

Apresentação

Olá, Seja bem-vindo!

Acreditamos que esse material irá ampliar seus conhecimentos e lhe ajudar de alguma forma a se destacar em momentos de tempestade no mercado imobiliário, seja você corretor de imóveis, gerente de imobiliária, consultor de vendas ou apenas um entusiasta do segmento imobiliário

O ebook é uma seleção de posts publicados blog ville Imob - Plataforma para Imobiliárias e Corretores - com uma abordagem de diversos temas, assuntos interessantes e novas ferramentas que podem ser utilizadas no dia a dia de uma imobiliária ou por um corretor autônomo.

O objetivo é levar sempre excelência e qualidade em serviços imobiliários, e principalmente obter destaque, resultando em potencializar vendas e locações de imóveis.

Aproveite e Boa leitura!

Ramon Carvalho Gerente de Projetos Plataforma ville Imob

Sumário

01	- 06 dicas de como ter destaque no mercado imobiliário 5
02	- Plataforma ville Imob oferece integração com redes sociais para corretores
03	- Dicas matadoras para captar imóveis para venda e locação 1
04	- QR Code como recurso para auxiliar o corretor de imóveis nas vendas
05	- A importância da persuasão na venda do imóvel 1
06	- Dicas de determinações para corretores de imóveis 20
07	- Por que investir em gestão de marketing imobiliário em momento de crise?
80	- Instagram para corretores de imóveis de forma estratégica 20
09	- Palestrantes do mercado imobiliário que todo corretor deve conhecer 29
10	- Marketing Imobiliário: estratégia em tempos de crise. Saiba o porquê! 3!
11	- Trabalhe em equipe e saiba como vender mais imóveis 38
12	- Marketing Imobiliário para corretor de imóveis aplicadas no 4ps 43
13	- Existe crise financeira para mercado imobiliário de alto padrão? 44
14	- Dicas para impressionar o cliente na venda do imóvel 4
15	- Chat para corretor de imóveis: relacionamente e produtividade 5
16	- Facebook Ads para anunciar imóveis. Tudo que você precisa saber! 5 4
17	- Como agir quando o cliente desiste de comprar o imóvel ? 5 8
18	- 4 dicas de como fazer vídeos de imóveis 6
19	- Ações de marketing imobiliário, é a melhor solução? 6 5
20	- 5 falhas comuns no atendimento do corretor de imóveis 6

21 - Corretor: Como vender mais imóveis utilizando gatilhos mentais
22 - Como economizar tempo e dinheiro com integração de meus imóveis
23 - Produtivo e proativo: características do corretor de imóveis
24 - Análise Swot aplicadas no mercado imobiliário
25 - Entenda o comportamento do seu consumidor no mercado imobiliário
26 - Saiba como divulgar imóveis para 12 portais imobiliários
27 - Ofereça seus imóveis no facebook com a plataforma ville Imob
28 - Utilize nossos templates de sites e aproveite para potencializar suas vendas -
29 - Veja como aumentar o tráfego em seu site imobiliário
30 - Mídia alternativa aplicada no marketing imobiliário
31 - Estratégias de vendas de imóveis para geração Y
32 - Software de Gestão Imobiliária: o que ele pode fazer pelo seus negócios
33 - Dicas para o cliente não desistir de comprar um imóvel
34 - As principais redes sociais para corretores de imóveis
35 - Saiba os erros mais comuns ao tirar fotos dos imóveis
36 - Dicas para corretor de imóveis realizar um bom atendimento telefônico
37 - Dicas de como criar anúncios de imóveis efetivos
38 - A importância da versão mobile no mercado imobiliário
39 - Capacite sua equipe para gerar mais vendas e locações
40 - Mídias sociais e o seu poder de gerar vendas no mercado imobiliário

6 DICAS DE COMO TER DESTAQUE NO MERCADO IMOBILIÁRIO



Em um mercado altamente competitivo como é o setor imobiliário, são poucos os profissionais que conseguem se tornar destaque em sua área de atuação. A partir de agora, vamos ver se você está pronto para começar a ter sucesso na carreira de corretor de imóveis a ponto de virar uma referência.

Se você quer ser uma autoridade na área, o primeiro passo nessa direção é se preparar muito bem desde a formação profissional. Isso inclui aceitar que você não sabe de tudo e, claro, é preciso estar disposto a aprender com os mais experientes.

Em resumo, o corretor de imóveis que é referência no setor é aquele que, ao longo dos anos, adquiriu todo tipo de experiência e que, hoje, já possui um nome forte no mercado. Assim, ele não precisa se esforçar tanto para correr atrás dos clientes, porque são eles que vão atrás do corretor.

Quer ter destaque no mercado imobiliário? Então, siga os passos a seguir:

1. Você tem perfil para ser corretor de imóveis?

Antes de mais nada, você precisa responder essa pergunta. Se você não tiver um perfil comercial, pode esquecer. Aqui, é preciso ser comunicativo, ter boa apresentação pessoal e ficar à disposição para um atendimento a qualquer hora do dia. Sem esses pré-requisitos, é difícil um corretor encontrar o caminho do sucesso no mercado imobiliário.

2. Formação e preparo

Desde a formação, o profissional precisa ir atrás de conhecimento, prático e teórico. Aqui, entende-se ler muitos livros que são referências no mercado imobiliário e ficar antenado às <u>tendências do mercado imobiliário</u>. Pensando na parte prática, é fundamental arranjar um estágio o quanto antes, porque é só no dia a dia que as dúvidas e soluções para problemas aparecem. Nesse momento, aproveite para tirar o máximo de cada corretor experiente que você encontrar pela frente.

Depois de formado, o processo de aprendizagem não pode ser interrompido. Muito pelo contrário. Continue lendo livros e participe de

eventos para adquirir conhecimentos de outros profissionais.

3. Construa uma extensa rede de contatos

Para ser referência, as pessoas precisam te conhecer. Portanto, não deixe de participar de eventos da categoria de se relacionar muito bem com os seus clientes. Muitas vezes, seus clientes são investidores que conhecem outros investidores. Entendeu? Eles abrem as portas e te levam para outros clientes.

4. Faça muito bem o seu trabalho no dia a dia

Não fique pensando longe, dê um passo de cada vez. Quando você só estiver atendendo a um <u>cliente</u>, dê o máximo de atenção, isto é, faça o trabalho muito bem feito. Deixar um cliente satisfeito é o primeiro passo, de muitos, para se tornar uma referência no mercado imobiliário. Lembre-se, o caminho é muito longo, obstáculos e fracassos são inevitáveis.

5. Seja humilde

Ser humilde é regra básica. Isso porque só com humildade você pode reconhecer que uma outra pessoa tem muito a te oferecer. Sendo humilde, você é capaz, também, de assumir sua responsabilidade, reconhecer os seus erros e, o mais importante, aprender com eles.

6. Utilize um Software Imobiliário

Ter recursos que possibilita você alcançar o sucesso é imprescindível. Se há possibilidades de fazer uso de grandes ferramentas que irá potencializar suas vendas e locações, mãos a obra! Utilize uma plataforma completa como <u>ville Imob</u>, com recursos essenciais para suas atividades imobiliárias: Site Imobiliário, Software de Gestão, Versão Mobile, CRM Imobiliário, Sistema de Chat , Integração Social e Integração com Portais. Desejamos Sucesso e Bons Negócios.

PLATAFOMA VILLE IMOB OFERECE INTEGRAÇÃO COM REDES SOCIAIS PARA CORRETORES



As redes sociais hoje são aliadas de muitos profissionais no mercado de trabalho. Se precisam divulgar um produto ou serviço em pouco tempo e que atinja uma grande parte da população onde vive (ou para fora), a maioria recorre a uma rede social. Se precisam fortalecer a sua marca e começar uma evolução do seu trabalho, um dos primeiros caminhos são as redes.

No mercado imobiliário também não é diferente, se você deseja divulgar a sua marca ou seu nome, divulgar os seus imóveis onde os seus possíveis <u>clientes</u> se encontram, um dos caminhos ideais é as redes sociais, isso é algo extremamente positivo e as chances de garantir grandes resultados em vendas e locações também são enormes.

Integração Social

Unindo o poder de divulgação e visibilidade das redes sociais a plataforma ville imob oferece a você corretor de imóveis uma ferramenta que permite ampliar as divulgações dos seus imóveis e realizar possíveis negociações, a <u>integração social</u>.

A integração com redes sociais para corretores permite você exportar os seus imóveis facilmente para as principais redes sociais como: o Facebook, Twitter e Linkedin. Através do painel admin, disponibilizado pelo o ville Imob, você realiza um integração escolhendo os imóveis que gostaria que fosse publicado nas respectivas redes sociais.

Esteja nas redes sociais

Para que você esteja nessas redes sociais utilizando a <u>plataforma ville</u> <u>Imob</u>, é necessário possuir uma conta em cada rede que software oferece integração. Dessa forma você irá veicular e autorizar o seu perfil ou página dessas redes sociais com o sistema, entrando com suas principais informações, assim, poderá exportar os seus imóveis nesses perfis ou páginas.

As redes sociais para vender imóveis

Facebook: Segundo o portal Uol é a maior rede social do mundo, onde se concentra mais de 1 bilhão de usuários. Esses resultados só motivam cada vez mais comercializar e utilizar a rede, e não é de se espantar se

mais da metade já utilizam para expor o seu produto ou serviço. Então, mais do que justo você divulgar os seus imóveis nessa rede.

Twitter: Segundo o blog <u>WSI</u>, o Brasil é o segundo em usuários em Twitter, a quantidade de usuários já alcança a segunda maior do mundo com 33,3 milhões de pessoas, aqui está a principal vantagem em divulgar os seus imóveis no Twitter. Afinal de contas, com tantas pessoas conectadas e trocando mensagens, certamente muitos dos seus clientes estão lá no meio.

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.

Se você deseja ampliar a divulgação dos seus imóveis e ter o poder marketing através das redes sociais, conheça melhor a plataforma do ville imob, além de você está nas redes sociais poderá aumentar as divulgações com a Integração com os portais imobiliários.

Saiba mais sobre a integração social do ville Imob

Sabrina Rozindo Depto de Marketing villevox Comunicação e Marketing

DICAS MATADORAS PARA CAPTAR IMÓVEIS PARA VENDA E LOCAÇÃO



Atuar no mercado imobiliário é saber que tem que estar preparado e disposto a tudo. Mais do que disposição, o profissional além de vender bem precisar captar imóveis. A captação dos imóveis é uma das estratégias imprescindíveis na corretagem, é o primeiro passo que o corretor deve dá. Só depois de criar uma extensa carteira de imóveis, é hora de pensar nas vendas e locações. E isso requer um pouco de trabalho para o corretor de imóveis, porém nada que seja impossível.

É na captação que pode ser gerado grandes retornos, porém tem que saber como fazer, não basta ir atrás de um proprietário e pedir para vender ou alugar o imóvel, o objetivo é fazer com que o proprietário esteja convencido que o imóvel estará em boas mãos e além disso, que você é um excelente profissional e tem capacidade de realizar a venda ou a locação do imóvel.

Você deve esta pensando, se não é tão simples assim, então como captar imóveis de uma forma que possa gerar bons resultados? Bom, iremos abordar algumas dicas fundamentais para ser realizar uma boa captação, tanto para venda quanto para locações.

Busque os imóveis

O primeiro passo é buscar os imóveis, faça uma busca na internet por imóveis em anúncios, pesquise por regiões próximas onde atua, é válido procurar em <u>portais imobiliários</u> onde poderá filtrar as informações. Depois vá as ruas, primeiro inicia pelos bairros e depois por cidades. Para isso é necessário ter disposição, a sua caminhada poderá ser extensa, como dica, vá em comércios, em portarias de prédios.

Entenda o proprietário (cliente)

O mais importante é você colher informações sobre o proprietário e do imóvel para repassar para o cliente. Então, entenda o proprietário, pergunte quais são os objetivos de retorno dele sobre o imóvel, por que deseja vende ou alugar o imóvel, é válido perguntar se o proprietário possui outros imóveis que deseja realizar negociações. Nessa hora é preciso escutar o proprietário!

Estabeleça um relacionamento com o proprietário

Depois de conseguir uma boa carteira de imóveis e entender melhor sobre as perspectivas dos proprietários, se aproxima, crie um laço de uma forma que ele confie em você. Passe a ele o seu objetivo e a sua proposta, afirme a ele o quanto é profissional e pode vender ou alugar o imóvel. Lembre-se, só fale ou prometa aquilo que poderá fazer, não faça nada além do seu alcance, isso poderá te comprometer.

Avaliação do Imóvel e documentações

Além de captar o corretor precisar realizar uma checagem no imóvel, se possível fiscalize o imóvel todo, cômodo por cômodo, instalações, enfim, dê uma analisada geral. Dessa forma poderá combinar com o proprietário o que pode ser feito para melhorar o imóvel, uma pintura, trocar interruptores, torneiras, tudo que será necessário para melhorias.

Depois de tudo certo, você pode avaliar o imóvel, quanto o imóvel vale para venda ou se for aluguel, vale considerar a localização, o tipo do imóvel e outros.

Fique de olho na documentação do imóvel, se o IPTU está em dia, escritura, registro da escritura, é importante consultar lá cartório de registro de imóveis a Certidão negativa de Ônus e verificar a situação do imóvel.

Controle das captações

Depois de tudo realizado e o proprietário aceitar a sua proposta, lance todos os dados do imóvel, corretor responsável e do proprietário em um CRM imobiliário, como o da plataforma ville imob, e adicione todas as características do imóvel.

Faça um documento formal e dê ao proprietário para assinar ficando com uma via, sendo assim um meio de segurança para você e o proprietário. Esse documento é uma autorização para mostrar o imóvel para venda ou locação, podendo ser de forma exclusiva ou não.

Lembre-se! Busque sempre o retorno da venda e porcentagem justa em suas captações, ofereça o melhor de si pois estará se tornando um grande gerador de negócios.

QR CODE PARA AUXILIAR O CORRETOR DE IMÓVEIS NAS VENDAS



Não há mais como fugir da tecnologia. Hoje em dia, para um corretor de imóveis se destacar, de fato, ele precisa estar por dentro das novas ferramentas tecnológicas. Não podia ser diferente. Segundo a Nielsen Ibope, já são mais de 76 milhões de smartphones ativos no Brasil.

Você pode aproveitar a popularização desses aparelhos. A partir deles, você pode alavancar seu desempenho na divulgação e vendas de imóveis. Uma dessas maneiras é usando a tecnologia QR Code que pode auxiliar o Corretor de Imóveis nas vendas. Ela está se popularizando aos poucos e chega às imobiliárias de forma criativa para modernizar os recursos utilizados para vendas de imóveis. Calma, vamos explicar detalhadamente como você pode fazer isso. Acompanhe as dicas a seguir:

O que é um QR COde?

De modo geral, o QR Code funciona como um código de barras digital. Ele pode ser usado em qualquer smartphone do mercado, desde que o usuário tenha um aplicativo de leitura dessa tecnologia. Desde 2003, esse recurso é usado em campanhas publicitárias e até em games.

E funciona da seguinte maneira: o código em 2D é escaneado pela câmera do celular e, na sequência, revertido em texto interativo, sendo endereço de sites, localização e até mesmo um perfil para contato. São tantas possibilidades que você pode elaborar algo único para divulgar seus imóveis.

Um exemplo de gerador bastante popular é o <u>Kaywa QR Code Generator</u>. Com ele você pode criar, administrar e compartilhar seus códigos de maneira muito simples.

O primeiro passo para criar seu código, após efetuar o cadastro no site, é escolher o conteúdo que será gerado. É nessa hora que você fará mágica, de transformar o seu anúncio em algo atrativo. Pode ser apenas um telefone para contato, mas o ideal é que seja algo mais informativo, sem ser cansativo para o cliente.

Fácil de instalar e de gerenciar os códigos

O QR Code funciona com modelos pré-definidos e de fácil configuração. Com essa ferramenta, você vai ter um leque de possibilidades para divulgar propriedades. Para completar, qualquer pessoa pode criar o seu código interativo com muita facilidade.

Como se destacar?

Você não precisa abandonar as formas mais tradicionais de divulgação. O QR Code pode ser inserido em panfletos, cartão de visita, folders, etiquetas e placas e principalmente o seu <u>site imobiliário</u>. A imagem serve como um complemento às informações já anunciadas, portanto é importante que você possua um site imobiliário, como da <u>plataforma ville imob</u>, para inserir o seu QR Code nos anúncios de seus imóveis. <u>Veja o exemplo</u>.

Agora, imagine que um potencial cliente esteja passando pela rua e vê uma placa de um imóvel à venda. Se essa placa conter um QR Code, o cliente pode consultar, a partir do smartphone dele, preço, tamanho do imóvel, além de visualizar fotos dos cômodos. É a melhor forma de impactar o cliente de imediato e aumentar as chances de conseguir fechar um negócio.

Agora, esteja ciente que as informações geradas pelo QR Code devem estar hospedadas em sites que possam receber essa tecnologia. Em outras palavras, o site não pode dificultar a visualização do cliente pelo celular.

As vantagens do QR Code

Fortalecer a marca da imobiliária: a placa com o QR Code aumenta a visibilidade do imóvel e divulga o site da imobiliária. O aplicativo aproxima o cliente, abrindo um novo canal de comunicação. Por fim, com esse recurso você pode mapear o desempenho dos seus anúncios e utilizar um único sistema para várias divulgações.

Valorização e credibilidade: o QR Code deixa o seu anúncio mais transparente. Qualquer cliente prefere um anúncio bem detalhado do que aqueles que geram dúvidas. Isso mostra credibilidade e passa maior confiança, além de envolver o cliente de forma rápida e mais eficiente.

Não perca tempo e comece já a pensar em informações úteis para exibir seus imóveis e potencializar as divulgações. Demos a ferramenta, agora pense na melhor estratégia!

A IMPORTÂNCIA DA PERSUASÃO NA VENDA DO IMÓVEL



A cada 100 novos imóveis vendidos em 2015, 41 foram devolvidos às construtoras. Esse dado foi apresentado no levantamento da Fitch que ouviu nove companhias do setor entre janeiro e setembro de 2015. Em outras palavras, quase 5 bilhões de reais ficaram encalhados nas grandes incorporadoras.

Nesse momento de crise, o importante é convencer o cliente de que ele fez o melhor negócio. Torna-se, portanto, tarefa do corretor persuadir para fechar negócio.

Persuasão na venda do imóvel com o cliente garante a você estar à frente do seu concorrente e, mais do que isso, transforma a venda de um imóvel em uma grande experiência profissional.

Descubra o que o cliente precisa

Ao comprar um imóvel, o cliente busca realizar um sonho! Nesse ponto, o bom corretor vende o que o cliente precisa. Aqui, procure escutar bastante o que o cliente tem para falar de forma que você apresente apenas os imóveis mais compatíveis às reais necessidades dele.

É importante que você tenha o controle de cada cliente, com o perfil do imóvel que deseja, inserindo valores, tipo do imóvel, localizações e outros. Para que você consiga realizar esses procedimentos corretamente é importante que você possua um <u>CRM Imobiliário ville Imob</u>.

Descobrindo o que o cliente precisa, você o coloca no foco do negócio e não o produto em si.

Conheça seu cliente

Conhecer seu cliente é a melhor forma para apontar os melhores caminhos para que sua demanda seja atendida. Além disso, tenha na ponta da língua as respostas para as dúvidas dele.

1) Explique valor ao imóvel: todo cliente quer descontos. Se essa prática já é comum em uma negociação, imagina em situações adversas? Você precisa explicar ao cliente o real valor daquele imóvel. Mais importante que entrar em negação, é deixar claro o motivo daquele imóvel valer tanto. Ele precisa enxergar os benefícios, pois, no momento, ele só vê o preço.

- **2) Combata a insegurança:** seja incisivo na apresentação do imóvel. Bons argumentos ditos com firmeza ajudam o cliente a tomar uma decisão.
- **3) Informe o cliente:** as objeções criadas pelo cliente é por falta de informação. Por isso, agregue valor ao seu atendimento de forma que ele seja único e diferenciado. Apresente soluções reais para as demandas do cliente, como o tipo de moradia e o investimento.

Seja um filtro de qualificação do cliente

Com um mundo cada vez mais tecnológico, o cliente já toma a decisão de compra antes mesmo de entrar em contato com algum corretor ou imobiliária. Aí, ele só vai atrás do profissional para iniciar a negociação. Essa difusão de informação exige um corretor muito mais capacitado e preparado para lidar com o consumidor do século XXI.

Aqui, você tem a chance de educar o seu cliente e filtrar as informações que ele fornece. O trabalho é convencê-lo com dados confiáveis. Então, apresente a ele os desafios e oportunidades com a compra e mostre o que é real e o que pode ser apenas uma especulação. Para que possa realizar isso com louvor, possua um site imobiliário, como o da plataforma ville Imob, que permite você aumentar a exibição dos seus imóveis e gerar grandes vendas.

Figue atento as dicas e use o seu poder de persuasão! Boas vendas.

DICAS DE DETERMINAÇÕES PARA CORRETORES DE IMÓVEIS



Antes de captar imóveis e <u>clientes</u>, o corretor precisa buscar motivação. Ela é o maior combustível de qualquer profissional, ou seja, sem ela, fica difícil encontrar imóveis, clientes e, consequentemente, as vendas desaparecem.

É claro, encontrar essa motivação não é fácil quanto falar, ainda mais em tempos de crise em que o consumidor fica com o pé atrás para comprar qualquer coisa. Sabemos, também, que cada profissional tem seus problemas para cuidar e há clientes que nem sempre são simpáticos e claros em seus pedidos, o que pode acabar frustrando e desmotivando o corretor de imóveis.

Conforme os números do Estudo Global sobre Força de Trabalho, realizado pela Towers Watson, 30% dos profissionais brasileiros estão desmotivados no seu emprego atual. Entre os motivos para isso, podemos citar salário estagnado, falta de perspectivas na carreira ou metas confusas.

Se isso está sendo um empecilho para você, veja as dicas a seguir de motivações e determinações para corretores de imóveis tentar driblar o obstáculos:

Trace metas e corra atrás para atingi-las

Começar a semana sem saber mais ou menos o que você deve fazer no trabalho já é motivo para desanimar qualquer profissional. Sem falar que o corretor de imóveis pode ter visitas marcadas de forma espaçada. Aí, ele fica um tempo ocioso, o que prejudica na busca por motivação.

Nesse sentido, procure se organizar em sua agenda virtual, que permite a você ter um controle de todos os seus eventos, enviando alertas e avisos e em um <u>CRM imobiliário</u> para controlar as visitas com os clientes. Caso não possua uma plataforma imobiliária com esses recursos, convidamos você a conhecer a <u>plataforma ville Imob.</u>

Portanto, trace metas que você tenha condições de cumprir. Por exemplo, se você tem duas visitas no período da tarde, por que não enviar e-mail marketing para seus clientes de manhã? Você pode, ainda, ter uma meta de colocar 10 placas em uma semana.

Após cumprir as metas iniciais, estabeleça outras mais ousadas. Isso

porque, quando você não coloca desafios na sua carreira, acaba se contentando de fazer mais do mesmo.

Separe o lado profissional do pessoal

Levar os problemas da família para o escritório só atrapalha nesse processo de encontrar uma motivação. Por mais difícil que seja, separe deixe os problemas pessoais na sua casa. Quando chegar ao trabalho, é hora de arregaçar as mangas para cumprir as metas que você estabeleceu no início do mês.

Venda de sonhos

Sabendo que você vende sonhos, há melhor jeito de se motivar senão ver o sorriso dos clientes ao assinar os documentos que concretizam a compra do imóvel? Portanto, sempre que você estiver atendendo os clientes, lembre-se que você pode fazer parte de um momento único deles.

Carreira diferenciada ajuda na motivação

Como você viu logo no começo desse post, você não é o único desmotivado. Mas, ao contrário dos outros profissionais, você tem um cotidiano diferente. Imagina ficar cinco dias da semana, durante oito horas, sentado em frente a um computador. É um saco, né? Então, tente enxergar na sua agenda flexível algo que te motive. Não é qualquer um que consegue conversar com diversas pessoas por dia e encontrar um espaço para passar mais tempo com a família.

Aproveite as dicas e se motive mais! Bons negócios.

POR QUE INVESTIR EM GESTÃO E MARKETING IMOBILIÁRIO EM MOMENTO DE CRISE?



Não investir em gestão e marketing imobiliário não combina com um corretor de imóveis profissional. Já se foi o tempo em que qualquer amador podia intermediar uma transação imobiliária. O atual mercado imobiliário exige uma postura mais profissional, o que inclui investimento em e gestão e marketing.

Em tempos de crise, esse investimento deve ser ainda maior. Ao contrário do que muitos corretores fazem, o marketing deve ser valorizado, não excluído como uma medida de contenção de gastos. Afinal, o marketing imobiliário precisa ser contabilizado como um investimento, não como um custo.

Para se ter uma ideia, Adriana Samaan, autora do livro Marketing Imobiliário em 10 capítulos – portanto uma especialista no assunto – acredita que uma campanha de marketing bem elaborada chega a impulsionar de 10 a 50% os resultados de vendas. Dito isso, vamos à prática. Leia, abaixo, como você pode investir em gestão e marketing imobiliário:

Conheça profundamente o seu público e produto

Antes de começar a colocar ações em prática só para dizer que está investimento em marketing, você precisa colher uma série de informações sobre o seu público e produto. Até mesmo porque marketing é se comunicar bem com os seus <u>clientes</u>. Portanto, se você só tem imóveis de um dormitório, não adianta nada fazer campanhas direcionadas para casais com filhos. Elas não terão efeito algum.

Mas, atenção, não padronize todas as suas campanhas. Uma campanha que deu certo com uma pessoa pode não ter sucesso com outra. Isso porque cada cliente é de uma maneira. Aqui, você precisa identificar, por exemplo, aqueles que só gostam de conversar por e-mails. Para essa turma, não vale a pena insistir em telefonemas. Eles não gostam.

Utilize uma plataforma Imobiliária

Nada melhor do que realizar o marketing imobiliário com a gestão dos seus negócios é ter recursos que possibilita você alcançar o sucesso, como uma plataforma imobiliária. Se há possibilidades de fazer uso de grandes ferramentas que irá potencializar suas vendas e locações, mãos

a obra! Utilize uma <u>plataforma completa como ville imob</u>, com recursos essenciais para suas atividades imobiliárias: Site Imobiliário, Software de Gestão, Versão Mobile, CRM Imobiliário, Sistema de Chat, Integração Social e Integração com Portais.

Por que a questão de uma gestão é fundamental?

Já pensou você passar para um cliente uma informação de um imóvel que o seu corretor não saiba confirmar? Vai parecer estranho e o interessado no imóvel pode ficar com um pé atrás para dar continuidade na negociação. Portanto, se você trabalha em parceria com outro corretor, é fundamental que vocês estejam em sintonia. Em outras palavras, vocês precisam ter uma ótima gestão dos seus negócios.

Outro ponto de administrar bem seus negócios é evitar situações repetidas. Logo depois que você atender um cliente em uma visita, faça as anotações em <u>CRM imobiliário</u> de como foi a conversa. Assim, na próxima oportunidade, você pode trazer mais novidades e responder as perguntas que ficaram sem resposta.

Aproveite as dicas e bons negócios!

INSTAGRAM PARA CORRETORES DE IMOVEIS DE FORMA ESTRATÉGICA



Pense em uma <u>rede social</u> que reúne fotos bem editas e vídeos curtos. Com certeza você deve ter se lembrado do Instagram. Não é por menos. De acordo com a própria rede social, são mais de 29 milhões de brasileiros ativos no Instagram. No mundo inteiro, esse número sobe para 400 milhões.

Qualquer corretor de imóveis que se preze deve enxergar nesses números uma ótima oportunidade para investir de forma estratégica na plataforma. Em meio a mais de 29 milhões de usuários ativos na rede social, a possibilidade de haver milhares de pessoas em busca de imóveis para comprar ou alugar é bem grande.

Portanto, não faz mais sentido não aproveitar o Instagram como um ótimo canal de divulgação e marketing imobiliário, ainda mais que o aplicativo permite edições que podem deixar as fotos dos imóveis ainda mais atrativas. Mas a melhor parte vem agora: a rede social começou a aceitar anúncios. Isso significa que, mesmo se você não tiver muitos seguidores, é possível alcançar uma quantidade inimaginável de pessoas.

Ah, claro, você precisa pagar por isso, mas os valores são bem menos do que os da mídia tradicional. Se interessou? Então, veja como utilizar o Instagram para corretores de imoveis de forma estratégica.

Anúncios atingem públicos específicos

Como você deve saber, o Facebook comprou o Instagram em 2012 por 1 bilhão de dólares. A partir daí, a plataforma de fotos e vídeos começou a ganhar vários recursos semelhantes aos da rede social do Mark Zuckerberg. E um deles é o sistema de anúncios.

Assim como o Facebook, os anúncios no Instagram permitem visar determinados grupos demográficos específicos. Então, se você tem um apartamento de um dormitório no centro de São Paulo, você pode anunciá-lo para homens e mulheres entre 18 e 30 anos que moram em São Paulo. Aí, você deve atingir pessoas solteiras.

Formatos diferentes de anúncios

Entre os formatos de anúncios disponíveis no Instagram, há em vídeo, foto ou carrossel. Vamos por partes. Os anúncios em vídeos podem ter

duração de 30 segundos. Para esse tipo de publicidade, é interessante você aparecer falando para os clientes dentro do imóvel anunciado. Aí, você cria uma proximidade com as pessoas e, de quebra, mostra parte do imóvel.

Os anúncios de foto é simples. Você publica uma foto bem editada e atrativa e impulsiona a publicação para atingir mais pessoas. Por sua vez, os anúncios em carrossel permitem a utilização de várias imagens, nas quais os usuários podem ir deslizando. Aqui, é legal que cada imagem ilustre um cômodo do imóvel anunciado.

Call-to-action promove engajamento

Ter muitos likes e comentários, mas sem conversão, não adianta nada. Em uma publicação normal do Instagram, não dá para inserir um link "clicável", o que dificulta para levar os possíveis clientes a você.

Com os anúncios, esse problema acaba. Eles permitem que você direcione o tráfego diretamente para suas ofertas com um botão de chamada à ação, o famoso call-to-action.

Empresas já aproveitam recurso de anúncios do Instagram

Desde setembro de 2015, os anúncios do Instagram já atraíram mais de 200 mil empresas em todo mundo. De acordo com uma pesquisa do usuário, 60% dos entrevistados afirmaram que aprendem sobre determinados produtos e serviços pelo Instagram.

Então, corretor de imóveis, faça como essas empresas e impulsione os seus negócios na plataforma que abraça milhões de brasileiros e para aperfeiçoar e complementar ainda mais o seu marketing imobiliário utilize uma <u>plataforma como ville Imob</u>, que possuem soluções eficazes para o seu negócio.

Aproveite essas ferramentas. Boa Vendas!

PALESTRANTES DO MERCADO IMOBILIÁRIO QUE TODO CORRETOR DEVE CONHECER



Quem não gosta de aprender com profissionais que obtiveram êxito em suas carreiras? Em uma profissão como a de corretor de imóveis, adquirir experiência com outras pessoas faz ainda mais sentido, uma vez que cada situação exige posturas e estratégias diferentes.

Sabendo disso, uma das melhores formas de aprender com os outros é assistindo a palestras de profissionais de sucesso. Além de absorver bastante conteúdo inédito nesses eventos, trata-se de uma ótima oportunidade de encontrar e conhecer outros corretores de imóveis e, assim, construir um networking no mercado imobiliário.

Nesse caso, separamos alguns palestrantes que correm o Brasil para dar dicas e falar sobre a situação do mercado imobiliário. Você não pode perder de jeito nenhum. Confira abaixo quem são os palestrantes do mercado imobiliário que todo corretor deve conhecer:

Guilherme Machado

Com quase 80 mil seguidores no <u>Facebook</u>, o palestrante Guilherme Machado é um dos mais conhecidos e ativos do meio imobiliário nas redes sociais. Ele também sempre publica artigos e grava vídeos para seu blog. A principal motivação de Machado é deixar os corretores de imóveis e imobiliárias mais colaborativos e competitivos. Seu lema é "Quebrar as regras" para alcançar o sucesso.



Mestrando em Neuromarketing pela Florida Christian University, Machado está viajando o Brasil com o <u>Tour QR</u> que ensina a aplicar o neuromarketing nas vendas imobiliárias. Ele garante que o corretor vai sair da palestra sabendo como aumentar as vendas e como planejar melhor a rotina de trabalho.

Rodrigo Capanema

Pós graduado em Gestão de Negócios Imobiliários pela FDC e Bacharel em Teatro pela UFMG. Iniciou sua carreira nos palcos, atuando em teatros, comerciais de TV e outros.

Segundo o próprio Capanema, quando ingressou no ramo imobiliário utilizou várias técnicas extraídas das artes cênicas, associadas às práticas do mundo corporativo. Depois de muitas pesquisas, dezenas de cursos e práticas de sucesso, os resultados foram fantásticos: destaque no mercado, promoções na carreira, aumento e fidelização de seus clientes e crescimento dos ganhos financeiros.



Além de palestrante, Capanema oferece treinamentos de como o corretor pode ganhar destaque, dinheiro e mais clientes, e como vender mais rápido o seu imóvel.

Ricardo Amorim

Na lista dos melhores e mais influentes palestrantes mundiais, elaborada pelo Speakers Corner, Ricardo Amorim é o único brasileiro que aparece. O economista apresenta uma série de palestras sobre investimentos no mercado imobiliário. Por mais que o público-alvo seja investidores, os corretores de imóveis não podem deixar de aprender com Amorim. É importante estar por dentro do cenário econômico e imobiliário. Assista a esse trecho da palestra de Amorim para tirar suas conclusões.



Rosalvo Barreto

Com mais de duas décadas dedicadas ao mercado imobiliário, Rosalvo Barreto é um dos palestrantes mais importantes do setor no Brasil e no mundo. Tanto é que Barreto já conquistou dois prêmios Top de Marketing; duas premiações Marketing Direto Nacional da ABEMD e um Top Comercial; além de um Prêmio Master Imobiliário Internacional.



Prestando consultoria e palestrando para gerentes e corretores imobiliários, Barreto tem como objetivo transmitir técnicas de atendimento e administração da carteira de clientes.

<u>Josiane Mafra</u>

Advogada, assessora e consultora Jurídica, especialista em Direito Público e mestre em Meio Ambiente e Sustentabilidade. Pós-graduanda em Direito Urbanístico e Ambiental e em Planejamento, Implementação e Gestão de Educação a Distância.



Com experiência, há mais de 13 anos, junto ao mercado imobiliário e outros segmentos, a Drª dar palestras incríveis para o segmento imobiliário, como por exemplo direito imobiliário. Além de suas palestras, Josiane escreve para blogs do segmento, como o <u>ville Imob</u>.

Aproveite e conheça mais a fundo esse palestrantes do segmento imobiliário, se possível participe das palestras ministradas por esses grandes profissionais.

Sucesso e Bons Negócios!

MARKETING IMOBILIÁRIO: ESTRATÉGIA EM TEMPOS DE DE CRISE. SAIBA O PORQUÊ!



Tirando o mercado de imóveis de alto padrão, o setor imobiliário não anda tão aquecido com há três anos. Para se ter uma ideia, o financiamento de imóveis registrou queda de 33% em 2015, segundo dados da Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança (Abecip). Mais do que isso, o estudo do FipeZap aponta para uma valorização tímida de 1,32% no preço dos imóveis, índice abaixo da inflação.

Nesse cenário de incertezas, imobiliárias e corretores começam a enxugar custos e reduzir investimentos. No entanto, medidas muito drásticas podem ser um verdadeiro tiro no pé. Levantamento elaborado pela Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (Abrainc), em conjunto com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), mostra que havia 111.331 unidades à venda em todo Brasil no fim de fevereiro deste ano. Em três meses, foram comercializadas mais de 20 mil do total.

Isso significa que há, mesmo que morno, um movimento no mercado de pessoas interessadas em comprar ou alugar imóveis. Em outras palavras, o corretor de imóveis tem uma demanda para atender, não tão grande quanto outrora, mas tem. E para conseguir atrair e captar clientes, a melhor maneira é investindo em marketing imobiliário. Entenda, abaixo, melhor o porquê:

Custo baixo

Aproveite a internet para fazer seu marketing imobiliário. Se sua intenção é anunciar seus produtos e alcançar potenciais clientes, você consegue, com um baixo investimento, atingir milhares de pessoas no Facebook Ads e no Google AdWords, por exemplo. Nessas ferramentas de mídia paga, é possível segmentar o público que você pretende conversar conforme região, idade, sexo e por aí vai. Tudo por um preço que cabe no bolso e é muito, mas muito, mais barato do que a mídia tradicional.

Isso sem falar que construir um blog é gratuito. Nele, ao invés de transformá-lo em um outdoor online com anúncios de imóveis, aproveite para passar credibilidade aos usuários. Escreva sobre o mercado imobiliário de um modo geral e dê dicas a outros corretores. Isso vai fazer com que você se apresente como uma autoridade no assunto.

Tudo é mensurável

Usando ferramentas online para fazer suas ações de marketing, fica muito mais fácil medir os resultados de cada etapa, desde o prospect, a captação de lead até o fechamento de um negócio. Assim, é possível saber para onde foi cada centavo investido.

Quer um exemplo? Então, se você aplicou 20 reais em um anúncio no Facebook, cujo objetivo era alcançar pessoas interessadas em comprar um imóvel de um dormitório, e conseguiu cadastrar o e-mail de 40 usuários, isso significa que cada real investido trouxeram 2 contatos. Mesmo que a maioria ignore seu e-mail depois, você já conseguiu construir uma boa base de potenciais clientes com uma única ação de baixo investimento.

Todas ações em um único lugar

Como há muitas ações para se colocar em prática, facilite sua vida utilizando uma <u>plataforma completa como ville imob</u>. Assim, você reúne e administra todas as suas atividades imobiliárias em um espaço: Site Imobiliário, Software de Gestão, Versão Mobile, CRM Imobiliário, Sistema de Chat, Integração Social e Integração com Portais.

A crise não é eterna, um dia ela passa e, após esse período turbulento, novos profissionais vão entrar e voltar ao mercado imobiliário. Quando esse dia chegar, você já vai estar bem à frente dos seus concorrentes, isto é, com um número considerável de contatos e potenciais clientes. Em resumo, invista em marketing imobiliário o quanto antes!

TRABALHE EM EQUIPE E SAIBA COMO VENDER MAIS IMÓVEIS



Há um bom tempo o corretor imobiliário tenta buscar alternativas para driblar a crise que vem deixando o mercado cada vez mais desaquecido. Soma-se a isso a alta competitividade do setor imobiliário. Só para se ter uma ideia, são mais de 320 mil profissionais no Brasil, segundo o Conselho Federal de Corretores de Imóveis (Cofeci).

Diante dessa situação, além de recorrer a especializações para se sobressair dos demais profissionais, os corretores podem (e devem) saber trabalhar em equipe para vender mais imóveis. Na prática, isso significa que você não pode enxergar no seu colega um concorrente. Vocês estão no mesmo barco e todos devem remar juntos para o crescimento mútuo.

Nesse sentido, procure ajudar os corretores que estão entrando agora no mercado, além de pedir dicas aos mais experientes. Não deixe, também, de formar parcerias com corretores de sua confiança e cujas competências sejam complementares às suas.

Se de um lado você fica obrigado a dividir os honorários, do outro, a parceria agiliza todo processo de negociação do imóvel. Nisso, todos os envolvidos, isto é, corretores, proprietários e compradores, saem ganhando. No fim das contas, você pode acabar vendendo mais imóveis e, assim, compensando a divisão de honorários.

Abaixo, confira <u>algumas dicas</u> para trabalhar em equipe e, por consequência, saber como vender mais imóveis:

Esteja próximo da equipe

Como já foi falado acima, o trabalho em equipe pode render muito mais frutos para todos do que cada um se virando sozinho. Mas é importante deixar claro que trabalhar em equipe não significa ficar acomodado e se apoiar nas costas dos bons profissionais. Se você quer ser ajudado, ajude.

Além de ser solícito com seus colegas, seja propositivo e procure compartilhar boas e más experiências com eles. Quando você contribui para o crescimento da equipe, você também está ajudando na sua evolução profissional.

Divisão de tarefas

Outro ponto destacado no começo deste texto é encontrar profissionais competentes para trabalhar ao seu lado como parceiros. Aqui, é legal selecionar corretores de imóveis que se destacam em determinadas tarefas que você tem mais dificuldade, ou seja, um complementa o outro. Essa é a parceria perfeita.

Então, suponha que você seja um excelente profissional para receber visitas e apresentar os imóveis a elas, enfim, que saiba encantar seus clientes na hora da venda. No entanto, você tem certas dificuldades para lidar com tecnologia. Nesse caso, procure um profissional que domine as novas ferramentas tecnológicas para ajudá-lo a encaminhar e-mail marketing, divulgar seus imóveis nas redes sociais e em portais imobiliários.

Discuta os honorários com antecedência

Já diz o ditado: "amigos, amigos, negócios à parte". Antes de você e seu parceiro ou equipe colocarem a mão na massa, é fundamental que vocês discutam a divisão de honorários para que, lá na frente, não haja brigas em relação a dinheiro, o que só atrapalha os seus negócios.

Portanto, essa etapa deve acontecer com bastante antecedência e, de preferência, firmado em um acordo escrito para não deixar dúvidas. Por exemplo, se você for responsável por receber as visitas nos imóveis, você pode ficar com 60% da comissão, uma vez que seus custos são maiores do que o do seu parceiro que só cuida da parte burocrática.

Depois de tudo resolvido vá para etapa divulgação, faça uma reunião ou uma conversa menos formal com os seus sócios, colegas de trabalho, enfim, para iniciar com as divulgações dos imóveis e aumentar as chances de bons resultados.

Para que vocês concretizem isso de forma eficaz, conheça melhor a <u>plataforma imobiliária ville Imob</u>, são 7 soluções integradas para aumentar as sua chances de vendas e locações no mercado imobiliário.

Aproveite para pensar no assunto! Sucesso e Boas Vendas.

MARKETING IMOBILIÁRIO PARA CORRETOR DE IMÓVEIS APLICADOS NO 4PS



De acordo com o Conselho Federal de Corretores de Imóveis (Cofeci), já são mais de 320 mil corretores de imóveis registrados no Brasil. Desse universo, 280 mil são pessoa física e 40 mil, pessoas jurídicas (imobiliárias, escritórios e afins).

Em meio a tantos profissionais disputando os mesmos clientes, a melhor maneira para se destacar é sabendo trabalhar muito bem com o <u>marketing imobiliário</u>. E quando falamos em marketing, independente do setor de atuação, devemos lembrar da lição dos 4Ps (Praça, Preço, Produto e Promoção). Ela é indispensável, inclusive, no mercado imobiliário.

Produto

Em primeiro lugar, vamos estabelecer um conceito. Produto é tudo aquilo que é capaz de satisfazer um desejo ou de resolver um problema do cliente por meio de uma troca. No mercado imobiliário, o produto atende pelo nome de imóvel. E você só vai conseguir vendê-lo quando conhecer muito bem cada detalhe da unidade. Quanto mais informações você souber do produto, mais fácil para comercializá-lo.

Outro ponto é saber qual o tipo de produto que o mercado está procurando, ou seja, é fundamental entender quais são as tendências do mercado. Por exemplo, os apartamentos com varanda gourmet estão invadindo os grandes centros urbanos, uma vez que há uma demanda por eles. Nesse sentido, compensa concentrar seus esforços para captar esse tipo de produto.

Praça

O quesito Praça se refere à localização onde o produto vai ser comercializado ou, o ponto comercial. No caso dos imóveis, trata-se dos bairros. Aqui, para você, corretor de imóveis, se dar bem, vale a pena atuar em uma região em que você conhece na palma da mão. Isso porque você pode informar aos seus clientes os tipos de serviços que eles podem encontrar pelo bairro, além as condições de trânsito. Essas informações ajudam o cliente a decidir, ou não, pela compra de determinado imóvel.

Mas não só isso. Invista seus esforços em bairros que estejam em plena valorização ou que tenha pouca competição. Assim, quando você comercializar imóveis, suas comissões serão mais gordas.

Preço

Conhecendo muito bem seu produto e a praça em que ele será comercializado,

fica mais fácil de definir e explicar o seu preço final. Você precisa deixar claro porque o valor do imóvel é aquele. Justifique falando que a varanda gourmet e a segurança do bairro, por exemplo, valorizam o produto. Sendo bem transparente quanto ao preço do produto, explicando tudo o que o valoriza e o desvaloriza, fica mais fácil iniciar uma negociação com os clientes.

Promoção

O último ponto é a promoção. Sem ele, todo seu trabalho será em vão, uma vez que a promoção é responsável por fazer com que o público-alvo conheça a existência do seu produto. De forma resumida, trabalhe na divulgação do imóvel em diversos canais, dos tradicionais aos mais recentes: placas, anúncios de jornais, blogs, portais imobiliários e redes sociais.

Aplique os 4Ps do marketing em seu trabalho no mercado imobiliário e veja os resultados melhorarem em curto prazo.

E para tornar a sua aplicação nos 4ps mais eficaz, convidamos você a conhecer a <u>plataforma imobiliária</u> ville Imob, são 7 soluções que poderão aumentar suas vendas e locações de imóveis.

Boas vendas!

EXISTE CRISE FINANCEIRA PARA MERCADO IMOBILIÁRIO DE ALTO PADRÃO?



Como se sabe, a crise financeira bateu forte no Brasil e deixou muitos desempregados. Mais do que isso, tirou investimentos em educação e saúde e colocou uma enorme desconfiança no país. No entanto, há um mercado que não chegou nem perto de ser afetado: o mercado imobiliário de alto padrão.

Primeiro, vamos conceituar um pouco o assunto. Entende-se por imóveis de luxo aqueles cujos preços ultrapassam a casa de 1 milhão de reais. Dentro dessa realidade, a procura por imóveis de alto padrão cresceu 32% no Brasil no período de um ano, segundo levantamento do portal VivaReal feito no terceiro trimestre de 2015. Liderando essa estatística, aparece a capital Fortaleza, onde a busca por unidades desse tipo aumentou 92%.

E não para por aí. Mato Grosso, estado que apresentou o maior crescimento de pessoas de alto poder aquisitivo na última década, também vem recebendo empreendimentos de classe A. Por exemplo, a construtora CX Construções ergue imóveis de alto padrão em áreas de 11 mil metros quadrados, permitindo áreas de lazer e de apartamentos de mais de 400 metros quadrados.

Na capital paulista, a história se repete. O volume de lançamentos de imóveis com preço superior a 3 milhões de reais cresceu 20% em 2015, de acordo com os dados do Secovi-SP (Sindicato da Habitação do estado de São Paulo). Por sua vez, Curitiba lançou 22 edifícios superluxo em 2015 contra 12 em 2014. Os números são da Ademi-PR (Associação dos Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário do Paraná).

Por que este mercado não é afetado pela crise

A crise atinge, essencialmente, as camadas mais populares e a classe média. Não podendo financiar um imóvel, o mercado fica estagnado. Isso não acontece ao mercado imobiliário de alto padrão. O público que adquire esses imóveis, em sua grande maioria, não precisa recorrer ao empréstimo bancário para concretizar o negócio. Eles já possuem capital suficiente para a compra.

Além disso, o mercado imobiliário de luxo ganha força à medida que os investidores preferem tirar capital de ações para aplica-lo em um investimento mais seguro, que é o caso dos imóveis.

Como o corretor de imóveis pode se dar bem neste mercado

Se o mercado imobiliário de alto padrão está para peixe, o corretor que atua com esse tipo de produto não tem do que reclamar. Sabemos que a comissão de um corretor autônomo é de 6% sob o valor da venda. Isso significa, na prática, que se o profissional conseguir vender um imóvel de 1 milhão de reais, ele vai receber 60 mil reais. Uma ótima quantia para uma venda, não?

Só que para alcançar esses valores, o corretor de imóveis precisa entender os costumes e perfil de um comprador de imóveis de alto padrão. Diferente do público comum, ele não trata o imóvel como um sonho de consumo. Na verdade, o imóvel é mais uma recompensa pelo sucesso profissional. Mesmo que o investidor não tenha intenção em revender o empreendimento, ele sempre procura fechar bons negócios, ou seja, o imóvel deve estar em amplo processo de valorização.

Para completar, o corretor de imóveis nunca vai encontrar esse público anunciando em classificados de jornais e portais imobiliários mais populares. O melhor jeito para entrar em contato com os compradores de imóveis de alto padrão e fazer suas possíveis captações é marcando presença em eventos sociais de luxo e construindo uma sólida rede de contatos.

Uma dica, cadastre essas oportunidades, captações em um <u>CRM</u> <u>Imobiliário</u>, você irá precisar fazer um trabalho de acompanhamento intenso com esses clientes até concretizar a venda. Portanto, convidamos você a conhecer a <u>plataforma ville imob</u>.

Sucesso e Boas vendas!

DICAS PARA IMPRESSIONAR O CLIENTE NA VENDA DO IMÓVEL



Tempos desfavoráveis e até de alta competitividade são inevitáveis na vida de um corretor de imóveis. Portanto, fechar uma venda, que já é complicado, deve ser algo muito bem planejado. Nessas horas, investir na divulgação de seu histórico e de seu portfólio de imóveis de forma criativa e adequada passa a ser uma estratégia fundamental.

Nesse sentido, ter um <u>site imobiliário</u>, se manter ativo nas <u>redes sociais</u> e participar de eventos e disparar e-mail marketing com seu público podem ajudar você a causar uma boa primeira impressão. Além de estar aberto para tirar dúvidas dos usuários, você passa uma imagem de autoridade no assunto.

Mas, para vender bem o seu peixe, é muito importante, também, ter uma boa noção da situação do mercado imobiliário. Isso inclui, por exemplo, conhecer quais são as regiões que apresentam potencial de valorização e quais são as principais motivações do novo consumidor.

Essas etapas ajudam, e muito, no momento inicial, na hora de captar um cliente. Só que a venda só será concretizada, se o cliente ficar satisfeito durante o processo de venda. Quando o objetivo de conseguir um cliente é superado, o corretor precisa aproveitar essa oportunidade para transformá-lo em um meio de divulgação boca a boca. Isso poder ser garantido através de uma visita e venda de imóvel que deixe seu cliente impressionado.

Quer saber como conseguir isso? Veja a seguir 4 dicas para impressionar o cliente na venda do imóvel:

Cuide da aparência

Aparência é tudo. E não estamos falando só a do imóvel. Na hora da visita, você também precisa se apresentar bem, ou seja, nada de cara de sono, roupas mal passadas e inapropriadas para a ocasião e cabelo desarrumado. Preocupe-se também com a postura, o tom certo de voz e gestos de simpatia – sem exageros. Isso deixa uma boa impressão aos clientes.

Ganhe simpatia sendo pontual

Seja em lojas, restaurantes, médico ou numa visita imobiliária, nenhum cliente gosta de ser atendido com atraso. Por isso, procure chegar com

pelo menos 15 minutos de antecedência do horário combinado. Só em ser pontual, você já ganha a simpatia dos clientes. Aí, aproveite esse tempo para ensaiar sua apresentação e verificar se os cômodos estão bem arejados. É muito importante que um corretor tenha na ponta da língua todas as informações sobre o imóvel e arredores, bem como os valores e formas de pagamento.

Esteja bem atento

Durante a visita, a interação com o cliente precisa ser feita de forma moderada. Procure saber se foi fácil encontrar o endereço, para medir a familiaridade do cliente com a região. Porém, não fale todo tempo, principalmente se estiver na companhia de um casal. Eles precisam conversar entre si e se imaginar na residência.

Todos os clientes merecem total atenção, mas as mulheres precisam de atenção especial. Elas costumam ser as principais responsáveis pela decisão final entre os casais. O marido, geralmente, se foca na negociação e na parte financeira.

Também não se esqueça de criar empatia com o cliente, buscando entender suas particularidades e o que ele pensa. Aí, procure utilizar essas informações de forma positiva no seu atendimento.

Fique sempre à disposição

Na melhor das hipóteses, o negócio será concluído na visita. Mas, por mais eficiente que essas dicas sejam, nem sempre tudo termina em venda. O que dedica uma importância particular ao término da visita. Nos momentos finais, tenha uma conversa mais descontraída. Pode contar curiosidades sobre o imóvel ou o bairro que pareçam interessantes e possam ser marcantes.

O foco no relacionamento é um bom diferencial frente aos demais corretores de imóveis. Ele passa ainda por manter contatos posteriormente para se mostrar à disposição para novas visitas. Isso fortalece sua relação com o cliente e até pode render novos negócios.

Ah mais uma dica! Utilize uma plataforma imobiliária completa como o ville Imob para lhe auxiliar nas suas vendas e locações, além de ampliar ao extremo a divulgação dos seus imóveis.

Coloque em prática essas seus clientes ficará melhor.		0	relacionamento	com	os

CHAT PARA CORRETOR DE IMÓVEIS: RELACIONAMENTO E PRODUTIVIDADE



Um atendimento realizado com excelência pode trazer grandes resultados para as empresas, concordam? As garantias que o cliente irá fechar com você uma venda ou até mesmo indicar a sua imobiliária para outros clientes são maiores. Hoje com tantas alternativas que podemos usufruir, principalmente na internet, essa informação parece meio óbvio.

Seria óbvio se muitos utilizassem e se aprimorassem em atendimentos online através de chat para corretor de imóveis. Os atendimentos feitos online tomaram uma grande proporção, além de ser um recurso que pode gerar muito mais produtividade para você e praticidade para o seu cliente. Não se pode esquecer o quanto é grande o número de pessoas presentes na internet, conectadas, e isso você deve trabalhar sempre ao seu favor.

Hoje a maioria dos processos de compra do imóvel ou até mesmo de pesquisa dos clientes são feitos pela internet, tudo rápido e prático, em questões de segundos ele acha o imóvel no bairro e cidade ideal, e como já está online entra em contato com a imobiliária ou corretor, e se você não tiver um atendimento de chat online em seu <u>site imobiliário</u> e não ter nenhuma noção de como realizar esse tipo de atendimento, o cliente com certeza irá arrumar um jeito de procurar o seu concorrente, e em questão de segundos também.

Esse tipo de situação não é nada agradável para o seus negócios, você precisa criar um relacionamento com esses clientes, ter uma produtividade e gerar suas vendas e locações. Veja o que você pode fazer com a ferramenta de <u>chat para corretores de imóveis</u> em seus atendimentos:

Identificar o perfil do seu cliente

No atendimento realizado pelo chat online você consegue identificar qual é o perfil desse cliente, por exemplo qual é o tipo de imóvel que procura, qual é a região desejada, e até o preço que ele está disposto a pagar. Com essas informações você já consegue identificar o perfil do cliente.

Produtividade em suas atividades

Uma das principais qualidades de um atendimento via chat online é ter uma boa produtividade. Ao mesmo tempo que conversa com o cliente, você já pode ir selecionando em seu site imobiliário os imóveis adequados de acordo com o perfil dele, e até realizar outros atendimentos. Uma dica! Seja cuidadoso para não querer atender vários clientes aos mesmo tempo e não conseguir dar respostas rápidas, o cliente não irá gostar de ficar esperando dez minutos para uma simples resposta.

Relacionamento, Interação com o cliente

Apesar de ser um momento extremamente importante para o cliente, a compra de um imóvel, você pode ser um pouco menos formal. Há situações que irá permitir que você interaja com cliente e realize um atendimento mais dinâmico, porém não exagere nas carinhas e nas abreviações como por exemplo "vc", "tbm", apesar de ser um contato online isso poderá lhe prejudicar e passar uma impressão para o cliente que você não tem profissionalismo.

Com os atendimentos realizados através do <u>chat para corretor de</u> <u>imóveis</u>, você poderá trabalhar com o relacionamento que irá criar com os clientes, desde o primeiro atendimento até o pós-venda.

Ah, mais uma dica fundamental! Para conseguir realizar um bom atendimento, aumentar sua produtividade e gerar mais vendas e locações, utilize uma plataforma imobiliária que já ofereça esse recurso, como o ville Imob.

Agora é só colocar essas dicas em prática!

Sabrina Rozindo Depto de Marketing villevox Comunicação e Marketing

FACEBOOK ADS PARA ANUNCIAR IMÓVEIS. TUDO QUE VOCÊ PRECISA SABER!



O Facebook tornou-se um dos maiores veículos de comunicação tanto para empresas quanto para autônomos. Por essa flexibilidade há muitos usuários que o utilizam para divulgar os seus produtos e serviços, e podemos dizer que há sim grandes retornos por anunciar nesse meio. Segundo o próprio Facebook há mais de 1,4 bilhão de pessoas utilizando a plataforma para se conectar com aquilo que é importante para elas.

Ótima oportunidade! Mas por que há tantas pessoas divulgando e usando essa rede social? Além de ser uma plataforma com milhões de usuários, ela é uma excelente <u>ferramenta de divulgação</u> e ainda você consegue interagir com o seu cliente de maneira efetiva e vários outros fatores fundamentais que você mesmo poderá descobrir.

Você sabe o que é Facebook Ads?

O Facebook Ads é uma ferramenta de veiculação de anúncios de produtos, serviços e outros, criado pela plataforma Facebook. Você consegue inserir os seus anúncios de imagens, textos, e vídeos para o seu público desejado, funciona como campanhas, você paga um valor que deseja para divulgar os seus anúncios, com isso consegue segmentar pelo o seu público, cidade, idade e várias outras opções.

Então, que tal se tornar importante para essa quantidade de usuários presentes no Facebook citadas acima? Veja abaixo como utilizar o Facebook Ads para anunciar imóveis.

Ponto de partida, crie a sua conta!

Para conseguir exibir os seus anúncios no Facebook Ads, você precisa antes de tudo de ter uma conta na plataforma.

Se você quer algo mais profissional ou possui uma imobiliária poderá criar a sua conta como uma Fan Page, que é uma conta destinada ao mercado empresarial, onde você seleciona a categoria no cadastro como: Negócios locais ou Local, Marca ou Produto, Artista, banda ou figura pública, Entretenimento, Causa ou comunidade.

Você também consegue divulgar os seus anúncios como conta perfil. Caso já possua uma conta de perfil no Facebook é só partir para o próximo passo. Se não possui ainda, é só <u>criar o seu perfil</u>.

Escolha seu objetivo na campanha

Existem várias formas de campanhas para você veicular os seus anúncios como perfil ou fan page, poderá escolher uma das opções na lista que o Facebook oferece. Para seguir com a criação dos seus anúncios precisa selecionar o seu objetivo, que são vários, mas iremos listar alguns, como:

- Impulsionar suas publicações
- Promover sua Página
- Enviar pessoas para o seu site
- Aumentar conversões no seu site
- Obter Instalações de seu aplicativo
- Fazer as pessoas obterem sua oferta

Segmentação do seu público

O Facebook oferece opções para você segmentar o seu público por localizações, Idade, Gênero, Idiomas, e o orçamento que está disposto a pagar pelo o anúncio e o seu período de veiculação, ou seja, tudo que você precisa para gerar resultados em um único lugar.

Nessa segmentação é que você trabalha os fatores mais importantes para obter retorno com os anúncios. São opções que sendo inseridos de maneira correta são fundamentais para conseguir resultados positivos. É importante que fique atento para não segmentar demais o seu público e perder cliques, visualizações, curtidas, enfim, por conta de estar extremamente fechado.

Mãos na massa! Seja criativo

A parte mais divertida e ao mesmo tempo cuidadosa é a parte criativa! Você consegue inserir as imagens dos seus imóveis, textos persuasivos e convidativos, e botões para chamadas de ações como: saiba mais, compre já. Então, capriche nessa etapa!

Nesse mesmo local você consegue escolher qual será o formato dos seus anúncios, se irá ser "Uma única imagem ou video dos seus anúncios" ou "Várias Imagens em um único anúncio", se for anunciar um imóvel em especifico é interessante escolher a segunda opção. Os anúncios aparecem Feed de Noticias Movel, Coluna da Direita no Desktop, Feed de

Notícias do Desktop

Existem algumas regras no Facebook para exibição de anúncios com textos dentro das imagens, assim também como o tamanho recomendado. As imagens que contêm textos não poderão ser aprovadas se estiverem com mais de 20% de texto, e os formatos permitidos são 1200 x 628 pixels. Em caso de dúvidas entre em contato com a central de ajuda do Facebook.

Ah, uma dica para você, depois de criada a sua conta e os seus anúncios veiculados, que tal integrar os seus imóveis nessa rede social? Convidamos você a conhecer a <u>plataforma imobiliária ville Imob</u>, que oferece a você a ferramenta de integração social. Além de exportar os seus imóveis para o Facebook, poderá também envia-los para o Twitter e Linkedin.

Aproveite. Boas Vendas!

Sabrina Rozindo
Depto de Marketing
villevox Comunicação e Marketing

COMO AGIR QUANDO O CLIENTE DESISTE DE COMPRAR O IMÓVEL?



Tudo ia em perfeitas condições para fechar mais um negócio até que o cliente... sumiu. Ele não responde mais as mensagens, pois é, o cliente desiste de comprar o imóvel. Como imprevistos sempre acontecem, situações como essa são comum na carreira de um corretor de imóveis. Por isso, é fundamental que o profissional esteja preparado para lidar com esse momento e até revertê-lo a seu favor.

Ainda não sabe o que fazer com o cliente que desiste de comprar o imóvel? Então, acompanhe as dicas a seguir e comece a colocá-las em prática..

Entenda o lado do cliente

Além de vender um bom imóvel, o corretor de imóveis deve se preocupar em vender benefícios para o cliente. Para isso se antecipe, mostre a casa mais apropriada em seu <u>site imobiliário</u>, com as condições mais adequadas e deixá-lo devidamente informado sobre seus direitos e deveres em caso de uma desistência.

Entre os motivos que levam um cliente a voltar atrás no negócio, podemos citar a demora na negociação com o proprietário, a falta de recursos para honrar o compromisso, encontrou um imóvel melhor ou até mesmo faltou um relacionamento mais próximo com o corretor. Independente das razões, o profissional deve apontar, com antecedência, todos os passos do processo, incluindo as cláusulas do contrato. Afinal de contas, surpresa indesejável pode gerar muitos problemas e estresse para ambos os lados.

Por exemplo, se o dinheiro já foi transferido e, de última hora, o cliente desistiu do imóvel, vale destacar que, segundo o <u>ZAPpro</u>, apenas 75% a 90% do valor integral será devolvido imediatamente, por conta da quantia que foi gasta pela vendedora com despesas administrativas. Por sua vez, o valor integral só é devolvido quando a desistência parte do vendedor.

Em caso de financiamento, a construtora precisa quitá-lo primeiro ou fazer um acordo com a financiadora para retirar a dívida do nome do comprador, e só depois devolver o valor pago por ele. Processo que leva algum tempo.

O lado do corretor de imóveis

O corretor também precisa conhecer bem as cláusulas contratuais para evitar que seu nome seja envolvido em negócios irregulares. Algumas construtoras têm incluído cláusulas ilegais, estabelecendo acordos abusivos, em caso de desistência, sob pena de inclusão de seu nome no cadastro de inadimplentes.

Também é importante garantir o recebimento de sua comissão. Isso pode ser assegurado, se o contrato de compra e venda do imóvel chega a ser assinado e o pagamento da entrada, realizado.

Nos casos mais recentes, muitos profissionais do mercado imobiliários vêm ganhando ações judiciais, o que não acontecia antes, com base no artigo 725 do Código Civil de 2002, que diz: "A remuneração é devida ao corretor, uma vez que tenha conseguido o resultado previsto no contrato de mediação, ou ainda que este não se efetive em virtude de arrependimento das partes".

No entanto, cada caso é um caso, e você precisa estar preparado para ter condições de lutar por seus direitos, quando for necessário. O ato da venda é precisa ser um momento de ganho e satisfação para você e para o seu cliente. Por isso, evite dores de cabeça o máximo que puder e faça vendas seguras.

4 DICAS DE COMO FAZER VÍDEOS DE IMÓVEIS



Segundo levantamento da ComScore, vídeos online alcançam 36% da população brasileira. O relatório divulgado em 2015 ainda aponta que os brasileiros passam três horas a mais assistindo a vídeos online do que pessoas de outros países da América Latina. Isso significa que os usuários no Brasil gastam, em média, 702 minutos por mês assistindo a vídeos na internet.

Diante desses dados impressionantes, você não acha que já passou da hora de usar isso a seu favor? A partir do vídeo online, você consegue apresentar seus imóveis de maneira rápida e detalhada. Essa estratégia pode gerar ainda mais interesse por parte dos usuários que têm uma consciência melhor a respeito do imóvel.

Além de abrir mais um canal de divulgação, fazer vídeos de imóveis ajuda você a aparecer mais bem posicionado nos buscadores. Isso porque o Google, maior buscador do mundo, tem nos vídeos uma de suas prioridades em seus algoritmos. Isso quer dizer que, quando um usuário realizar uma pesquisa sobre um imóvel no site, os vídeos tendem a se destacar nos resultados.

Com esses dados, você já deve ter se convencido de que esse é o momento certo para colocar essa <u>estratégia de marketing imobiliário</u> em prática. Vamos, agora, listar algumas dicas para que você saiba como fazer vídeos de imóveis e obter sucesso nessa empreitada.

1. Dominando o YouTube

- **Tenha um canal:** esse é o primeiro passo para a divulgação dos seus vídeos na maior plataforma de vídeos online do mundo. Com um canal no YouTube, você pode postar um conteúdo de qualidade e criar um público cativo que assista aos seus conteúdos. Essa plataforma alcança mais pessoas entre 18 e 49 anos do que qualquer outra rede de televisão!
- **Qualidade dos vídeos:** um vídeo com boa qualidade só é possível com um equipamento adequado. Claro, você não precisa ter uma câmera profissional, mas é essencial possuir um equipamento como smartphones e tablets que produzam com boa qualidade de áudio e vídeo. Há modelos que filmam em 1080p e tem boa captura de áudio.

Isso já é mais do que o suficiente.

- **Estude:** é importante estudar sobre técnicas de filmagem para aprimorar o enquadramento, áudio e luminosidade do ambiente. A internet tem uma porção de conteúdo sobre isso a custo zero. Aproveite!

2. Planejando os conteúdos

Não crie simplesmente um "slideshow" com fotos do imóvel e poste no YouTube. Com planejamento, dá pra fazer muito melhor. Aqui, é muito importante ter um roteiro para saber o que fazer antes de produzir um vídeo. Outro detalhe é que você apareça no vídeo, o que passa mais credibilidade para quem está assistindo.

Para isso, você precisa conhecer bem o imóvel que será divulgado. Saiba quais os pontos fracos e fortes do imóvel para apresentá-lo com segurança. O imprescindível, é fazer com que o expectador se imagine no espaço. Para isso, descreva os ambientes com detalhes, informe como é o bairro, quais são as principais vias de acesso, os pontos de interesse como praças e supermercados. A interação com o espectador aumenta a relevância do seu vídeo.

3. mDuração e edição

Após criar o seu vídeo, o tom do conteúdo fica por conta da edição. Existem ferramentas que te auxiliaram nisso, como Adobe Premiere, Movie Maker e Final Cut.

Quanto à duração, comece a produção com vídeos curtos de, no máximo, cinco minutos. Em seguida, acompanhe as estatísticas que o próprio YouTube fornece. Elas mostram quantos minutos, em média, os usuários estão assistindo e em que momento eles perdem o interesse pelo seu conteúdo.

4. Divulgação e otimização das buscas

Aqui, é importante pensar igual ao seu cliente quando procura um imóvel na internet, como ele buscaria um imóvel. Depois é só definir quais são as melhores palavras-chaves para você inserir no título e na descrição do seu vídeo. Provavelmente, não deve fugir muito desta equação: nome do empreendimento, localização e tipo do imóvel. Essas palavras devem estar presentes no título, tags do vídeo e descrição para otimizar as buscas na rede.

Agora, vale reforçar sempre que as redes sociais são ferramentas importantes para a divulgação de conteúdo. Elas aumentam a exposição e, por consequência, as chances de vendas. Ah! Aproveite para inserir os vídeos dos seus imóveis em seu site imobiliário também, além das imagens dos imóveis o seu cliente poderá fazer um pequeno tour no imóvel sem sair do lugar.

Caso não possua um site imobiliário que ofereça esse recurso, convidamos você a conhecer a plataforma ville Imob.

Siga nossas dicas e boa sorte com as vendas!

AÇÕES DE MARKETING IMOBILIÁRIO, É A MELHOR SOLUÇÃO?



Com certeza, investir em ações de marketing imobiliário está entre as melhores estratégias para que um corretor de imóveis consiga conquistar novos clientes e impulsionar suas vendas. Mas, como toda boa estratégia, ela também exige preparo especial para que os resultados apareçam.

Diante de um mercado imobiliário cada vez mais concorrido, onde todo mundo quer achar uma solução, quem estiver melhor informado e souber utilizar bem seus conhecimentos se dá melhor. Por isso, aproveite as dicas a seguir e comece a planejar suas estratégias de marketing.

Mantenha um foco personalizado de acordo com seu cliente

O primeiro passo para ser o mais assertivo possível está em conhecer bem o seu tipo de cliente. Dessa forma, você pode adaptar melhor as suas mensagens ao perfil do cliente. E, se você tiver clientes com características variadas, procure agrupá-los por detalhes comuns, como faixa etária, de renda ou estado civil, pois clientes com interesses parecidos tendem a demonstrar um mesmo comportamento e compartilhar da mesma experiência de compra.

Em uma boa conversa, o corretor consegue traçar o perfil de seus clientes. E o meio mais fácil de fazer isso é através da internet, caso o cliente chegue até você através de uma pesquisa que leve ao seu site.

Tenha seu site e reforce sua presença digital

Existem muitos portais imobiliários onde o profissional do mercado pode se cadastrar. Por outro lado, possui um <u>site imobiliário</u> próprio, além de ser um espaço só seu e distante dos concorrentes, ajuda você a se tornar único no mercado.

Aproveite o site para transmitir informações úteis e mostrar o seu diferencial. Dê preferência, também, utilize um site imobiliário que contenha campo para que o cliente deixe seu nome e e-mail de contato, a famosa newsletter, além de outros dados pessoais como idade, como um quem somos, institucional.

Redes Sociais é a chave para sua divulgação!

Estar presente nas <u>redes sociais</u> é mais uma necessidade que você não pode abrir mão, principalmente no Brasil, onde o número de internautas está entre os maiores do mundo. No mínimo, é preciso ter um perfil nas redes mais populares – Facebook, Twitter e Linkedin, Instagram – e publicar informações bacanas com frequência.

É muito importante saber ainda que você precisa ser rápido em momentos de interação, principalmente na hora de responder aos comentários. Isso demonstra ao cliente que você sempre está disponível para solucionar o que for necessário.

Dispare Email Marketing

E como não lembrar do bom e velho e-mail marketing para oferecer conteúdo exclusivo aos clientes que deixam seus contatos no site? Essa é a sua chance de reforçar o relacionamento com o cliente, despertando interesse e oferecendo conteúdo em primeira mão, devidamente personalizado à necessidade do público-alvo.

Organize um controle em sua agenda com datas para dispara e-mails com dicas, novidades em sua imobiliária e outros para o seus clientes.

Garanta sua marca para ser sempre lembrado

Já no momento de passar as primeiras informações e deixar a primeira impressão, o corretor de imóveis precisa mostrar um diferencial que o torne mais fácil de ser lembrado. Ofereça algo que alguém ainda não ofereceu como especialidade em algum segmento de cliente. Esse é o caminho para que você se torne o "top of mind" (o primeiro a vir à mente).

Com um pouco de sensibilidade e métodos simples, é questão de tempo para que o investimento em ações de marketing imobiliário dê os primeiros resultados. Caso seja necessário entender melhor como isso funciona, não deixe de investir em cursos e sites especializados. O mais importante é fazer de seus negócios um sucesso.

Uma dica que será imprenscídivel para os seus negócios, utilize um sistema imobiliário que ofereça todos esses recursos, como o <u>ville Imob</u>. São 07 soluções integradas para aumentar as suas vendas e locações de imóveis.

5 FALHAS COMUNS NO ATENDIMENTO DO CORRETOR DE IMÓVEIS



Não cansamos de dizer que, o que leva um cliente a fechar negócio com um corretor – dispensando o serviço de outros profissionais – é a capacidade do corretor de manter um relacionamento próximo com o cliente. Isso quer dizer que, por mais que um profissional domine tudo sobre o mercado imobiliário e possua uma carteira bem variada de imóveis, algumas falhas que ele comete no atendimento podem ser decisivas para afastar de vez clientes em potenciais.

Sabemos, também, que o corretor de imóveis não consegue sustentar uma postura "falsa" por um período longo. Ou seja, não adianta nada fazer um atendimento perfeito no primeiro contato, se você deslizar na próxima etapa. Ainda mais porque o processo de compra de um imóvel é muito longo, afinal de contas, ninguém compra um imóvel de um dia para o outro. Enfim, todo o processo demora meses entre negociações, visitas e economias e, por isso, você deve manter a mesma postura ao longo da negociação.

Nesse sentido, o corretor não pode pisar na bola um momento sequer. Caso contrário, o cliente procura outro profissional para dar continuidade na negociação de um imóvel. Para você não sofrer com essa situação, conheça 5 Falhas comuns no atendimento do corretor de imóveis que não se deve cometer de jeito nenhum:

Não responder mensagens

Dentro da sua rotina, procure reservar, ao menos, dois horários para responder e-mails e mensagens via WhatsApp. Uma vez que o corretor de imóveis deixa de responder alguma dúvida do cliente, seja por e-mail ou por qualquer outro aplicativo, ele perde pontos valiosos. Aliás, ele corre o risco até de perder o cliente. Fique atento a formulários de seu site imobiliário, boa parte dos contato podem sim vim por lá.

Telefone ocupado direto

Outro problema é o telefone ou celular. Quando você afirma estar disponível ao cliente, você não pode deixar de atender telefonemas, por mais que você prefira se comunicar por outros meios. O seu trabalho é atender o cliente conforme as preferências dele.

Pressionar o cliente

Por outro lado, ficar telefonando ou enviando mensagens a toda hora para o cliente irrita qualquer um. "E aí, já decidiu se vai comprar o imóvel?" ou "Quando você vem visitar aquele imóvel?" são alguns exemplos de frase que você deve evitar na hora do atendimento.

Essa atitude, na verdade, pressiona o cliente a dar uma resposta imediata em um negócio que exige muito tempo e dinheiro para ser concluído. Se você cometer essa falha, não fique surpreso caso o cliente deixe de responder suas mensagens e de atender seus telefonemas. Provavelmente, ele já esteja conversando com outro profissional.

Atrasar na visita

Marcou uma visita na quinta-feira às 15 horas? Então, esteja lá às 15 horas. Ou até antes. O importante é você não se atrasar no compromisso que você firmou com o seu cliente. Nós sabemos que o momento da visita é crucial e que você trabalhou bastante até chegar nele, portanto, não jogue tudo por água abaixo por conta de um atraso.

É claro que inconvenientes acontecem. Se você ficou preso no trânsito, por exemplo, procure manter o seu cliente informado. Não deixe ele plantado a tarde inteira te esperando sem dar nenhuma satisfação. Mas, para que isso não se torne frequente, procure chegar com antecedência na visita.

Não ouvir o que o cliente tem para falar

Passar todas as informações do imóvel e região de uma só vez não é sinônimo de bom atendimento. Antes de você falar tudo, procure ouvir o cliente. O bom atendimento vai direto ao ponto. Muitas vezes, saber se existe um banco perto do imóvel é secundário para o cliente, ele quer outros detalhes. Por isso, pergunte e escute o que o seu cliente tem para falar. Lembre-se: ele é o centro das atenções, não você!

Acima, apresentamos 5 falhas no atendimento que podem jogar todo seu trabalho no lixo. Aliás, se você já perdeu alguns clientes ao longo da carreira, volte atrás e veja se você cometeu alguma dessas falhas. Nunca é tarde para corrigi-las.

Ah mais um dica! Para evitar esses erros e se aperfeiçoar em seus negócios, conheça a <u>plataforma imobiliária ville Imob</u> que permite você se organizar em seus atendimentos, controlar os seus clientes e muito

mais ações que poderão ser úteis em seu dia a dia. Confira!

CORRETOR: COMO VENDER MAIS IMÓVEIS UTILIZANDO GATILHOS MENTAIS



O que são Gatilhos Mentais?

Gatilhos mentais são técnicas de persuasão que se relacionam com aspectos instintivos, emocionais e sociais presentes em todos os seres humanos.

Nesse artigo você conhecerá 05 gatilhos mentais bastante usados na publicidade e por vendedores dos mais diversos segmentos. Saberá como utilizar esses gatilhos mentais para vender mais imóveis e bater seus metas.

Aprender persuasão e gatilhos mentais é saber dialogar apropriadamente tanto com a razão como com a emoção, tornando mais fácil a tomada de decisões por parte de seu cliente. Apresentando para o mesmo argumentos fortes e adequados.

Utilizando gatilhos mentais, seja você um vendedor ou profissional de qualquer outra área, terá consciência do que está fazendo/conversando, dos possíveis retornos/respostas obtidas e conseguirá elaborar uma estratégia para chegar em seus objetivos.

Grandes especialistas em vendas utilizam com frequência os gatilhos mentais. Vejamos abaixo alguns dos Gatilhos Mentais mais utilizados e sugestões de como aplicá-los para a venda e locação de imóveis.

Autoridade

Ao atender seu cliente interessado na compra ou locação de imóveis, é muito importante que transmita autoridade, ou seja, conhecimento profundo e qualificado com relação ao mercado imobiliário e ao produto que está oferecendo.

Isso vai fazer com que você ganhe credibilidade perante o cliente e o mesmo vai se sentir seguro pois vai perceber que está lidando com alguém que tem autoridade sobre o assunto, alguém que conhece o produto que está negociando e que por isso irá apresentar as melhores oportunidades e que possivelmente não terá nenhuma dor de cabeça no pós-venda.

Obtenha conhecimento sobre o segmento, acessando os posts do <u>blog</u> <u>ville Imob</u>. Aproveite também para baixarem nossos <u>Ebooks Gratuitos</u> sobre o mercado imobiliário, ficando sempre por dentro das novidades.

Então corretor, estude ao máximo sobre o produto que está negociando, saiba tudo sobre ele, e transmita muita autoridade e confiança ao seu cliente. Já é um passo gigantesco para poder fechar o negócio.

Escassez/Urgência

Se existem poucos imóveis a venda em um determinado bairro, deixe isso claro para seu cliente. Demonstre para ele que essa é uma oportunidade única e que ele não pode perder. Quanto menos imóveis existem disponíveis em uma determinada região, mais disputados eles são e se você corretor tiver exclusividade na negociação desse imóvel poderá ter grande poder de negociação.

Caso trabalhe com lançamentos e grande parte das unidades de um edifício já estiverem vendidas, também nunca deixe de passar essa informação ao cliente, se possível faça até um letreiro e deixe na obra ou em sua imobiliária: "Últimas unidades a venda". Se é escasso é porque é bom e tudo muito está querendo esse tipo de imóvel. Utilize isso como uma grande vantagem competitiva.

Garantias

As garantias que você oferece ao seu cliente durante a negociação de um imóvel, vai fazer sem dúvida toda a diferença, e pode ser muitas vezes o que vai fechar a venda. Deixe seu cliente saber que a documentação do imóvel está toda em dia, que não existem pendências ou ônus sobre o mesmo.

Quando você tem um imóvel novo para venda e a construtora oferece um tempo de garantia desse imóvel como problemas com infiltrações, alvenaria, encanamentos, etc.. nunca deixe que o cliente fique sem saber dessas informações. Esse tipo de conhecimento por parte do cliente vai fazer com que ele fique muito mais tranquilo e se ele estiver tranquilo e seguro, maiores as chances de realizar um grande negócio com você. Utilize palavras como segurança, tranquilidade e garantia.

Novidade

O novo sempre atrai, a palavra "novo" ou "nova" é utilizado com frequência na publicidade das mais diversas formas: em comerciais de TV, embalagens de produtos, placas, flyer dentre vários outros. Apesar de muitas pessoas terem resistência ao novo, ele é muito empregado e se não for uma mudança muito grande ou que demande um grande esforço de aprendizagem ou algo do tipo, pode ter certeza, seu cliente vai querer experimentar.

Quem não quer morar em uma casa nova ? Mesmo que o "novo" seja usado (risos). Para o cliente uma casa usada é uma casa nova (pelo menos nova para a família que irá morar nela). Se você corretor trabalha com lançamento, novos tipos de imóveis, aproveite e empregue ainda mais a expressão "novo" no máximo de peças publicitárias que conseguir. Quem nunca ouviu a expressão "Ano novo, vida nova" ? O novo sempre atrai.

Se o imóvel que está vendendo tem alguma novidade como por exemplo um sistema de captação de água da chuva ou painéis de energia solar, ou qualquer outra novidade, coloque isso na descrição do seu imóvel no material impresso e em seu site. Oferece também a seus clientes novidades em termos de tecnologia, utilize a <u>plataforma ville Imob</u> para isso.

Prova Social

Se várias pessoas estão comprando um produto ou serviço, entende-se que o mesmo seja bom. Isso porque a gente imagina que outras pessoas já avaliaram o mesmo e decidiram por comprar.

Economizamos assim, tempo para avaliar, ou seja, os outros já avaliaram e descobriram que é bom. Já passou na frente de uma loja lotada e deu aquela vontade de entrar também ? (risos) Aposto que sim. E aquela fila do Mc Donalds, já entrou na fila mesmo ela estando imensa ? Bom, o ser humano analisa com grande peso o que os outros estão fazendo.

Temos algumas sugestões para você utilizar esse gatilho social para as suas negociações imobiliárias. Coloque eu seu site, na descrição de um imóvel ou no seu material impresso, o depoimento de algumas pessoas que realizaram compra ou aluguel com sua imobiliária, isso lhes transmitira uma prova social. Poderá também buscar em seu sistema CRM quantas pessoas fecharam negócios nos últimos 05 anos por exemplo e divulgar isso em suas peças publicitárias, como por exemplo: "Nos últimos 05 anos, XXX clientes realizaram negócios com nossa imobiliária. Seja você também um deles!", ou algo do tipo. Se você

corretor vendeu XX % das unidades de um edifício, deixe isso claro, ou seja, divulgue que as pessoas estão fechando negócios com você e estão satisfeitas com isso.

E então corretor de imóveis, preparado como começar a utilizar essas técnicas em suas vendas e locações ? Lembre-se que acima de tudo é importante ter como base para isso, agir sempre com transparência e ética e aplicar os gatilhos mentais para potencializar seus negócios.

COMO ECONOMIZAR TEMPO E DINHEIRO COM INTEGRAÇÃO DE MEUS IMÓVEIS



Hoje em dia, mais do que nunca, tempo é dinheiro. Seja para um corretor iniciante ou já experiente no ramo, economizar tempo sempre é uma atitude muito importante, principalmente quando esse tempo é gasto com tarefas e procedimentos que podem ser automatizados, como é o caso da exportação de seus imóveis para portais imobiliários.

A <u>plataforma imobiliária</u> que tem essa funcionalidade, evita que o usuário/corretor tenha que repetir o mesmo cadastro de imóvel várias vezes. O tempo do corretor de imóveis deve ser destinado ao que ele sabe fazer de melhor, que é a venda/locação e captação de imóveis. Então, como economizar tempo e dinheiro com integração de meus imóveis?

Facilidade em exportar os imóveis para Portais

Quem já realiza integração de seus imóveis com portais imobiliários, sabe o que estou falando, é muito simples, rápido e fácil integrar. A maioria dos portais imobiliários para realizar a integração, lê um arquivo XML onde consta a carga que uma listagem dos imóveis a serem integrados. Com essa listagem XML o portal imobiliário consegue saber os detalhes dos imóveis, fotos, etc. Um imóvel integrado em poucas horas já começa a aparecer/veicular no portal em questão e você ganha visibilidade para seus anúncios e potencializa suas negociações.

Integrar com Redes Sociais também é importante

Se você acha que hoje, integrar os imóveis a alguns portais imobiliários já é o suficiente, se enganou. O seu público está nas redes sociais e usam a mesma para estudar, pesquisar e são influenciados para comprarem produtos ou serviços. Se você é corretor, utiliza alguma plataforma imobiliária ou software imobiliário que integre as suas redes sociais, exportando seus imóveis para as mesmas. A plataforma ville lmob pode lhe ajudar nessa questão, tanto em portais imobiliários como em Redes Sociais. Sua rede social pode ser uma ótima vitrine para você fechar grandes negócios. Lembre-se disso!

Dedique seu tempo aos clientes interessados e proprietários

Agora, com seus imóveis devidamente integrados, você poderá dedicar

seu tempo as tarefas essenciais do corretor de imóveis que é o atendimento e consultoria ao cliente, o estudo aos detalhes e imóvel relacionamento documentação de cada ao e com proprietários/captação. Gaste seu tempo com as tarefas mais importantes e deixe o que pode ser automatizado ser automatizado. Trabalhe com inteligência e melhor, trabalhe certo!

Conclusão

Contudo, hoje em dias palavras-chaves em tecnologias para negócios são: sincronismo, flexibilidade e integração. Cada vez mais, plataformas devem estar disponível para acesso por vários dispositivos e a se comunicarem com grande parte de outros softwares/sistemas. Portanto, fique ligado em nossas dicas para se profissionalizar cada vez mais no mercado imobiliário.

Desejamos Sucesso e Bons negócios.

Ramon Carvalho Gerente de Projetos – ville Imob

PRODUTIVO E PROATIVO: CARACTERÍSTICAS DO CORRETOR DE IMÓVEIS



Cada corretor de imóveis tem estratégias e posturas diferentes, mas profissionais de sucesso possuem algumas características em comum. Pode apostar que os corretores de imóveis que construíram uma carreira sólida são produtivos e proativos.

Em resumo, eles não perdem tempo com distrações durante o expediente, vão atrás do cliente até concretizarem o negócio. Afinal de contas, ficar sentado esperando os clientes chegarem até você é torcer muito para a sorte bater à porta. Definitivamente, não dá!

Pensar fora da caixa, usar <u>ferramentas</u> que aumentem a produtividade e ter muita energia no trabalho são alguns dos ingredientes de um corretor de imóveis de sucesso. Se você quer saber mais das características do corretor de imóveis de como se tornar produtivo e proativo, não deixe de conferir as dicas abaixo:

Aproveite a flexibilidade para ser mais produtivo

Como você sabe, o trabalho do corretor de imóveis é bem flexível. Você pode passar uma tarde sem atendimentos e ter a agenda lotada em um sábado. Nesse sentido, procure avaliar os períodos em que você tem mais disposição ao trabalho. Por exemplo, há pessoas que despertam de manhã já bem motivadas. Por outro lado, muitos começam a funcionar mais no período da tarde.

Veja qual é o seu comportamento e concentre suas atividades mais importantes, como organizar a documentação de um imóvel, nos seus picos de produtividade. Mas não deixe de agendar visitas em seus horários menos produtivos, hein! A prioridade é sempre do cliente.

Use e abuse de ferramentas e aplicativos

Os aplicativos são verdadeira mão na roda para quem quer ser produtivo e proativo. Por exemplo, ferramentas como o WhatsApp agilizam o processo de comunicação com seus clientes. Até mesmo o Waze pode ajudar a otimizar o trabalho do corretor de imóveis, uma vez que o aplicativo indica caminhos que estão menos congestionados. Ou seja, você chega a tempo para receber uma visita.

E não para por aí. Use ferramentas como a <u>plataforma imobiliária</u> ville imob, onde você exporta seus imóveis para as redes sociais (Facebook,

twitter e linkedin) para prospectar clientes. Divulgue seus imóveis para alcançar um número de potenciais clientes que você nunca imaginou. Não se contente com somente um anúncio em portal imobiliário, vá atrás de clientes!

Tome a iniciativa

No primeiro contato presencial com o cliente, tenha uma postura firme e tome a iniciativa. Isso inclui já marcar o próximo contato, falando que vai ligar em determinado dia e horário. Não obrigue o cliente ter que pegar o telefone para conseguir falar com você. Lembre-se também de não ficar com fama de chato. Se o cliente não atender suas primeiras ligações, mande um WhatsApp ou um e-mail. Talvez ele esteja muito ocupado e só pode atender mais tarde.

Enfim, já deu para entender que o corretor de imóveis que não tomar iniciativa não tem muito futuro pela frente, não é verdade? Então, é hora de arregaçar as mangas e buscar bons negócios!

Aproveite as dicas! Boas vendas.

ANÁLISE SWOT APLICADAS NO MERCADO IMOBILIÁRIO

24

#villelmob

ANALISE SWOT

Você já parou para pensar quais são seus pontos fracos e fortes como profissional no mercado imobiliário e quais são os fatores que podem impulsionar ou prejudicar sua atuação? É exatamente isso que a análise SWOT propõe.

Sigla para Strength, Weakness, Opportunity, Threat (ou, em bom português, Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças), a ferramenta SWOT propicia um conhecimento profundo de fatores internos e externos. A partir dessa análise, é possível ter uma visão completa ao atual momento do seu trabalho e, por consequência, traçar metas mais certeiras.

Portanto, a análise SWOT deve ser o pontapé inicial para um planejamento de carreira de qualquer profissional, inclusive dos corretores de imóveis. Mas vamos por partes. Primeiro, pegue uma folha e divida em quatro quadrantes, nos quais cada um represente os Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças. Aí, destaque todos esses pontos. Abaixo, veja um exemplo de como é possível – e útil – aplicar a ferramenta SWOT no mercado imobiliário:

Forças

Começando pelos pontos positivos. Aqui, você precisa elencar suas qualidades como profissional. Por exemplo:

- especialista na avaliação de preços de imóveis;
- conhece a região onde atua na palma da mão;
- facilidade em se relacionar com os clientes;

Pronto, a partir desse levantamento, você sabe em quais aspectos você pode se sobressair e, por isso, deve explorar muito eles.

Fraquezas

Nessa hora, é preciso ter um senso autocrítico bem apurado para não deixar passar nenhuma fraqueza. Por exemplo:

- Não é um entusiasta da tecnologia;
- Tem pouca variedade de imóveis para apresentar aos clientes;

Problemas com a pontualidade nos compromissos;

Diante desses problemas, você precisa encontrar soluções para que essas fraquezas não prejudiquem nos resultados do seu trabalho.

Oportunidades

Referem-se aos fatores externos que podem impulsionar a sua carreira. Para descrever as oportunidades, é necessário estar muito atento às novidades do mercado. Por exemplo:

- Conhecer e aproveitar para divulgar imóveis em portais imobiliários;
- Ir a palestras de especialistas para enriquecer seus conhecimentos e fazer networking;
- Trabalhar em parceria para aumentar o número de vendas;

Conhecendo as oportunidades que o setor proporciona, compete a você sair da zona de conforto e ir atrás dessas ocasiões. A bola está com você!

Ameaças

Assim como as oportunidades, as ameaças independem de nossas ações, ou seja, elas também estão relacionadas aos fatores externos. Por exemplo:

- Atual crise econômica do Brasil refletindo diretamente no mercado imobiliário;
- Grandes imobiliárias se instalando na região onde você atua, aumentando a concorrência;
- Legislação mudando o zoneamento do bairro onde você trabalha, o transformando em área comercial;

É fundamental que você conheça os fatores que colocam em risco seu

negócio para não ser pego de surpreso. Vale a pena, também, sempre ter um plano B debaixo das mangas.

Em um mercado tão competitivo como o imobiliário, você deve ter um planejamento completo para se destacar e ele começa a partir de uma boa análise SWOT.

Depois de fazer a sua análise convidamos você para conhecer melhor a <u>plataforma imobiliária</u>ville Imob, são 7 recursos para auxiliar você em suas vendas e locações de imóveis!

Boas vendas!

ENTENDA O COMPORTAMENTO DO SEU CONSUMIDOR NO MERCADO IMOBILIÁRIO



Um cliente é um ser humano, não um robô. Cada um tem desejos, personalidades e ocupações bem diferentes. Isso significa, na prática, que você, como corretor de imóveis, não pode aplicar a mesma estratégia sempre. Em outras palavras, o que funciona para um pode dar totalmente errado para os outros.

Sabendo disso, o corretor de imóveis precisa analisar e entender o comportamento de cada consumidor no mercado imobiliário, um por um. É claro que é possível separá-los em alguns pequenos grupos, como por exemplo, solteiros, estudantes, família com filhos pequenos, aposentados e por aí vai.

Geralmente, pais de famílias com crianças têm as mesmas preocupações: encontrar um imóvel com uma boa área de lazer e próximo da escola dos filhos e do trabalho. Assim, é possível passar mais tempo juntos em família.

A partir desse entendimento mais profundo no comportamento do seu consumidor, você não perde mais o foco. O resultado é começar a passar as informações certas para as pessoas certas. Nada mau, hein?

Veja, abaixo, dicas para você entender melhor o comportamento do seu consumidor e passar a vender mais:

Aspectos sociais

Como falado anteriormente, alguns aspectos sociais influenciam a decisão de compra de muitos clientes. O que queremos dizer com isso é que a renda mensal, a idade e o arranjo familiar, por exemplo, impactam bastante a forma como o corretor deve tratar o cliente, além de selecionar muito bem os tipos de imóveis para cada público.

Nesse sentido, é importante, antes de começar a apresentar imóveis aos seus clientes, conhecê-los bem. Faça uma pesquisa de renda familiar, pergunte se ele possui filhos pequenos e por aí vai. Tendo recolhido essas informações, você tem mais chances de dar tiro certos, ganhando muito tempo com isso. Por exemplo, não é legal apresentar um imóvel, cuja vizinhança seja repleta de repúblicas universitárias, para um casal de aposentados. Esse público prefere, na maioria das vezes, bairros mais afastados do tumulto.

Personalidade dos clientes

Conhecer os aspectos sociais já ajuda bastante, claro, mas o corretor de imóveis precisa ir além e desvendar a personalidade dos clientes. Essa etapa só acontece por meio de contatos. Só conversando com o cliente que você vai descobrir se ele é indeciso, reservado ou ansioso. Para cada comportamento, é necessário uma estratégia diferente.

Vamos imaginar que você esteja lidando com um cliente da geração Y. Nesse caso, é importante estar presente em diversos canais digitais, tirar as dúvidas dele rapidamente e falar nada mais do que o necessário. Por outro lado, quando você atender a um cliente com um histórico ruim envolvendo uma transação imobiliária, vale a pena dar mais atenção para ganhar a confiança dele.

Enfim, aos poucos, você vai conhecendo melhor o comportamento do seu consumidor e vai adequando o seu atendimento. Mais do que entender de mercado imobiliário, o corretor precisa saber lidar com pessoas.

Para que você possa aperfeiçoar o seu atendimento cade vez mais, convidamos você a conhecer a <u>plataforma ville Imob</u>, você poderá cadastrar os seus clientes captados depois de sua analise no <u>CRM Imobiliário</u> e utilizar mais recursos disponíveis. Confira!

Boas vendas!

SAIBA COMO DIVULGAR IMÓVEIS PARA 12 PORTAIS IMOBILIÁRIOS



Falamos sempre que a divulgação é algo extremamente positivo para se obter bons resultados, então se há divulgação com certeza há grandes chances de gerar vendas e locações, é uma conversão lógica.

Portanto, não há um melhor lugar para exibir os seus imóveis do que em portais imobiliários, eles estão acessíveis e disponíveis ao qualquer usuário e em questão de segundos é encontrado o imóvel ideal de uma forma muito prática.

Para se ter uma ideia os portais imobiliários mais conhecidos no Brasil como, ZAP imoveis, possui 8 milhões de acessos mensais e mais de 450 mil anúncios, e o VivaReal são mais de 5 milhões de usuários por mês, na faixa de 4 milhões de imóveis. No primeiro momento é de se pensar que os portais são concorrentes, mas na verdade é um meio muito útil para os profissionais da área. Afinal, com esses resultados acima todos corretores deveriam está presente nesse portais.

Já pensou em ampliar a visibilidade dos seus imóveis e potencializar suas vendas e locações? Pois então, a plataforma ville Imob pode lhe ajudar a divulgar os seus imóveis e garantir aumentar suas vendas e locações, oferecendo a integração com grandes <u>portais imobiliários</u>. Veja abaixo:

Portal Mitula: Mitula é um buscador de anúncios classificados de imóveis, carros e empregos. Está presente em 37 países, e pretende ampliar ainda mais sua cobertura.

Portal VivaReal: O maior portal de imóveis do Brasil com mais de 5 milhões de usuários por mês

Portal Trovit: O Trovit é um Buscador presente em vários paises do mundo e com um volume grande de Anúncios de Imóveis, Veículos dentre outros.

Portal ville Busca: O ville Busca é o site de busca de imóveis e veículos desenvolvido pela villevox Comunicação e Marketing, empresa de tecnologia especializada em soluções online

Portal Zap: O ZAP, uma empresa do Grupo Globo, é o mais completo, moderno e eficiente portal de classificados da internet brasileira.

Portal Properati: É uma plataforma web e mobile de imóveis que nasceu para mudar a forma que se vende ou aluga imóveis na América

Latina.

Portal Epungo: O Epungo é uma empresa de tecnologia que busca constantemente o desenvolvimento e a inovação.

Portal Imovelweb: O Imovelweb foi fundado em 1999 e hoje conta com mais de 150 colaboradores em todo território nacional.

Portal Mercado Livre: Fundada em 1999, MercadoLivre é uma companhia de tecnologia líder em comércio eletrônico na América Latina

Portal Moving Imóveis: O Moving traz um novo conceito para a busca de imóveis em plataformas integradas: Portal e Aplicativo, disponível para iOS e Android, nos principais celulares e tablets.

Portal Imofox: O Imofox é um buscador de imóveis à venda, para aluguel ou temporada em todo o Brasil.

Portal Nuroa: Nuroa agrupa em um único portal toda a oferta imobiliária de apartamentos e casas para venda e aluguel disponível na internet.

Para exportar os seus imóveis nesses portais imobiliários é só você adquirir um dos <u>planos oferecidos pelo o ville Imob</u>. Depois no seu painel admin você poderá ativar os portais que deseja exportar os seus imóveis e em seguida enviar o imóvel desejado para os respectivos portais. Tudo rápido e prático, sem precisar cadastrar os seus imóveis um por um nos portais imobiliários.

Integrando os seus imóveis com a <u>plataforma ville Imob</u>, você poderá está em todo o lugar ampliando ao extremo a divulgação de seus imóveis na internet, Com apenas alguns cliques você poderá integrar seus imóveis a diversos portais simultaneamente e seu cliente potencial poderá encontrar facilmente os seus imóveis nas principais vitrines online.

Amplie a visibilidade de seus imóveis! Conheça melhor a plataforma ville Imob e saiba como divulgar imóveis para esses grandes portais imobiliários. Aproveite!

Sucesso e Boas vendas!

OFEREÇA SEUS IMÓVEIS NO FACEBOOK COM A PLATAFORMA VILLE IMOB



O Facebook hoje tornou-se uma tendência entre as redes sociais para divulgar imóveis, uma das redes sociais mais poderosas que tem para comercialização, e o mercado imobiliário deve sempre aproveitar disso.

O mercado empresarial em si necessita e busca de ferramentas como o Facebook que permite ampliar a divulgação sem gastar muito e ainda atingir um número extramente considerável de clientes, e nada melhor do que essa grande ferramenta para fazer isso.

Segundo o site <u>G1 (portal de notícias da Globo)</u>, o Facebook obteve em 2015 os resultados melhores do que previsto, os lucros teve um crescimento forte e resultado disso é devido à publicidade móvel e a um aumento significativo dos usuários. Ainda de acordo com o site, a rede social fechou o ano de 2015 com 1,59 bilhão de usuários, dos quais cerca de 65% acessam a rede social todos os dias.

Gostou da ideia de divulgar os seus imóveis nessa rede social? Pois então, pensando no fluxo enorme de usuários nessa rede, a plataforma ville Imob pode ajudar a você publicar os seus imóveis no Facebook, com a ferramenta de Integração Social.

Para utilizar essa ferramenta e sair na frente do seus concorrentes, basta você adquirir um dos pacotes de <u>planos da plataforma ville Imob</u> e se cadastrar. Para ocorrer a integração basta você ter uma conta facebook (sendo ela perfil ou fan page) e ativa-lá, deve forma irá autorizar a publicação do Imóvel, tudo isso feito no Painel Admin. Depois é só escolher um imóvel e mandar para o Facebook, tudo simples e prático!

Vantagens de divulgar seus Imóveis no facebook com a plataforma ville Imob

Integrando os seus imóveis para o facebook com o ville Imob você terá as chances de:

- Exportar seus Imóveis facilmente
- Amplie a sua divulgação
- Maior exposição dos seus imóveis
- Aumentar suas chances de venda e locação

A integração social é uma grande ferramenta de marketing que você

poderá utilizar pela a <u>plataforma ville imob</u>. Portanto, não perca a oportunidade de aumentar suas vendas e garantir sucesso em suas atividades imobiliárias, conheça melhor a plataforma ville Imob e confira os grandes recursos que essa plataforma poderá lhe oferecer.

Aproveite! Sucesso e Boas Vendas.

Sabrina Rozindo
Depto de Marketing
villevox Comunicação e Marketing

UTILIZE NOSSOS TEMPLATES DE SITES E APROVEITE PARA POTENCIALIZAR SUAS VENDAS DE IMÓVEIS



Está bem apresentável para os clientes é uma ação que todo profissional deve seguir, roupas adequadas, bom comportamento é algo extremamente importante para manter um laço de profissionalismo e confiança com o seu cliente. Podemos dizer que isso é uma ação simples, fácil, todos podem fazer, mas você como corretor de imóveis já pensou em ir mais além do que uma apresentação pessoal?

O que queremos dizer é que não adianta está apresentável fisicamente se virtualmente você não possui um marketing profissional completo, um site imobiliário com template com a visualização agradável, acessível as dispositivos móveis e intuitivo. Boa parte da população brasileira acessam a internet por dispositivos moveis e você ter um site com layout responsivo é um trunfo na manga.

E para que você garanta sucesso e ainda intensifique suas vendas e locações de imóveis a <u>plataforma imobiliária ville Imob</u> oferece 7 modelos de templates profissionais, modernos e atrativos para o seu site imobiliário. Veja abaixo:

Layout One



Layout Color Full



Layout Dark



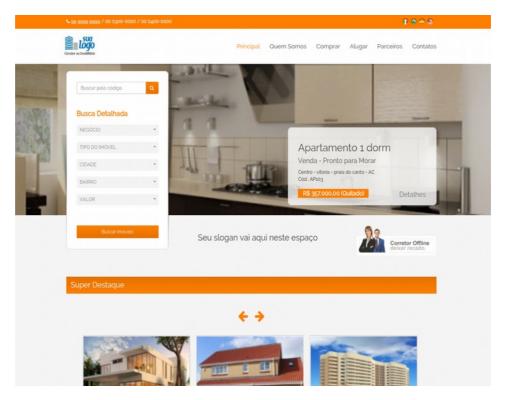
Layout Classic



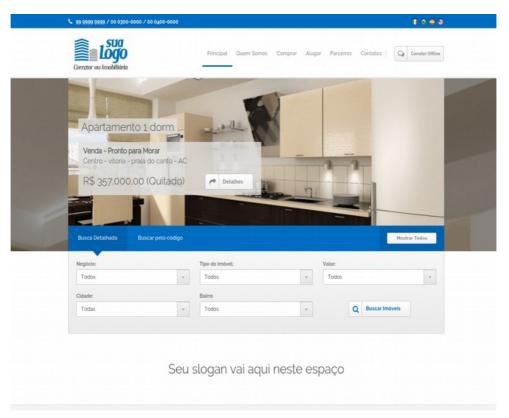
Layout Thematic



Layout Spectrum



Layout Creative



Com esses templates modernos e profissionais que a plataforma ville lmob oferece você terá vantagens para ampliar totalmente a visibilidade dos seus negócios como:

- Alcançando mais clientes
- Seus imóveis com ricos detalhes
- •Navegação Intuitiva para os seus clientes
- Potencializar sua vendas e locações
- Seu negócio mais profissional

Assim como as vantagens que irão lhe ajudar no dia a dia dos seus negócios o ville Imob traz recursos fundamentais em site para potencializar suas vendas de imóveis, como:

- •Imóveis no perfil desejado
- Pesquisa avançada dos Imóveis
- Contatos via formulário
- •Links para Redes Sociais
- Pré-Cadastro de Imóveis
- OR Code do Imóvel

Para conhecer melhor os recursos e vantagens que a plataforma imobiliária ville Imob oferece nos 07 templates acesse o <u>site</u>. Aproveite essa chance de se tornar mais profissional e intensificar cada vez mais as suas atividades imobiliárias.

VEJA COMO AUMENTAR O TRÁFEGO EM SEU SITE IMOBILIÁRIO



Possuir um <u>site imobiliário</u> é apenas um passo para ter sucesso neste mercado, porque, vamos combinar, não adianta nada deixar sua página impecável e atualizada, se ninguém visitá-la. Para resolver essa questão e aumentar, de vez, o tráfego em seu site imobiliário, você pode seguir uma série de passos que vamos abordar neste texto.

Antes de mais nada, você precisa saber como os usuários da internet se comportam. Oras, como a maioria deles descobre empresas e sites? É quase certeza que pesquisando no Google ou em outro buscador ou por meio das redes sociais. Pronto, você já sabe onde deve concentrar seus esforços para deixar o site da sua imobiliária cada vez mais evidente na internet.

Mas vamos por partes. Começando pelo Google, há maneiras de colocar seu site nos primeiros resultados das buscas. Investindo na ferramenta de anúncios da empresa, o Google AdWords. Nele, você paga um determinado valor por palavras-chaves para evidenciar sua página quando algum usuário fizer pesquisas usando os termos pré-selecionados por você.

Agora, veja como fazer isso em detalhes:

Google Place

Antes de aprofundar nessa tática para fazer seu site aparecer no Google, vá até o Google Places para fazer o cadastro do endereço físico da sua imobiliária. Sabendo que 97% dos seus usuários procuram empresas locais, o Google trabalha com o conceito de "Busca Local". Isso significa que ele mostra resultados mais compatíveis com os usuários de acordo com sua geolocalização.

Por exemplo, se a sua imobiliária atua em Guarapari (ES) e um usuário da mesma cidade faz uma pesquisa por imóveis, o Google vai mostrar resultados de imobiliárias locais. Aqui, ao cadastrar o endereço da sua empresa no Google Places, o seu site pode aparecer rapidamente nos resultados do Google, caso a concorrência regional seja baixa.

Google AdWords

Ao criar um anúncio na ferramenta de publicidade online do Google, você

consegue atrair um público bem qualificado, isto é, que esteja realmente de comprar ou alugar um imóvel.

Isso porque você pode apostar em palavras-chaves mais específicas e long-tails. Traduzindo, você investe seu dinheiro em termos como "comprar imóvel no centro" ou "alugar apartamento de um dormitório". A partir do momento que um usuário faz uma pesquisa usando os mesmos termos, o seu anúncio fica evidente para ele. Vale lembrar que, quanto mais concorrida a palavra-chave for, mais dinheiro você precisa investir. É uma espécie de leilão.

Busca orgânica: práticas de SEO

Ao mesmo tempo em que você investe dinheiro em mídia paga, é preciso trabalhar seu site para que ele alcance as primeiras posições "naturalmente". Aqui, estamos falando de SEO que nada mais é do que uma série de boas práticas que faz o Google entender que o seu site é capaz de oferecer uma boa experiência aos usuários.

Com site imobiliário da <u>plataforma ville Imob</u> você poderá trabalhar essas boas práticas de otimização. Para isso, você precisa priorizar, em primeiro lugar, a qualidade do conteúdo que você coloca no site. Se ele for relevante e resolver os problemas do usuário, vai ganhar pontos com o Google. Outras medidas é usar palavras-chaves em pontos estratégicos, como títulos das páginas e primeiros parágrafos. Mas sem abusar, hein! Muita repetição diminui a qualidade do texto.

Outras medidas são: usar imagens e vídeos leves, deixando o carregamento da página rápido para favorecer a experiência do usuário; utilizar um site responsivo que abra em todos os tamanhos de tela; nomear as imagens com as palavras-chaves para ajudar na otimização no Google Imagens e por aí vai.

Divulgação com e-mail marketing e redes sociais

Mas não confie todo seu taco só nos motores de busca. Acredite, enviar conteúdos inéditos via e-mail marketing para sua base de clientes aumenta o tráfego em seu site imobiliário. E, claro, não deixe de mandar os seus imóveis para redes sociais.

Como fazer essas duas ações incríveis para lhe ajudar? Fácil! Utilizando a plataforma ville Imob, com ela você poderá disparar e-mails marketing

diretamente do seu painel e ainda <u>integrar os seus imóveis para as redes</u> <u>sociais</u> (Facebook, Twitter e Linkedin).

Lembre-se, vale a pena investir um pouco na mídia paga das redes sociais, como o Facebook Ads. Com um capital que cabe no seu orçamento, você consegue atrair seguidores segmentados que vão se interessar pelos seus posts.

Enfim, há muito trabalho para você colocar seu site imobiliário em evidência e atrair tráfego. Então, mãos à obra e bom trabalho!

MÍDIA ALTERNATIVA APLICADA NO MARKETING IMOBILIÁRIO



Sair do lugar comum. Pensar fora da caixa. Em um período que as empresas se esforçam para se sobressaírem cada vez mais, a mídia alternativa é uma ótima saída e pode fazer parte do marketing imobiliário para continuar divulgando seus imóveis.

De forma resumida, a mídia alternativa que também é conhecida como marketing de guerrilha, consiste em impactar pessoas por meio de ações inovadoras, que é fora do comum ou do que acostumamos a ver como meios de divulgações, por exemplo: Internet, panfletos, TV, rádio, jornais, e outros.

Empresas que adotaram essas ações como mídias alternativas:

MBigucci

A boa notícia é que é possível aplicar a mídia alternativa dentro do marketing imobiliário. No ano de 2013, quando os jovens já eram os maiores compradores de imóveis do país e representavam 52% dos tomadores de empréstimos de financiamento imobiliário da Caixa Econômica Federal, segundo dados do Conselho Federal de Corretores de Imóveis, a construtora MBigucci, do ABC Paulista, inovou em sua ação.

Na ocasião, a empresa, em parceria com a agência Marketing SIM, criou espalhou, nos bares da cidade, bolachas de chopp com mensagens bem humoradas que remetem à compra do primeiro apartamento, o que demonstra independência para os jovens. Viu só? Mesmo em um momento de descontração, a construtora consegue chamar a atenção de seu público-alvo para anunciar novas oportunidades.



Rossi

A Rossi uma das principais incorporadoras e construtoras do País, segundo Marketing Imob, realizando um marketing de guerrilha o mesmo que mídia alternativa para atingir o seu público.

Quem não gosta de um pãozinho no café da manhã ou da tarde e ainda receber informações de um novo empreendimento na cidade. Pois é, a Rossi realizou uma ação incrível para divulgar empreendimentos em saco de pão. Segundo o Marketing Imob, as padarias que estava localizadas próximas ao empreendimento receberam três mil sacos de pães com a publicidade da Rossi. Ao todo, 30 mil embalagens circularam pela região. produtos e serviços



Além de realizar uma divulgação incrivel a incorporadora e construtora contribui em favor a sustentabilidade. Os sacos de pães eram feitos de papéis biodegradável, colados com cola sem poliamidas e impressos com tintas à base de água.

Brookfield

Também para divulgar novos empreendimentos a Brookfield Incorporações realizou uma ação criativa no metrô.

Um vagão foi adesivado, segundo o Marketing Imob, simulando um planta baixa de uma dos apartamentos desse empreendimento. O conjunto de apartamentos está localizado na Vila da Penha, zona oeste da cidade Rio de Janeiro-RJ, entre as estações de metrô do Irajá e Vicente de Carvalho, a campanha durou 1 mês.



E teve outra ação da empresa, agora em Fortaleza. De acordo com o Marketing Imob, afim de mostrar o quanto é bom morar um lugar com áreas diferenciadas, a empresa realizou uma ação para destacar a área esportiva e aquática do empreendimento Catú Residence – que conta com quadras de esportes, pista de Cooper, clube náutico, lago artificial, entre outros serviços.



Foram armadas nos semáforos redes de vôlei e de tênis em frente aos carros, e para reforçar a ação também foram distribuídos folhetos do empreendimento aos motoristas e pedestres.

Você deve esta pensando, como irei realizar essas ações e aplicá-las em meu marketing imobiliário? Você não precisa gastar rios de dinheiro para utilizar e realizar ações de mídias alternativas, uma boa ideia estratégica e que seja eficaz com certeza irá lhe ajudar.

Pode ser que um simples ação seja a transformação de grandes oportunidades para o seus negócios. Agora, em caso de dúvidas, é importante ir até um empresa especializada em marketing.

E para ajudar você a melhorar no seu marketing imobiliário, convidamos você para conhecer melhor a <u>plataforma ville Imob</u>. São 7 soluções que poderão lhe ajudar em suas vendas e locações de imóveis. Confira!

Aproveite e pense logo qual será sua mídia alternativa. Boas Vendas!

ESTRATÉGIAS DE VENDAS DE IMÓVEIS PARA A GERAÇÃO Y



Se você atua há um bom tempo no mercado imobiliário, já deve ter atendido clientes que, além da diferença de idade, os hábitos e preferências entre as gerações mais velhas e os clientes mais jovens, conhecidos como geração Y (nascidos entre 1980 e 1990), também mudam bastante, e para isso há tipos de estratégias de vendas de imóveis.

Não é por menos. Diversos estudos apontam que cada geração possui certos comportamentos, valores e trabalhos distintos. Logo, para você conseguir agradar a gregos e troianos com o seu serviço, é preciso se adaptar aos costumes de cada cliente. Isso inclui a forma de atendimento, bem como o tipo de informação que eles consideram relevante.

A Associação Nacional dos Corretores de Imóveis dos Estados Unidos (NAR) já confirma que geração Y já é o principal comprador de imóveis – e assim será por um bom tempo ainda –. No Brasil, a história se repete. O portal de anúncios de imóveis VivaReal levantou, no ano passado números de acesso ao site. A partir dessa análise, constatou-se que 55% das pessoas que buscam imóveis na internet são da geração Y.

Nesse sentido, vamos apresentar, abaixo, algumas estratégias de vendas de imóveis focando esse público:

Use e abusa das novas tecnologias

Se a geração Y passa 24 horas conectada, você deve fazer o mesmo. Se ela gosta de se comunicar por meio de aplicativos mobile, não insista em ligar para seus clientes mais jovens. Eles não têm mais esse hábito e muitos nem gostam de falar pelo telefone.

Para essa turma, os smartphones têm outras funções, como navegar pela internet e interagir nas redes sociais. Então, passe a divulgar seus imóveis no Facebook, Twitter e onde mais os jovens estiverem. E não deixe de destacar que você responde mensagens via WhatsApp. Veja a importância de dominar essas tecnologias: a NAR calcula que mais de 50% dos jovens usam smartphones para procurar um imóvel, sendo que 26% desse total fecha negócio.

Para te ajudar a divulgar e ficar antenado nesses canais, utilize a ferramenta de <u>Integração Social ville Imob</u>. Você irá aumentar as chances de vender e locar os seus imóveis e é claro ter imóveis

disponiveis onde essa geração se encontra.

Seja rápido nas respostas

Basta olhar para a internet para saber que a geração Y valoriza respostas rápidas, sem muita enrolação. Deve ser por isso que o Twitter é uma das redes sociais preferidas desse público.

Essa agilidade na troca de mensagens e busca por informações mostra outro comportamento da geração mais jovem: eles são mais impacientes. Se eles querem uma coisa, só ficarão satisfeitas quando conseguirem. O levantamento do portal VivaReal confirma isso: 40% da geração Y considera três meses um tempo suficiente para escolher e negociar um imóvel.

Identifique as preferências desse público

Talvez, as gerações passadas ainda se preocupam mais com o tamanho do imóvel. O mesmo não se pode dizer do público mais jovem. Eles valorizam e priorizam mais a localização por conta da mobilidade, uma vez que eles gostam de passar mais tempo fora de casa. Além disso, eles querem praticidade. Por que comprar um imóvel grande se vai dar mais trabalho para deixá-lo arrumado? Questionam eles.

Sabendo o que eles valorizam, fica mais de apresentar imóveis compatíveis às preferências deles e, assim, de vender mais.

Em linhas gerais, o corretor de imóveis que quer se dar bem com a geração Y precisa estar antenado as ferramentas de tecnologia mais usadas no momento, além de entender o comportamento dessa turma. Então, aproveite e conheça melhor a <u>plataforma imobiliária ville Imob</u>, são 7 soluções para você gerenciar as suas atividades imobiliárias.

Sucesso e Boas Vendas!

SOFTWARE DE GESTÃO IMOBILIÁRIA: O QUE ELE PODE FAZER PELOS SEUS NEGÓCIOS



Todo profissional deseja melhorias e aperfeiçoamento para os seus negócios, é buscando artigos que fale de como melhorar as vendas, palestras, eventos, feiras, enfim, sempre há uma maneira de melhorar os seus negócios. E você como corretor de imóveis também deve ter tentado e buscado várias alternativas para os seus negócios imobiliários, não é mesmo?

Hoje, temos um leque de oportunidades que podem nos ajudar, basta termos iniciativa. A Internet, é uma das principais e melhores alternativas para se posicionar de forma engrandecedora, porém, não basta ir até e internet e pronto, como um passe de mágica os seus imóveis estão sendo divulgados, o seu site otimizado e tendo milhões de contatos de clientes. Não seria má ideia, mas você precisa de mais!

Como por exemplo, você sabe o que um Software de Gestão Imobiliária pode fazer pelo os seus negócios imobiliários? Pois então, nesse post iremos apresentar um Software de Gestão imobiliária que poderá sim, revigorar o seu modo de vender e locar imóveis, aumentar a sua divulgação e gerenciar seus negócios imobiliários e muito mais.

O ville Imob é um software imobiliário que oferece 07 soluções para você vender os seus imóveis, criar um relacionamento com sua base de clientes, ampliar a sua divulgação, e sempre está competitivo no Mercado Imobiliário. Veja abaixo as 07 soluções que irá lhe ajudar:

<u>Site Imobiliário</u> – Funciona como uma vitrine online, onde os imóveis podem ser expostos com ficha técnica completa, fotos, vídeo e GoogleMaps, aumentando a sua visibilidade e alcançando mais clientes.

Software de Gestão – Possui diversos recursos para melhorar o controle e administração da imobiliária, até mesmo para você corretor de imóveis autônomo, dentre eles o gerenciamento financeiro e controle de desempenho da equipe, através de gráficos e relatórios.

Versão mobile - Layout moderno, e acessível para smartphone ou tablet. Com apenas um clique o seu cliente faz uma ligação diretamente do seu site para solicitar maiores informações.

CRM Imobiliário – Mantenha um relacionamento com sua base de dados! Cadastre os seusclientes com perfis de imóvel de interesse, o sistema cruza as informações, mostra as opções que têm disponíveis, sendo possível também cadastrar proprietários e enviar prestação de contas da situação do imóvel.

<u>Sistema de Chat</u> - Aumente sua produtividade através do seu atendimento online. Passe informações para o seu cliente através do chat online, basta o seu cliente acessar o seu site e solicitar o seu atendimento, tudo de forma dinâmica. E ainda aproveite para monitorar todas as solicitações de atendimento no histórico.

Integração Social - Esteja nas redes sociais e aumente suas chances de venda e locação. Exporte os seus imóveis facilmente para as principais redes sociais, Facebook, Twitter e Linkedin e garanta mais contatos.

Integração Portais - Rápido, fácil e sem custo adicional. Essa ferramenta permite que você integre seus imóveis a diversos portais imobiliários simultaneamente, ampliando ao extremo a divulgação na internet. O ville Imob tem parceria com os maiores Portais de Busca.

E ai gostou dessas ferramentas? Aproveite e faça um <u>Teste Grátis por 15</u> <u>dias</u> e descubra as inúmeras vantagens que esse Software de Gestão Imobiliária ville Imob poderá trazer para você.

Precisando de mais informações sobre o Software Gestão Imobiliária ville Imob, entre em contato aqui!

Sabrina Rozindo Depto de Marketing villevox Comunicação e Marketing

DICAS PARA O CLIENTE NÃO DESISTIR DE COMPRAR UM IMÓVEL



É um conjunto de vários fatores que determina se um cliente compra ou não um imóvel. Entre eles, podemos citar, o valor, localização e até mesmo o corretor que vai atendê-lo. Nesse mercado dinâmico, é natural que diversos clientes sejam conquistados e outros, perdidos. Mas para favorecer essa conta para o lado do profissional, o corretor precisa conhecer o mercado imobiliário e, sobretudo, quais são as motivações que levam o cliente a fechar um negócio.

Para ajudá-lo nessa tarefa, preparamos cinco dicas que podem diminuir as chances de um cliente não desistir de comprar um imóvel. Só entendendo o perfil do cliente, que o corretor consegue construir argumentos para retornar as negociações e manter o bom relacionamento. Então, vamos lá!

Informação como ferramenta de sucesso

Informação é uma arma poderosa. A maioria das objeções podem ser superadas se o corretor for capaz de sanar dúvidas de bate pronto. Mas lembre-se: os clientes querem ser convencidos, não enganados. Para isso, ele chega a testar o corretor de todas as formas e ver a possibilidade de tirar alguma vantagem na negociação. São as dúvidas que definem o grau de interesse do cliente. Só com preparo, é possível enfrentar objeções e dúvidas do futuro comprador.

Nesse sentido, reúna o máximo de informações sobre o imóvel, bem como da região onde ele está localizado. Não se limite a falar o número de cômodos e as condições de pagamento. Vá além: fale sobre a posição do sol nos ambientes da casa, dê dicas de decoração e mostre onde estão localizados os principais pontos comerciais da região.

Faça uma autocrítica

Como falamos no início do texto, esteja preparado para enfrentar objeções de clientes. Muitas vezes, eles desistem do negócio por conta do alto valor do imóvel, ou porque encontraram uma oferta mais atrativa ou até devido a um mau atendimento.

Enfim, nesse momento, é importante estar preparado para lidar com falhas no seu processo de vendas. Se você fizer uma autocrítica, isso pode ser benéfico para você perceber onde errou e procurar corrigir em futuras negociações. Então, aproveite essa experiência ruim para realinhar suas estratégias e preparar novas táticas de vendas.

Conheça seu cliente

Faça muitas perguntas antes de apresentar um produto. Para fazer o melhor atendimento possível, é preciso entender as motivações de cada cliente. Ao entender os motivos da compra, você consegue juntar elementos para negociar um apartamento mais caro, porém que atenda melhor às expectativas dele.

Lide com a imaginação do cliente

Usar os sonhos do cliente como ferramenta de vendas é uma boa saída. Motive o comprador a usar a imaginação. É importante ter em mente que cada caso é um caso e exige posturas diferentes.

Por exemplo, o preço é um ponto que o cliente leva em consideração. No entanto, não é o único fator determinante para decidir uma compra. Tudo pode ser negociável. Você deve informá-lo que muitas vezes uma residência mais cara proporciona mais momentos de felicidade para a família. A sua apresentação e proposta de venda são elementos mais importantes que o preço na hora da decisão final.

Identifique os clientes perdidos

Agora que você já aprendeu como manter um cliente atraído, pode pensar em maneiras de reconquistar um cliente insatisfeito. Não há uma fórmula mágica para isso, mas é possível reverter uma experiência ruim e resgatar a confiança do cliente.

Antes de tudo, identifique os clientes perdidos. Saber quem foram os clientes desistentes não significa conhecê-los. Comece, então, resgatando quantos contatos vocês tiveram, se chegaram a realizar uma visita no imóvel e quando foi a última vez que conversaram.

Para que você consiga realizar esses controles de maneira correta é necessário utilizar um CRM Imobiliário completo, dessa forma, convidamos você a conhecer melhor a <u>plataforma ville Imob</u>. Analisando esses dados, tente descobrir os pontos em que você errou e tente uma abordagem diferente.

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 <u>redes sociais</u> <u>para corretores de imóveis</u> 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 palavrachave.

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.

SAIBA OS ERROS MAIS COMUNS AO TIRAR FOTOS DOS IMÓVEIS



Muitos, na ânsia de vender a qualquer custo, não priorizam a boa apresentação do imóvel. Mas boas imagens do imóvel já ajudam o cliente a conhecê-lo antes mesmo de realizar uma visita presencial. Sendo o primeiro contato do cliente com o imóvel, o corretor de imóveis precisa caprichar nas fotos. Pode parecer bobagem, mas vale a pena dedicar um bom tempo para produzir e editar as fotos dos seus imóveis.

Para começar, é preciso pensar na preparação do imóvel para, só depois, divulgá-lo ao cliente. O objetivo das fotos dos imóveis é passar uma ideia de como é o local, bem como as dimensões de seus cômodos. Como a maioria dos profissionais não têm noção de fotografia, eles acabam tirando de qualquer jeito, o que é um grande equívoco.

Abaixo, selecionamos os erros mais comuns que os corretores cometem ao tirar fotos dos imóveis. Fique atento as próximas dicas para fazer boas imagens e garantir o negócio com seu próximo imóvel:

Ambiente bagunçado

Geralmente, as pessoas fazem os cliques com o local do jeito que foi entregue pelo atual proprietário. Se o ambiente possui móveis por toda parte e estiver muito bagunçado, não se pode tirar a foto. Em primeiro lugar, providencie uma limpeza e organização.

Isso incluir mudar alguns móveis de lugar, guardar roupas e louças e esticar tapetes e lençóis das camas para que as fotos não saiam poluídas. No banheiro, a tampa do vaso deve estar sempre fechada. As toalhas limpas e os sabonetes novos dão sensação de limpeza. Todo esse trabalho facilita na hora dos cliques.

Falta de equipamentos

A falta de equipamentos adequados não permitem que as imagens tenham a boa qualidade necessária. Há itens essenciais para uma boa foto, como uma câmera com lente grande com flash e um tripé. Caso não disponha, as fotos podem ser feitas em uma aparelho de smartphone mais novo que tenha pelo menos 5mp (megapixels). Apesar de usar o flash, opte pela iluminação natural do ambiente. Por sua vez, o tripé ajuda a tirar fotos mais nítidas, eliminando a trepidação. Na ausência desse equipamento, utilize móveis como apoio para que a foto não fique tremida.

Sem iluminação

Nada de tirar fotos na contraluz. Isso deixa o ambiente escuro e, como você sabe, fotos escuras não dificultam os usuários a enxergarem os detalhes do imóvel. Por isso, o flash se torna um grande aliado quando você for tirar fotos à noite. No entanto, prefira sempre fazer essa tarefa pela manhã para aproveitar a iluminação natural. Locais mais iluminados dão a sensação de espaço e conforto.

Não pensar no ângulo

Duas fotos de um mesmo ambiente podem ser muito diferentes por conta do ângulo. Por isso, é importante dar preferência a um dos cantos do cômodo que pegue melhor todo o espaço. Não deixe aparecer elementos limitadores como o batente da porta ou a linha do teto. A foto deve ser feita na mesma altura do olhar de quem está vendo o imóvel. Escolha um ângulo que dê mais amplitude ao cômodo, isso também valoriza o ambiente.

Em resumo, organização, iluminação e neutralidade são elementos essenciais para tirar boas fotos dos imóveis. Quando você for tirar as fotos, faça a seguinte pergunta: esta imagem desperta a vontade de morar nessa casa? Se sim, bola para frente!

Comece já a pensar nesse erros se você não está cometendo, afinal você precisa deixar o seu site imobiliário impecável com os seus anúncios, então não dê bobeira. Ah, caso você não tenha um site imobiliária ainda dê uma conferida na <u>plataforma imobiliária ville Imob</u>.

Aproveite as dicas e boas vendas!

DICAS PARA CORRETOR DE IMÓVEIS REALIZAR UM BOM ATENDIMENTO TELEFÔNICO



A forma que você corretor de imóveis inicia um atendimento em um primeiro contato com o cliente não influência na decisão de compra, correto? Se sua resposta foi sim, você precisa ter mais noções de quanto é importante o primeiro atendimento para gerar vendas e locações.

Não existe forma de colher informações do cliente se não houver um atendimento, isso é lógico. Se você quer vender e locar os seus imóveis precisa realizar ações efetivas e agir de forma correta para garantir bons resultados, principalmente no atendimento telefônico, e sair da sua zona de conforto, da sua "rotina" é a chave principal.

Bom, preparamos algumas dicas para corretor de imóveis realizar um atendimento telefônico eficaz e gerar retorno para o seus negócios:

Conhecendo o seu cliente

Embora a forma como você age no primeiro atendimento em um contato telefônico é um fator determinante para gerar futuras vendas e locações, é importante você corretor de imóveis se atentar que, esse primeiro atendimento você precisa conhecer e estreitar a sua relação com o cliente.

O relacionamento que terá que criar é mais importante do que somente querer a venda e locação, é marketing de relacionamento, você precisa saber dominar isso. Lembre-se também que, a iniciativa foi do seu cliente e você não pode perder essa chance.

Não seja inconveniente

Colher informações com os clientes são as melhores coisas a se fazer para entender melhor o que eles precisam, porém precisa fazer isso com o dobro de atenção.

Cuidado para não falar demais e seu cliente ficar cansado de tanto que fala, lembre-se que é o cliente que tem interesse no imóvel e provavelmente já tem suas próprias dúvidas, então deixe ele falar. É claro, existem clientes que quase não passa informações ou aqueles que falam até a mais do que precisa, porém você deve saber como agir para cada tipo de cliente.

Lembre-se do relacionamento e possivelmente uma fidelização!

Faça anotações

Não adianta você ouvir o seu cliente atentamente se não ir anotando as informações que ele passa. Anotações fundamentais e iniciais que você deve fazer: nome, telefone e e-mail. Existem clientes que possuem um certo receio de passar e-mails ou telefones, porém tente captar pelo ou menos um desses contatos.

O cliente falou o tipo do imóvel, a quantidade de quartos, localização desejada, valor, anote tudo! E para facilitar os seus serviços, cadastre essas informações em um <u>CRM Imobiliário</u>completo, que de forma inteligente cruza as informações e mostra o Imóvel ideal para o seu cliente.

Torne essa conversa mais interativa

Convide o seu cliente para acessar o seu site imobiliário e verificar os seus imóveis disponíveis, isso tornará a conversa um pouco menos formal, permitindo o seu cliente navegar em seu site e verificar o seu institucional que já irá lhe ajudar na credibilidade, além do cliente consegui visualizar o seu número de registro do CRECI, que é mprescindível.

Caso esse contato telefônico já é originário do seu site imobiliário, convide ele para ir até sua imobiliária, tomar um cafezinho, tornar esse segundo contato mais interativo e mantendo o relacionamento.

Não se atrase nas promessas

Se cliente pediu para que você enviasse um e-mail de apresentação ou com mais opções de imóveis não demore mais que um dia para enviar, se puder envie para "ontem" e caso ele peça para retornar no telefone, retorne na data certa e hora certa. Se deixar o seu cliente esperando com certeza ele irá procurar o seu concorrente

Tente colocar em prática essas dicas, com certeza irá lhe ajudar a melhorar as suas negociações, são ações simples porém fazem toda a diferença. Ah! Não esqueça de utilizar recursos, ferramentas que poderão lhe auxiliar, como a <u>plataforma imobiliária ville Imob</u>, que são 7 soluções imobiliárias integradas.

Aproveite! Sucesso e Boas vendas.

DICAS DE COMO CRIAR ANÚNCIOS DE IMÓVEIS EFETIVOS



Seu anúncios, com a ajuda de uma boa <u>estratégia de marketing</u>, podem fazer com que seu imóvel tenha uma visibilidade enorme na internet. Para isso, você precisa fugir das informações mais superficiais e pensar em anúncios mais completos. Em resumo, não basta apenas ter uma foto da fachada e frases de efeito como "Ótima oportunidade – Aceita financiamento".

É primordial que ele contenha informações que auxiliem o cliente a se interessar mais pelo imóvel que você está divulgando, dispensando as outras milhares opções que existem na internet.

E a qualidade do seu anúncio depende de alguns fatores. Saiba como criar anúncios de imóveis efetivos logo abaixo:

Título

Destaque as chamadas. A partir de um título atraente, você fica mais próximo de iniciar negócios e convencer o seu cliente. Ele é a primeira coisa que o consumidor vai ler, por isso precisa chamar atenção. Pensando dessa maneira, alinhe informação e objetividade. No título, destaque o mais essencial, como o tipo do imóvel e uma característica importante. Por exemplo: "Apartamento, 03 dormitórios, frente para o mar". Esses termos, provavelmente, são o que o cliente está procurando na internet.

Descrição

Aqui, você precisa pensar quais são as palavras-chave que o usuário vai digitar em uma busca para encontrar o imóvel que você está anunciando. Termos como o bairro, tipo de imóvel, número de dormitórios e cidade devem aparecer no seu texto. São essas palavras que seu potencial cliente deve pesquisar no Google. Assim, a descrição do anúncio não só passar informações importantes, como também fica otimizada e bem ranqueada nos resultados do Google, por exemplo.

Muitos pensam que escrever o texto em caixa alta vai deixar a descrição mais atrativa para os clientes. Grande engano. Dessa forma, seu texto fica mais difícil e cansativo para ler.

O que funciona mesmo para atrair possíveis clientes é o conteúdo da descrição. Isso quer dizer que, além de passar todas as informações do

imóvel, ela deve ser realista. Em outras palavras, não minta ou crie falsas expectativas!

Ortografia

Textos com erros ortográficos tira um pouco da credibilidade dos seus anúncios. Vale a pena fazer uma revisão completa após escrever. Outra questão é não abreviar esse conteúdo. Muitas vezes, os clientes não conhecem certos termos e siglas populares no mercado imobiliário.

Localização

Não tenha medo de informar a localização do imóvel. Isso facilita que o cliente tome a decisão de fechar negócio, uma vez que eles consideram transporte e segurança do local fatores que pesam na hora da escolha do imóvel. Grandes portais imobiliários usam o endereço para traçar buscas a partir de mapas. Com ferramentas que integram os dados do imóvel ao Google Maps, o cliente consegue visualizar os imóveis e analisa as opções de serviços e comércio do bairro, verificando toda a infraestrutura do entorno. Um detalhe que não faz sentido dispensar.

Foto

Último item das nossas dicas, mas não menos importante. Na verdade, as imagens do imóvel anunciado são a parte mais importante. Por isso, quanto mais fotos você adicionar, mais efetivo o seu anúncio fica. O bom texto desperta o interesse do cliente, mas a foto faz com que o consumidor entre em contato com você.

As imagens devem ser bem iluminadas e com ótimo enquadramento. A foto principal deve ser a que mais representa o imóvel. Por fim, a descrição do anúncio deve fazer todo sentido quando o usuário visualiza as fotos.

Nada é simples quando se quer sucesso. Por isso, não dê moleza para o azar e comece a se organizar por conta própria. Suas vendas dependem mais de suas inciativas do que do valor do imóvel.

A IMPORTÂNCIA DA VERSÃO MOBILE NO MERCADO IMOBILIÁRIO



A proporção que os acessos aos dispositivos moveis tomou, sem dúvida é algo impressionante. Hoje, se precisamos buscar informações diversas nesse mundo virtual, prontamente acessamos de nossos smartphones ou tablets, e a tendência é vermos isso crescer disparadamente.

Segundo o <u>PEGN</u> (Pequenas Empresas e Grandes Negócios), 80% dos brasileiros que acessam a internet hoje utilizam o smartphone para isso. Porcentagem totalmente considerável, e olha que esse número é dentro do Brasil, agora imagina para fora do Pais. Pois é, todo bom empreendedor deverá disponibilizar desse recurso para o seus clientes, é uma questão de obrigação.

E no mercado imobiliário não pode ser nada diferente, você corretor de imóveis e imobiliária já pensou nisso. Você possui o seu site na versão mobile, são responsivos e adequados para os seus clientes acessarem no celular ou tablet?

O que é Versão Mobile?

A versão mobile é a disponibilidade que você possui de acessar sites sem ser "quebrados", faltando informações e lentos, através de dispositivos mobile, que são: smartphones, tablets e relógios inteligentes, no geral dispositivos eletrônicos. A versão mobile adequa as informações do seu site para serem visualizadas nesses dispositivos.

Esses acessos por dispositivos móveis são uma das melhores e mais eficazes ferramentas de marketing para vendas onlines, mas que também não deixa de ser uma ótima ferramenta para quem possui uma espaço físico, pois o cliente poderá pesquisar antes em seu site e levá-lo com ele o produto/serviço desejado até o seu estabelecimento.

Como no ramo imobiliário você precisa de ambos para obter boa parte do seu sucesso, é bom você corretor de imoveis e imobiliária ficarem ligados na importância da versão mobile no mercado imobiliário logo abaixo:

- Os seus clientes poderão acessar os seus imoveis de qualquer lugar e a qualquer hora
- O seu cliente poderá fazer uma ligação diretamente do seu site
- Melhor navegação em seu site

- Possibilidade de acessos a vários dispositivos mobile (smartphone, tablets)
- Ganha mais visibilidade em seus imóveis

Apesar desse número alto de pessoas utilizando os dispositivos mobile para acessaram a internet, boa parte das pessoas que trabalham com vendas onlines não disponibilizam a versão mobile para os seus clientes, um grande erro! No Brasil, segundo o <u>PEGN</u>, só um ¼ desses empreendedores estão utilizando a versão mobile, isso é significa que 25% estão utilizando sites responsivos.

Uma coisa é certa, dificilmente você irá conseguir manter a suas vendas e locações de pé se não utilizar esse recurso, e para que você não fique para atrás de maneira alguma, convidamos você a conhecer a plataforma imobiliária ville Imob, que oferece 7 soluções integradas, inclusive a versão mobile, que poderão lhe ajudar em suas vendas e locações de imóveis.

Aproveite! Sucesso e Boas vendas.

Sabrina Rozindo
Depto de Marketing
villevox Comunicação e Marketing

CAPACITE SUA EQUIPE PARA GERAR MAIS VENDAS E LOCAÇÕES



Ter uma equipe de corretores de imóveis unida já não é mais suficiente para <u>gerar mais vendas e locações</u>. Mais do que união e respeito mútuo, a sua equipe de profissionais precisa ser capacitada e treinada para encarar os inúmeros desafios que o mercado imobiliário proporciona.

Todos devem estar num patamar próximo de conhecimento para que, assim, a sua imobiliária cresça junto com a evolução profissional de seus corretores. Lembre-se: uma andorinha só não faz verão.

Portanto, se você quer gerar mais vendas e locações, capacitar e promover algumas ações para motivar sua equipe não devem ser vistos como um custo e, sim, como um investimento de médio a longo prazo. Ao fazer isso, a sua imobiliária vai colher os frutos lá na frente. Para ajudá-lo nessa missão, elaboramos, abaixo, algumas ações para você capacitar a sua equipe de corretores. Confira:

Invista em cursos e treinamento

Todos os corretores de imóveis passaram por uma formação parecida. Só assim para conseguir retirar a carteirinha do Conselho Regional de Corretores de Imóveis (CRECI). Na prática, isso significa que, de um modo geral, os profissionais iniciantes estão no mesmo estágio de conhecimento.

Quem busca se diferenciar nesse mercado tão competitivo, a saída é recorrer a cursos e treinamentos. Para que a sua equipe se destaque na carreira, vale a pena oferecer treinamentos para eles, além de pagar, parcial ou integralmente, cursos de capacitação.

Indique palestras e eventos imobiliários

Todo ano, o mercado imobiliário é movimentado com uma série de eventos e palestras. Trata-se de uma ótima oportunidade para você e sua equipe se atualizarem quanto às tendências do mercado e, por consequência, evoluírem profissionalmente. Além disso, aproveite esse momento para construir seu networking.

Forneça informações sobre o mercado

Por ser um mercado extremamente dinâmico, muita coisa pode mudar da noite para o dia. Uma ferramenta nova para criação de video, por exemplo, pode ser muito útil para gerar mais vendas e locações. Então, não espere um curso ou treinamento exclusivo sobre essa ferramenta. Passe essa informação à sua equipe o quanto antes para que ela saia na frente da concorrência.

Caso não seja possível bancar um curso para toda a sua equipe, faça você mesmo o curso ou treinamento. Aí, após finalizá-lo, compartilhe todo conhecimento e experiência para seus corretores parceiros.

Proporcione um ambiente inspirador

A sua equipe é formada por seres humanos, não por robôs. Isso significa que os profissionais têm problemas, limitações e virtudes. Um verdadeiro líder estende a mão para ajudar a equipe, além de inspirá-la. O que queremos dizer com isso é que, não adianta mandar os corretores fazerem cursos, se eles não estão satisfeitos no trabalho.

Agora, quando eles enxergam em você um líder, uma pessoa inspiradora, eles se motivam ainda mais para se capacitar. Isso porque eles sabem que para chegar aonde você chegou, eles precisam estudar, treinar... enfim, se capacitar.

Estabeleça metas e acompanhe de perto o desempenho dos corretores

Não é porque você estende a mão para ajudar sua equipe que você deve passar a mão na cabeça de todo mundo que perde uma venda. Pelo contrário. A cobrança, é claro, deve existir, até mesmo porque ela faz o profissional crescer.

Nesse sentido, vale a pena estabelecer metas de vendas, locações e captação de imóveis. Além de medir a evolução dos corretores após uma série de cursos e treinamentos, ou seja, o retorno do seu investimento, você fica mais próximo da sua equipe. E, do mesmo jeito que você cobra uma nova postura quando um corretor perde uma venda, você deve parabenizar e recompensar com alguma lembrança um profissional que faz um bom trabalho.

E para que o trabalho seja concretizado de forma eficiente, utilize uma <u>plataforma imobiliária</u>que irá lhe auxiliar na sua gestão e no seu marketing imobiliário, como ville Imob, são 07 soluções integradas para os seus negócios imobiliários. Confira!

MÍDIAS SOCIAIS E O SEU PODER DE GERAR VENDAS NO MERCADO IMOBILIÁRIO



Com essa atual situação financeira que todo mercado de trabalho está passando, inclusive o imobiliário, devemos concordar que enxugar os gastos é uma questão de sobrevivência, porém, sabemos que, se não houver desempenho, controle e principalmente divulgação os seus negócios não irão fluir mesmo.

Algumas imobiliárias investe em ações, promoções, que podem ter um valor de custo alto e pouco retorno, e isso é o que não queremos em nossos negócios, apesar de que não estamos em uma situação favorável, devemos pensar, analisar e depois partir para ação, concordam?

Existe uma maneira bem simples e barata, talvez nem te custe nada para divulgar os seus imóveis, as Mídias Socias, pois é! São elas as grandes e poderosas ferramentas que poderá lhe auxiliar a gerar vendas no mercado imobiliário.

O que são Mídias Sociais?

As mídias sociais, de acordo com o <u>Wikipédia</u>, são as interações sociais entre indivíduos, a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos. É possível publicação de conteúdos por qualquer pessoa, praticamente com zero de custo de produção, capaz de atingir uma grande demanda de público.

Hoje temos no mercado varias Mídias Sociais para que possamos fazer uso, porém tem que ser tudo de forma adequada, veja os exemplos abaixo:

Para apresentar conteúdos temos:

- Twitter
- Facebook
- Blogs
- Google+

Somente fotos:

- Instagram
- Pinterest

Flickr

Apresentações:

SlideShare

Videos:

•You Tube

Localização:

Fousquare

Mais profissional e trabalho:

Linkedin

As mídias sociais acima, foram disponibilizadas pelo portal imobiliário <u>VivaReal</u>, como as principais mídias utilizadas no Mercado Imobiliário.

Essas ferramentas são super fáceis de acesso e você como corretor de imóveis poderá realizar um cadastro facilmente e deve fazer uso de todas as ferramentas possíveis, é só utilizar de maneira adequada, como descrito acima.

O Facebook é a única ferramenta dessas acima que possibilita a maioria dessas ações. Nessa mídia você consegue publicar somente fotos, conteúdos, fazer um página para sua empresa ou pessoal, vídeos e criar sua própria seção de loja.

Essas mídias são grandes transformadores de vendas, e sem contar que você não gasta praticamente nada para divulgar os seus imóveis, é claro que existem plataformas, como o facebook, que você pode pagar para anunciar os seus imóveis ou sua imobiliária.

Então, aproveite e experimente essas mídias sociais o máximo que puder, e como mais uma dica, utilize uma plataforma imobiliária para lhe ajudar ainda mais em seus negócios imobiliários. Portanto, conheça melhor a <u>plataforma imobiliária ville Imob</u>, são 7 soluções integradas para lhe auxiliar no seu dia a dia.



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.

WWW.VILLEIMOBILIARIAS.COM.BR

SIGA-NOS EM NOSSAS REDES SOCIAIS FACEBOOK.COM/ VILLEIMOBILIARIAS INSTAGRAM.COM/ VILLEIMOB LINKEDIN.COM/IN/ VILLEIMOB PLUS.GOOGLE.COM/ BR.PINTEREST.COM/

U/O/+VILLEIMOB-SOCIA