

# COMO VENDER IMÓVEIS NAS REDES SOCIAIS.

Uma maneira fácil para você colocar em  
prática suas ações de marketing.





# SUMÁRIO

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Introdução.....                                                               | 02 |
| 1- Corretor de Imóveis: venda sem vender! Dicas vitais nas redes sociais..... | 03 |
| 2- Saiba como utilizar as redes sociais para vender imóveis.....              | 07 |
| 3- As principais redes sociais para corretores de imóveis.....                | 11 |
| 4- Corretor: aumente o engajamento da sua página imobiliária no Facebook..... | 14 |
| 5- Como utilizar o Facebook orgânico e Facebook Ads para vender imóveis.....  | 19 |
| 6- 5 dicas de como utilizar o WhatsApp para vender imóveis .....              | 23 |
| 7- Como filmar imóveis pelo celular e enviar no WhatsApp.....                 | 27 |
| 8- Por que e como promover seus anúncios imobiliários no Instagram.....       | 31 |
| 9- Como usar o Instagram Stories para vender imóveis.....                     | 34 |
| 10- Como o agendamento de posts nas redes sociais ajuda o corretor?.....      | 38 |



# INTRODUÇÃO



Seja você corretor de imóveis, gerente de uma imobiliária, consultor de vendas ou apenas um entusiasta do mercado imobiliário que queira ampliar seus conhecimentos, e inovar na divulgação de seus imóveis, acreditamos que esse material possa lhe ajudar a esclarecer e lhe ajudar no dia a dia de sua imobiliária, no que diz respeito à Redes Sociais.

Neste E-book abordamos diversos temas, estratégias interessantes e dicas do uso das redes Sociais na divulgação de seus Imóveis.

Nosso principal objetivo é facilitar e melhorar sua rotina de trabalho com os recursos que temos contato diariamente, levando sempre excelência e qualidade para o público-alvo, resultando no aumento dos seus leads, e consequentemente potencializar suas vendas e locações de seus imóveis.





# 1. Corretor de imóveis: venda sem vender!

## Dicas vitais nas redes sociais



Com uma concorrência tão acirrada, conquistar um cliente potencial no mercado imobiliário é um desafio e tanto. Nisso, o atendimento vira um grande diferencial. Por isso, corretor de imóveis: venda sem vender! Os tempos mudaram e um interessado em alugar ou comprar um imóvel não vai fechar negócio com o primeiro que lhe apresentar uma proposta.

De modo geral, os consumidores buscam informações na internet para conhecer as mais variadas opções e condições de oferta. Assim, eles se sentem mais seguros para fechar um negócio. Dessa maneira, redes sociais, site imobiliário e blog viram um aliado ao corretor de imóveis.



Só tome cuidado para não transformar esses canais em um outdoor online. Além de anúncios, é importante que você atualize-os com conteúdos relevantes para seu público-alvo, como dicas de financiamento e sugestões de reforma para valorizar um imóvel.

Ao fazer isso, os clientes passam a enxergar você como um profissional qualificado para iniciar uma negociação. Em suma, você está vendendo seus serviços sem ser aquele corretor chato que só pensa em vender e não se preocupa com as necessidades de seus clientes.

Nas próximas linhas, vamos mostrar algumas estratégias para atrair potenciais clientes com a internet e o marketing digital. As plataformas da rede serão a vitrine da sua marca e farão com que os potenciais clientes pensem em você antes de decidir fechar um negócio.

## ATUALIZAÇÕES SÃO IMPORTANTES

Antes de qualquer coisa, muitos profissionais perdem boas oportunidades, pois não mantêm seus dados atualizados nas redes sociais. Endereços, e-mail e números de telefones para contato profissional devem constar em todos os canais que o cliente possa te encontrar.

Já pensou ele ligar para o seu número de telefone antigo só porque você não atualizou seus dados nas redes? Será um grande vacilo, hein!





## ALIMENTE SUAS REDES SOCIAIS

Dê atenção especial para as mídias sociais para aumentar a visibilidade do seu negócio. Tenha um plano periódico de postagens e mantenha-se atento para responder imediatamente aos comentários que aparecerem. Isso passa a impressão de que você sempre está à disposição para atender aos seus clientes.

Todos os seus perfis sociais precisam estar ativos com conteúdo que chame a atenção de seus seguidores. Ah, e sem desculpas de falta de tempo que você não consegue lidar com todas as plataformas disponíveis. Com a integração social do ville imob, você só precisa de poucos minutos para manter suas contas atualizadas.

## ATENÇÃO AO ESCREVER

Não adianta se manter ativo na internet e não saber transmitir uma mensagem. Divulgar um conteúdo de maneira a expressar exatamente o que se passa na sua cabeça é uma tarefa muito difícil. Tente manter um tom respeitoso, sem parecer frio. Leia e releia seu texto antes de postar e tenha certeza que o que escreveu não será mal interpretado.

## CONVERSE COM SEU PÚBLICO



"Corretor de imóveis: venda sem vender!". À primeira vista, essa sugestão parece uma missão impossível. No entanto, antes de ficar no pé de seu cliente para fechar um negócio, você precisa conquistar a confiança dele.



Nesse sentido, é fundamental que você inclua as dores e necessidades do seu público-alvo cliente na hora de publicar um conteúdo nas redes sociais. O ideal é que você utilize as plataformas virtuais para conversar com os usuários e informá-los sobre coisas que realmente tenham relevância.

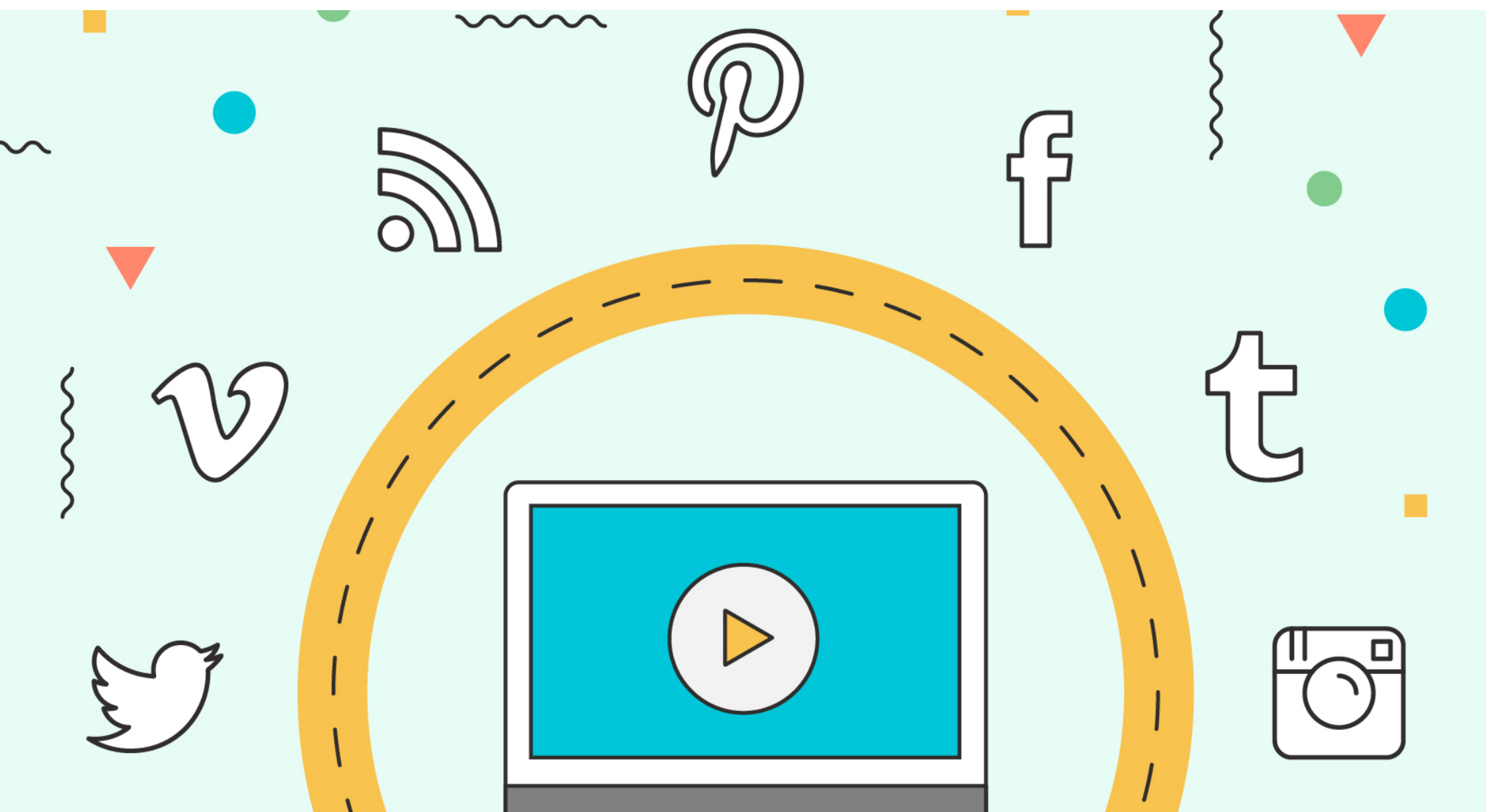




## ATRAIR O CLIENTE A PARTIR DO MARKETING DIGITAL



Antes de querer vender a todo custo, você deve educar a audiência do seu site, blog e redes sociais, sobre tudo que sua imobiliária pode oferecer. Mais do que isso, você vai apresentá-los referências sobre o mercado imobiliário e influenciar sutilmente na decisão de compra de futuros clientes.



Assim, todas as suas ações devem ter como objetivo atrair o cliente por meio de um trabalho de relacionamento. Aqui, seu conteúdo precisa ser personalizado e autoral.

Vale lembrar que esse trabalho não dá resultados imediatos, mas, a longo prazo, ele compensa (e muito!).

Quando aquele usuário pensar em comprar um apartamento, a primeira pessoa que vai imaginar é naquele que o informou de maneira responsável.

Por isso, corretor de imóveis: venda sem vender!



## 2. Saiba como utilizar as redes sociais para vender imóveis



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 leads para que possam conquistá-los cada dia mais e aproximarem-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 ali possui 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.

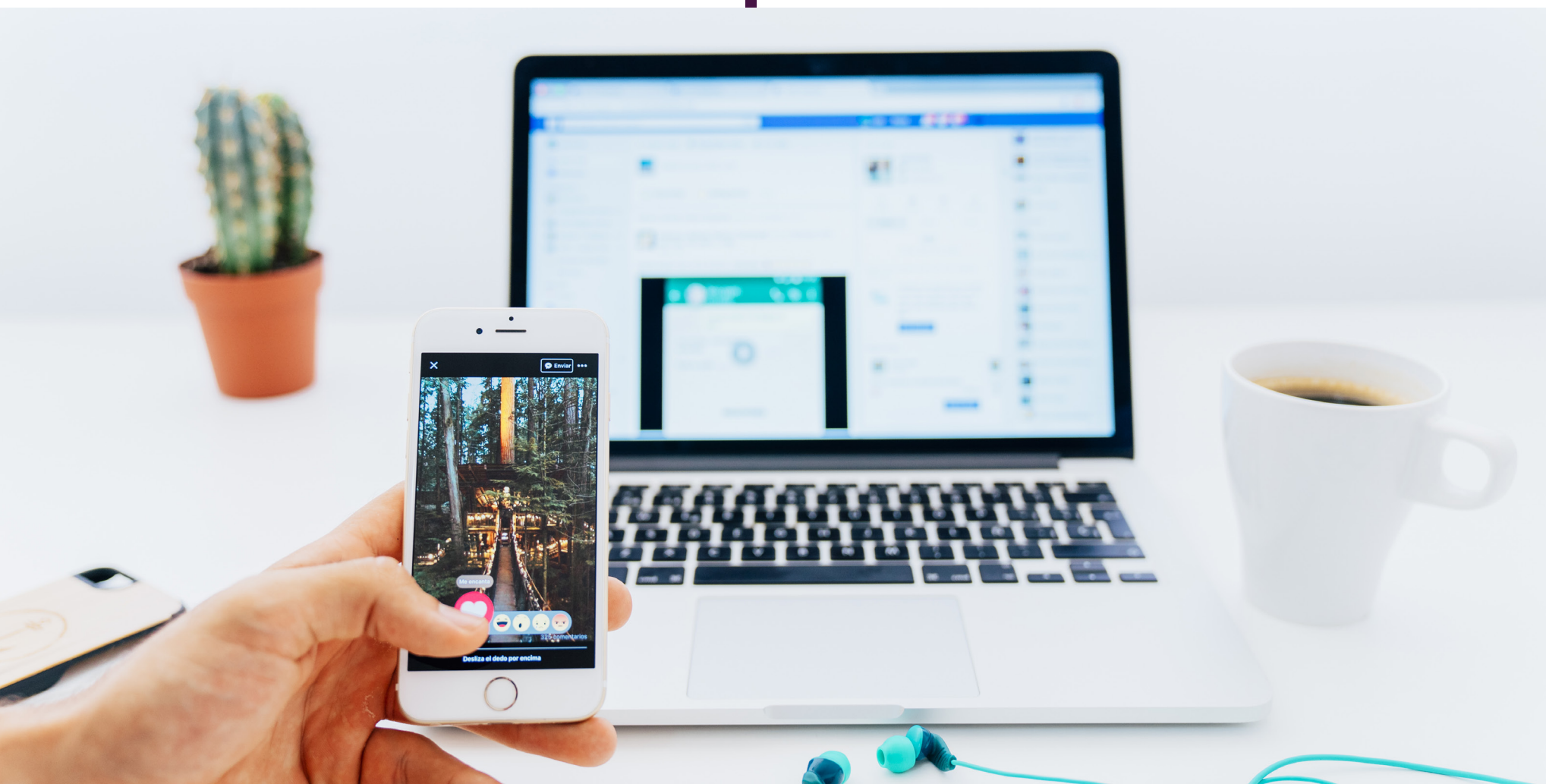
Veja como utilizar as redes sociais para vender imóveis.

## 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 insere 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.





*"Se possível não passe informações somente de vendas, tente dar dicas que serão relevantes para os seus clientes."*

*O ville Imob exporta os seus anúncios de imóveis para o LinkedIn, potencializando suas vendas e locações."*



## LinkedIn

Uma grande ferramenta de relacionamento profissional que vem crescendo constantemente no Brasil. Para os corretores e as imobiliárias essa rede é uma possível captação de clientes potenciais, porém todo o 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 serão 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

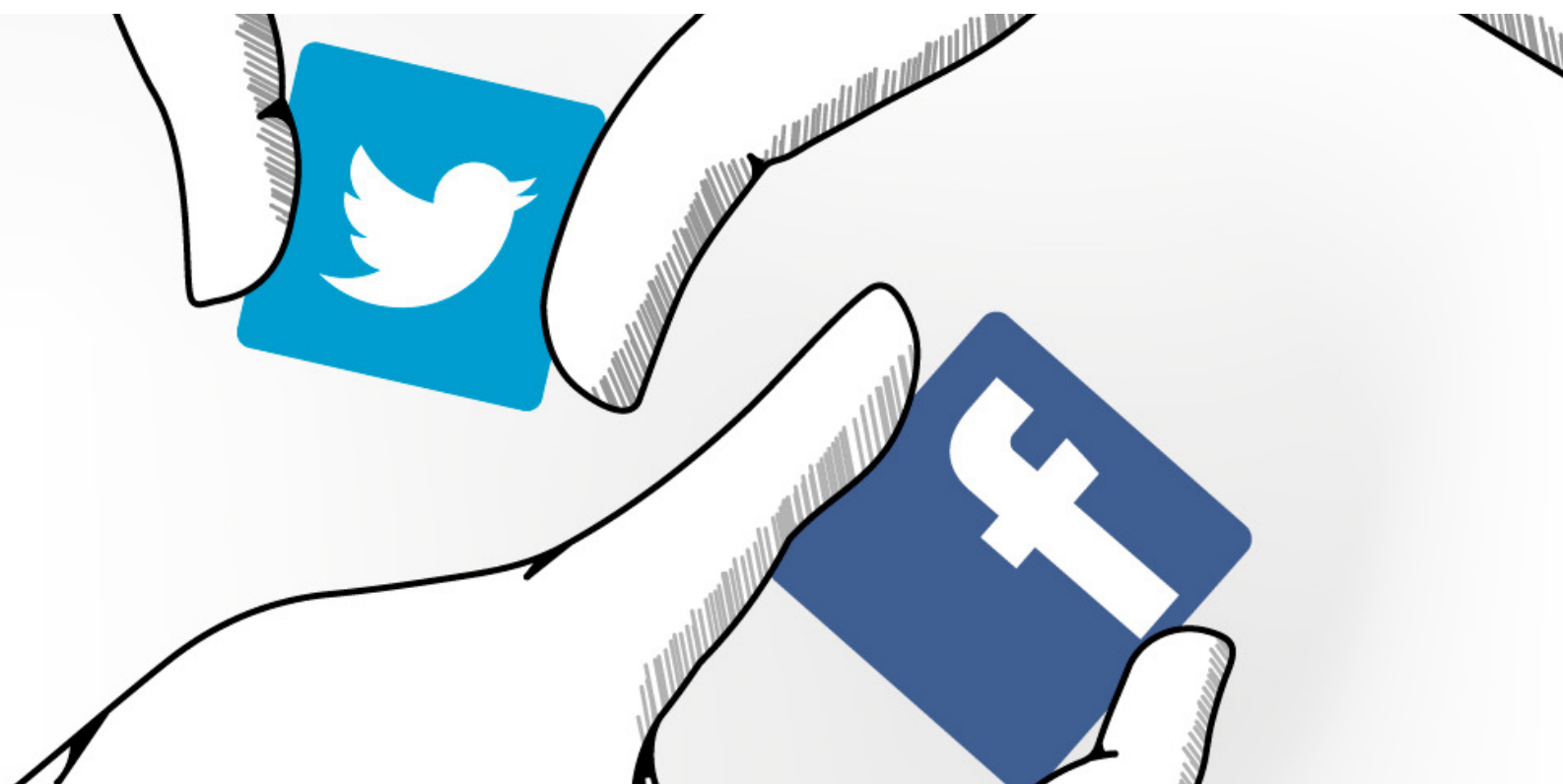


Como o instagram, no twitter o corretor e a imobiliária poderão utilizar para realizar promoções de vendas, descontos, prévias de lançamentos. Como essa rede social limita o espaço de texto, não é muito interessante extrapolar, utilize poucos textos e passe as principais informações sobre o imóvel ou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





# 3. As principais redes sociais para corretores de imóveis



Mais do que plataformas de entretenimento, as redes sociais assumiram um papel estratégico para empresas e profissionais liberais, inclusive os do mercado imobiliário. Muitos já aproveitam o grande volume de pessoas nas mídias sociais para captar clientes e você deve fazer o mesmo.

Segundo a pesquisa "Futuro Digital em Foco BGrasil 2015", o Brasil é líder em tempo gasto nas redes sociais, com média 60% superior ao restante do planeta.



Isso significa que a possibilidade de o corretor de imóveis encontrar seu cliente na web é bem grande. Por isso, hoje em dia, estar nas redes sociais deixou de ser uma escolha. É uma regra!

Agora, a sua estratégia só vai funcionar, quando você usar as principais redes de forma eficiente. Para isso, não deixe de conferir as redes sociais para corretores de imóveis abaixo:



## FACEBOOK

Um dos sites de relacionamento mais populares, o Facebook tem mais de 58 milhões de visitas mensais. Sua característica de compartilhar os mais variados conteúdos, como textos, fotos, vídeos e links contribui para estreitar o relacionamento com seu público. Isso sem falar da variedade de opções que você ganha na hora de divulgar sua carteira de imóveis e de passar informações relevantes sobre o mercado imobiliário.

Mas, antes de mergulhar fundo no Facebook, é importante saber que, para assuntos comerciais, você deve criar uma Fan Page. Em resumo, não use seu perfil pessoal para fazer negócios dentro da plataforma. Além de não ter muitos recursos, isso é uma prática que não respeita as normas do Facebook.

Logo, o corretor de imóveis que trabalha com imobiliária, ou não, precisa seguir esse processo: faça o login em sua conta pessoal, clique no cadeado (no canto superior direito) e selecione "Criar uma página". Para aumentar o alcance de suas publicações e conquistar novos fãs, vale a pena fazer um investimento, pelo menos num primeiro momento. Também não deixe de explorar todos os recursos e acompanhar as constantes atualizações do Facebook.





# INSTAGRAM



Aplicativo de fotos e vídeos de, no máximo, 15 segundos, o Instagram é uma ótima plataforma para divulgar seus imóveis. Mas o corretor que resolver aderir ao Instagram precisa utilizá-lo de forma profissional.

Dicas rápidas sobre formas de financiamento ou atrativos iniciais sobre o imóvel a ser comercializado podem ser postados no Instagram. Postar slides com fotos também é uma alternativa bem eficiente. E tudo pode ser feito de forma bem rápida, pelo celular mesmo.

O uso de hashtags relacionadas à foto, como nome do bairro ou da cidade onde fica o imóvel, por exemplo, ajuda outros usuários a encontrarem sua postagem. O aplicativo também permite o uso da técnica de geolocalização para encontrar pessoas que estão postando em lugares próximos.

## SNAPCHAT

Um app que se tornou um das novas redes sociais mais queridinhas e comentadas por milhões de usuários, segundo o próprio blog do snap, ao todo, são 100 milhões de usuários todos os dias no mundo inteiro. No Snapchat você consegue publicar fotos ou vídeos, porém ele permite somente 10 segundos de gravação e ficam armazenado em seu histórico apenas 24 horas.

E o que essa ferramenta contribui para você corretor de imóveis? Será útil para tirar fotos de cômodos ou simplesmente mandar um bom dia aos seus seguidores. Isso ajuda você a construir um relacionamento mais próximo com o seu cliente, o que, para um corretor de imóveis, é indispensável.

## TWITTER

O Twitter é uma rede social bem peculiar. Por ter um limite de 140 caracteres, você pode aproveitar seu perfil para divulgar links sobre o mercado imobiliário e responder seus clientes por lá mesmo. Faça, também, um convite para que seus seguidores visitem sua página do Facebook ou o seu blog.

Seguindo outros perfis relacionados ao mercado imobiliário, o corretor também pode se manter informado com alguns cliques. Outra semelhança que o Twitter tem com o Instagram é o uso da hashtag, que ajuda muito na divulgação quando alguém fizer uma busca pela palavra-chave.

Mas, como um bom corretor deve saber, a divulgação é essencial e só começa e será um trabalho se for iniciado de forma apropriada. Então, não deixe de se planejar, além de fazer o melhor uso possível das redes sociais. Aproveite e mande o seus imóveis para o Facebook, Twitter e LinkedIn com a plataforma ville Imob.

Aproveite essas redes sociais e garanta o seu sucesso!





# 4. Corretor: aumente o engajamento da sua página imobiliária no Facebook

Não ter uma página imobiliária no Facebook significa abrir mão de um ambiente promissor de marketing digital imobiliário. Afinal de contas, segundo a própria empresa, o Brasil conta com 139 milhões de perfis dentro da plataforma, atrás apenas de Estados Unidos e Índia. Logo, certamente a maioria de seus potenciais clientes está no Facebook.



E a melhor maneira de divulgar seus serviços está em criar uma página imobiliária. Evite fazer propagandas de seus imóveis em um perfil. Ele limita bastante suas ações de marketing dentro da plataforma.

Outro ponto muito importante: não basta uma página imobiliária no Facebook ter um grande número de seguidores, se eles não engajam com seus conteúdos. Aqui, o principal indicador a ser analisado deve ser a taxa de engajamento. Por isso, leia as dicas abaixo e saiba como fazer isso na sua página imobiliária no Facebook:



## NUNCA COMPRE PÁGINAS DE TERCEIROS!

Como falamos acima, ter muitos seguidores não é sinônimo de engajamento e, consequentemente, de bons resultados. Hoje em dia, é muito comum usuários do Facebook criarem uma página qualquer – de humor, por exemplo.

Aí, depois de conquistarem um número considerável de seguidores, eles vendem essas páginas para empresas que querem nascer grande na plataforma.

É claro que isso não é nada recomendável. Se você fizer isso na sua página imobiliária no Facebook, corre o risco de a maioria dos seguidores não ter o menor interesse em comprar ou alugar um imóvel. Assim, o seu trabalho de aumentar o engajamento na sua fanpage se torna, logo de cara, um enorme desafio.





## NÃO TRANSFORME SUA PÁGINA IMOBILIÁRIA NO FACEBOOK EM UM OUTDOOR ONLINE

Fale a verdade: quando entra no Facebook, você quer visualizar, em primeiro lugar, as fotos de seus amigos e conteúdos interessantes, né? Deparar-se com um monte de anúncios logo de cara no Facebook dá um certo desânimo.

É claro que é importante divulgar o lançamento de um imóvel na plataforma. É até possível que um amigo visualize seu post e marque conhecidos que, de fato, tenham interesse no seu anúncio.

No entanto, procure publicar anúncios imobiliários com moderação.

E quando for o momento certo para fazer isso, utilize a ferramenta de integração social do ville Imob. Em poucos cliques, você exporta seus anúncios imobiliários para as principais redes sociais, incluindo o Facebook.





## Faça posts que interajam e eduquem seus seguidores

Nem só de anúncios de lançamentos que vive uma página imobiliária no Facebook. Aliás, é fundamental que você marque presença na plataforma constantemente. Uma página que não recebe atualização frequente corre o risco de perder seguidores.

Portanto, faça posts que interajam e eduquem seus seguidores. Talvez, muitos de seus seguidores ainda estejam guardando dinheiro para comprar um imóvel daqui uns dois, três anos. Uma maneira de ir conquistando esse público aos poucos está em produzir conteúdos sobre dicas de financiamento imobiliário e tendências do mercado.

Assim, você já se mostra um corretor por dentro do setor e, quem sabe, não vira uma autoridade no assunto dentro do Facebook. Então, além de postar imagens, divulgue os posts de seu blog imobiliário.

## Impulsione seus posts na página imobiliária

Para alcançar o maior número de pessoas possível com seus posts, faça uso do Facebook Ads. Uma das grandes vantagens de utilizar a ferramenta de publicidade da plataforma está na sua capacidade de segmentação.

Antes de investir seu dinheiro, você consegue selecionar o perfil do público que você deseja atingir com seus posts. Por exemplo: é possível segmentar seu conteúdo de modo que ele impacte apenas mães solteiras que moram na cidade de São Paulo. Você ainda pode acrescentar outros critérios de segmentação, como idade e interesses.

Por fim, você tem à disposição uma série de métricas para medir se o desempenho de seus posts foi positivo e detectar melhorias que podem ser implementadas.







## Incentivar os seguidores a avaliarem sua empresa

---

Você já reparou que muitas fanpages possuem uma nota atribuída pelos próprios usuários, né? Essa nota é um ótimo termômetro para o usuário saber se ele pode entrar em contato com a sua empresa ou não. Se ela for muito baixa, por exemplo, os usuários já ficam desconfiados.

Por isso, a cada negócio fechado, convide seus clientes para fazer uma avaliação na sua página. Além de dar uma nota de 1 a 5, ele pode fazer elogios e críticas. Aproveite, também, para monitorar os comentários de outros seguidores. E, claro: sempre os responda! Quando outros usuários visualizam que você responde todas as dúvidas, eles se sentem mais à vontade para interagir com a sua página. Isso porque eles sabem que serão ouvidos!

Seguindo essas dicas e cadastrando-se na plataforma ville Imob, você tem tudo para alavancar o engajamento da sua página imobiliária no Facebook. Aí, aumentar suas vendas é só uma consequência. Bons negócios!



# 5. Como utilizar o Facebook orgânico e Facebook Ads para vender imóveis



O Facebook é a rede social mais popular do Brasil. Nesse sentido, utilizar o Facebook Ads para vender imóveis pode fazer toda a diferença nos seus negócios. Para se ter uma ideia, segundo dados do e-Marketer de 2016, 95% dos brasileiros que têm acesso a alguma rede social estão na plataforma.

Aqui, é importante reforçar que o Facebook não serve apenas para conversar com os amigos, curtir memes e compartilhar momentos pessoais. Em outras palavras, é possível fazer ótimos negócios na rede social; o investimento nela compensa.

Mas se você quer aproveitar bem a plataforma de Mark Zuckerberg para vender imóveis, precisa conhecer as estratégias que ela possui para chamar atenção do público. E é isso que você vai aprender neste post.



## PRODUZA VÍDEOS

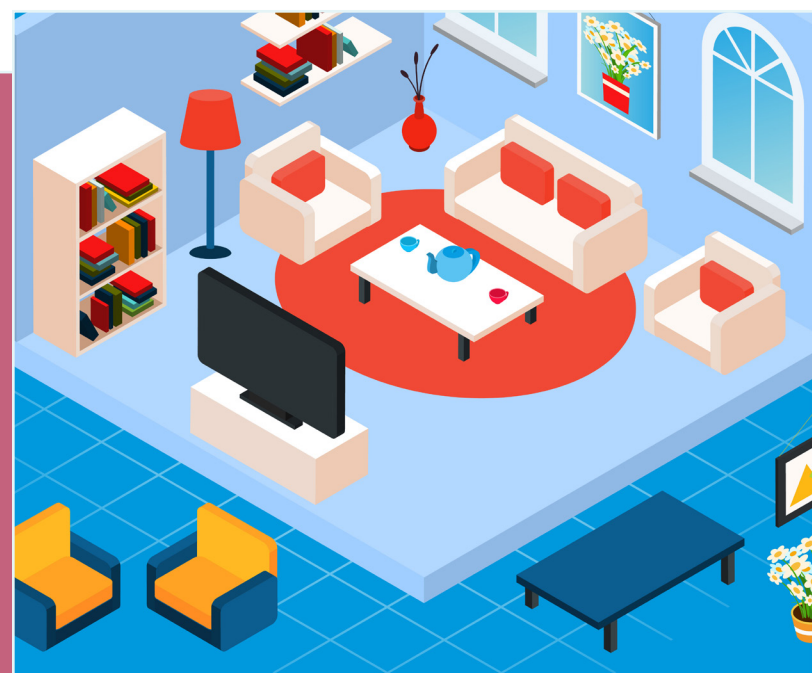
Se fotos simples já chamam bastante atenção, imagine o sucesso que um bom vídeo pode fazer. Eles estão cada vez mais em destaque no Facebook e fáceis de serem feitos, graças à tecnologia avançada dos smartphones. Isso sem falar que a plataforma prioriza mais vídeos e imagens do que posts só com textos, o que ajuda a sua página a ter destaque organicamente.

O que não significa que você precisa sair filmando e postando, a torto e a direito, que a venda de um imóvel fica garantida. O vídeo que atrai bons negócios é aquele bem feito, com conteúdo criativo, esclarecedor, boa qualidade de áudio e imagem. Explore bem as vantagens e versatilidades da casa ou apartamento que você tem para oferecer.

### PUBLIQUE FOTOS 360°

Outra sensação do momento é a foto que consegue mostrar detalhes do ambiente do imóvel que está à venda, antes mesmo de se agendar uma visita.

As fotos 360° são rápidas e convidam o cliente a navegar pelo espaço em um arrastar com o mouse do computador ou com um toque na tela do celular. Simples e prático.



## DIGITAL MARKETING

### FACEBOOK ADS PARA VENDER IMÓVEIS: FAÇA ANÚNCIOS SEGMENTADOS

Como os usuários entram no Facebook para se distrair e curtir as postagens de amigos, o Facebook "força" as páginas a investir um dinheiro para que suas publicações atinjam as pessoas.

Nesse sentido, é fundamental você reservar uma verba de Facebook Ads para vender imóveis com mais precisão. A ferramenta evidencia sua publicação no feed de notícias (em meio aos posts) ou na barra lateral direita do plataforma.



Com ele, você pode especificar o público que deseja atingir. Por exemplo, se o seu foco são estudantes que acabaram de entrar na faculdade, você pode usar a segmentação Estudante e o nome da universidade mais próxima ao endereço e ainda especificar a cidade que o usuário mora. Muitos pais alugam ou compram apartamentos pequenos para seus filhos morarem durante o período de estudos.

Quando você recorre ao Facebook Ads para vender imóveis, ele te mostra quantos usuários se encaixam nesse perfil, garantindo uma exposição grande e assertiva para você. Seu anúncio fica disponível até no mobile, sem que a qualidade fique prejudicada.

Aliás, esse marketing digital é um bom caminho para você conquistar leads e, com um clique do cliente interessado, direcioná-lo a uma página onde é gerado um questionário simples para que ele forneça seu e-mail de contato. A captura do e-mail é a primeira recompensa rumo à conclusão de um negócio.



## ATENÇÃO COM O PÚBLICO-ALVO

Porém, se você não tiver a devida noção de seu objetivo ou público, o uso do Facebook pode acabar sendo frustrante. Estamos falando de um rede social onde dificilmente você acha alguns públicos, como pessoas interessadas em imóveis de alto-padrão. Caso esse seja o seu caso, adote estratégias mais ao gosto e hábito do freguês.



## Estratégia além do Facebook Ads para vender imóveis

Hoje em dia, utilizar o Facebook orgânico e Facebook Ads para vender imóveis é indispensável na estratégia do corretor de imóveis. Se não fizesse diferença apostar na plataforma, grandes empresas não investiriam pesado nessa estratégia para anunciar seus produtos e serviços.

Agora, de nada adianta atrair muitos usuários para o seu post se, quando eles clicam no link, o seu site imobiliário for pobre e bagunçado. De modo geral, ele precisa ser responsivo, ou seja, se adaptar a todos os tamanhos de tela (smartphone, tablet e computadores), ou ter uma versão mobile e ter um layout de fácil navegação.

Construir seu site imobiliário com a plataforma da ville imob, você consegue proporcionar a melhor experiência possível aos usuários. Fica a dica.





# 6. 5 dicas de como utilizar o WhatsApp para vender imóveis



Graças a uma comunicação mais rápida, é possível utilizar o WhatsApp para vender imóveis. Ou, pelo menos, para estreitar o relacionamento com os clientes e passar mais informações a eles por meio de textos, vídeos, imagens e áudio.

Aliás, corretor de imóveis, você já parou para pensar quantos clientes em potencial utilizam o aplicativo de troca de mensagens? Abre-se, então, um excelente canal para que você inicie o processo de uma venda, não é mesmo?

Para se ter uma ideia, somente no Brasil, o WhatsApp já conta com 120 milhões de usuários ativos, de acordo com dados da própria empresa. Isso representa 10% do total de usuários do aplicativo no mundo. Definitivamente, muita gente!



Agora, uma boa dose de cuidado nunca é demais. Não adianta sair mandando mensagens para todos os contatos de clientes salvos em seu celular. Por mais que muitos possam gostar de desfrutar dessa facilidade durante a compra de um imóvel, é importante você conhecer algumas dicas boas para não abusar da sorte e acabar ficando com a fama de corretor chato e invasivo.

# 01

---

## **Avise o cliente antes de utilizar o WhatsApp para vender imóveis**

A dica número um é perguntar se o cliente deseja ser contatado por você por meio do Whatsapp. Peça permissão para mandar mensagens e entre em contato apenas em horário comercial ou quando o cliente preferir. A surpresa de uma mensagem repentina ou em horário inadequado pode deixar uma péssima impressão.

# 02

---

## **Esteja à disposição**

É verdade que você não pode abordar o cliente pelo WhatsApp para vender imóveis na hora errada. Por outro lado, é necessário estar à disposição quando ele entrar em contato com você.

Respondê-lo rapidamente passa uma boa impressão. Aliás, vale a pena até deixar o "visto por último" e o identificador de visualização. Assim, o próprio cliente sabe o melhor momento para entrar em contato com você e, o principal, quando você visualizou a mensagem dele. Não omitir sua presença no WhatsApp deixa o relacionamento mais transparente.

Utilizar o Whatsapp para vender imóveis exige uma postura profissional. Isso inclui, por exemplo, usar uma foto com roupa de trabalho, sem poses e gestos descolados. Evite, também, publicar fotos e vídeos pessoais no status do aplicativo. Essa ferramenta deve ser bem mais rentável se utilizada para divulgar anúncios de lançamentos.

Por fim, utilize o áudio apenas quando não for possível digitar. Um grande número de áudios ou áudios muito extensos – acima de um minuto – podem atrapalhar e ocupar muito espaço no celular do cliente.





# 03

---

## Utilize a versão web do WhatsApp para vender imóveis

Desde 2015, o aplicativo também pode ser acessado pelo computador. Trata-se de um ótimo recurso para utilizar quando você está no computador do escritório. Isso sem falar que é uma excelente saída para economizar seu pacote de dados de internet do smartphone.

# 04

---

## Se quer utilizar o WhatsApp para vender imóveis, tenha uma postura profissional

Utilizar o Whatsapp para vender imóveis exige uma postura profissional. Isso inclui, por exemplo, usar uma foto com roupa de trabalho, sem poses e gestos descolados. Evite, também, publicar fotos e vídeos pessoais no status do aplicativo. Essa ferramenta deve ser bem mais rentável se utilizada para divulgar anúncios de lançamentos.

Por fim, utilize o áudio apenas quando não for possível digitar. Um grande número de áudios ou áudios muito extensos – acima de um minuto – podem atrapalhar e ocupar muito espaço no celular do cliente.





## DICA BÔNUS: ENVIE CONTEÚDOS VARIADOS



Informações, preços, condições de pagamento, benefícios e outros detalhes de negociação podem ser enviados por texto ou imagens. Tenha tudo sempre à mão.

Aqui, há uma facilidade para quem é cliente ville Imob: com a integração social, é possível compartilhar os imóveis cadastrados na plataforma pelo WhatsApp. Para agilizar sua divulgação, conte também com a integração de portais imobiliários.

Aliás, criar uma lista de transmissão é mais vantajoso que se comunicar por meio de um grupo. Isso porque a lista de transmissão permite que você envie a mesma mensagem para muitas pessoas de uma só vez de forma individual. Aí, as pessoas se sentem mais à vontade para respondê-lo.

Porém, o WhatsApp não precisa ser apenas uma ferramenta para venda. Longe disso. Você também pode fortalecer o relacionamento com seu cliente enviando, quando for autorizado, dicas e novidades interessantes sobre o mercado imobiliário. Além disso, acompanhe seu cliente após a negociação ter sido concluída, verifique sua satisfação e agradeça.

Enfim, assim como o e-mail e as redes sociais, o WhatsApp é mais um (ótimo) canal de comunicação que você não pode deixar de usar no seu dia a dia. Boas vendas!





# 7. Como filmar imóveis pelo celular e enviar no WhatsApp



Lembra das dicas para criar ótimos anúncios imobiliários? Entre elas, estava a produção de vídeos da propriedade. Pois fique sabendo que não é preciso ter equipamentos profissionais de cinema. A solução está em suas mãos: é possível filmar imóveis pelo celular e ter um bom resultado.

Isso porque os modelos mais modernos de smartphones já vêm com câmeras potentes que oferecem ótima resolução de imagens e vídeos, dispensando equipamentos mais profissionais.



Um aparelho que tenha uma câmera com 8 megapixels de resolução em HD já é mais do que suficiente para este trabalho. Em outras palavras, você não precisa investir bastante para oferecer um vídeo de qualidade a seus clientes.

Além de inserir os vídeos nos anúncios, aproveite que eles já estão armazenados em seu smartphone para divulgá-los pelo WhatsApp. Você já grava o vídeo e, de forma instantânea, já o envia para alguns clientes que você sabe que podem se interessar pelo imóvel em questão.

### POR QUE FILMAR IMÓVEIS PELO CELULAR?

De acordo com a Online Publishers Association (Associação de Editores Online), 80% dos consumidores que assistem a um vídeo sobre um produto fica mais propenso a comprá-lo. E isso se aplica ao mercado imobiliário também.

Assistir a um vídeo de cada cômodo do imóvel faz com que o interessado tenha mais noção de como a propriedade é de fato. Isso passa até mais credibilidade para o seu anúncio.

### QUAL CELULAR USAR PARA FILMAR?

É claro que existem diferenças das câmeras entre os modelos de smartphones. Embora 8 megapixels de resolução em HD já ajude bastante, selecionamos três aparelhos que são excelentes para tirar fotos e gravar vídeos:

**LG K10 Novo:** o aparelho da LG possui câmera traseira de 13 megapixels. Mais do que isso, ele apresenta recursos que garantem maior entrada de luz nas imagens, deixando-as ainda mais brilhante.

**Samsung Galaxy A5:** com esse smartphone, não tem como sair mal na foto (nem no vídeo). Com resolução Full HD, as câmeras frontal e traseira têm 16 megapixels.

**Samsung Galaxy A7:** outro modelo com câmeras frontal e traseira de 16 megapixels, esse aparelho possui recursos interessantes, como estabilização de imagens e filtros. Você pode dar zoom à vontade sem perder em qualidade. Nenhum detalhe escapa!



★★★★★  
Nota 4.69 (193)



★★★★★  
Nota 4.78 (606)



★★★★★  
Nota 4.75 (102)

De acordo [www.cissamagazine.com.br](http://www.cissamagazine.com.br)



## FAÇA UM ROTEIRO ANTES DE FILMAR IMÓVEIS PELO CELULAR

Você já tem o objetivo: demonstrar as qualidades do imóvel por meio de um vídeo. Mas antes de ligar a câmera e começar a registrar tudo, faça um roteiro. É importante, por exemplo, seguir uma sequência lógica de gravação. Faça como em uma visita imobiliária: comece a gravação pela sala e cozinha e termine nas varandas ou lavabo.

Também é fundamental que você faça uma estimativa de tempo. Os usuários não têm muita paciência para assistir a vídeos longos na internet. Portanto, seja breve. O ideal é não ultrapassar os dois minutos.

## ATENTE-SE À ILUMINAÇÃO E À ORGANIZAÇÃO DO AMBIENTE

Filmar imóveis pelo celular pode trazer ótimos resultados para seu negócio. No entanto, fazê-lo de qualquer jeito terá o efeito contrário. Os usuários largam mão de assistir ao vídeo nos primeiros segundos.

## EDIÇÃO PÓS FILMAR IMÓVEIS PELO CELULAR

O ideal é que você não publique o vídeo no anúncio logo que acabar a gravação. Ele ainda precisa de alguns reparos. Você pode, por exemplo, tirar o áudio original e inserir uma trilha musical para deixar o vídeo mais animado.

Mais do que isso, adicione legendas para destacar algumas informações do imóvel. Aqui, você pode colocar o tamanho da sala quando ela estiver aparecendo no vídeo.

Portanto, antes de ligar a câmera, prepare o ambiente de modo que ele fique organizado e receba uma boa iluminação natural. Aí, posicione a câmera para que o telespectador tenha o mesmo campo de visão que o seu sobre o imóvel.

## ACESSÓRIO INDISPENSÁVEL PARA FILMES MAIS PROFISSIONAIS

Além do celular, você pode contar com o auxílio de alguns acessórios para deixar suas gravações mais profissionais. Mas um equipamento que não pode faltar de jeito nenhum é o estabilizador. Afinal de contas, ninguém quer assistir a vídeos com imagens tremidas, né?

Esse acessório garante estabilidade durante a filmagem, mesmo que você esteja gravando em movimento. Ou seja, não há necessidade de deixar o aparelho ligado em cima de um móvel.





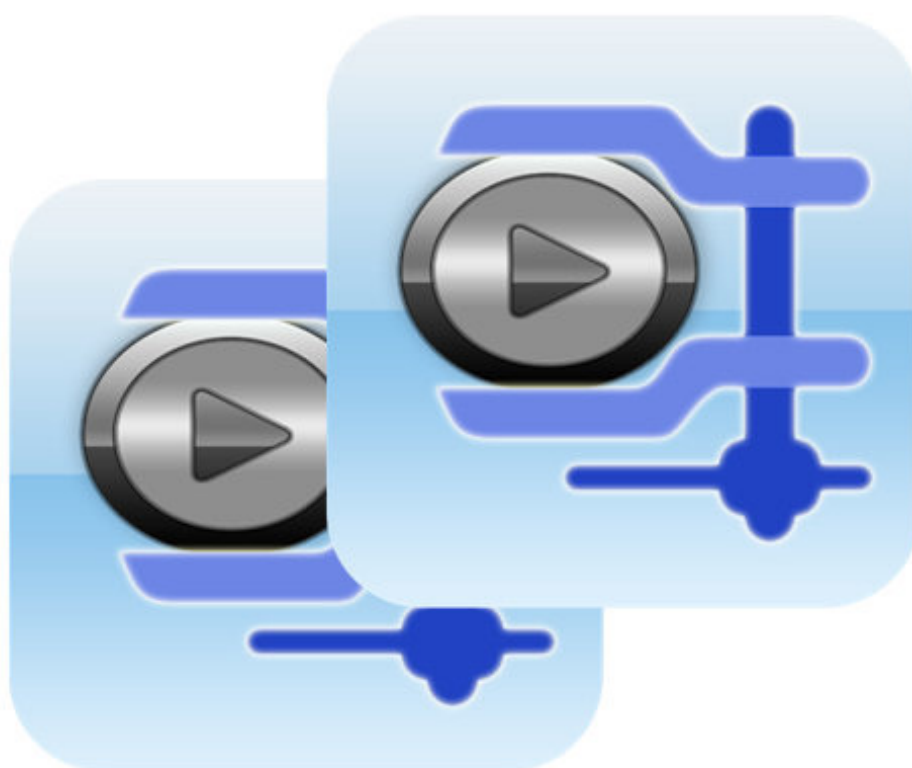


## COMPRIÇA O VÍDEO ANTES DE DIVULGAR PELO WHATSAPP

Vale a pena comprimir os vídeos de imóveis antes de enviar no WhatsApp. Além de o vídeo chegar mais rápido ao seu destinatário, você ainda libera mais espaço de memória no seu aparelho.

Se você usa um aparelho Android, a sugestão é usar o aplicativo VidCompact para reduzir o tamanho dos seus vídeos. Outra sugestão é o aplicativo gratuito Compacta Vídeo. Totalmente em português, essa ferramenta é superfácil de mexer. Isso sem falar que ela otimiza o áudio durante a compactação do arquivo de mídia.

Agora, se você utiliza um iPhone, recomenda-se usar o aplicativo gratuito Video Compress para realizar a mesma tarefa.



## DIVULGUE BASTANTE PARA O TRABALHO FAZER SENTIDO

Adicionar vídeos valoriza bastante seus anúncios imobiliários. Mas, para fazer sentido tanto trabalho, você precisa divulgar seus anúncios para alcançar o maior número de pessoas possível.

Entram em cena as ferramentas de integração social e de integração de portais do ville Imob. Com elas, você precisa de poucos cliques para divulgar os anúncios nas principais redes sociais e nos maiores portais imobiliários do país. Inclusive, é possível compartilhar os anúncios de imóveis cadastrados na nossa plataforma diretamente pelo WhatsApp.

Não perca mais tempo e boas vendas!



# 8. Por que e como promover seus anúncios imobiliários no Instagram



Ter um site imobiliário é indispensável, mas não é o suficiente para impactar seu público-alvo. É preciso explorar outros canais para ter mais chances de encontrar potenciais compradores. Você já pensou em promover seus anúncios imobiliários no Instagram? Afinal, trata-se da plataforma de fotos mais popular do mundo.

E lembre-se que as fotos são a primeira coisa que os usuários costumam olhar em anúncios. Portanto, procure caprichar na iluminação e na edição também, hein! Assim, logo de cara, você chama a atenção de interessados, aumentando as chances de iniciar uma conversa.

Agora, confira a seguir por que e como você deve promover seus anúncios imobiliários no Instagram. Vamos lá!



## Por que promover seus anúncios imobiliários no Instagram?

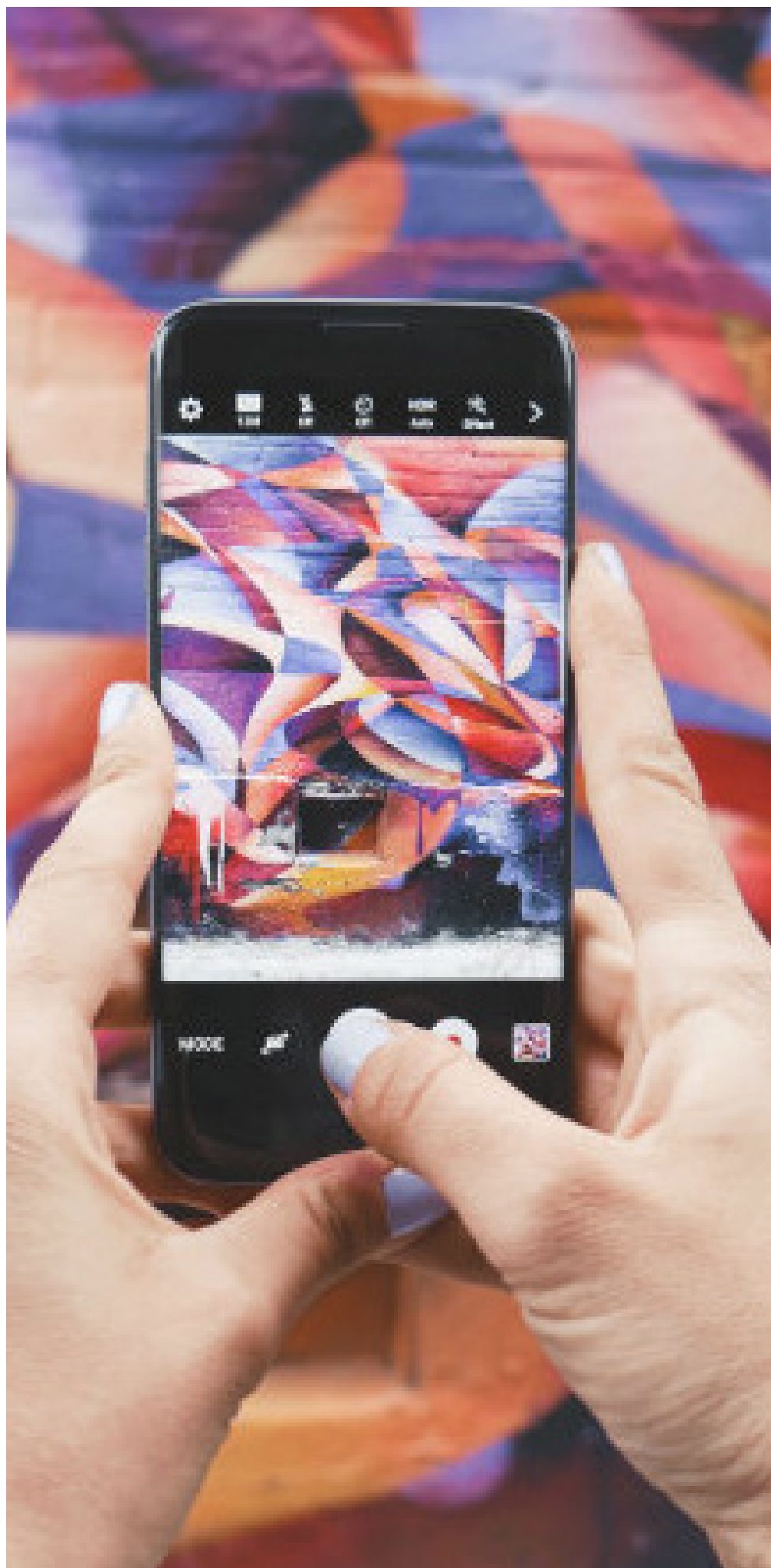
Em primeiro lugar, é preciso entender como a plataforma funciona antes de sair publicando imagens de qualquer jeito. Segundo revela a própria empresa, o Instagram possui 800 milhões (e contando...) de usuários mensais ativos. Sendo que 45 milhões são brasileiros. Em meio a tantas pessoas, é muito provável que boa parte do seu público-alvo esteja lá também.

Como se não bastasse, o mais recente estudo da Forrester aponta que o Instagram é a rede social que apresenta a maior taxa de engajamento por seguidor. Ela chega a ser 58 vezes maior que a do Facebook! Impressionante, não?

## Converta seu perfil pessoal para uma conta profissional

Há um tempo, o Instagram permite a criação de contas profissionais. Elas funcionam mais ou menos como as fanpages no Facebook. Além de dar mais credibilidade à sua página no Instagram, o perfil profissional apresenta algumas vantagens.

A começar pelo campo de contatos. Nele, é possível inserir suas ferramentas de atendimento, como telefone e site, além do endereço comercial. Outra vantagem é a série de indicadores fornecidos sobre sua página: curtidas, alcance, faixa etária e sexo dos seguidores, horário de picos da postagem e por aí vai. Informações essenciais para você planejar seus próximos posts.





## FAÇA CARROSSEL DE FOTOS E VÍDEOS

Que tal montar um carrossel de fotos de um imóvel? Aqui, estamos falando de reunir até 10 fotos em um único post. Assim, você consegue mostrar todos os cômodos do imóvel anunciado, além de sua fachada.

Outra possibilidade de anúncios imobiliários no Instagram é fazer um vídeo de até 1 minuto. Nele, você pode aparecer mostrando o interior de um imóvel. Mostrar o rosto passa mais credibilidade aos usuários.



## INVISTA DINHEIRO EM SEUS ANÚNCIOS IMOBILIÁRIOS NO INSTAGRAM

Recentemente, o Instagram anunciou a marca de 2 milhões de anunciantes ativos na plataforma. No ano passado, esse número era de 500 mil. O crescimento deixa claro a eficiência de investir um dinheiro em publicidade dentro da plataforma.

Além de aumentar o número de pessoas impactadas pelos seus posts, você atinge pessoas que se enquadram no perfil de determinado imóvel. Isso porque é possível direcionar seus anúncios imobiliários no Instagram de acordo com idade, gênero, localização geográfica, estado civil, entre outros critérios.

## ALÉM DOS ANÚNCIOS IMOBILIÁRIOS NO INSTAGRAM

Como você sabe, é fundamental marcar presença onde os seus potenciais clientes estão. E é claro que eles não estão apenas no Instagram. Por isso, você deve espalhar seus anúncios nos mais variados canais. Lembre-se: nunca é bom colocar todos os ovos na mesma cesta.

Uma sugestão, portanto, é recorrer às ferramentas de integração social e de integração de portais. Assim, em pouco tempo, os seus anúncios imobiliários estarão disponíveis não só no Instagram, mas também no Facebook, Twitter, Portal VivaReal, Zap Imóveis, OLX, entre outros.



# 9. Como usar o Instagram Stories para vender imóveis



Antenado a todas as tendências, o bom corretor sabe aproveitar tudo que o mercado oferece para fazer mais negócios. Então, que tal usar o Instagram Stories para vender imóveis? Lembre-se que é importante expandir seus canais de comunicação para impactar mais potenciais clientes.

Pode-se dizer que o Instagram Stories deixa seu relacionamento com seus seguidores mais humanizado e autêntico. Isso é ótimo para o corretor de imóveis, uma vez que os clientes só fecham um negócio de alto valor, como um imóvel, com pessoas que eles confiam.





Além de postar as tradicionais fotos de imóveis em seu perfil, o Instagram Stories permite que você interaja com seus seguidores praticamente em tempo real. Aqui, tente ser o mais descontraído e criativo possível em vídeos e fotos. O público que utiliza esse recurso gosta disso.

Falando em usuários, o Instagram Stories já ultrapassou a marca de 250 milhões de usuários ativos diariamente. Entre esse mundo de pessoas, certamente há aquelas interessadas em comprar um imóvel. Por isso, aproveite o Instagram Stories para vender imóveis!

## VEJA VANTAGENS DE USAR ESSA FERRAMENTA:

- Possibilidade de postar uma infinidade de publicações sem pesar o feed de seus seguidores;
- Diferenciação entre postagens da galeria principal e os Stories;
- Imagens casuais e espontâneas da imobiliária ou imóvel;
- Aumento do engajamento de seus seguidores;
- Maior impacto diante de seu público-alvo.





## CRIE PASSO A PASSO



Não pode ter preguiça em criar tutoriais. Isso agrada os usuários, principalmente os clientes em potencial. Imagine que precisa vender uma casa com piscina. Crie situações que convenceriam as pessoas a desejarem aquela casa.

Por exemplo, faça publicações com uma espreguiçadeira e um drink ao lado. Mostre como o local é amplo para fazer um churrasco. Use a imaginação e poste um passo de cada vez, para que o usuário fique ansioso pelos próximos passos..

## ESTUDE SUA AUDIÊNCIA



Usar o Instagram Stories para vender imóveis exige que você conheça a sua audiência. Uma vantagem da ferramenta é que ela permite que você saiba exatamente quem visualizou seu conteúdo.

Então, faça uma análise dos usuários que foram impactados por sua postagem e liste os mais engajados. A partir disso, planeje um conteúdo estratégico e aproveite melhor os resultados.

Existem um alto número de usuários que se importam com boas histórias e podem se interessar em comprar um imóvel também. Agora ou no futuro. O que interessa é manter um relacionamento próximo com essas pessoas.



## O QUE MOSTRAR?

No Instagram Stories, você pode mostrar momentos únicos. Para tanto, planeje a divulgação de conteúdos inéditos, fotos, prévias de lançamentos de empreendimentos, espaços diferenciados. Use o alcance do recurso para mostrar a sua rotina.

De modo geral, o público que utiliza essa ferramenta curte acompanhar o dia a dia de seus seguidores, de se sentirem próximos. Você precisa imaginar o Stories como uma plataforma em que se contam apenas boas histórias para emocionar e mudar a visão do usuário sobre o seu negócio.

Crie uma rotina de postagens e mantenha uma frequência. Uma publicação por dia já ajuda bastante e mantém o seu seguidor entretido e envolvido com o que você pretende apresentar.

## USE TODOS OS RECURSOS



Hashtags, localização, emoji, lives, tudo. Use e abuse no Instagram Stories para vender imóveis! Tudo isso funciona para atrair público para você. Você precisa ser encontrado pelo seu público-alvo também.

Por isso, encontre hashtags que realmente conversem com os imóveis que você está vendendo. Pode ser o nome do bairro onde ele está localizado, características específicas do imóvel ou as vantagens dele. Aproveite o formato audiovisual, faça pequenos tours pelo imóvel e apresente as condições diferenciadas de vendas.



Instagram

## Além do Instagram Stories para vender imóveis

Como falamos acima, você pode aproveitar o Instagram Stories para vender imóveis, mas não virar refém dele. É preciso divulgar seus anúncios em muitos outros canais. Aqui, a plataforma ville Imob te ajuda a não perder tempo com esse trabalho.

Com a ferramenta de integração social, você divulga seus imóveis nas principais redes sociais, exatamente onde boa parte de seu público-alvo se encontra. Por sua vez, o recurso de integração de portais permite publicar seus anúncios nos mais variados portais imobiliários, como OLX, Portal VivaReal, Zap e por aí vai.

Boas vendas!





# 10. Como o agendamento de posts nas redes sociais ajuda o corretor?



Há duas décadas, os anúncios imobiliários ficavam limitados às pessoas que liam jornais, recebiam panfletos e entravam em uma imobiliária. Graças à popularização da internet, esse cenário mudou bastante. Hoje em dia, por exemplo, postar com frequência nas redes sociais ajuda o corretor a alcançar muito mais pessoas, aumentando suas chances de venda.

E é justamente sobre as vantagens das redes sociais para o corretor de imóveis que vamos falar neste texto. Em meio a tantas opções, você deve, primeiramente, conhecer a persona da sua imobiliária. Assim, você sabe quais plataformas seus clientes em potencial se encontram.

Quer saber mais como postar nas redes sociais ajuda o corretor? Então, confira os tópicos abaixo:



## POR QUE MARCAR PRESENÇA NAS REDES SOCIAIS?

Em média, o usuário brasileiro gasta 3h43 do dia navegando pelas redes sociais. Segundo o relatório Digital in 2017, do site We Are Social, os brasileiros ficam na segunda colocação entre os usuários que mais passam tempo nas mídias sociais, atrás apenas da Filipinas.

Mais: dados da consultoria comScore revelam que quase 90 milhões de brasileiros marcando presença nas redes sociais. Com certeza, seus clientes estão nelas, não é verdade?



## MARCANDO PRESENÇA NO FACEBOOK

Vamos começar pela mais popular de todas. Com mais de 2 bilhões de usuários no mundo inteiro, o Facebook é um canal de divulgação indispensável para qualquer empresa – e corretor de imóveis.

Mas cuidado para não publicar apenas anúncios em sua página imobiliária no Facebook. O ideal é que você mescle o anúncios com conteúdos relevantes que ajudem seu público-alvo a tirar dúvidas, como dicas de reforma, de investimentos e por aí vai.







## INSTAGRAM: CAPRICHE NAS FOTOS E NOS VÍDEOS DOS IMÓVEIS

Quando falamos em fotos e vídeos, o Instagram é a primeira rede social que vem à nossa mente. Afinal, são mais de 700 milhões de usuários ativos mensalmente na plataforma.

E para chamar a atenção de tantos usuários, você precisa caprichar nas fotos e vídeos dos imóveis. Para tanto, aproveite os recursos de edição de imagens para publicar as melhores fotos da sua carteira de imóveis. Na legenda, procure detalhar algumas características do imóvel em questão, bem como evidenciar a região onde ele está

. E, claro, não podemos esquecer de falar que é possível usar o Instagram Stories para vender imóveis. Em linhas gerais, este recurso permite gravar vídeos de até 10 segundos e tirar fotos que ficam disponíveis por 24 horas para todos os seus seguidores.

Você pode, então, utilizá-lo para estreitar seu relacionamento com seus clientes. Que tal fazer um registro da sua rotina, mostrando ao seu público que você está sempre em movimento. Você pode, inclusive, registrar os eventos de mercado imobiliário que você participa. O público que assiste vai entender que você é um profissional muito esforçado.



## FERRAMENTA DE INTEGRAÇÃO SOCIAL

Quando você tiver uma base consolidada de seguidores nas redes sociais, é hora de começar a divulgar seus anúncios imobiliários. Mas para não perder tempo publicando os anúncios um por um em cada rede social, você pode (e deve) recorrer a uma ferramenta de integração social.

Com ela, é possível divulgar, de uma só vez, seus imóveis cadastrados em seu CRM Imobiliário diretamente no Facebook, Twitter, WhatsApp e por aí vai. Em resumo, é mais economia de tempo e mais chances de alcançar as pessoas certas.



## AGENDAMENTO DE POSTS NAS REDES SOCIAIS AJUDA O CORRETOR

Como falamos no começo deste texto, você deve ter muito cuidado para não transformar seu perfil social em um outdoor online. Em outras palavras, o ideal é produzir conteúdos próprios que sejam relevantes a todos os seus clientes. Então, aquele que acabou de comprar uma casa quer dicas de reformas. Faça isso.

Por sua vez, um investidor quer saber qual é o melhor momento para comprar uma casa. Forneça essa informação. E por aí vai.

Outro conteúdo que ajuda a engajar seus seguidores é criar posts de datas especiais. Então, deseje Feliz Dia das Mães e dos Pais, por exemplo. E aqui o agendamento de posts nas redes sociais pode ajudar o corretor.

O ville Target oferece um recurso que permite você programar seus posts especiais no Facebook, Instagram e Twitter em um único lugar. Assim, você não precisa ficar entrando diariamente nos seus perfis só para subir um novo post. Enfim, sobra mais tempo para você se dedicar a outras atividades.

Com esses recursos, você alcança mais pessoas e estreita o relacionamento com seus clientes nas redes sociais.

Boas vendas!

**CLIQUE PARA AGENDAR SEUS POSTS !**





## Ramon Carvalho

### Organização

Co-fundador das plataformas ville Imob e ville target. Formado em Publicidade e Propaganda pela faculdade J. Simões, atua há 09 anos nos mercados de marketing digital e imobiliário, buscando sempre oferecer as melhores ferramentas e soluções para potencializar negócios.



## Roberta Fernandes

### Diagramação

Graduanda em Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade Pitágoras de Guarapari, com especialização técnica em Marketing de produtos e programas digitais. Responsável pela montagem e criação da diagramação do E-book.



## Bruno Maddalena

### Texto

Formado em jornalismo pela Universidade Metodista de São Paulo e pós-graduando em Marketing Digital pela Escola Superior de Propaganda e Marketing. Já escreveu sobre e-commerce, empreendedorismo, franquias, marketing digital, mercado imobiliário e tecnologia.

[WWW.VILLEIMOBILIARIAS.COM.BR](http://WWW.VILLEIMOBILIARIAS.COM.BR)