

Alfredo Millá, CEO de Sonneil Homes, presenta el modelo tecnológico de la *proptech* como caso de éxito en el *real estate*

El pasado miércoles 30 de marzo, el CEO y fundador de Sonneil Homes, Alfredo Millá, compartió las claves de Sonneil como *startup* tecnológica

Lo hizo en el marco de la iniciativa Alicante Futura, mediante la que el Ayuntamiento de Alicante pretende generar las condiciones para hacer de la ciudad “un referente mundial en el campo del emprendimiento y el desarrollo tecnológico”.

En el Auditorio Porta Ferrisa, Alfredo Millá explicó en profundidad cómo la *proptech* Sonneil Homes, especializada en comercializar segunda residencia de obra nueva para compradores extranjeros, ha sido capaz de responder a una necesidad del sector inmobiliario: “En 2014, el sector había pasado una crisis dramática. Pero, mientras en otras industrias como viajes y alojamiento habían surgido empresas disruptivas, el mercado de la vivienda seguía comercializando como antes de la crisis, sin incorporar tecnología ni marketing online y de manera muy atomizada y poco profesionalizada”, comentó.

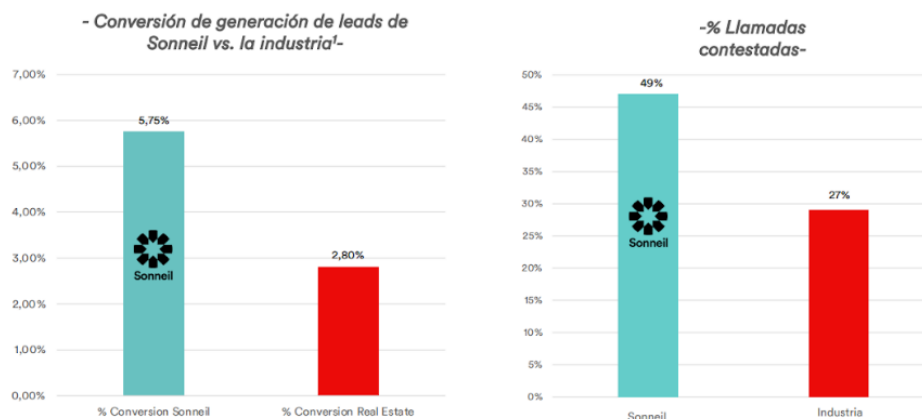
Con estas condiciones se lanzó a crear Sonneil, una *proptech* que está dando solución a problemas del sector de segunda vivienda que parecían enquistados, como el alto coste y bajo volumen de *leads* (contactos de personas interesadas en comprar vivienda) internacionales que conseguían los agentes inmobiliarios, la baja conversión de estos *leads* a visitas, la falta de información detallada sobre los *leads* (que tampoco se gestionaban con un CRM) y la poca confianza que transmitían los profesionales inmobiliarios después de muchos años de prácticas poco éticas.

Un modelo a medida basado en la tecnología

Sonneil responde a estos problemas a través de una plataforma digital que multiplica la eficiencia del proceso de venta. Una combinación de SaaS y *marketplace* que aúna tecnología, datos y marketing online. “Generamos un gran volumen de *leads*, los gestionamos en un CRM que los clasifica y los puntuamos a través de un algoritmo diseñado por nosotros, un *scoring* que valora la calidad de esos contactos para que el equipo comercial tenga información detallada y valiosa”, señaló Millá.

Un modelo operativo que parte de la identificación de los potenciales clientes en sus países de origen para poner en marcha anuncios muy segmentados y orientados a las necesidades del comprador, lo que multiplica las posibilidades de convertir ese *lead* en visita. “Páginas de aterrizaje optimizadas para cada tipo de *lead*, herramientas SEO, Google Display, Google Ads, trabajo de contenidos... Una combinación de acciones de marketing online que nos permite generar *leads* que los pequeños agentes y desarrolladores no tienen la capacidad de obtener”. Y, además, **reduciendo de manera exponencial los costes de comercialización.**

Gracias a este modelo de algoritmos, automatizaciones de marketing y la experiencia acumulada, Sonneil ha conseguido superar los ratios de la industria en aspectos como el porcentaje de conversión de *leads* y el porcentaje de llamadas del equipo comercial que reciben respuesta.



Millá también destacó la importancia del análisis de métricas y la monitorización de la evolución de las campañas. “Gracias a este seguimiento constante, podemos saber casi automáticamente si las campañas van bien, si la segmentación es correcta o si la manera de comunicar está funcionando”.

Diseñar el presente mirando al futuro

Con el fin de hacer el negocio más escalable, Millá explicó cómo Sonneil está ofreciendo una plataforma de *partners* a la que los agentes inmobiliarios independientes pueden unirse. “Nosotros les generamos los *leads* y se los clasificamos. Así, evitan gastos fijos como las oficinas de ventas y pueden dedicarse a su especialidad que es la venta, no el marketing, la tecnología y los Cuadros de Mando”. Un modelo que, además, les permite incorporar viviendas de segunda mano.

Y la escalabilidad también apunta a la expansión geográfica. De hecho, Sonneil ya opera en México desde hace más de un año. Millá explicó la capacidad de crecimiento del modelo Sonneil comparando su volumen de inversión con “un motor Porsche, mientras que la carrocería es de un Seat. Nuestro volumen de viviendas no justifica nuestra inversión, pero esto lo hacemos precisamente para evolucionar el modelo, ganar tamaño y seguir incrementando nuestra capilaridad en otras costas y países. Así, podremos sacarle más partido a ese motor de alta gama”.

Además, la industria posterior a la Covid-19 es una gran oportunidad para que Sonneil acelere su modelo. “Hay una tendencia a la concentración. Se espera que la industria se reduzca de 25.000 a 15.000 agentes solo en España, lo que acelerará el proceso de Sonneil para concentrar bajo su plataforma múltiples agentes en quiebra que puedan trabajar bajo el paraguas de una marca solvente”, señaló el CEO de Sonneil.

Para terminar, Alfredo Millá destacó la relevancia estratégica de tener un equipo “bueno, motivado, bien pagado y con buenos incentivos. Ahora tenemos profesionales multidisciplinares y con experiencia en real estate, emprendimiento, tecnología, negocios... Si fundase Sonneil ahora, invertiría más en crear desde el principio un equipo más fuerte”. Sin olvidar el respaldo de inversores con amplia experiencia en *startups*, tecnología y alta dirección en algunas de las corporaciones más grandes del mundo. “Te dan consejos que valdrían miles de euros, y te abre muchas puertas ir avalado por gente con reputación”, concluyó.

En la ronda de preguntas, Alfredo Millá quiso destacar la importancia de la formación en alta dirección que recibió antes de poner en marcha Sonneil Homes. “Ese aprendizaje me permitió adaptar el plan de negocio, y pude diseñar un proyecto mucho más ambicioso que el original, y con más dimensión”, dijo.

Y finalizó recalcando la necesidad de impulsar iniciativas como Alicante Futura, que apoyen y pongan en valor el ecosistema emprendedor de la ciudad, lo que a su vez “llamará a la inversión de capital y levantar fondos para desarrollar negocios será más fácil”.

Sonneil, un modelo de negocio inmobiliario innovador

Sonneil es una *proptech* española especializada en la comercialización de segunda residencia para clientes internacionales y nacionales. Su modelo de venta es totalmente innovador ya que ofrece una experiencia de compra de alto valor, en la que se acompaña al cliente a lo largo de todo el proceso sin intermediarios.

Además, mediante su revolucionaria manera de operar, basada en el uso intensivo de la tecnología y el marketing online, la compañía ha logrado reducir de media un 50% los costes de venta de este tipo de inmuebles, a la vez que ha mejorado la experiencia y satisfacción del cliente en el proceso de compra.

Contacto de prensa:

Silvia Nortes: snortes@sonneil.com

sonneil.com