

EBOOK GRÁTIS

ADMIRÁVEL NOVO MERCADO IMOBILIÁRIO

**ABORDAGENS PARA CORRETORES DE IMÓVEIS
SOBRE TENDÊNCIAS E NOVAS TECNOLOGIAS.**



VILLEIMOBILIARIAS.COM.BR



Apresentação

Olá! Seja você corretor de imóveis, gerente de imobiliária, consultor de vendas ou apenas um entusiasta do segmento imobiliário, acreditamos que esse material possa lhe ajudar de alguma forma a ampliar seus conhecimentos no que diz respeito a tendências e novas tecnologias do mercado imobiliário. Essa é uma seleção de alguns posts publicados no blog do Software ville Imob – Sistema para Imobiliárias e Corretores.

Neste e-book abordamos diversos temas, assuntos interessantes e novas ferramentas que podem ser utilizadas no dia a dia de uma imobiliária, com o principal objetivo de levar sempre excelência e qualidade em serviços imobiliários, resultando em potencializar vendas e locações de imóveis.

Boa leitura!

Ramon Carvalho
Gerente de Projetos
ville Imob

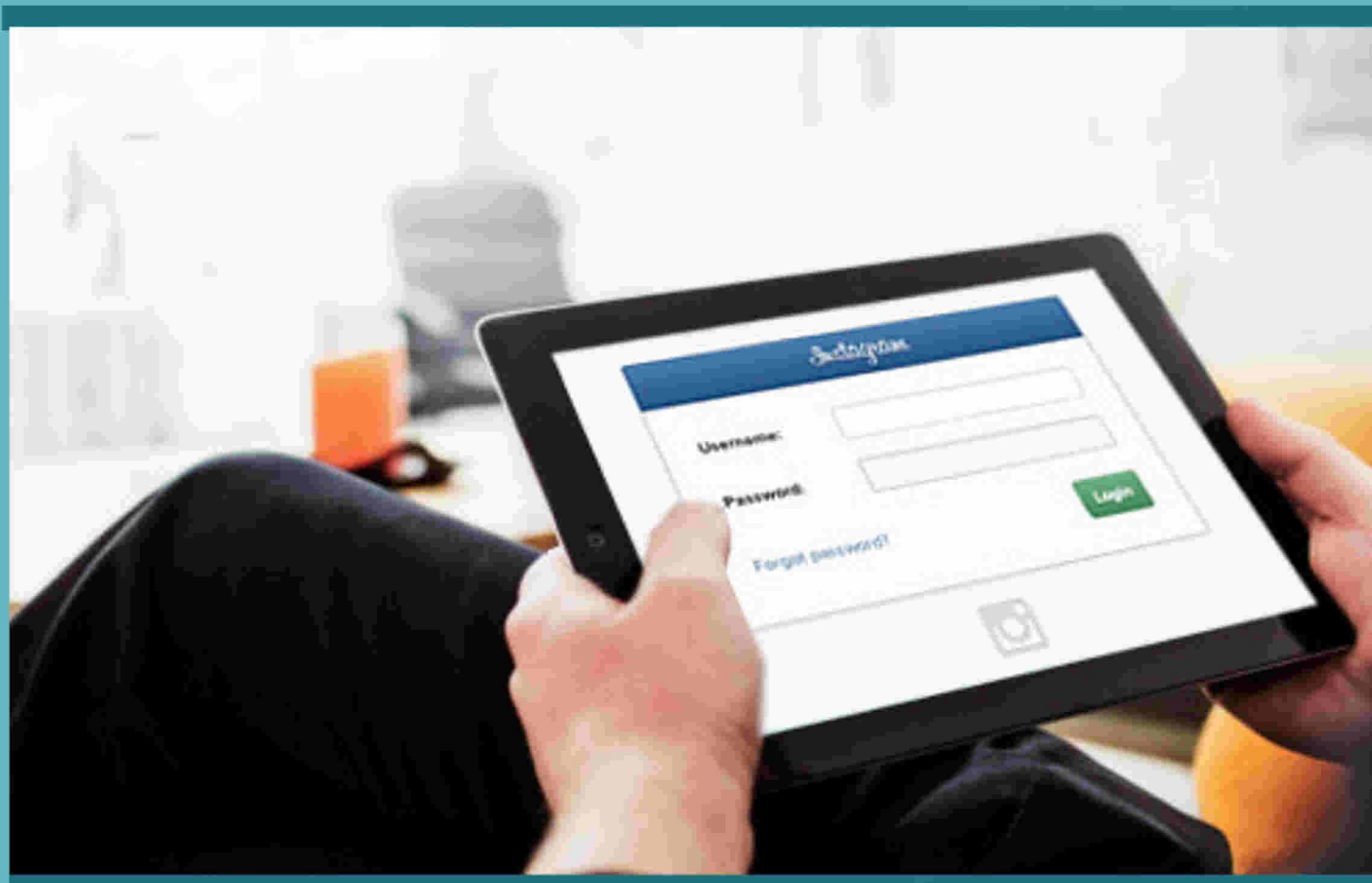
Mais informações sobre o Software Imobiliário acesse:
www.villeimobiliarias.com.br

Sumário

1 - É possível utilizar o instagram para o marketing da imobiliária?	4
2 - O marketing imobiliário na internet e os seus benefícios	10
3 - Tenha um blog para corretor de imóveis	14
4 - Como o Marketing de Conteúdo para o mercado imobiliário pode te ajudar	17
5 - SEO, a importância da otimização em seu site imobiliário.....	20
6 - Site para corretor de imóveis é uma ferramenta indispensável	24
7 - Ações de marketing digital para sua imobiliária	27
8 - Saiba como utilizar as redes sociais para vender imóveis	32
9 - Realidade Aumentada para o mercado imobiliário	36
10 - Dicas para Criar E-mail Marketing para sua imobiliária e obter resultados	40
11 - Como um CRM para imobiliária pode lhe ajudar nas vendas	43
12 - O Uso do Whatsapp no mercado imobiliário	46
13 - O marketing digital e a propaganda tradicional no mercado imobiliário	49
14 - 10 dicas de marketing digital no mercado imobiliário	53
15 - A importância da língua estrangeira no mercado imobiliário.....	57

É POSSÍVEL UTILIZAR O INSTAGRAM PARA O MARKETING DA IMOBILIÁRIA?

01



As redes sociais tornaram-se grandes parceiras para as empresas. Para muitos é utilizado como meio interativo entre cliente e empresa, e também a divulgação do produto ou serviço. Seja qual for o seu uso dentro da empresa, administrada corretamente é uma ferramenta de marketing que pode ser ricamente explorada.

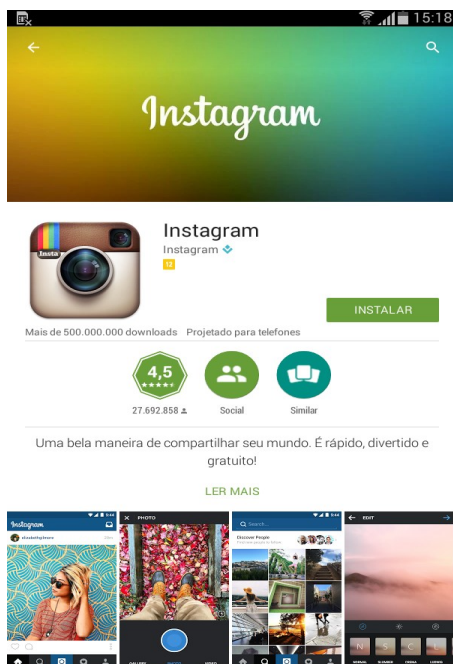
Uma das redes sociais que está crescendo nos meios corporativos é o instagram. Segundo a [Digital Imobi](#) a rede social possui mais de 130 milhões de usuário em todo o mundo, e ainda tem um truque nas mangas que é o apelo forte para imagem. Por ser uma rede de características diferenciadas das outras as empresas tem que ter uma criatividade maior para utiliza-lá como ferramenta de marketing.

E no mercado imobiliário não é muito diferente, as imobiliárias estão apostando nessa rede social, assim como muito corretor autônomo, então é de se duvidar se é possível utilizar o instagram para o marketing da imobiliária.

Assim como toda rede o instagram tem suas personalidades que fazem com que o corretor ou imobiliária possa divulgar mais os seus serviços, interagir com clientes e várias outras funções, por isso vamos te dar algumas dicas para utilizar o instagram como ferramenta de marketing na sua imobiliária.

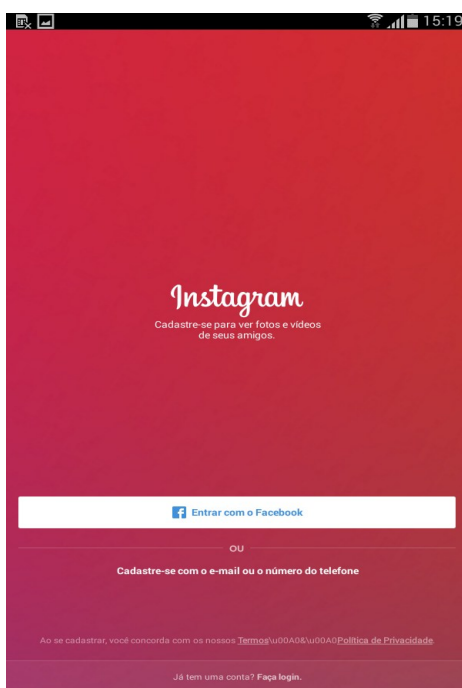
Criar uma conta e preencher o seu perfil.

Primeira coisa que se tem que fazer é a criar a sua conta. Diferente das outras redes sociais, no instagram você não irá conseguir criar uma conta em seu computador, terá que realizar o download do aplicativo em seu dispositivo móvel (smartphone, tablet,) que tenha o [App store](#) Iphone/Ipad) ou [Google play](#) (Android).



Baixando o aplicativo em seu dispositivo móvel, irá aparecer uma interface para você criar a sua conta. Se preferir você pode criar a sua conta utilizando a mesma conta do facebook, basta está logado. Depois de criar a sua conta, você precisa preencher o seu perfil com o seu nome ou da imobiliária, e telefone, site (se possui) e uma frase que te defina como profissional ou a imobiliária.

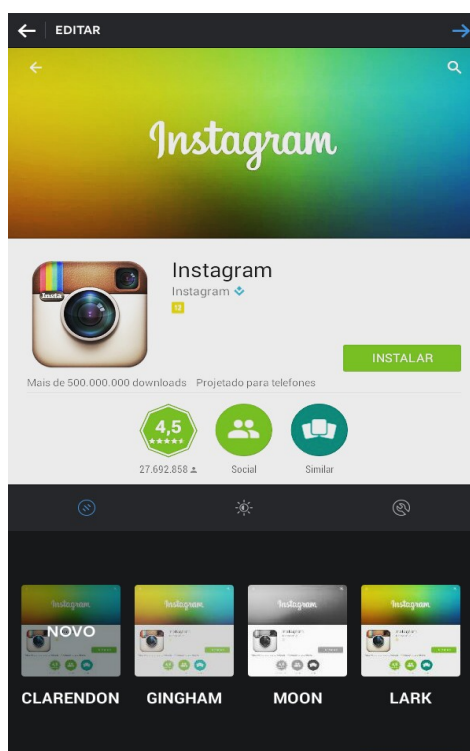
É importante que os seu dados fiquem bastante claros para que os seus seguidores vejam e possam entrar em contato.



Publique suas fotos

Antes de buscar seguidores para sua nova rede, é importante que tenha pelo menos 05 fotos publicadas. Não saia desesperado procurando seguidores, primeiro alimente o seu instagram com suas fotos dos imóveis, compartilhe fotos de lugares interessantes, de frases com imagens de incentivo e dicas e principalmente de imagens criativas.

O instagram possui filtro/efeitos interessantes, o ideal é que você busque mais sobre esses filtros e explore para garantir imagens de boa qualidade para o seus seguidores.



Depois você poderá definir a periodicidade dessas publicações, não deixe mais de dois dias sem publicações em seu instagram, pois essa é chave para manter os seus seguidores atentos e conectados ao seu perfil.

Busque o seu publico-alvo, consiga seguidores

Depois da sua rede está quase completa você pode pesquisar o seu publico-alvo. Busque pelo próprio instagram os seus clientes, caso já tenha o instagram do seu clientes em seu [CRM imobiliário](#) só digitar no campo de busca e segui-los.

Lembrando que, os seus clientes (seguidores) que você seguiu só irão visualizar suas publicações se seguirem você de volta, então, é importante que busque o publico ideal e convide-os para seguir o seu perfil no instagram. Divulgue em uma outra rede social que possui, em seu cartão de visita, no site e até o famoso boca a boca.

Alguns perfis são bloqueados, ou seja precisam de uma autorização do usuário para aceitar o seu “pedido” para segui-lo, então dependendo do usuário ele não irá te aceitar rapidamente como os outros.

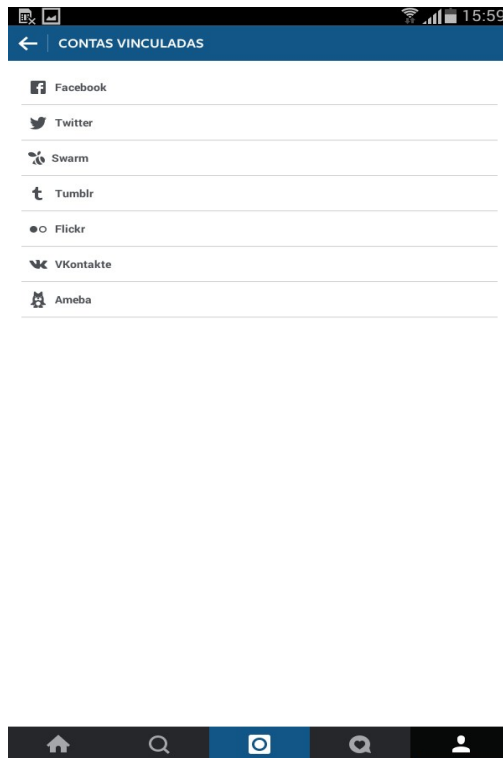
Uso das hashtags

A utilização das hashtags é uma das estratégias de marketing que vem sendo adotado por muitos profissionais do segmento imobiliário, palestrantes, imobiliárias, sindicatos, CRECI e corretores. As hashtags tem o poder de auxiliar na segmentação de conteúdo e isso traz uma facilidade para os usuários.

Se já possui hashtags insira nas publicações de imagens que fizer, dessa forma irá enriquecer as suas publicações e torna sua hashtag cada vez mais marcante. Caso não possua, cria uma que seja relevante ao seu negócio e de preferência que ninguém tenha usado ainda.

Integre com as redes sociais, vincule sua conta

No instagram você consegue integrar a sua conta com as outras redes sociais como: Facebook, Twitter, Tumblr, Swarm, flickr, Ameba, V Kontakte. Se você possui uma dessas redes poderá ampliar a divulgação das publicações e garantir bons resultados.



Cada vez que for publicar uma imagem poderá selecionar qual rede desejada que a imagem aparece. Além disso você consegue marcar pessoas e adicionar um local.

Aproveite as dicas e comece a utilizar essa rede social para alavancar suas vendas e locações de imóveis. Boa Sorte!

Sabrina Rozindo

Depto de Marketing – Software ERP ville Imob

uma solução da **villevox Comunicação e Marketing**

O MARKETING IMOBILIÁRIO NA INTERNET E OS SEUS BENEFÍCIOS

02



Sabendo que hoje (praticamente) todo mundo pesquisa sobre um produto na internet antes de comprá-lo, o mundo online se transformou em uma verdadeira plataforma de negócios. Grandes, médias e pequenas empresas disputam pelo mesmo espaço de forma mais democrática. Aliás, se você fizer um ótimo trabalho de marketing imobiliário na internet, pode até abocanhar alguns clientes das grandes imobiliárias e ver o crescimento dos seus negócios.

Quem pesquisa pela internet usa, normalmente, o Google. Como a maioria das pessoas procuram imóveis durante o expediente ou na hora do almoço, eles não passam da terceira página de resultados. Na prática, isso significa que, se você não ter uma estratégia de marketing imobiliário na internet, ninguém vai conhecer os seus serviços.

Bom, parece assustador, mas é possível sim, fazer um ótimo trabalho de marketing imobiliário na internet e ainda sem gastar muito dinheiro. Vamos ver alguns passos que você deve fazer para marcar presença na web e, posteriormente, ter relevância online. Acompanhe as dicas abaixo:

Tenha um site profissional

Ter um [site imobiliário](#) para divulgar os seus imóveis é um dos primeiros passos de um marketing imobiliário na internet. Pensamos, você pode até está trabalhando na divulgação dos seus imóveis cadastrado-os em portais imobiliários, mas, assim como você, milhares de corretores também dividem o mesmo espaço.

O que queremos dizer é que, com o seu próprio site imobiliário você não corre o risco de dividir o mesmo ambiente com inúmeros corretores e imobiliárias. É claro, sempre haverá concorrência e lembre-se, divulgar os seus imóveis em portais imobiliário também é uma excelente estratégia para os seus negócios.

Portanto, o que irá fazer com que você se diferencie é o conteúdo de qualidade que irá apresentar para os seus clientes. Ou seja, fazer o portal de um *outdoor* online não vai ajudá-lo nesse sentido. A ideia é abastecer os visitantes com materiais úteis ligados ao setor imobiliário de um modo geral.

Encaminhe e-mail marketing para a sua base de contatos

Tendo o seu site, os seus [clientes](#) podem deixar dados como nome e e-mail no campo Newsletter ou em formulários de contatos com dados mais precisos como: nome completo, profissão, qual tipo de imóvel ele tem interesse em comprar, telefone e e-mail.

Assim, você poderá enviar e-mail marketing com conteúdo especial como um e-book completo, dicas sobre os imóveis, de promoções da sua imobiliária, decorações, institucional. Conseguindo que o usuário forneça algumas informações, você começa a construir uma base de contatos de pessoas que, de alguma forma, se interessaram pelo seu serviço.

Depois, você poderá separar os seus contatos por segmentação. Por exemplo, faça uma lista apenas com pessoas casadas e, para elas, você dispara e-mails ofertando imóveis mais espaçosos. Para os seus contatos solteiros, envie e-mail com os seus imóveis mais compactos.

Redes sociais

De acordo com a Digital Future Focus Brazil 2015, os brasileiros passam, em média, 650 horas por mês conectados nas redes sociais. Diante desse número, é claro que os seus clientes também estão em alguma **rede social**. As mais populares no Brasil são Facebook, Twitter e Instagram. Portanto, esteja nelas.

E estar nas redes sociais significa publicar constantemente conteúdos bacanas e informações relevantes sobre os seus imóveis. Quando os usuários começarem a interagir com você, seja rápido. Com a velocidade que as informações estão circulando, você precisa responder os comentários o mais rápido possível, inclusive os negativos. Isso porque você precisa mostrar para os outros usuários que você está disposto a resolver os problemas dos seus clientes.

Links patrocinados

Por fim, chegamos aos links patrocinados. O Google e o Facebook, por exemplo, têm um sistema de anúncio pago que você apareça de forma destacada nos resultados de busca e na timeline dos usuários.

O Google Adwords funciona muito bem se você escolher as palavras-chaves certas. Já com o Facebook Ads, você pode segmentar os seus anúncios para um público específico, como homens entre 30 e 40 anos que moram em São Paulo. O investimento é um pouco maior, mas os resultados são imediatos. Experimente!

Para facilitar em suas estratégias de marketing, busque um sistema que te ofereça um site imobiliário, com um sistema de disparo de e-mails marketing e que integre os seus imóveis em portais imobiliários e redes sociais, além de outros recursos, é claro. E como sugestão, convidamos você a conhecer o **Software ville Imob**.

Sucesso e Boas Vendas!

TENHA UM BLOG PARA CORRETOR DE IMÓVEIS

03



BLOG

Você, corretor de imóveis, que está lendo esse post, já pensou em criar o seu blog e produzir seus próprios conteúdos? Muitos profissionais investem tempo e dinheiro na construção de um blog profissional para se diferenciarem no mercado.

No entanto, boa parte simplesmente não sabe o que postar e acaba abandonando a ferramenta em pouco tempo. Isso porque um blog sem conteúdo relevante e periodicidade não tem como dar certo mesmo. Não queremos de jeito nenhum fazer você desistir de ter um blog para corretor de imóveis, pelo contrário, queremos mostrar quais passos você deve seguir para que a ferramenta seja uma grande aliada do seu trabalho.

Então, vamos lá! Veja, abaixo, um passo a passo para você criar e cuidar de um blog para corretor de imóveis:

Plataformas

Você não precisa desembolsar rios de dinheiro para criar um blog profissional. Existem plataformas totalmente gratuitas, sendo [Blogger](#) e [WordPress](#) as mais conhecidas.

Se você não tem muito conhecimento de internet, não se preocupe. As duas plataformas são bem intuitivas e fáceis de mexerem. E o que não faltam na internet são dicas e tutorias ensinando a criar blogs.

O que publicar?

Antes de falarmos sobre o que você pode publicar, vamos começar apontando para o que você não deve postar. Tenha em mente que um blog não é um “outdoor” virtual para você lotar de propaganda dos seus imóveis. Para isso, existem os **portais imobiliários**.

Um blog profissional de um corretor de imóveis serve para tirar dúvidas de potenciais [clientes](#) e mostrar que você é uma referência no mercado. Por isso, é fundamental que você conheça o seu público-alvo.

Sabendo o perfil das pessoas que você quer atingir, fica mais fácil desenvolver conteúdo relevante para elas. Você pode usar a sua experiência no mercado e dar dicas para corretores iniciantes, por exemplo. Pode, também, escrever sobre os benefícios de adquirir determinado tipo de imóvel e por aí vai.

Dentro desse planejamento, você também não pode esquecer de se planejar para postar com periodicidade. Deixar muito tempo sem atualizar o blog vai desestimular seu público de visitá-lo.

Interaja com seu público

Ao criar conteúdo relevante para o seu público, é natural que comecem a surgir elogios, dúvidas e críticas nos comentários. Aqui, você precisa reservar um tempo para responder a todos os comentários, mesmo aqueles negativos. Lembre-se, um blog jamais deve ser uma via de mão única. Permita que o seu público interaja com você!

Mensure os resultados

O Google oferece uma ferramenta gratuita para mensurar e analisar todos os indicadores do seu blog, desde a origem da visita e o número de visitantes até o post mais visualizado. Com os dados em mãos, você começa a descobrir o que, de fato, funciona e o que não funciona no seu blog. Aí, fica mais fácil criar conteúdos relevantes para o seu público-alvo.

Vale lembrar que os resultados não aparecem do dia para a noite. Um blog requer tempo e (muita) dedicação para que comece a colher bons frutos!

Aproveite as dicas! Sucesso e Boas Vendas.

COMO O MARKETING DE CONTEÚDO PARA O MERCADO IMOBILIÁRIO PODE TE AJUDAR

04



Você já ouviu falar em marketing de conteúdo para o mercado imobiliário? Essa estratégia é a mais nova tendência desse segmento e de outros mercados. Basicamente, ela serve para divulgar o seu trabalho e, conseqüentemente, atrair clientes qualificados.

Como corretor de imóveis, você não pode abrir mão dessa técnica de venda do seu trabalho. O consumidor moderno já cansou de ser bombardeado por propagandas de produtos. Eles não aguentam mais receber anúncios de imóveis com preços e condições de pagamentos. Por isso, as tradicionais propagandas vêm sendo substituídas pelo marketing de conteúdo.

Saiba como o marketing de conteúdo para o mercado imobiliário pode te ajudar a conquistar mais [clientes](#) e a construir a sua reputação na internet:

O que é conteúdo?

Antes de falarmos a importância de você trabalhar com o marketing de conteúdo, precisamos, em primeiro lugar, entender o que é conteúdo. Bom, conteúdo é tudo aquilo que você produz de relevante a respeito do seu mercado de atuação. Isso inclui, além de textos, vídeos, infográficos e e-books.

Você é um especialista, não é qualquer um

Agora, você deve estar se perguntando por que eu vou perder tempo escrevendo textos, gravando vídeos e produzindo infográficos e e-books, não é verdade? Então, para você fazer tudo isso, é preciso conhecer profundamente o mercado imobiliário. Resumindo, ao adotar o marketing de conteúdo, você se apresenta aos seus clientes como um verdadeiro especialista.

A compra de um imóvel é um processo extremamente demorado, muito por conta dos altos valores envolvidos. Portanto, ninguém vai sair por aí fazendo negócios com qualquer profissional. Quando você escreve textos ou aparece em frente às câmeras para falar sobre o mercado imobiliário, você vai, aos poucos, conquistando a confiança das pessoas que, futuramente, podem se tornar seus clientes.

Faça um planejamento

Está convencido que o marketing de conteúdo é uma boa estratégia? Então, se segure um pouco, porque, antes de colocá-lo em prática, é fundamental fazer um bom planejamento.

Não adianta fazer qualquer tipo de conteúdo. E para o seu marketing de conteúdo funcionar, você precisa produzir materiais relevantes e de qualidade que vão de encontro com o que o seu público procura. Com a sua experiência do dia a dia, tente criar conteúdos que respondam as principais dúvidas dos seus clientes.

Ofereça, também, dicas de financiamento, de captação de imóveis e até de manutenção de uma casa. Enfim, mostre que você sabe tudo sobre o mercado imobiliário! Aí, à medida que você for produzindo três ou quatro conteúdos, procure divulgá-los nas [redes sociais](#) e por e-mail marketing.

Para aprimorar ainda mais o seu marketing dentro do mercado imobiliário, realize várias ações de marketing online com o **Software Imobiliário ville Imob**. São 7 ferramentas inovadoras para te ajudar em seus processos imobiliários, como: Site Imobiliário, Software de Gestão, Versão Mobile, CRM Imobiliário, Integração com Portais, Integrações com redes sociais, Twitter, Chat Corretor Online.

Aproveite as dicas. Sucesso e Bons Negócios!

SEO, A IMPORTÂNCIA DA OTIMIZAÇÃO EM SEU SITE IMOBILIÁRIO

05



Seja sincero na resposta. Quando você está atrás de alguma tendência ou de algum produto, qual é o primeiro lugar que você tenta pesquisar? A resposta foi “Google”, não foi? Você não está sozinho nessa, o motor de busca recebe, em média, segundo o blog **Cyber Dicas**, cerca de 100 bilhões de pesquisas mensais no mundo inteiro. Não é à toa que falar “pesquisa no Google” já tenha virado praticamente uma expressão popular.

Diante desse contexto, você já reparou que o Google e outros buscadores sempre oferecem uma lista de resultados, sejam eles pagos ou orgânicos. Essa lista não é aleatória, ela obedece uma série de práticas que fazem um site aparecer na primeira página de resultados (que todo mundo vê) ou na oitava página (que quase ninguém vê). Aqui, entra a importância da otimização em seu site imobiliário.

E só há dois caminhos para que o seu site imobiliário apareça nos primeiros resultados de uma busca. O primeiro, com resultado mais imediato e com investimento mais alto, é o **Google AdWords**. O famoso anúncio pago do Google.

A segunda alternativa no entanto, leva mais tempo para trazer os resultados esperados. Trata-se de realizar boas práticas de SEO (Search Engine Optimization – ou, em bom português – Otimização de Sites). A intenção do Google é sempre oferecer ao usuário os sites que proporcionam os melhores conteúdos. Leia as dicas abaixo e saiba como fazer um bom trabalho de SEO no seu site imobiliário:

Palavras-chave

Quando algum usuário pesquisa sobre mercado imobiliário pela internet, certamente ele vai usar, na busca, palavras como “imóvel”, “dormitório”, “financiamento” e por aí vai. Isso significa que você precisa encaixar esses termos no título e nos primeiros parágrafos dos textos.

Mas vá com calma. Não adianta usar a mesma palavra-chave 20 vezes no mesmo texto. O Google já reconhece quem faz isso e considera uma má prática, ou seja, o seu site não vai se posicionar bem dessa forma. Resumindo, o feitiço vai virar contra o feiticeiro. Em alguns casos, prefira usar sinônimos.

Você nem precisa saber o número exato de pessoas que acessam a internet por smartphones e tablets. Basta andar pelas ruas e ver todo mundo mexendo em seus celulares. Aqui, a dica é rápida: o seu site precisa ter uma [versão mobile](#) para ontem. Isso conta muito para o Google.

Links internos

Sabe quando você está lendo um post em um blog e ele sugere uma publicação relacionada? Então, isso é o link interno. Essa prática faz com o seu usuário fique mais tempo no seu site.

Imagens também contam

Não duvide da força das imagens para SEO. O Google leva muito a sério isso. Por isso, procure ilustrar todas as suas publicações com uma imagem de qualidade e compatível ao texto. Além disso, dê nome ao arquivo, use um título e descreva a alt da imagem (texto que é exibido quando o usuário passa o mouse sobre a foto). Se bem otimizadas, as imagens ajudam muito a posicionar o seu site no topo das buscas, principalmente do Google Imagens.

Analise os dados

Você deve estar se perguntando como o Google sabe que o seu site tem conteúdo de qualidade para oferecer aos usuários. É simples. Se a taxa de rejeição for baixa e o tempo médio de navegação do usuário for alto já significa que as suas páginas prendem a atenção do usuário e resolvem o problema dele. Outro indicador é o número de sites que divulgam os links da sua página na web. Por isso, não deixe de divulgar suas atualizações nas **redes sociais!**

É fundamental que você sempre esteja atento aos dados fornecidos pelo Google Analytics. Lá, você consegue visualizar, por exemplo, quais são as suas páginas mais visitadas e de onde vem o seu tráfego. Com essas informações, você sabe definir um padrão das suas publicações.

Mas para que todas essas dicas funcione bem, convidamos você a estudar as possibilidades de utilizar um sistema imobiliário como o **ville Imob**, que irá te proporcionar todos esses recursos e ferramentas citadas a cima, para facilitar e te ajudar a melhorar o posicionamento nos campos de busca.

Vale destacar que o trabalho de SEO nunca termina. Se você chegar às primeiras colocações das buscas do Google, não é hora de abandonar seu trabalho. Da mesma forma que você conquistou esse posicionamento, você pode perdê-lo.

Confira os recursos do ville Imob

SITE PARA CORRETOR DE IMÓVEIS É UMA FERRAMENTA INDISPENSÁVEL

06



As novas tecnologias sem dúvidas abriu um leque de oportunidades para os corretores de imóveis. Os recursos disponíveis estão cada vez mais apresentando novas propostas aos profissionais da corretagem, além de facilitar todo o processo de divulgação, vendas, fidelização entre outros.

O site é um recurso que tem a capacidade de divulgar, atrelar contatos entre o [cliente](#) e o corretor de imóveis, tornar a exibição dos imóveis mais atrativos e vários outros benefícios. Essa ferramenta indispensável tem apresentado muitos diferenciais para o mercado imobiliário, sendo você corretor de imóveis que está iniciando ou que já está bem conceituado no ramo.

Por ter essas variações e benefícios é necessário que esse grande recurso seja utilizado de maneira inteligente e eficiente. O site utilizado de maneira correta pode ser uma grande alternativa e estratégia para muitos corretores se destacarem no mercado imobiliário.

Qual a importância do site para corretor de imóveis?

Há muitas pessoas acessando a internet para buscar o imóvel ideal, é crescente e constante. Em uma pesquisa feita pela **Think Real Estate**, 60% do processo de compra de um imóvel é online, e as pesquisas que são feitas e procuradas na internet os consumidores conseguem mais informações.

Então, utilizar o site a seu favor é muito importante pois terá a possibilidade de alcançar mais clientes de uma forma bem prática, sem contar com a facilidade que o seu cliente poderá ter informações sobre determinado imóvel. Basicamente o site servirá como um vitrine online, exibindo os seus imóveis com o máximo de informações, com detalhes como, tipo do imóvel, a localização, preço, descrições e outras informações necessárias.

Essas informações bem preenchidas em seu site são fundamentais para gerar boas vendas, informações incompletas só irão fazer com que o seu possível cliente navegue pelo site do concorrente.

Podemos dizer que as vantagens para você utilizar um site são inúmeras, porém iremos abordar as principais vantagens:

- Praticidade no atendimento.
- Interação maior com o seu cliente.
- Conquistar possíveis clientes
- Ampliar a divulgação dos seus imóveis
- Uma vitrine dos seus imóveis online

Dessa forma é importante pesquisar soluções estratégicas e não perder a oportunidade de se destacar no mercado imobiliário. Aproveite esse número crescente de pessoas presente na internet e procure se ingressar nesse meio.

Então, busque uma plataforma completa como o **Software ville Imob**, onde você poderá realizar várias ações de Gestão e Marketing Online. Tome conhecimento e estude aspectos de gestão, e de marketing que essa plataforma poderá lhe proporcionar. [Saiba mais!](#)

Sucesso e Bons Negócios!

Sabrina Rozindo

Depto de Marketing – Software ERP ville Imob

uma solução da **villevox Comunicação e Marketing**

AÇÕES DE MARKETING DIGITAL PARA SUA IMOBILIÁRIA

07



A tendência do marketing digital é estar presente cada vez mais nas estratégias das imobiliárias, apesar de muitos utilizarem algum recurso que já fazem parte desse marketing, ainda há dúvidas de como realizar e planejar suas ações.

O marketing digital são ações comunicacionais onde as empresas poderão utilizar como um apoio de novas estratégias, seja elas através da internet, telefones celulares e vários outros meios digitais a fim de divulgar e comercializar seus produtos e serviços. A intenção mais lógica é conquistar novos clientes e melhorar cada vez mais a rede de relacionamentos.

Além disso, é uma forma de traduzir ações do próprio marketing sendo, estrategicamente, economicamente e operacionais, porém são adaptadas aos meios digitais que buscam e resultam com a mesma eficiência aos efeitos do marketing tradicional.

Com esses aspectos e características de chegar aos consumidores de uma forma rápida, prática e eficiente, é muito relevante as imobiliárias e também os corretores ficarem atentos e estudarem novas possibilidades de um planejamento das ações de marketing digital.

Por que fazer um planejamento de Marketing Digital?

Segundo o site [Resultados Digitais](#), há muitas empresas com dificuldades em programar seus próximos passos, é preciso definir e organizar os objetivos, projetos e metas. Saber como e quando realizar suas ações e quanto investir de recursos é essencial para o sucesso.

É necessário sempre definir as estratégias da sua imobiliária, seja para um empreendimento novo, ou para aproximação da sua empresa com os clientes, seja fidelização, o importante é ter esse planejamento.

Realizando ações de marketing digital para sua imobiliária.

Algumas imobiliárias já adotam ações de marketing digital, como e-mail marketing, SEO, Social Media (redes sociais), mobile marketing e links patrocinados. Essas ações são fundamentais para as imobiliárias e servem como alternativas e estratégias para vários negócios, porém tem empresas que já apresentam serviços como esse ou diferenciados

que poderão te ajudar e melhorar suas ações, veja:

Epungo Portal Imobiliário e Gerenciamento de Google Adwords

O portal imobiliário [Epungo](#) lançou um novo projeto de [gerenciamento automático de Adwords](#). O serviço é destinado a Gestão de Adwords : anúncios pagos na busca do google, o sistema cria e gerencia anúncios otimizados para regiões e objetivos específicos com base em um menu de estratégias pré-definidas e customizáveis.

- Menu de estratégias.
- Customização de estratégias.
- Direcionamento geográfico preciso.
- Remarketing & Rede de Display.
- Anúncios multimídia (fotos & videos).
- Integrado aos principais sistemas imobiliários.

A ferramenta é pioneira de gestão foi criada com o mercado imobiliário brasileiro em mente, e possibilita a gestão automatizada de sua carteira no AdWords. [Clique aqui para saber mais](#) sobre gerenciamento de campanhas no Google Adwords do Epungo.

Apto Jardim Oceania 3 dormitórios, 3 suítes, 115 m2, 2 banheiros, wc emp., residencial. www.epungo.com.br	▲ CPC R\$ 0.48 ▲ CTR 4.90 ▲ Imp 143 ▲ Clks 7
Apto Jardim 13 de Maio 3 dormitórios, 1 suíte, 81 m2, 2 banheiros, piscina, residencial. www.epungo.com.br	▲ CPC R\$ 0.15 ▲ CTR 2.71 ▼ Imp 295 ▼ Clks 8
Apto Bairro dos Estados 2 dormitórios, 1 suíte, 1 vaga, 77 m2, 2 banheiros, residencial. www.epungo.com.br	▲ CPC R\$ 0.50 ▲ CTR 3.74 ▲ Imp 428 ▲ Clks 16
Apartamento Miramar 3 dormitórios, 1 suíte, 1 vaga, 84 m2, 2 banheiros, piscina, vende. www.epungo.com.br	▼ CPC R\$ 0.72 ▼ CTR 3.46 ▲ Imp 289 ▼ Clks 10

Aqua: Soluções Touchscreen Multitoque

Essa empresa cria e produz equipamentos e aplicativos touchscreen. O [Painel Touch Screen](#) é um equipamento inovador que poderá ajudar as imobiliárias, no atendimento aos clientes.

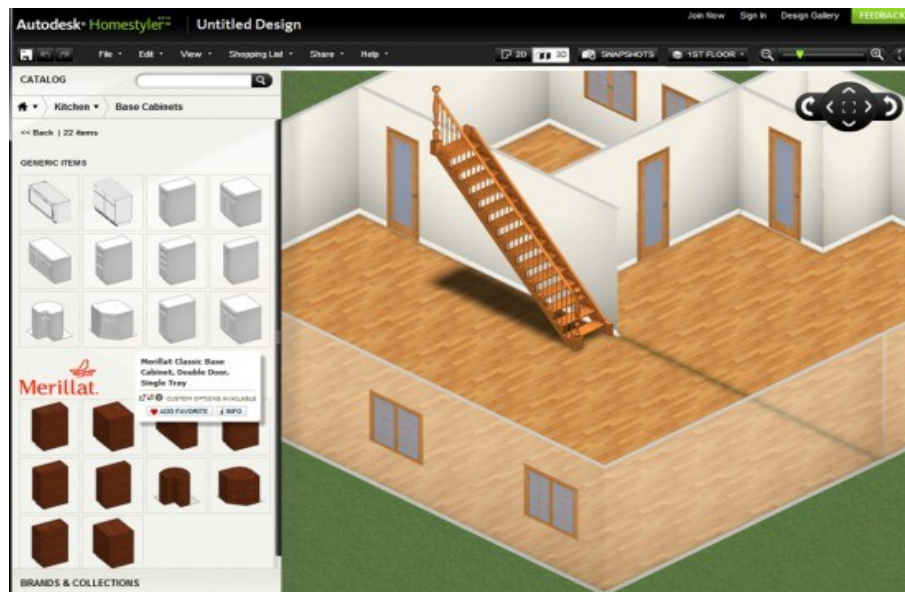
O painel é computador integrado de alta performance que garante uma excelente experiência interativa para o usuário. As fotos dos imóveis poderão ser apresentadas para os clientes de maneira diferenciada.



Algumas construtoras como MRV engenharia, e TECNISA já utilizam essa grande ferramenta, geralmente elas são mais usadas em situações de grandes demandas como eventos, espaços públicos e pontos de venda.

Autodesk Homestyler

Não é uma empresa, porém é um programa que permite que seja criado dimensões da sua planta baixa em 2D e 3D. O que era somente linhas tracejadas e geométricas poderá ficar melhor visivelmente para os seus clientes.



No *Autodesk Homestyler*, a planta pode ser criada online a partir de um novo modelo ou modelos existentes. Existem opções de personalizar a planta baixa tornando-se humanizada, ainda é possível realizar instantâneos de alta resolução do projeto e panorama 360. Essa ferramenta também está disponível como aplicativo, nas versões *Android*, *IOS*.

Portanto, ficam algumas informações e dicas de marketing digital, lembrando que um dos maiores benefícios do marketing digital dentro do mercado imobiliário é como ele impacta positivamente no resultado de suas buscas, tanto você cliente que busca seu imóvel, como você construtora ou imobiliária que procura o cliente para seu imóvel.

Sucesso e Bons Negócios!

Sabrina Rozindo

Depto de Marketing – Software ERP ville Imob

uma solução da **villevox Comunicação e Marketing**

SAIBA COMO UTILIZAR AS REDES SOCIAIS PARA VENDER IMÓVEIS

08



Devido a popularização da Internet e o aumento do número de usuários conectados diariamente, os padrões tanto de pesquisas quanto de compras estão em mudanças constantes, o que antes era feito apenas pelo contato pessoal, hoje existe a internet para facilitar e devido a popularização dos smartphones, tudo agora está sendo feito por eles.

A internet abre um leque enorme de variedades de dados pelos quais os consumidores podem recorrer para detalhar algo do seu interesse, como o produto, a empresa ou os serviços prestados. Diante deste novo cenário, as imobiliárias estão investindo cada vez mais em relacionamento pessoal com seus clientes para que possam conquistá-los cada dia mais e aproxima-se de possíveis novos clientes.

Hoje está valendo manter um relacionamento muito próximo com seu cliente, deixando um canal aberto de comunicação e uma via de relacionamento direto, onde o cliente possa se sentir especial, onde ele sabe que se ele tiver uma dúvida ali é o local para ele tirar.

Onde manter esse canal para o cliente?

A melhor forma de disponibilizar esse canal para o cliente é através das redes sociais, pois eles possuem um ambiente informal, onde a comunicação é direta e o cliente sente-se à vontade para perguntar, elogiar e criticar se for esse o caso.

Veja como utilizar as redes sociais para vender imóveis.

Facebook

O Facebook é a maior rede social voltada para entretenimento, logo não podia estar fora da sua estratégia de negócios. O Facebook é uma ferramenta que se usada corretamente, irá aproximar você do seu consumidor.

Para que você consiga atrair novos clientes através do facebook, o primeiro passo é criar uma fanpage da sua imobiliária e divulgar os imóveis disponíveis de uma forma atrativa e regular.

Você inserir os posts/anúncios manualmente no Facebook ou poderá contar com um [software imobiliário](#) para exportar os anúncios de imóveis cadastrados em seu sistema para a rede social, facilitando assim o dia a dia evitando recadastro.

Linkedin

Uma grande ferramenta de relacionamento profissional que vem crescendo constantemente no Brasil. Para os corretores e as imobiliárias utilizarem essa rede é uma possível captação de clientes potenciais, porém todo modo divulgar e vender os imóveis deverá ser bem planejado, pois se trata de uma rede social onde o foco é o profissionalismo.

Pode haver dinamismo como toda rede social, mas o segredo é passar as informações para os seus clientes de uma forma mais direta e cautelosa. Se possível não passe informações somente de vendas, tente dar dicas que será relevantes para os seus clientes.

O [ville Imob](#) exporta os seus anúncios de imóveis para o LinkedIn, potencializando suas vendas e locações.

Use e abuse do Instagram

Utilize o instagram de uma forma constante, sempre com postagens de fotos dos imóveis que estão em destaque naquele dia ou naquela semana. Deixe claro se o imóvel está para venda ou para aluguel e utilize as hashtags para que suas postagens estejam sempre bem colocadas, dessa forma mais pessoas irão visualizar suas postagens.

Twitter

Como o instagram, no twitter o corretor e a imobiliária poderão utilizar para realizar promoções de vendas, descontos, prévias de lançamentos. Como essa rede social limita o espaço de texto, não é muito interessante extrapolar, utilize poucos textos e passe as principais informações sobre o imóvel ou as promoções.

No twitter também podem ser inseridas imagens, então quando puder insira imagens de um empreendimento, de um imóvel a venda, dentre outros. O importante é trazer interação nos seus tweets, então, utilize hashtags, faça post atrativos.

Ter esses recursos e utilizá-los é fundamental para os seus processos imobiliários. Então não perca a oportunidade! Utilize [plataforma como ville Imob](#) que te oferece em único sistema a opção de integrar os seus imóveis nas redes sociais (Facebook, Twitter e LinkedIn), podendo alcançar mais clientes potenciais e aumentando a visibilidade dos seus imóveis.

Aproveite desses novos recursos de promoção de vendas e locações de imóveis. Participe deixando um comentário, se você já utiliza as redes sociais, e quais são elas. Sucesso e Boas vendas!

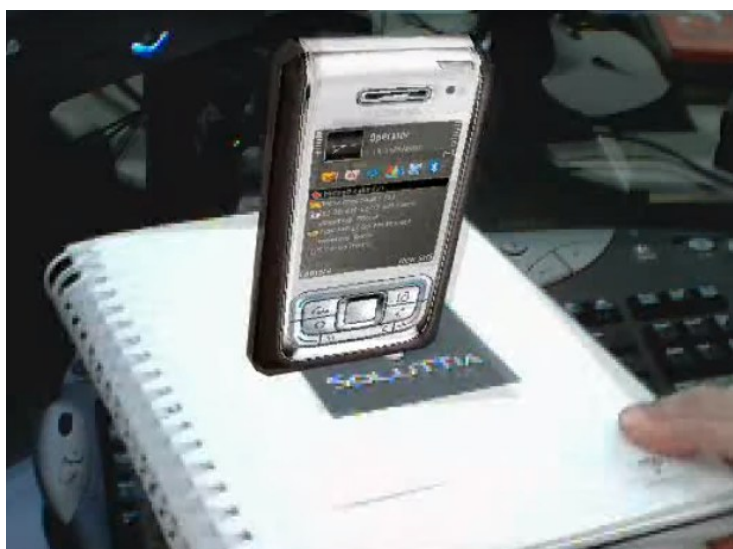
REALIDADE AUMENTADA PARA O MERCADO IMOBILIÁRIO

09



As construtoras estão apostando pesado na tecnologia como um todo para aproveitar o crescimento e expansão do mercado imobiliário. A realidade aumentada para o mercado imobiliário veio para acrescentar. Para quem não conhece a tecnologia da realidade aumentada consiste em misturar imagens reais e digitais para conquistar de vez os clientes.

Veja um resumo sobre o que é realidade aumentada, extraído do site wikipédia: Designa-se realidade aumentada (RA) a integração de informações virtuais a visualizações do mundo real. Atualmente, a maior parte das pesquisas em RA está ligada ao uso de vídeos transmitidos ao vivo, que são digitalmente processados e “ampliados” pela adição de gráficos criados pelo computador. Assista abaixo alguns exemplos práticos de realidade aumentada:



A realidade aumentada está cada vez mais ganhando adeptos no mercado imobiliário devido ao fascínio que ela causa nos clientes, pois é possível ver o empreendimento em tamanho real mesmo que não exista nenhum tijolo colocado. Dessa forma, o cliente tem uma ideia real do que está investindo.

A Incorporadora e Construtora Rossi foi a criadora do maior marcador de realidade aumentada no mundo, utilizaram a tecnologia para projetar um prédio comercial em modelo tridimensional em tamanho real que foi construído em Vitória, no Espírito Santo.

Para os clientes verificarem como iria ficar a construção depois de pronta, fizeram um voo de helicóptero onde foi captado a imagem da área onde se encontra no atual momento o imóvel, tão surpreendente que a construtora e incorporadora garantiu o título de maior marcador de realidade aumentada no mundo pelo Guinness World Records. [Veja o vídeo](#)

Em outros recursos dessa tecnologia é preciso colocar uma lona preta com uma marcação branca que servirá como um código 2D. Para que você possa impactar seus clientes, visualizando o empreendimento em tamanho real em meio ao espaço ainda sem nada construído.

Maquetes em 3D: Apesar de não ter a grandiosidade da outra demonstração apresentada anteriormente, as maquetes 3D são práticas e não dependem de uma estrutura tão grandiosa para sua demonstração. Com ela, o cliente pode visualizar o empreendimento sem que nada tenha sido construído ainda. O interesse é que na maquete 3D seja exibido como o empreendimento em questão irá se integrar ao local.

Integração com 3D: Como falamos em outro artigo do ville Imob, o QR CODE pode ser integrado facilmente com a realidade aumentada, hoje já está sendo possível projetar a partir de um QR CODE que foi inserido em um folder de divulgação de um empreendimento em 3D.

A integração entre a realidade aumentada e o QR CODE tem rendido boas vendas para as imobiliárias que investiu em novas tecnologias e novas formas para chamar a atenção do seu cliente. Outro exemplo de aplicação de realidade aumentada para o segmento imobiliário da construtora Rossi. Agora, em escala reduzida, ou seja, não é em tamanho original como o anterior. [Assista o vídeo](#).



Já existem aplicativos que são colocados em pen drives para evitar que o cliente precise ir até o stand para visualizar o empreendimento, você consegue realizar a demonstração utilizando apenas o notebook.

Então, os corretores e as imobiliárias deverão possuir um conhecimento e utilizar cada vez mais essas tecnologias, dessa forma terá possibilidades de garantir sucesso nas vendas, locações ou seja qual for o seu empreendimento. Participe deixando um comentário se você já está utilizando esses recursos.

Sucesso e Boas vendas!

DICAS PARA CRIAR E-MAIL MARKETING PARA SUA IMOBILIÁRIA

10



A maioria das pessoas prefere receber qualquer tipo de informação por e-mail, até mesmo devido a praticidade. Apesar de existirem empresas que ainda praticam SPAM por não possuir um mailing confiável, enchendo sua caixa de e-mails desnecessários, o e-mail marketing ainda pode ser muito interessante para sua imobiliária.

Quando uma campanha de e-mail marketing é bem executada, o sucesso é garantido, você certamente conseguirá atrair novos clientes e o mais importante que estejam verdadeiramente interessados na sua oferta.

Como criar E-mail marketing para sua imobiliária?

Não existem segredos para criar uma campanha de e-mail marketing, porém você precisa ter um mailing confiável, para não virar um SPAM como as outras empresas. Primeiramente no site tanto da imobiliária quanto no site pessoal dos corretores é preciso ter uma página de captação de e-mails, para iniciar a formação do seu mailing. Um formulário com um ou dois campos apenas (nome e e-mail). As pessoas se cadastram para receberem algo, como novidades, informativos, posts dos blogs ou algum material digital como e-book.

Em [site para imobiliária](#) é interessante ter na sua home uma captação desses e-mails. O sistema ERP [ville Imob](#) por exemplo, oferece um sistema de Newsletter (informativo direcionado) e um formulário de captação na home de seus templates de site. Confira aqui os [Sites para imobiliárias](#).

Vamos para o e-mail marketing:

Trace suas metas

Você precisa ter seu objetivo descrito claramente, determine que metas você deseja alcançar, não esqueça que precisa ser realista pois as metas estabelecidas precisam ser cumpridas. Não pense grande, estude onde você quer chegar. Exemplo: Você tem uma carteira de 100 clientes e você quer dobrar esse número, logo sua meta será alcançar 100 novos clientes. Já vimos muitos relatos de especialistas em marketing digital, que não adianta comprar listas com milhões de e-mails, além de serem encarados como SPAM, provavelmente não trarão bons retornos.

Direcione sua campanha corretamente

Sua campanha de e-mail marketing precisa ser desenvolvida de uma forma personalizada, pensada exclusivamente para seu público-alvo. Separe sua lista de e-mails de acordo com os fatores relevantes para seu negócio, como: Idade, Status atual, Renda Mínima, Poder aquisitivo. Você também pode utilizar resultados anteriores como fatores relevantes, como: Aquisições anteriores e a taxa de conversão dos e-mails.

Crie um título chamativo

Quando você consegue criar um título bem chamativo, você consegue atrair a atenção do seu público, algo como: “Tenho certeza de que você se surpreenderá ao abrir esse e-mail”, dessa forma naturalmente ele já será atraído pela curiosidade para abrir o e-mail. Não coloque informações demais no campo Assunto, coloque apenas o necessário para chamar a atenção, nunca ultrapasse o limite de 40 caracteres para evitar que seu cliente perca o interesse no seu e-mail.

Seu e-mail marketing precisa ser claro

Para que seu e-mail marketing não seja jogado no lixo, você precisa ter uma chamada clara e muito bem planejada. Veja umas dicas simples:

- Sua chamada precisa estar na parte superior do e-mail;
- Use cores fortes para chamar a atenção para o botão da chamada;
- Crie um sensor de urgência em seus usuários, algo como “Oferta por tempo limitado”

Teste sua campanha

E por fim, não podia faltar os testes, essa ainda é a melhor forma de você conseguir ter certeza de que sua campanha está tendo sucesso. E caso não esteja saindo conforme esperado, mude seus filtros e envie antes um disparo para o seu e-mail para testar. Não exagere na quantidade de links e imagens no corpo do e-mail pois pode ser encarado como SPAM por alguns provedores. Ajustes serão sempre necessários.

Desejamos Sucesso e Bons Negócios.

COMO UM CRM PARA IMOBILIÁRIA PODE LHE AJUDAR NAS VENDAS

11



Foi-se o tempo em que a venda (comercializar), era mais importante do que a satisfação do cliente. Essa função foi tendo alterações passando de somente interesse para uma aproximação do cliente e satisfação por ter comprado determinado produto.

Hoje toda imobiliária e qualquer outra empresa precisam entender a sua estratégia de negócio concentrando a necessidade e entendimento de sua eficácia no cliente, o famoso CRM (Customer Relationship Management).

Com a utilização do CRM nas imobiliárias tem-se a possibilidade de alcançar clientes potenciais, conseguindo interagir com o cliente e realizando os procedimentos de pré-venda e pós venda, que são etapas fundamentais para o corretor de imóveis para garantir venda com satisfação.

Pré-venda – Registro do Atendimento

Manter o primeiro contato com o cliente (leads), colher todas informações e o que o cliente necessita. Geralmente o corretor faz o papel do psicólogo, a sua atenção é voltada em escutar o paciente e entendê-lo anotando as informações principais. Depois das informações colhidas são lançadas no CRM.

Fidelização e Cruzamento de dados

Uma das funções do CRM é fidelizar clientes, onde é buscado a satisfação completa do cliente, entendendo as suas necessidades até realizar uma análise e oferecer o produto. Basicamente esse tipo de análise é feito com as informações colhidas e registradas no CRM, como: o perfil do imóvel que o cliente deseja, tipo de imóvel (casa, apartamento), informações adicionais, a localização (bairro, cidade, estado) e principalmente o valor.

Todo cliente deseja levar um bom produto por um ótimo preço, principalmente quando se trata de casa própria, caracterizado como um sonho de muitas pessoas.

Esse ponto é onde o corretor deverá ter bastante atenção e mostrar que possui respeito ao seus clientes, não adianta vender a preço de banana e a localização do imóvel não for boa ou vender a custo alto e o imóvel não está em um bom estado, lembre-se sempre da satisfação de seu cliente. Passe todas as informações do imóvel

Gerencie seus Clientes e Proprietários

A utilização de [CRM para imobiliária](#) não é somente para captação e satisfação dos clientes, você também pode cadastrar informações dos proprietários dos imóveis para facilitar ainda mais o seu atendimento.

Mas como utilizar o CRM para imobiliária e apresentar um atendimento de qualidade?

Busque plataformas como o **software ville Imob**, que além de apresentar soluções integradas como Site imobiliário, Software de Gestão, Versão Mobile e integrações com portais imobiliários ainda oferece o CRM Imobiliário.

Com o CRM imobiliário você pode realizar todos esses procedimentos, tendo a possibilidade de cruzar perfis de imóveis com seus clientes, obter relatórios, follow up, prestação de contas aos proprietários, controle e registro de atendimentos, visitas aos imóveis e feedback de seus clientes. Além de realizar o processo de pós-venda.

Pós-venda e Geração de Contrato.

Depois da venda ou locação do imóvel. Entre em contato por telefone pois terá o controle no CRM de cliente fidelizado, pergunte ao cliente se está tudo certo, envie e-mails newsletter com dicas de utilidades, como por exemplo como mobiliar o imóvel, tipos decorações e outros. Interaja de forma com que o cliente identifique que realmente você deseja a satisfação dele. Com o CRM você poderá na maioria das vezes também utilizar os dados do cliente e proprietário para a geração de contratos Imobiliários, facilitando e otimizando o trabalho de sua imobiliária.

Lembre-se sempre que cliente satisfeito é resultado de um atendimento de excelência e qualidade. Sucesso e Boas vendas!

Sabrina Rozindo

Depto. de Marketing

villevox Comunicação e Marketing

O USO DO WHATSAPP NO MERCADO IMOBILIÁRIO

12



WhatsApp

Com a mudança na forma de comunicação, onde todo mundo não tem tempo disponível para nada e correria impera, é preciso pensar em novas e melhores maneiras para conquistar o cliente, agilizar o processo de vendas bem como a comunicação com o cliente, que muitas vezes é prejudicada por essa correria do cotidiano.

O Whastapp é o principal aplicativo da atualidade de mensagens, que está sendo utilizada pelos corretores de imóveis para melhorar a comunicação com seu cliente, com ele é possível tirar dúvidas, enviar fotos e vídeos do imóvel que está em negociação ou está no perfil solicitado pelo cliente. Dessa forma, o tempo do cliente é otimizado, evitando que ele perca algo para conseguir ver o imóvel, caso o imóvel seja interessante de acordo com as fotos e vídeos enviados, a visita será apenas para confirmação e potencializar ainda mais a compra.

O whastapp é muito simples de ser utilizado, está disponível para o Android, iOS e Windows Phone. Basta tê-lo instalado em seu aparelho e estar conectado por meio de Wi-Fi ou 3G para conseguir utilizá-lo. Seus clientes também precisam tê-lo instalado para que a comunicação possa ser realizada.

As vantagens não é só para os corretores, as imobiliárias podem fazer uso dos seus serviços para otimizar a comunicação dentro da empresa, com os clientes e funcionários, quer saber como? Confira abaixo:

Canal para sugestões, reclamações e dúvidas

Muitas imobiliárias estão adquirindo números exclusivos para utilizar o whastapp para escutar o que seu cliente tem a dizer, não só imobiliárias, como repórter, lojas de diversos ramos, revistas e canais de notícias. Você pode convidar seus clientes à adicioná-los.

Atendimento personalizado

Todo cliente gosta de um atendimento personalizado, além de utilizar um **CRM Imobiliário**, você pode também pelo whastapp, dar esse tipo de atendimento ao cliente. Problemas simples podem ser resolvidos, além disso mostra que a imobiliária tem preocupação com seus clientes além de mostrar qualidade em seus serviços.

Campanhas de marketing

Pelo whatsapp você pode criar grupos, segmentados quem sabe por tipo de imóvel de interesse e neles você pode divulgar os imóveis de acordo com o interesse de cada grupo. É uma forma de campanha de marketing mais efetiva até do que o e-mail marketing, pois nos grupos só estarão clientes verdadeiramente interessados. Além disso, toda a campanha que for realizada pela imobiliária, você pode enviar para todos os interesses em pouquíssimo tempo, otimizando seus recursos.

Comunicação Interna

Se você possui uma equipe dentro da imobiliária, você pode criar um grupo para facilitar avisos e conversar com todos ao mesmo tempo, é muito prático e facilita a todos. Com a utilização do Whatsapp no mercado imobiliário como um recurso disponível, é preciso tomar cuidado para não tratar assuntos fora do âmbito profissional ou ainda invadir o espaço pessoal da sua equipe, com comunicados e conversas fora do horário de expediente. Por um outro lado, existem também software de gestão para imobiliárias – como o caso do [ERP ville imob](#) – que gravam mensagens entre corretores no dashboard do sistema.

Agora seu cliente não fica mais sem resposta e você pode conseguir novos clientes de uma forma simples e rápida. O Whatsapp no mercado imobiliário veio para facilitar e agilizar os processos. Organize-se e comece a divulgação dos imóveis pelo meio de comunicação mais popular da atualidade. Esperamos que esta dica tenha sido útil.

A equipe do ville Imob lhe deseja Sucesso e Bons Negócios.

O MARKETING DIGITAL E A PROPAGANDA TRADICIONAL NO MERCADO IMOBILIÁRIO

13



Já se foi o tempo em que os [corretores](#) de imóveis precisavam se levantar da cadeira para captar imóveis e fechar negócios. Anúncios em jornais, placas e telefones eram as poucas alternativas disponíveis para se chegar ao cliente. Hoje, com 120,7 milhões de brasileiros com acesso à internet, de acordo com a estimativa da Nielsen IBOPE, a maneira de lidar com os clientes mudou. Nesse sentido, o corretor pode – e deve – divulgar o seu trabalho no mundo virtual.

Isso não significa que você tem que abandonar de uma vez por todas a propaganda tradicional no mercado imobiliário na sua estratégia de marketing. Pelo contrário, colocar placas pela cidade e anunciar imóveis pelos jornais ainda podem render conversões.

Na verdade, o que queremos dizer é que não dá para ir muito mais longe na carreira de corretor de imóveis, se você não investir em marketing digital. Isso porque o bom corretor está onde os clientes estão. E, pode acreditar, a maioria está conectado. Descubra, agora, as principais vantagens de divulgar seu serviço pela internet e aprenda um pouco como usá-la nesse sentido:

Benefícios da web

O grande segredo de investir pela internet é que com pouco dinheiro você consegue alcançar diretamente um grande número de pessoas. E com as ferramentas de monitoramento, como Google Analytics e Facebook Analytics, você sabe exatamente quantas pessoas visualizaram e interagiram com os seus anúncios.

Além disso, a internet possibilita um ganho de tempo muito grande nas negociações. Para se ter uma ideia de como esse trabalho dá frutos, a construtora Tecnisa realizou duas vendas pela web, uma de 500 mil reais pelo Twitter e outra de 460 mil reais por meio de um aplicativo de smartphone.

Agora, todo esforço só vai fazer sentido, se você souber quais os canais para divulgação e como anunciar por lá.

Redes sociais

Como você já deve saber, o brasileiro é um dos usuários mais ativos nas redes sociais. De acordo com ComScore, 90,8% dos brasileiros acessam redes sociais e ficam, em média, 4,9 horas mensais. A pesquisa ainda mostra que 55% dos usuários entre 35 e 49 anos usam as redes sociais para procurar novos imóveis. Ou seja: não perca essa oportunidade!

Pelo Facebook, publique fotos dos seus imóveis e compartilhe notícias relacionadas ao mercado **imobiliário**. Mas isso não é suficiente. Procure sempre interagir com os seus seguidores, respondendo os comentários e mensagens privadas. Com acesso aos principais interesses dos seus clientes, você ainda os conhece melhor.

Outra rede social que pode ser útil é o Twitter. Lá, por conta do limite de caracteres (140), procure publicar os links que direcionam para o seu blog ou página no Facebook.

E-mail marketing

O e-mail marketing é uma das ferramentas mais eficientes e democráticas do meio virtual. Se não fosse verdade, as multinacionais e pequenas empresas não se beneficiariam desse expediente. Segundo pesquisa da McKinsey&Company, o e-mail marketing pode ser até 40 vezes mais eficiente do que o Facebook para atrair clientes.

Mas isso só vai ser verdade, se você souber usar essa ferramenta. Antes de tudo, você precisa criar uma lista de e-mails que estejam interessados em receber o seu conteúdo. De preferência, pessoas que já te procuraram para comprar ou vender um imóvel ou já fecharam negócios com você.

Encaminhe e-mails com conteúdos que sejam úteis para quem está a procura de uma nova casa. Para quem já comprou, mande dicas de manutenção e reforma. Dessa forma, você conquista a confiança das pessoas da sua lista de e-mails.

Blog

Ter um blog pode ser decisivo para um corretor. Ele não tem a mesma eficiência para anunciar os imóveis, como as redes sociais ou o e-mail marketing, mas ele serve para mostrar que o profissional tem conhecimento na sua área. Produzindo conteúdos de qualidade sobre o mercado imobiliário, o corretor ganha credibilidade diante dos clientes.

Além do conteúdo, se preocupe com a acessibilidade do seu site, isto é, ele precisa ser acessível também para [smartphones](#) e tablets. Isso não é nenhuma bobagem. O Brasil possui mais de 42,5 milhões de usuários móveis, segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). Ou seja, se o seu site não entra em dispositivos móveis, você deixa de alcançar bastante pessoas.

Depois de conferir essas dicas, é hora de colocar a mão na massa! Não perca mais tempo, o seu cliente pode estar a um clique de você.

10 DICAS DE MARKETING DIGITAL NO MERCADO IMOBILIÁRIO

14



O cenário de venda de imóveis mudou drasticamente ao longo dos últimos 20 anos. Os meios de comunicação e marketing, como internet, computadores, smartphones e redes sociais mudaram o modo como vivemos e nos comunicamos. Seguem 10 dicas de sobreviver nesta nova selva publicitária.

1 – Sobreviveram à estas grandes mudanças quem as reconheceu e se adaptou.

2 – O marketing digital no mercado imobiliário está evoluindo:

A Internet criou milhares de novas oportunidades de marketing, dado o aumento de conteúdo, e-mail e marketing de mídia social. Mesmo com a tecnologia adentrando a área imobiliária, os [corretores de imóveis](#) de hoje dependem fortemente de meios tradicionais de marketing, ou seja, propagandas em anúncios em jornais por exemplo. Este meio é muito eficiente ainda mas não atinge pessoas on-line e é aí que as pessoas gastam muito do seu tempo.

3 – É fundamental para os agentes e corretores de imóveis abraçar o marketing digital porque as pessoas mais do que nunca estão usando a internet para encontrar casas em sua área que estão à venda.

4 – Social Media Marketing é essencial

Redes de mídia social são exatamente o que os agentes [imobiliários](#) precisam para construir relações com potenciais compradores dentro de sua comunidade. Quanto às principais redes de mídia social, que você deve considerar como agente imobiliário são Pinterest, Twitter, Facebook, Instagram, Google+ e LinkedIn.

5 – O porque da eficiência das redes sociais no marketing imobiliário:

- Fique em contato com os clientes
- Seja mais acessível aos clientes
- Responda mais rapidamente aos clientes
- Comercialize os seus negócios para um público mais jovem

6 – Interessados neste tipo de mídia:

- Os clientes comuns
- As empresas de construção
- Agentes judiciais
- Investidores
- Jornais e emissoras de TV

7 – Precisa de algumas idéias de marketing de mídia social frescas?

Faça perguntas aos seus seguidores, como: “Qual cozinha você escolheria para esta casa na praia?”, em seguida dê opções, posts como este envolve seus seguidores e vai fazê-los comentar suas preferências e compartilhar sua página.

8 – Outra grande ferramenta de mídia social é o seu cabeçalho (topo personalizado). Atualizando esta peça-chave da mídia social imobiliária pode-se aumentar o seu alcance social e permite que você se conecte com alguém à procura de um imóvel.

9 -Marketing de conteúdo é importante

Marketing de conteúdo está se tornando a forma mais eficaz de atrair e converter prospectos em **clientes**. Marketing de conteúdo exige que você escreva conteúdo coadjutor. Postar vídeos curtos e escrever artigos são as formas mais eficazes de marketing de conteúdo.

10 – 70% dos consumidores acham que as empresas que criam conteúdo são mais comprometidas com a construção de um melhor relacionamento com eles.

2 – O marketing digital no mercado imobiliário está evoluindo: Abaixo estão 5 grandes idéias de artigo e vídeo para ajudar a construir a sua marca e expandir seu alcance on-line:

- O que procurar em uma casa (inspeção)
- Um guia sobre como comprar sua primeira casa
- 10 árvores para nunca plantar em seu quintal
- Top 15 – melhorias para aumentar o valor da sua casa
- 5 coisas para não fazer durante uma visita à uma casa de possível interesse de compra

Um dos maiores benefícios do marketing imobiliário é como ele impacta positivamente no resultado de suas buscas, tanto você cliente que busca seu imóvel, como você construtora ou imobiliária que procura o cliente para seu imóvel.

A IMPORTÂNCIA DA LÍNGUA ESTRANGEIRA NO MERCADO IMOBILIÁRIO

15



Ao todo, o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) espera a vinda ao Brasil de cerca de 400 mil turistas estrangeiros para assistir ao Jogos Olímpicos 2016. De olho no evento esportivo que será disputado no Rio de Janeiro, os setores de hotelaria, turismo e restaurantes já se movimentam para atender a esses milhares de turistas que devem desembarcar em agosto. Isso inclui a contratação de profissionais que conseguem falar outro idioma.

E você, como corretor de imóveis, já pensou em aprender a falar uma língua estrangeira para atender os estrangeiros que vêm visitar o país durante esse período?

Mas não pense que é só em eventos esportivos que o Brasil se torna destino dos estrangeiros. Anualmente, o país recebe milhares de pessoas do mundo inteiro que chegam aqui para estudar, trabalhar ou simplesmente investir. E, claro, eles não vão morar debaixo de pontes, eles precisam de um imóvel, mesmo que seja alugado.

Em resumo, de uma forma ou de outra, os estrangeiros precisam contar com os serviços de um corretor de imóveis, já que é ilegal fazer qualquer transação imobiliária sem a intermediação de um profissional capacitado. Agora, as questões que ficam são: você está preparado para atender aos clientes estrangeiros? Você domina um segundo idioma? Você sabe a importância da língua estrangeira no mercado imobiliário?

Veja, a seguir, como dominar um segundo idioma pode ser fundamental para se destacar no mercado:

Poucos corretores conseguem fazer negócios com estrangeiros

O Sistema Cofeci/Creci realizou uma pesquisa com os [corretores de imóveis](#) inscritos no conselho da categoria a respeito do domínio do segundo idioma. O resultado mostra que metade (50%) consegue se comunicar bem na língua inglesa, 36% dos profissionais leem e escrevem em espanhol e, por fim, apenas 11% falam e escrevem em francês.

Fazendo uma análise simples, se você tiver o inglês como segunda língua, você já sai na frente de metade dos corretores de imóveis. Vale lembrar que o inglês é considerado uma língua universal, quase todos os estrangeiros falam em inglês.

Por que os estrangeiros procuram imóveis no Brasil?

Há algumas (boas) razões para os estrangeiros buscarem imóveis no Brasil. Em primeiro lugar, o país anda recebendo cada vez mais estudantes de todas as partes do mundo.

Ainda é muito comum brasileiros fazerem intercâmbio. Só no ano passado, mais de 230 mil jovens deixaram o país para estudar no exterior. No entanto, de acordo com o Ministério do Turismo, foram mais de 108 mil estrangeiros que chegaram ao Brasil para estudar em 2014. Mesmo que seja por um tempo determinado, eles precisam alugar um imóvel para ficarem.

Por outro lado, também há estrangeiros que chegam ao país para se estabelecerem. São os casos dos profissionais contratados para trabalharem em empresas multinacionais com sede no Brasil. Ao todo, foram mais de 18 mil estrangeiros autorizados pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) a trabalhar no Brasil no primeiro semestre de 2014.

Por fim, os investidores estrangeiros enxergam o mercado imobiliário como uma ótima oportunidade de fazer negócios. Ainda mais com a desvalorização da nossa moeda, os preços dos imóveis brasileiros não pesam tanto no bolso do investidor de fora. Aproveite esse movimento para captar clientes estrangeiros e fechar bons negócios em tempos de crise.

Já deu para perceber o quanto é importante falar uma língua estrangeira, não é verdade? Então, deixe de preguiça e comece a praticar o segundo idioma, de preferência o inglês. Assim, você sai na frente de outros profissionais e pode fazer negócios internacionais!

Bons estudos!



O VILLE IMOB É UM SOFTWARE IMOBILIÁRIO COMPOSTO POR 7 SOLUÇÕES ONLINE, COMO: SITE IMOBILIÁRIO + SOFTWARE DE GESTÃO + VERSÃO MOBILE + CRM IMOBILIÁRIO + SISTEMA DE CHAT + INTEGRAÇÃO SOCIAL + INTEGRAÇÃO PORTAIS, ONDE O CORRETOR OU A IMOBILIÁRIA PODERÁ REALIZAR VÁRIAS AÇÕES DE MARKETING ONLINE, COM QUALIDADE E CUSTOS ACESSÍVEIS .

POTENCIALIZE SUAS VENDAS E LOCAÇÕES DE IMÓVEIS COM ESTE SOFTWARE IMOBILIÁRIO.

WWW.VILLEIMOBILIARIAS.COM.BR

SIGA-NOS EM NOSSAS REDES SOCIAIS
E FIQUE POR DENTRO DE TODAS NOSSAS
NOVIDADES



[FACEBOOK.COM/
VILLEIMOBILIARIAS](https://FACEBOOK.COM/VILLEIMOBILIARIAS)



[INSTAGRAM.COM/
VILLEIMOB](https://INSTAGRAM.COM/VILLEIMOB)



[TWITTER.COM/
VILLEIMOB](https://TWITTER.COM/VILLEIMOB)



[LINKEDIN.COM/IN/
VILLEIMOB](https://LINKEDIN.COM/IN/VILLEIMOB)



[PLUS.GOOGLE.COM/
U/o/+VILLEIMOB-
SOCIAL](https://PLUS.GOOGLE.COM/U/o/+VILLEIMOB-SOCIAL)



[BR.PINTEREST.COM/
VILLEIMOB1](https://BR.PINTEREST.COM/VILLEIMOB1)