principales redes del sector, a través del ofrecimiento de un paquete básico de servicios, que forman parte de su *know how*. Las agencias que opten por esta alternativa podrán incrementar su competitividad y eficacia, al acceder a los servicios que ofrece esta nueva fórmula.

Entre estos servicios destaca la formación presencial y *on line*, capacidad de colaboración a través del MLS, procedimientos de trabajo basados en los modelos de los mejores CRS, herramientas de marketing y soluciones financieras tanto de activo como de pasivo a través de Finaval, así como acuerdos con distintas entidades dirigidas a incrementar la facturación con diversos servicios como corrección de seguros y gestión especializada de alquileres.

En opinión de Rafael Marco, director general, "para tener una política de expansión efectiva en un momento como el actual hace falta una enorme flexibilidad y adaptación al cliente que quiere seguir apostando por el sector, pero que ahora necesita una respuesta a la medida de sus capacidades actuales de inversión".

Por este motivo, Primer Grupo se dirige a profesionales inmobiliarios que quieren gestionar hoy su negocio aplicando las estrategias de gestión nuevas, con visión para anticiparse a las necesidades de los clientes y herramientas de dirección adaptadas al nuevo modelo inmobiliario. Para la empresa, el futuro del sector pasa por la colaboración y capacidad de asociación entre todos los agentes, nuevos servicios y el diseño de nuevas fórmulas de captación y venta, para la empresa.