

EBOOK 100% GRÁTIS

MARKETING IMOBILIÁRIO

**DICAS DE ESPECIALISTAS PARA
AUMENTAR SUAS VENDAS E LOCAÇÕES**





Apresentação

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

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

Boa leitura!

Ramon Carvalho
Gerente de Projetos
ville Imob

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

Sumário

Tema	Pág
1- A Utilização dos Drones	4
2- Corretor: como ser produtivo no mercado imobiliário	8
3- Site Imobiliário: necessidade para os corretores e as imobiliárias	12
4- Internet e o mercado imobiliário	15
5- O corretor de imóvel que você nunca deve ser	18
6- Saiba como vender o seu imóvel mais rápido	21
7- Como alugar casa de veraneio sem complicações	25
8- 5 dicas para corretores de imóveis iniciantes	27
9- Tendências para o Mercado imobiliário em 2015	30
10- Métodos e dicas para colocar o imóvel em locação.	33
11- Como agir na hora das vendas e locações de imóveis	37
12- Como aumentar a visibilidade do imóvel utilizando Placas Imobiliárias e QR Code	40
13- Como atrair clientes com boas fotos do imóvel	42
14- ERP, tudo que você precisa saber	45
15- Está precisando fazer um Contrato Imobiliário, mas não sabe por onde começar...	48
16- Site Mobile: Ter ou não ter, eis a questão	50
17- E o preço dos imóveis, sobe ou desce?	53
18- Marketing Imobiliário - Fazer direito com baixo custo: o grande desafio	57
19- Sustentabilidade no Segmento Imobiliário	62
20- 5 erros cometidos que podem prejudicar um site imobiliário	65
21- 7 Ferramentas inovadoras utilizadas no mercado imobiliário	69
22- 10 Dicas para ajudar no seu Marketing Online	73

A UTILIZAÇÃO DOS DRONES PARA DIVULGAR IMÓVEIS

#1



As ferramentas tecnológicas são recursos que estão sendo grandes aliados para o mercado imobiliário, com intuito de amplificar as possibilidades de melhorias nas vendas dos imóveis. E por ser recursos que proporcionam soluções e que ajudam a desenvolver problemas no mercado profissional a busca por essas novas ferramentas são grandes.

E a mais nova ferramenta é o drone. Os drones já são bastante utilizados em outros ramos profissionais como áreas militares, vigilâncias e até por cinegrafistas. Para corretagem também é uma ótima utilização, por isso, muitos corretores, imobiliárias e incorporadoras estão buscando esse recurso como um meio de ferramenta de apoio na divulgação do imóvel.

Mas que inovação é essa? Uma das ferramentas tecnológicas que vem despertando interesse e curiosidade em muita gente. O drone é um Veículo Aéreo Não Tripulado (VANT), basicamente são robôs aéreos que são controlados a distância por equipamentos eletrônicos (controles remotos), eles possuem câmeras que são capazes de fotografar e captar vídeos de qualidade. São equipados para suportar vários tipos de trabalhos pesados, inclusive tem a facilidade de ir em lugares de difíceis acessos.

Essa tecnologia traz grandes benefícios para o segmento imobiliário. Com capacidade de captar vídeos de alta qualidade ele pode ajudar ampliando a visibilidade dos imóveis, fazendo gravações aéreas em torno do imóvel, obtendo imagens em locais de difíceis acessos, mostrando os detalhes extremamente importantes na decisão do **cliente**, como fachada, a área total que o imóvel se encontra, região e outros.

Em terrenos ele auxilia na exibição de áreas que são extensivas, podendo também ajudar na medição do terreno de forma prática, com isso trará a possibilidade de possíveis compradores visualizar cada perímetro do terreno. E se o imóvel estiver em obra pode acompanhar todo o andamento através do drone e exibir para os clientes.

Além de proporcionar alguns auxílios no processo de divulgação do imóvel ele possibilita uma certa interatividade entre os clientes e os corretores. Para alguns compradores ter que ir até as imobiliárias sempre que tiver lançamentos, algo do interesse, pode se tornar cansativo, tedioso, então nada melhor do que ver o imóvel de um método diferente, inovador.

Portanto, todos os profissionais do segmento imobiliário deverão ter um interesse nesse recurso tecnológico, justamente por ser um meio inovador que poderá possibilitar grandes vendas. Alguns empreendimentos imobiliários já adotaram esse recurso, como a imobiliária Coelho da Fonseca, Construtora e Incorporadora Tecnisa, CS Negócios Real Estate.

E para os corretores e imobiliárias que desejam utilizar esses recursos e estão interessados em divulgar os imóveis com esse meio tecnológico, existem empresas que realizam essas captações de filmagens através dos drones.

Segue alguns links de empresas que prestam esse tipo de serviço:

<http://www.droneimages.com.br/>

<http://moviedrone.com.br/>

<http://avairfilms.com.br/index.html>

Veja abaixo alguns exemplos de aplicação de drones no segmento Imobiliário:

<https://www.coelhodafonseca.com.br/drones>

<http://www.tecnisa.com.br/drones>

<http://www.csnegocios.com.br/midia01.aspx>

Uma vez feito o vídeo, agora basta divulgá-lo bem na internet, publicando no Youtube e outros sites de vídeos. Inclusive é interessante também publicar em seu próprio site, para isso o corretor deve possuir uma plataforma que aceite a publicação, incorporando vídeos do youtube na página de detalhes do imóvel. A

solução ERP ville Imob tem esse recurso de incorporar videos nos sites de seus clientes corretores, vale a pena dar uma olhadinha acessando www.villeimobiliarias.com.br

Sucesso e Bons Negócios.

Sabrina Rozindo

Depto de Marketing

CORRETOR: COMO SER PRODUTIVO NO MERCADO IMOBILIÁRIO

#2



A produtividade é uma ação essencial para as empresas. Com o mercado de trabalho em frequente transformações, os profissionais precisam ser produtivos, seguir esse andamento e se desempenhar naquilo que faz pois essas mudanças variáveis podem fazer toda a diferença.

Todos no mercado de trabalho estão sujeitos as necessidades de uma boa produção, até mesmo para profissionais que são autônomos, como muitos corretores de imóveis que são responsáveis por elementos fundamentais da produtividade em seu trabalho. Por ser uma profissão que proporciona um certa liberdade de atuação é preciso ter um atenção redobrada pois existem tarefas que deverão ser cumpridas com planejamento e disciplina.

Dessa forma seguem alguns comportamentos simples e básicos para os corretores de imóveis que desejam uma produtividade eficaz em seu trabalho.

Programe a sua agenda

Ser organizado no ambiente de trabalho é fundamental para qualquer profissão pois proporciona que o profissional realize todas as tarefas de forma correta. Para que isso ocorra planeje o seu dia, priorize as atividades que requerem mais urgências e se possui muitas visitas aos imóveis em apenas um dia calcule o tempo e programe horários prolongados em sua agenda, assim terá mais tranquilidade para apresentar os imóveis aos clientes.

Todos que trabalham com a corretagem de imóveis utilizam muitos papéis em pastas, como contratos e outros, então organize-os de acordo com a programação das visitas, por cada cliente. Existem também boas opções de agendas virtuais em **software imobiliário**, caso preferir.

Utilização de dispositivos Móveis

Nada melhor do que ser produtivo e com praticidade! Hoje os corretores de imóveis

possuem uma gama de recursos tecnológicos que proporcionam uma certa autonomia em seu desempenho profissional, como os dispositivos móveis (tablets e smartphones). Com a utilização desses dispositivos o corretor terá possibilidade de atender os clientes sem precisar necessariamente de estar em um escritório, oferecendo um atendimento de qualidade e de forma rápida.

A mobilidade está crescendo constantemente, então o ideal é investir em sites imobiliários que possuam esses recursos (responsivos ou uma versão mobile), dessa forma terá uma otimização em seu tempo e será mais produtivo.

Cheque as anotações

Apesar da liberdade que o corretor de imóveis possui ele também tem aquela famosa correria do dia a dia, como clientes que ligam para saber valores e detalhes dos imóveis e o corretor já tem uma visita marcada. A melhor solução é fazer anotações para que depois realize o contato com os clientes, sendo assim é necessário analisar todas as anotações feitas para que nenhuma tarefa fique pendente. Poderá utilizar um sistema **CRM para imobiliária**, onde terá um melhor controle desses Leads para organização e contatos futuros, pois cada lead é uma potencial negociação.

Evite desculpas

Em algum momento de sua profissão houve um contratempo, engarrafamento no trânsito, o despertador que não tocou e outros. Se não deu para chegar no horário combinado com o seu cliente evite dar desculpas, procure uma solução para esse contratempo e seja breve, eliminando os vocabulários negativos. Com certeza terá mais tempo para amenizar essa situação.

Mantenha o contato

Uma das formas de produtividade no desempenho do corretor de imóveis é

interação e disposição. Então se possui a oportunidade de se relacionar com os seus colegas de trabalho interaja o máximo, pois nessa descontração terá a possibilidade de descansar da sobrecarga de seu trabalho e até obter informações importantes para se relacionar com os clientes. Manter um bom relacionamento com colegas da profissão pode gerar futuras comissões por indicação em negócios para ambas as partes. Lembrando que sem qualquer administração, planejamento e disciplina a produtividade do corretor de imóveis estará comprometida. Dessa forma é preciso a atenção para que sua produção cresça cada vez mais.

Sabrina Rozindo
Depto de Marketing

SITE IMOBILIÁRIO: NECESSIDADE PARA OS CORRETORES E AS IMOBILIÁRIAS

#3



O mercado imobiliário vem sofrendo algumas alterações durante esses anos com uma possível bolha imobiliária que poderia estourar no ano passado (2014) e a constante queda nas vendas dos imóveis. Apesar dessas alterações negativas, especula-se que o mercado imobiliário esse ano terá uma estabilização pois acredita-se em um número mais contido de disponibilização de unidades por parte das construtoras para esse ano de 2015 e um receio por parte da população na mudança de governo.

Mas sabemos que todas essas modificações o setor imobiliário continua competitivo, a grande questão para os corretores e imobiliárias é como se sobressaírem, quais meios de utilização para se destacar e possuir o diferencial no meio dessas alterações sofridas.

Para os corretores e as imobiliárias que desejam atingir rendimentos significativos o segredo é apostar em soluções estratégicas, como um **site imobiliário**. Mas apesar disso muitos corretores e imobiliárias não sabem lidar com esse ambiente digital.

E como já foi dito pelo blog ville Imob, ter um site imobiliário hoje é uma questão de necessidade, então os corretores e as imobiliárias estão se identificando e aprendendo a se posicionar nesse meio. Basicamente uma lei da sobrevivência.

Segundo o blog O Novo Negócio não se deve ignorar o papel importante de um site para uma empresa. Afirmam também que as pessoas valorizam ainda mais as empresas que possuem sites inclusive as imobiliárias, que acabam se tornando uma forma de status. A principal ideia para eles de ter um site imobiliário é divulgar a marca frisando também que é um meio de cartão de visitas online, porém muito mais rico em detalhes e interatividade.

Com a grande utilização da web para busca de imóveis, ultrapassando o jornal, os sites imobiliários permitem uma certa facilidade para divulgar os imóveis além de oferecerem uma visibilidade. Sendo um ponto crucial para os corretores e as imobiliárias que não se deve deixar passar.

O ideal é buscar mais que simples sites imobiliários e sim soluções e softwares completos e integrados que apresentam recursos onde irão ajudar a melhorar o gerenciamento da imobiliária, além de potencializar as vendas e se tornar destaque. O **ERP imobiliário ville Imob** possui esses recursos, podendo se alcançar mais clientes e utilizar o site como uma vitrine online além de divulgar a sua marca e ganhar visibilidade que é o principal para se sobressair dos demais.

Portanto, a intenção é buscar a solução para sobressair dessas grandes alterações sofridas no mercado imobiliário. Estude e tome conhecimento de aspectos de gestão, promocional e de marketing que essas soluções online poderão lhe proporcionar, lembrando que os sites imobiliários – não podendo faltar a **versão mobile** - dão mais credibilidade, são mais valorizados pelas pessoas, assim agregando reconhecimento a sua marca e a sua empresa. Então invista nisso!

Sabrina Rozindo

Depto de Marketing

INTERNET E O MERCADO IMOBILIÁRIO

#4



O método de comunicação mais eficaz é aquele que consegue passar a informação de forma clara e objetiva e se torna ainda melhor quando consegue atingir um nível elevado de pessoas ao mesmo tempo. A internet é uma dessas ferramentas de comunicação que é muito utilizada para o desenvolvimento de muitas empresas.

Utilizamos a internet para tudo, se possuímos dúvidas buscamos na internet, se precisamos fazer pesquisas buscamos na internet. Como qualquer outro mercado profissional a internet é fundamental para o mercado imobiliário, não existe forma melhor de divulgar os seus serviços onde pode se encontrar **clientes** em um mesmo lugar.

Sabemos hoje que é um meio que se tornou um aliado para o mercado imobiliário. Segundo um panorama feito pelo portal VivaReal dentre os jornais, televisão e revistas a internet é a mídia mais utilizada para buscar informações sobre imóveis. Ponto de investimento e confiança para os corretores e as imobiliárias.

Mas apesar do vasto conhecimento da internet pelas pessoas, muitos corretores e imobiliárias não utilizam para o processo de venda do imóvel (pré-venda, venda, pós-venda). O mercado imobiliário cada vez mais vem sendo competitivo, sendo assim com essa deficiência não poderá se sobressair.

A principal ideia é sempre se desenvolver com essas grandes ferramentas estratégicas e um dos principais pontos desse desenvolvimento é ter um **site imobiliário**, visibilidade nos maiores campos de pesquisa (Google) e poder cadastrar os imóveis nos portais de buscas.

E com toda essa competitividade para os corretores de imóveis e as imobiliárias ter um site imobiliário e adotar esses recursos é quase uma regra. Regra no qual possibilitam grandes benefícios como a divulgação dos imóveis e uma visibilidade nos serviços. E como a mobilidade está crescendo também é muito importante apostar na **versão mobile imobiliária**.

Com todos esses recursos que são proporcionados pela internet o principal objetivo é se destacar da concorrência. Basicamente é uma necessidade para o profissional da corretagem para garantir melhores resultados. Então acompanhe as novas tendências que estão surgindo e o mais importante é possuir o conhecimento.

Sabrina Rozindo

Depto. de Marketing

O CORRETOR DE IMÓVEL QUE VOCÊ NUNCA DEVE SER

#5



Todo profissional que deseja sucesso em sua carreira precisa se empenhar e dedicar ao máximo, precisa ser excelente naquilo que faz para conseguir bons resultados. E ser **corretor de imóveis** é aplicar tudo isso e mais um pouco. A profissão não é nada fácil, exige uma disposição, iniciativa e proatividade.

Ser um corretor de sucesso não é simplesmente ser sortudo, é ter uma qualidade em seus serviços e firmeza nos desempenhos de suas funções para conseguir alavancar em vendas. E por não ser apenas uma questão de sorte é preciso ter bastante cuidado em pequenos detalhes que podem ser causadores de muitos fracassos.

Como a falta de organização, pode atrapalhar bastante! Muitos corretores não utilizam agendas ou até mesmo softwares como o **ERP imobiliário ville Imob** que controla os atendimentos, informações dos clientes e as visitas aos imóveis. E conseqüentemente por não utilizar esses recursos não lembrarão dos compromissos que possuem para visitar os imóveis com os clientes. Tornando-se um ponto negativo para esses corretores e inclusive para os clientes pois há uma possibilidade enorme de desistência pela compra do imóvel.

Não ter conhecimento sobre questões jurídicas também não é uma questão favorável. É imprescindível para um corretor de imóveis ter essas noções básicas dos direitos e deveres dos clientes, não elaborar um contrato para formalizar a compra do imóvel não dará garantia ao cliente, erro que jamais deve ser cometido.

O grande diferencial de um profissional de corretor de imóveis é estar disposto a qualquer hora e a qualquer lugar, passar para o cliente que você não está com vontade de recebê-lo ou atendê-lo não vai garantir que ele possa voltar novamente. Assim como qualquer outra profissão o corretor de imóveis tem que fazer com que o cliente se sinta bem.

A compra de um imóvel pode ser um sonho realizado para o **cliente** e muitos corretores acabam passando por cima desses possíveis sonhos com as famosas

falas “Vai ficar pronto logo, logo!” e o logo nunca chega, ou “ Ta tudo certo, o imóvel está em perfeita condições”. Não diga para o cliente o que não for realmente verdade, isso não irá acrescentar méritos a sua carreira e sim uma insatisfação do cliente e grandes confusões futuras.

Hoje as pessoas estão cada vez mais ligadas ao mundo tecnológico. A maioria das profissões exigem noções básicas de informática e conhecimento com a internet, os corretores de imóveis que não possuem conhecimento sobre esses recursos não poderão ampliar e divulgar os seus serviços. Não ter essa possibilidade de alcançar os clientes em meios modernizados não é favorável.

Essas características ruins só impossibilitam o desenvolvimento de um profissional. Os clientes não irão buscar mais esse profissional e conseqüentemente as vendas irão cair e além disso terá uma péssima reputação no mercado.

Então seja um corretor de sucesso! Fique atento e esperto para não ser esse corretor de imóveis, e lembrando que o mais importante é estar preparado para atender os seus clientes e sempre disposto, esse é o grande diferencial para alavancar a sua carreira.

Sabrina Rozindo

Depto de Marketing

SAIBA COMO VENDER O SEU IMÓVEL MAIS RÁPIDO

#6



Vender casas e apartamentos pode demorar muito tempo ainda mais se a venda for sem a instrução de um **corretor de imóveis**. Mas essa demora nem sempre está na localização do imóvel e no preço e sim como está organizando para captar os compradores.

Tudo irá depender de quais meios estratégicos que você irá utilizar, nada que não seja possível. Mas como utilizar esses meios corretamente e conseguir vender o imóvel mais rápido?

Alguns passos para vender o seu imóvel mais rápido:

Limpeza

Antes de anunciar a sua casa ou o seu apartamento, limpe-os. Faça uma faxina! Lembre-se de limpar os rodapés, cantos do teto, trilhos de janelas. Retire a poeira dos móveis (Se possuir) lave os banheiros vidros das janelas e os boxes, deixe o imóvel um brinco. Contrate um serviço especializado a primeira impressão é a que fica.

Organização

No momento da limpeza organize o imóvel para que o possível comprador sinta-se bem na sua casa ou apartamento. Se estiver morando no imóvel não deixe roupas, toalhas espalhadas, louças em cima da pia. Evite deixar a tampa do vaso sanitário aberto, portas de armário, geladeira e fogões com panelas em cima.

Decorações no imóvel

Depois de tudo limpo e organizado corretamente decore o ambiente, deixe o imóvel bem iluminado utilizando luminárias, abajur, não pendure muitos quadros nas paredes. Se a casa ou apartamento for pequeno, utilize persianas longas com cores claras para dar a aparência que o imóvel é grande.

Vistoria

Faça uma vistoria no imóvel. Verifique se a parte elétrica está com as fiações corretas, as torneiras com vazamentos e se tem paredes com pequenas infiltrações, faça a melhor vistoria que puder. Acredite! O comprador irá checar.

Tire boas fotos

Uma das melhores formas de mostrar o seu imóvel é tirando fotos, lembre-se da organização. Não tire as fotos dos cômodos bagunçados com objetos pessoais espalhados. Utilize recursos da câmera para melhorar a qualidade foto.

Preço e Divulgação

Avalie o seu imóvel de uma forma justa, olhe a localização e o estado do imóvel. Assim, passando por todos esses processos, divulgue o seu imóvel em sites de anúncios (OLX, villeImob, Mítula e outros) Poderá utilizar para isso um sistema Cloud como o **ERP ville Imob** por exemplo.

Descrição detalhada do Imóvel

Faça uma boa descrição aplicando informações como a localização, quantidade de quartos, banheiros e proximidades. É muito importante também descrever possíveis negociações (Se preferir) que você poderá fazer com o comprador.

Controle sobre o cliente interessado – CRM

Cadastre os clientes que possui interesse no imóvel em um **CRM imobiliário** e os possíveis atendimentos e visitas. Assim você terá um controle de todas as informações, inclusive de quantas pessoas desejam comprar o seu imóvel facilitando os seus serviços.

Depois de todas etapas realizadas e só aguardar um comprador.

Sabrina Rozindo

Depto. de Marketing

COMO ALUGAR CASA DE VERANEIO SEM COMPLICAÇÕES

#7



No verão a quantidade de pessoas que desejam alugar um imóvel temporário é grande, principalmente para as datas comemorativas como: Natal, Réveillon e Carnaval. Nesse período o locador e o locatário tem que ficar atentos no processo de locação, alguns cuidados simples e básicos para evitar dor de cabeça no futuro.

Existem algumas formas de alugar o imóvel, como: Direto com o proprietário, imobiliárias e internet. Todas essas opções são válidas para conseguir alugar o imóvel porem é preciso elaborar um contrato para qualquer uma das opções, podendo ser formal ou informal.

O contrato formal deve conter todos os direitos e deveres de ambas as partes especificando cada detalhe do imóvel, inclusive o valor. O contrato informal e mais conhecido como, boca a boca, sendo um informalidade mais utilizada pelas pessoas podendo ter uma negociação de um preço melhor, mas que possui um certo risco.

Como existe a possibilidade de alugar o imóvel através da internet com os anúncios, é importante que o locatário ligue para colher o máximo de informações que puder. Se o anúncio não conter uma boa descrição (quantidade de pessoas, localização e outros) e poucas imagens, é importante exigir descrições melhores e se possível fotos de cada parte do imóvel, certificando que não irá levar prejuízo e cair num golpe.

Não se deixe levar pela pressa de alugar o imóvel. Ai que mora o perigo! Para o locador é preciso que passe todas informações possíveis de uma forma que fique claro e objetivo. Para o locatário é fundamental que leia todo o contrato e pesquise sobre o imóvel e o proprietário. Sendo assim, só fecha a negociação se ambas as partes estiverem de acordo.

Sabrina Rozindo
Depto. de Marketing

5 DICAS PARA CORRETORES DE IMÓVEIS INICIANTE

#8



O mercado imobiliário é um ramo profissional muito amplo, além de ser um mercado competitivo, o número pessoas que deseja seguir a carreira de **corretor** de imóveis é grande. Os principais motivos pela escolha é a opção do horário de trabalho, onde existe uma flexibilidade, e a outra é pelo grande fato do mercado imobiliário está crescendo ligeiramente, e a possibilidade de ter um bom retorno financeiro com a venda dos imóveis.

Mas todos nós sabemos que para iniciar uma carreira profissional não é tão fácil quanto parece, surge novas etapas, e grandes descobertas. Mas quais são os primeiros passos para quem deseja se tornar um corretor imóveis e ter bons resultados nas vendas?

1- CRECI

Todo corretor de imóveis precisa da inscrição do CRECI. É preciso que realize os cursos específicos como Técnico em Transações imobiliárias ou superior em Gestão de Negócios imobiliários, com esses cursos você já pode fazer sua inscrição no CRECI e exercer a profissão.

2- Estudar

É sempre bom se aprimorar e estudar sobre sua profissão, procure algum profissional na área para te ajudar, ter conhecimento é sempre necessário para fluir e ter um ótimo desempenho. Fique atento as novas tendências que vem sempre surgindo no mercado imobiliário.

3- Estratégias Pessoais

Depois de estar preparado e possuir todos os conhecimentos que precisa para prosseguir com a profissão, invista no marketing pessoal. Use roupas adequadas, passe um boa impressão para o **cliente**, deixe sempre os seus materiais organizados e nunca esqueça de levar um cartão de apresentação para deixar

com os futuros compradores.

4- Marketing Online

As redes sociais estão evoluindo cada vez mais, uma ótima oportunidade para você evoluir também. Um meio mais utilizado para buscar imóveis hoje, é a internet, então invista nas redes sociais como Twitter, LinkedIn, Facebook e outros para divulgar o seu serviço e para os imóveis utilize os portais imobiliários, **sites imobiliários** ou blogs, com certeza dará mais visibilidade.

5- Ética e Profissionalismo

Utilize os seus princípios éticos na sua profissão, isso te torna mais confiante, utilize esse princípios com os seus parceiros de trabalho e com os seus clientes. Realize suas tarefas de uma forma correta e bem planejada, é certo que será um profissional de qualidade.

Sabrina Rozindo

Depto. de Marketing

TENDÊNCIAS PARA O MERCADO IMOBILIÁRIO EM 2015

#9



O Mercado imobiliário vem sofrendo algumas alterações durante esses anos principalmente nas grandes regiões, como Rio de Janeiro e São Paulo. Essas alterações estão sendo causadas devido ao aumento nos valores dos imóveis, mas apesar desse aumento acredita-se que em 2015 esses valores sejam estáveis.

Para os **corretores** e as imobiliárias a grande preocupação é conseguir atingir os objetivos para garantir sucesso nas vendas. Com o superaquecimento no mercado as mudanças vêm acontecendo constantemente e novas tendências vão surgindo. A grande questão para o próximo ano é, quais são as novas tendências, e como utilizar métodos para garantir sucesso.

Segue algumas dicas de tendências para 2015:

Mobile

Segundo a gerente de marketing do portal VivaReal Mariana Ferronato, uma das estratégias que será avassaladora e é todos os anos, é o **mobile**, esse método estratégico permite que tenha uma interação maior com os clientes. Visto que é um meio que está sendo mais utilizado por consumidores, principalmente por ser responsivo que é uma das peças chaves no mobile.

Conteúdo

Em 70% dos sites e blogs para o segmento imobiliário, apostaram-se como uma das tendências para o próximo ano a realização do marketing de conteúdo, uma das formas de persuadir com o **cliente**. Uma boa criação de conteúdo, é pensar em pontos que irá melhorar o posicionamento da empresa e que de certa forma irá conquistar e ter a fidelidade dos clientes.

Ampliação de conteúdo

Hoje os anúncios segundo pesquisas exploratórias, estão gerando bons resultados para as empresas, e no segmento imobiliário não vai ser muito diferente. Os anúncios patrocinados como Google Adwords, Yahoo, UOL e outros estão sendo primordiais para ampliar conteúdos, dando uma visibilidade maior, opção que todas as empresas desejam.

Casas sustentáveis

As casas sustentáveis são aplicações modernas que estão em alta, para o mercado imobiliário pode ser uma nova tendência em 2015, além de não ser prejudicial ao ecossistema. De acordo com o portal imóvel magazine, as casas utilizam 90% menos água em sua fabricação, diante da crise histórica que ocorreu em São Paulo, as casas ecológicas são soluções, e pontos a serem pensados para grandes investimentos no ramo.

A principal ideia é ficar atento as mudanças que vem acontecendo, recicle o máximo, conhecimento é fundamental para a organização de uma empresa.

Sabrina Rozindo

Depto. de Marketing

MÉTODOS E DICAS PARA COLOCAR O IMÓVEL EM LOCAÇÃO.

#10



No fim de ano a busca por locações de imóveis é intenso, o fluxo de casas, apartamentos e lojas comerciais que são alugadas tem um crescimento muito grande nesse período. Tornando-se um mercado que vem evoluindo constantemente as pessoas estão tendo um interesse maior em alocar seus imóveis principalmente em grandes regiões onde a procura é maior, podendo ser um investimento de locação mensal ou temporário (período de verão), encerramento de ano e carnaval.

Mas é só anunciar o meu imóvel em um site de anunciados e pronto? Para anunciar seu imóvel para a locação é um processo trabalhoso requer um pouco de conhecimento caso você não é um experiente na área, ir até um **corretor** para que ocorra essa divulgação também é importante é a partir dessa etapa que se inicia todo o processo.

Segue abaixo algumas dicas de como colocar seu imóvel para locação:

Estipular Preço

No momento em que for alugar o imóvel defina os valores de acordo com as condições em que o imóvel se encontra, se estiver novo ou seminovo. A partir daí faz uma avaliação da localização do imóvel lugares menos frequentados mais frequentados. Lembre-se que deverá ser estabelecido valores de uma forma justa para que funcione corretamente a divulgação do imóvel.

Segure-se do Pagamento e Vistoria

Toda negociação exige uma garantia de ambas as partes tanto do vendedor oferecendo um produto de boa qualidade e do comprador com o pagamento corretamente por aquele produto, no caso da locação do seu imóvel certifique-se de quem vai alugar irá te pagar corretamente exija **opções** de garantia (fiador,

fiança bancária, caução, seguro fiança). Depois da definição do locatário faça uma vistoria no imóvel por cada cômodo, descreva o andamento do imóvel e mencione essa descrição no contrato.

Realize um Contrato

Existe duas possibilidades de locação, na **imobiliária** e diretamente com o proprietário. Com a imobiliária eles já possuem o conhecimento para realizar todo o processo do contrato os deveres e os direitos.

Já com o proprietário requer uma atenção maior para elaborar o contrato, deve ter como registro em papel o nome do locador e locatário, fiadores, descrição e o uso do imóvel, benfeitorias e construções, valor a ser pago, obrigações do locador e locatário, fiança, prazo, prorrogação do contrato condição geral, e o tempo de contrato deve ser coincido por ambas as partes.

Regras

No período em que o imóvel estiver alugado e sofre algum dano causado pelo o locatário ele tem que realizar o conserto, regra que pode ser estipulado no contrato. No caso se o inquilino quiser fazer uma reforma no imóvel tem que ser concebido pelo proprietário sendo prescrito um documento com alterações feitas no imóvel e anexada no contrato das duas partes.

Vantagens para locação com as Imobiliárias

Existe vários tipos de negociações mas manter o contato direto com os locatários nem sempre é a preferência dos proprietários que queira locar seu imóvel. Uma das grandes vantagens das imobiliárias é realizar todo esse processo para proprietários que não possui tempo, que não possui um domínio relacionados a documentos, finanças e estratégias na hora das locações.

Você que é corretor e quer adquirir sucesso no ramo imobiliário, busque novas ferramentas. Clique [aqui](#).

Sabrina Rozindo

Depto.Marketing

COMO AGIR NA HORA DAS VENDAS E LOCAÇÕES DE IMÓVEIS

#11



O ramo imobiliário nos últimos anos teve um crescimento estável, com a grande busca de clientes interessados por optar a venda e compra de imóveis tendo uma ligação direta com **corretores**.

Esse grande destaque no mercado imobiliário fez com que aumentasse a concorrência com isso há uma certa preocupação dos corretores de como agir na hora da venda do imóvel que por sua vez é um processo fundamental para um bom resultado. Com todo esse processo a questão é, como vou utilizar meu Marketing pessoal na hora da Venda?

Otimismo

A etapa principal é sempre querer mais do que o primeiro estágio ganhe destaque no mercado, esteja sempre a disposição para realizar qualquer tarefa e busque alcançar o topo certamente terá um bom desempenho.

Simpatia

Ser simpático é essencial. Seja educado dê um belo cumprimento conquiste os seus **clientes** o máximo que puder ele irá se sentir bem, demonstre que está feliz por atendê-lo com certeza ele terá uma preferência em fechar negócios com você.

Ouvir

No momento em que os seus clientes tem o primeiro contato com imóvel que deseja comprar ele passa por um processo de conhecimento e dúvidas. Então saiba ouvir as necessidades de seus clientes procure extrair o máximo de informações que irá atendê-lo e mostre que aquele imóvel é o ideal para ele.

Respostas Imediatas

Lembre-se que cliente satisfeito é cliente resolvido, não demore muito para dar um

retorno de dúvidas que irão surgir durante o seu atendimento, sempre dê respostas precisas rápidas assim o cliente irá compreender que possui conhecimento sobre o imóvel.

Surpreenda

Dê somente uma prévia para seus clientes, não diga para eles quais são todos os benefícios antes da visita e quando chegar ao imóvel ele irá reconhecer que existe informações melhores do que foram ditas. Permita que ele seja surpreendido de uma forma positiva ao imóvel.

Pós venda

Uma das etapas fundamentais para concluir com êxito seu destaque no ramo **imobiliário** é pós venda, certifique-se que os seus clientes permaneçam satisfeitos com a compra do imóvel, ligue, demonstre a ele que ficou satisfeito pela conquista que fez.

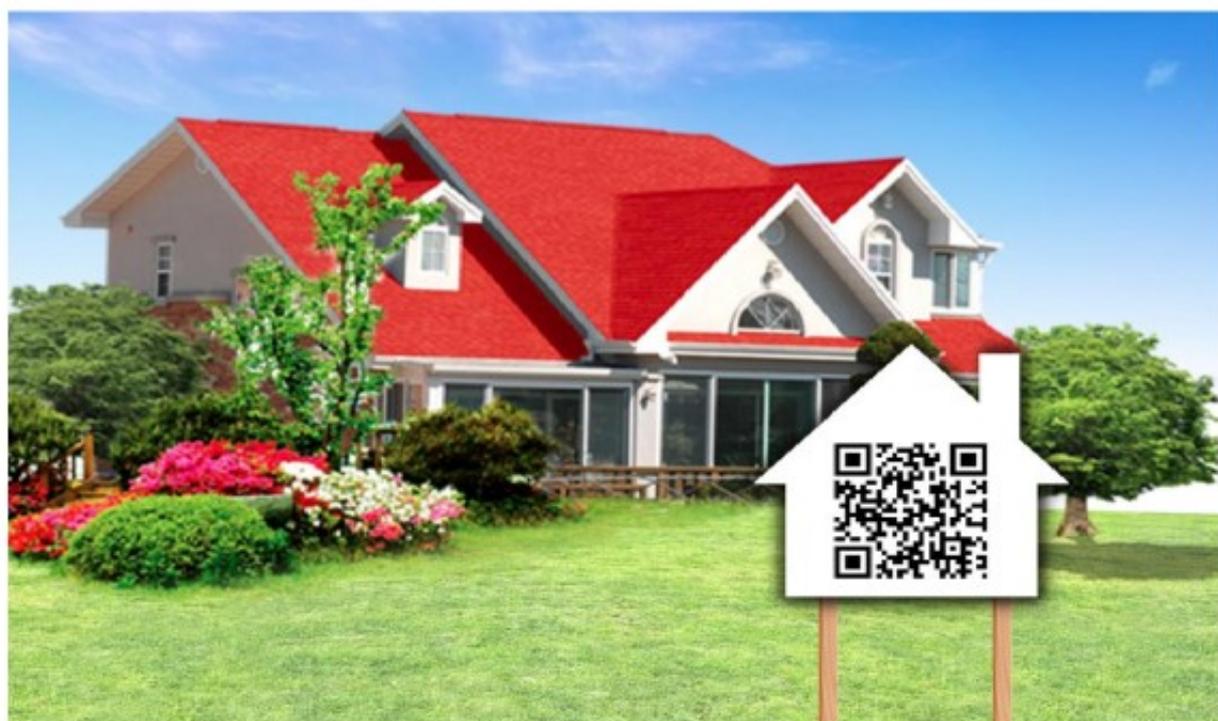
Não deixe de vender por falta de dicas, possua o máximo de conhecimento.

Boas vendas!

Sabrina Rozindo
Depto. Marketing

COMO AUMENTAR A VISIBILIDADE DO IMÓVEL UTILIZANDO PLACAS IMOBILIÁRIAS E QR CODE

#12



Quem poderia imaginar que com o avanço tecnológico uma técnica antiga utilizada no mercado imobiliário ganharia força e uma nova roupagem, é o caso das Placas Imobiliárias.

Antes da era tecnológica as placas imobiliárias eram um dos principais meios de divulgação dos imóveis. Atualmente existem inúmeras ferramentas para alavancar as vendas, mas a placa ainda tem sua merecida importância. Grande parte da população faz suas buscas através da internet, mas muitos ainda têm a necessidade de ver o bem a ser comprado ou alugado, antes de fazer o primeiro contato com o corretor ou imobiliária.

Imagine a facilidade de estar passando na rua, avistar um imóvel com QR Code na placa, e instantaneamente poder visitar a página de detalhes deste imóvel no **site da imobiliária**. É uma excelente forma impactar o cliente no primeiro momento, aumentando as chances de conseguir fechar um bom negócio.

Utilizar o **QR Code** em placas Imobiliárias ajuda o cliente interessado na busca do imóvel, direcionando-o para a página de detalhes do imóvel, e também o aproxima mais rapidamente da imobiliária. Além da vantagem de impactar o cliente, a placa também ajuda a fortalecer a marca da imobiliária e aumentar sua visibilidade, além de passar confiança e credibilidade ao imóvel.

Outra vantagem da placa é mapear a atuação da imobiliária. Alguns **sistemas imobiliários** possuem controle de placas, além de gerar automaticamente um QR Code para cada imóvel. Assim sendo, basta que o corretor copie o QR Code do Imóvel para utilizar na placa. Utilize mais esta ferramenta para potencializar seus negócios e esteja sempre à frente do mercado, aliando a **tecnologia** às suas estratégias.

Leslie Bravin
Dpto. Marketing

COMO ATRAIR CLIENTES COM BOAS FOTOS DO IMÓVEL

#13



Apesar da procura de imóveis através da internet ser grande, as ofertas surgem a todo o momento. O grande desafio é como se diferenciar dos concorrentes e atrair a atenção do cliente.

As fotos são um grande diferencial para seus imóveis divulgados em seu **site**. É onde o cliente fará o primeiro contato com o imóvel e poderá conhecê-lo melhor.

Sabemos que nem sempre é possível contratar um profissional de fotografia, então separamos algumas dicas para você mesmo fazer fotos incríveis dos seus imóveis.

Limpeza e Organização:

O primeiro passo antes de fotografar o imóvel é verificar se está tudo limpo e organizado. É comum ver fotos de cômodos com pessoas, objetos pessoais, lixo, desorganização, entre outros aspectos que passam uma má impressão do imóvel. No caso de imagens externas de imóveis com jardim, verifique se o mesmo está limpo e bem cuidado, para que o imóvel não tenha aspecto de abandonado.

Desfoque, iluminação e qualidade da imagem

Uma imagem desfocada não transmite a realidade do imóvel, assim como uma imagem escura, e isso pode acabar prejudicando na divulgação do mesmo. É importante dedicar um tempo para tirar boas fotos, se atentando para a iluminação e para não deixar a foto tremida ou desfocada.

Ao postar as fotos em seu **site** tente manter a qualidade da imagem razoável, para que a foto não fique nem muito pequena, se não o cliente não consegue visualizar nada, e nem grande demais, para não pesar o carregamento.

Ângulo e amplitude

Encontre o melhor ângulo de cada cômodo, buscando capturar imagens que

transmitam amplitude e valorizem os detalhes. Concentre-se nos diferenciais do imóvel. Como diz o ditado, a primeira impressão é a que vale. Portanto, não perca vendas, faça boas fotos e encante o cliente logo no primeiro contato.

Leslie Bravin

Dpto. Marketing

ERP, TUDO QUE VOCÊ PRECISA SABER

#14



Todo empresário busca melhorias na gestão e na rotina de funcionamento de sua empresa, otimizando os processos e integrando as atividades dos setores. Com base nessa necessidade surgiu o **ERP** (Enterprise Resource Planning), um sistema de gestão empresarial que gerencia as informações relativas aos processos operacionais, administrativos e gerenciais da empresa.

O objetivo de um Sistema ERP é centralizar as informações, integrando os setores da organização e possibilitando aos gestores melhor controle sobre as atividades empresariais, dando suporte à tomada de decisões em todos os níveis do negócio. Um ERP pode ser implementado em qualquer tipo de negócio, independente do ramo e tamanho da empresa. Atualmente existem softwares ERP para diversas áreas de atuação.

A CIGAM possui um ERP para Rede de Postos de Combustível, permite à empresa centralizar e controlar todas as unidades e negócios num só sistema, visualizando as informações por centro de custo e unidades de negócios.

No ramo de educação, a TOTVS oferece um sistema de gerenciamento que integra desde a secretaria acadêmica até o departamento financeiro, além de simplificar os processos e reduzir os custos.

Se o seu ramo de atuação é o varejo, a SAP oferece um software para gerenciar suas vendas em multicanais, seja em lojas físicas, nas redes sociais, em seus computadores pessoais ou em seus smartphones.

Para o mercado imobiliário a **villevox** oferece um **ERP Imobiliário** completo, a um custo acessível, que integra todos os dados e processos da imobiliária em um único local. O sistema possui 5 ferramentas essenciais para uma imobiliária, são elas: Site Imobiliário + Software de Gestão + Versão Mobile + CRM Imobiliário + Integração com Portais. Estas ferramentas irão ajudar a melhorar o gerenciamento dos processos da Imobiliária, e proporcionarão melhor controle sobre as atividades dos demais usuários, além de potencializar vendas e locações.

São inúmeras as vantagens de implementar um ERP em sua empresa, independente do tamanho e do ramo de atuação. É um investimento que possibilitará a sua empresa muitos ganhos futuros, seja em otimização de atividades ou redução de custos. Melhore a gestão de sua empresa com um ERP.

Leslie Bravin

Dpto. Marketing

**ESTÁ PRECISANDO FAZER UM CONTRATO
IMOBILIÁRIO, MAS NÃO SABE
POR ONDE COMEÇAR...**

#15



O contrato imobiliário é imprescindível nas **transações imobiliárias**, pois normatiza os direitos e deveres das partes nas relações imobiliárias. Sem contrato, a relação imobiliária não está formalizada, e, portanto passível de vícios que certamente poderá resultar em perdas para as partes envolvidas. Finalizando, o contrato, dá direito a parte contratante utilizar o **imóvel**, e a parte contratada a cobrar por isso, dentro dos parâmetros legais e seguro as partes.

Ao realizar uma **busca na internet** por modelos de contrato imobiliário encontraremos diversos formatos e fontes. Nós separamos para você dois sites confiáveis, com modelos de diversos tipos de transações imobiliárias, vai ajudar bastante no dia a dia.

O CRECI-RN e o CRECI-PE disponibilizam em seus sites uma página destinada aos corretores, disponibilizando modelos de contrato e documentos para download. Os modelos apresentados servem como guia, o contrato varia de acordo com a situação específica que ele visa reger.

Acesse e monte seu Kit do Corretor:

CRECI-RN – <http://www.crecirn.org/texto.asp?id=26&edicao=1>

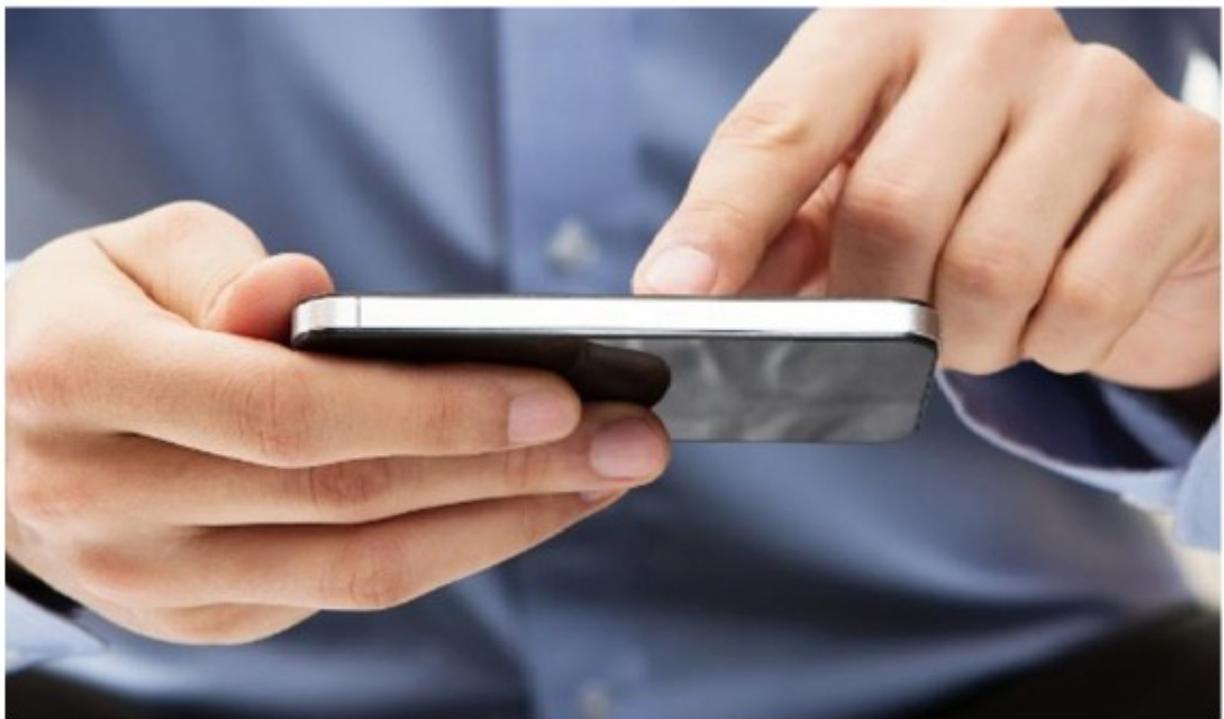
CRECI-PE – http://www.creci-pe.gov.br/modelos_contratos.php

Leslie Bravin

Dpto. Marketing

SITE MOBILE: TER OU NÃO TER, EIS A QUESTÃO

#16



Os acessos à internet móvel têm crescido constantemente. Segundo o portal Terra, o número de acessos à banda larga móvel no Brasil atingiu 114,6 milhões em janeiro 2014, representando um aumento de 69% comparado ao mesmo período do ano passado.

Com esse crescimento dos acessos via tablets e smartphones, muitas empresas estão buscando otimizar seus sites para versões **mobile**, tornando-os mais atraentes e proporcionando uma navegação mais rápida e fácil aos usuários.

O site mobile pode ser dedicado ou responsive. A grande diferença entre eles é que o mobile dedicado é uma versão exclusiva para smartphones, quando o *browser* detecta um *smartphone*, um redirecionamento é feito para a versão dedicada. O site responsive se adapta à largura dos *browsers* em diferentes dispositivos a partir de um design único e de uma única URL.

Os usuários de internet móvel estão a todo tempo conectados, fazendo buscas, comparando preços, realizando compras, visualizando suas redes sociais, manifestando opiniões, buscando informações e notícias.

Com a facilidade a esse acesso móvel, o cliente potencial pode estar realizando buscas de qualquer lugar e a qualquer hora. Se sua empresa possuir um **site** otimizado, com visual atraente e de fácil de navegação, a probabilidade de permanência do usuário em seu site aumenta consideravelmente.

O Facebook é uma das empresas com mais acessos de usuários de tablets e smartphone. Para fidelizar os usuários disponibilizam atualizações e melhorias constantes no layout e navegação, além de sempre implantar novas funcionalidades.

A busca por imóveis através de smartphones também tem aumentado. Alguns **sistemas imobiliários** oferecem o recurso mobile sem custo adicional. O ville Imob disponibiliza aos seus clientes o site em versão mobile, com design atraente e

otimizado, proporcionando ao visitante uma agradável navegação.

Saiba mais sobre o ville Imob, acesse: www.villeimobiliarias.com.br .

Surpreenda seus clientes com esse recurso inovador e potencialize ainda mais suas Vendas e Locações!

Leslie Bravin

Dpto. Marketing

E O PREÇO DOS IMÓVEIS, SOBE OU DESCE?

#17



Desde 2008 os anúncios de lançamentos imobiliários tornaram-se parte do nosso cotidiano. Em todo lugar que se passava viam-se propagandas em placas, outdoors, panfletos, bandeiras, estandes, jornais, TV, rádio, internet, e-mail, enfim, fomos inundados com tantas unidades lançadas. No início os preços eram atrativos, mas com o passar do tempo subiram consideravelmente, deixando os possíveis compradores mais cautelosos antes de assinar um contrato. Passaram-se 6 anos, e o que mudou?

Atualmente as construtoras e incorporadoras frearam um pouco seus lançamentos. Segundo matéria especial da edição 1065 da revista Exame, as empresas só estão construindo o que ainda está vendendo bem, e em cidades onde a demanda continua existindo.

“Não dá mais para arriscar”, diz Alexandre Vedrossi, diretor da incorporadora da Brookfield.

Os preços elevados dos imóveis também fizeram com que a procura diminuísse consideravelmente. Segundo Pesquisa Imobiliária apresentada pela Exame, e conduzida pela Fipe (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas), foi feita uma análise em 82 das mais importantes cidades brasileiras, que juntas respondem por 35% da população e metade do PIB brasileiro.

O levantamento mostrou que o preço dos imóveis continua subindo no Brasil, em 2013 a média da valorização foi de 12%. Porém, em algumas cidades houve redução nos preços dos imóveis, isso porque onde houve excesso de oferta estão acontecendo reajustes, e o preço passou a acompanhar a evolução da renda e do nível de emprego de cada cidade.

“É o que acontece em mercados maduros. Saímos da fase de euforia e estamos entrando em outra, mais calcada na realidade do país”, diz Eduardo Zylberstajn, pesquisador da Fipe e responsável pelo levantamento.

Imóveis usados também têm alcançado uma valorização considerável, na cidade do Rio de Janeiro valorizou 30% em 2011 e 15% em 2012. Com a preparação da cidade para a Copa do Mundo e Olimpíadas alguns bairros foram revitalizados, valorizando ainda mais os imóveis. No Espírito Santo, mesmo com menos lançamentos as vendas de imóveis cresceram em Vitória de 2011 a 2013.

Com tantos imóveis disponíveis e a redução na procura, as incorporadoras têm feito promoções que vão desde descontos e armários de cozinha, até carros. Com tanta concorrência e opções variadas, as empresas têm buscado se aproximar do cliente, estreitando relacionamento, oferecendo “brindes” e descontos, direcionando a propaganda e trabalhando um bom atendimento.

Existem algumas ferramentas diferenciadas que podem ajudar o corretor e imobiliária a cativar o cliente e se diferenciar no mercado. Utilizar o QR Code na placa do imóvel, direcionando o cliente para a página de detalhes do imóvel no site é uma funcionalidade muito importante e facilita o acesso do cliente. A realidade aumentada, projetando em 3D a perspectiva do empreendimento no terreno também pode ajudar a fechar uma venda. Algumas imobiliárias já utilizam os Drones, que é um tipo de helicóptero, circulando e filmando várias perspectivas do imóvel e do terreno.

As Redes Sociais também são uma ótima maneira de atingir o cliente e estreitar relacionamento, mas não se deve descartar o **site** para expor os imóveis e ampliar a divulgação dos mesmos. Algumas soluções oferecem **site + websistema + versão mobile**, para que o corretor ou imobiliária possa gerenciar melhor seu negócio.

O ville Imob é uma solução que oferece esses recursos, para potencializar as vendas.

Em meio a tantas especulações sobre o futuro do mercado imobiliário não se deve esquecer que o cliente está sempre em primeiro lugar, e, muitas vezes, atendê-lo de forma diferenciada será o fator decisivo para uma excelente venda.

Leslie Bravin
Dpto. Marketing

MARKETING IMOBILIÁRIO - FAZER DIREITO COM BAIXO CUSTO: O GRANDE DESAFIO

#18



Para se manter competitivo em um mercado com muita oferta faz-se necessário o bom e velho Marketing. Mas sabemos que grandes campanhas têm um custo elevado, e então, o que fazer? Se você é um corretor autônomo ou imobiliária e dispõe de pouco recurso para divulgação dos seus imóveis fique atento às nossas dicas para fazer seu Marketing Imobiliário!!

No cenário atual a internet é a grande estrela da propaganda. Segundo dados do Google, cerca de 90% dos compradores de imóveis utilizaram a internet para buscar o imóvel ideal. Existem diversas ações de baixo custo que você pode fazer no meio on-line, confira algumas delas:

Site:

O site é a sua vitrine na internet, é o local para expor todos os seus imóveis da forma mais detalhada e rica possível. Insira muitas informações, diferenciais, atrativos (comércio no entorno), fotos, vídeos e mapa de localização. Existem empresas que trabalham com modelos pré-prontos de **Site + Websistema + Mobile** a um custo acessível. **ville Imob** – Modelos pré-prontos com diversas ferramentas e funcionalidades, otimizado para o Google, além de integração com os principais portais de busca.

Acesse: www.villeimobiliarias.com.br.

Portais Imobiliários:

Além de um bom site é interessante “viralizar” seus imóveis colocando-os disponíveis nos grandes portais de busca, que recebem inúmeras visualizações. Para que seu imóvel seja facilmente encontrado também é importante descrevê-lo detalhadamente, explorar imagens e vídeos, e utilizar as palavras-chave corretas. Alguns portais são pagos, mas é um investimento necessário. **Viva Real** – De planos compactos para corretores até planos ilimitados para imobiliárias. **OLX, Trovit, Imobox, villeBusca** – Gratuitos

CRM Imobiliário:

Estreite relacionamento com os clientes interessados e faça uma boa base de dados. O sistema de **CRM** é muito importante para cadastrar todos aqueles clientes que entram em contato com você seja por e-mail, cadastro no site ou telefone. Além disso, o sistema cruza as informações dos interesses desses clientes e mostra possíveis imóveis que se encaixam nesse perfil. Mas não basta só cadastrar os clientes, você tem que mantê-los informados, enviando novidades no mercado, oportunidades e imóveis de seu interesse. Alguns web sistemas oferecem essa ferramenta. **ville Imob** – CRM incluso no pacote. Permite cadastro de clientes, cruzamento de informações, cadastro de visitas aos imóveis, entre outros benefícios.

Acesse: www.villeimobiliarias.com.br.

E-mail marketing:

Como havia dito não basta só cadastrar os clientes, tem que manter relacionamento. Envie promoções e informativos para seus clientes da base de dados. Mantenha-os sempre informados das novidades, dicas interessantes, lançamentos imobiliários, oportunidades (imóveis com preço promocional), comunicados, e-mail comemorativo em datas festivas, entre outros. É muito importante manter o relacionamento com o cliente e fazê-lo lembrar de sua marca. Algumas empresas oferecem o serviço de envio gratuito, limitado a um número de disparos. Existem empresas

MailChimp – Gratuito para mailing com menos 2.000 nomes com até 12.000 envios ao mês.

Chegou Email – Planos diversos, para atender a todos os tipos de empresas.

Gerador de Anúncios Online:

É possível fazer um anúncio profissional e atraente, sem precisar fazer cursos de corel draw ou photoshop. Existem sites que geram anúncios A4 para exibir em vitrines ou catálogos impressos, e o melhor, gratuitamente. É super simples de fazer, basta escolher o modelo pré-pronto que deseja, inserir informações e fotos do imóvel e gerar o pdf, que pode ser impresso ou enviado por e-mail. **villeAnúncios** – São disponibilizados alguns layouts gratuitos, mas você pode contratar um plano e ter acesso a mais layouts.

Acesse: www.villeanuncios.com.br.

Redes sociais

O que dizer das redes sociais ... é o que há no momento!! Utilize quantas puder, seja o **instagram** para postar fotos, o **slideshare** para divulgar apresentações, o **youtube** para divulgar vídeos, ou **twitter** para postar conteúdo interessante e urls. O **Google +** tem aumentado sua popularidade em meio aos usuários. Uma facilidade dessa rede social é poder organizar os contatos em grupos, o que para o corretor de imóveis é interessante, pois o mesmo pode organizar seus clientes por tipo de imóvel de interesse. O **facebook** é uma rede social bem completa, e muito acessada. É possível criar um álbum para cada imóvel com breve descrição na legenda, postar conteúdo com informações e dicas, ou seja, manter relacionamento com os usuários e divulgar seus imóveis. É interessante integrar e divulgar suas redes sociais em seu site.

Marketing de busca

É crescente o número de compradores que fazem a busca pelo imóvel ideal na internet, tendo em vista a praticidade, comodidade e quantidade de informações encontradas na internet. Campanhas de anúncios patrocinados do Google são muito eficazes, porém o custo não é tão acessível.

Outra forma de melhorar sua posição na busca orgânica é a utilização de tags (título, descrição e palavras-chave) e publicação de conteúdo relevante. Existem várias técnicas que, se feitas em conjunto, ajudam seu site a aparecer bem posicionado nas buscas. Alguns sites pré-prontos já vem otimizados para os buscadores.

Não fique para trás no mercado, comece a fazer suas ações e ampliar a visibilidade de seu negócio, atraindo mais clientes e potencializando suas vendas.

Leslie Bravin
Dpto. Marketing

SUSTENTABILIDADE NO SEGMENTO IMOBILIÁRIO

#19



Os projetos sustentáveis e o mercado imobiliário estão crescendo juntos nos últimos anos. Promover e investir em sustentabilidade no setor de construção e no segmento imobiliário é garantir benefícios financeiro e auxiliar a qualidade de vida humana e do planeta.

Segundo o gerente técnico do GBC Brasil, Marcos Casado “a forma sustentável traz diversos benefícios para o meio ambiente, reduzindo em média 30% do consumo de energia e 30% a 50% o consumo de água, percentual que faz a diferença e que no futuro será preciso”.

No Brasil algumas Construtoras e Proprietários estão desenvolvendo táticas de sustentabilidade em seus investimentos em imóveis, adotando, por exemplo: sensores de presença, previsão de medição individual de água e gás, coleta seletiva, lâmpadas econômicas, captação e reutilização de água, aquecimento solar, dentre outros, ampliando assim a visão dos investidores que o consumo consciente é o caminho preventivo.

As imobiliárias e corretores de imóveis que dedicam seu tempo aos negócios sustentáveis têm a velocidade nas vendas e locação, pois os clientes que investirem nestes patrimônios vão diminuir despesas, economizando no futuro e ao mesmo tempo preservando a natureza.

Imóveis Sustentáveis ou Imóveis verdes é uma tendência do mercado, o corretor poderá colaborar com as construtoras e proprietários informando maneiras sustentáveis, mostrando que a diminuição do impacto ambiental depende de cada um.

Seja um corretor sustentável, busque através de cursos de sustentabilidade ampliar seu conhecimento com estratégias ecologicamente corretas, busque captar imóveis com itens de sustentabilidade, é uma tendência que está dando certo, você poderá potencializar suas vendas e aumentar seus lucros.

Faça a diferença, seja sustentável.

Lucimara Pestana

Dpto. Comercial

5 ERROS COMETIDOS QUE PODEM PREJUDICAR UM SITE IMOBILIÁRIO

#20



O post de hoje apresenta o que não se deve fazer em um Site Imobiliário.

Algumas empresas utilizam recursos de forma incorreta, prejudicando a visibilidade do site e fazendo muitas vezes com que o cliente não permaneça muito tempo na página. As pessoas buscam cada vez mais facilidade, então facilite o trabalho.

Confira abaixo o que NÃO fazer em um site Imobiliário:

1) Falta de Informação sobre o imóvel

O máximo de informações devem ser disponibilizadas aos internautas para ajudá-los a decidir. Entre os dados que não podem faltar estão: o tipo de imóvel, suas principais características, e quando os mesmos tiverem algum diferencial, não esquecer de inseri-lo no cadastro.

Afinal de contas, quem vai adquirir algo que custa milhares de reais vai querer se informar o máximo possível sobre o mesmo. Portanto, detalhe, detalhe e detalhe. Temos que nos fazer a seguinte pergunta: Se eu fosse comprar um imóvel, me interessaria por um anúncio online que tivesse poucas informações (às vezes nenhuma foto), me levasse para outros sites fora do assunto e demorasse uma eternidade para carregar? Bom, acho que além de não ter interesse, esse é o pesadelo e frustração de qualquer internauta que esteja buscando informações pela internet.

2) Imagens pesadas em KB e com baixa qualidade

Uma imagem vale mais do que mil palavras. Por isso, acrescente pelo menos 04 fotos no seu anúncio. Escolha os melhores ângulos nos ambientes do imóvel, com boa luminosidade, além de organizar o local.

Capriche nas mesmas e organize de forma que as melhores fotos apareçam primeiramente, assim você utiliza a técnica de “nocaute” estimulando o cliente

interessado a ver as outras fotos. Isto faz com que o cliente tenha um maior interesse em agendar uma visita ao local do imóvel.

3) Scripts de publicação automática de Notícias:

Os scripts de notícias de grandes portais, são implementadas em alguns sites, mas o usuário (dono do site) não tem controle sobre qual notícia poderá aparecer.

E se for uma notícia desfavorável ao segmento? E se a notícia for uma crise com relação a venda e mercado do produto que trabalha? Você estaria nesse caso contribuindo para que o usuário saia do seu site. Claro que, não se deve ocultar fatos para o cliente, nem fornecer informações erradas, mas também não precisa promover algo desfavorável ao seu negócio.

Se o portal a ser integrado com notícias pode-se escolher qual o segmento deseja exibir, menos mau, mas se o painel administrativo de seu site, possibilita a publicação de notícias diretamente, isso lhe dará mais controle e flexibilidade.

4) Publicidade AdSense ou outros anúncios patrocinados:

Se o modelo de anúncio patrocinado não for muito bem configurado corre-se o risco de aparecerem anúncios de concorrentes e afinal de contas, se não for um blog – onde uma das formas mais importantes de monetizar o mesmo são anúncios do Google ou outros sistemas de afiliados – não vemos muito sentido em ganhar centavos por cliques.

Não seria melhor manter o usuário no site, de forma que ele pudesse se interessar por algum imóvel e o site fizesse realmente o papel para o qual ele foi criado: Potencializar as vendas e locações de imóveis? Acredito que seja bem mais adequado.

5) Player de Música ou BG (música de fundo):

Músicas são arquivos pesados em KB e quem está procurando imóveis quer algo objetivo. Se o usuário quiser ouvir música é muito mais prático e diversificado se ele acessar a rádio Uol, Terra ou outro site especializado no assunto.

Mesmo com conexões de velocidade razoáveis na maioria das cidades brasileiras, lembre-se que ainda existem “conexões jurássicas” em alguns lugares. Se deseja criar um “clima” procure fazer isso através do design e textos publicitários surpreendentes e atrativos para a venda de imóveis, pois é isso que interessa. Além disso, a caixa de som do usuário/cliente pode estar desligada e se não tiver alguma mensagem/alerta sobre isso, todo o trabalho e carregamento desses importantes e “belos KBs” serão em vão.

Ficam ai mais essas dicas que foram um “apanhado” da equipe villevox, criadora do villemob (Gestão e Marketing imobiliário), com experiências obtidas no desenvolvimento de soluções para o segmento imobiliário. Esperamos que as dicas tenham sido úteis e possam ajudar na realização de bons Negócios.

Ramon Carvalho

Publicitário e Gerente de Projetos

7 FERRAMENTAS INOVADORAS UTILIZADAS NO MERCADO IMOBILIÁRIO

#21



Com as inovações tecnológicas a cada dia mais presentes, os mercados necessitam se adaptar às novidades. No setor imobiliário não poderia ser diferente. Para captação de clientes, é necessário investir em novos tipos de tecnologias e abordagens, que muitas vezes tornam-se o diferencial da empresa, em meio a tantos concorrentes no setor.

Seguem abaixo algumas ferramentas inovadoras que estão sendo incorporadas por corretores, imobiliárias, construtoras e outras empresas do setor imobiliário para atrair novos clientes:

- Realidade Aumentada

A realidade aumentada é definida geralmente como a sobreposição de objetos virtuais em 3D, produzidos por computador, com um ambiente real através de algum dispositivo tecnológico – que pode ser uma webcam, por exemplo. A utilização deste recurso pela Rossi permitiu que o empreendimento fosse visto mesmo antes da construção do mesmo. Este case rendeu ao Brasil o título de maior projeto de realidade aumentada do mundo, sendo registrado no Guinness Book.

- QR Code em Placas Imobiliárias

O QR CODE nada mais é do que um código de barras bi-dimensional, que pode ser impresso nas placas imobiliárias e lido por câmeras digitais (como as de celulares e smartphones, por exemplo). Basta baixar o aplicativo (disponível no site <http://reader.kaywa.com>) e posicionar a câmera para que o celular acesse a versão mobile do site e tenha acesso a mais informações sobre o imóvel que está à venda, sem a necessidade de digitar o endereço do mesmo. Para gerar gratuitamente um QR Code (que pode ser de uma URL, telefone, texto ou SMS) acesse o link: <http://qrcode.kaywa.com>

- Versão Mobile Site

De acordo com a pesquisa realizada pela Marco Consultoria, o Brasil é o país que lidera a venda de smartphones – celulares que disponibilizam sistema operacional – na América Latina. Entre as formas de utilização do celular e outros dispositivos móveis para atrair clientes, destaca-se a utilização da versão mobile do site. Trata-se de uma versão otimizada do site para navegação em celulares, smartphones e iPhones, onde as pessoas terão acesso na palma da mão às informações sobre os imóveis – como fotos, valores, localização, entre outros. Entre as empresas que apresentam esta solução está a villevox, que oferece o ville Imobiliárias, disponibilizando aos corretores e imobiliárias um sistema completo com site, web sistema e versão mobile do site.

Para saber mais acesse: www.villeimobiliarias.com.br.

- Atendente Virtual

A atendente virtual é outra forma de atrair futuros compradores aos stands de vendas. Trata-se de um sistema que utiliza a tecnologia Vikuiti que pode ser utilizada em telas de projeção especiais ou mesmo no filme (que é auto-adesivo) em diversos formatos e tamanhos. No Brasil a atendente virtual foi utilizada no stand da Silco Engenharia e Cygnus Imóveis no Park Shopping em Brasília, o que chamou a atenção de todos os que passavam pelo local.

- Gerador de Anúncios Imobiliários

Vale à pena conferir o ville Anúncios, sistema inovador de geração de anúncios Imobiliários, onde são oferecidos diversos layouts pré-prontos, bastando escolher o modelo desejado e inserir as informações necessárias de textos e imagens. O anúncio é criado e estará pronto para impressão no formato A4, para ser disponibilizado na vitrine da sua imobiliária ou escritório, sem a necessidade de perder tempo tentando criar anúncios no Word ou Corel. São disponibilizados

diversos modelos de layout na versão gratuita do sistema. Para utilizar esta ferramenta, basta cadastrar-se gratuitamente no site www.villeanuncios.com.br e iniciar o processo de geração do anúncio em layouts criados por publicitários especialmente para o setor imobiliário.

- Tour Virtual 360°

É uma ferramenta bastante atrativa principalmente para o segmento imobiliário. Ele permite que o usuário percorra por todo o local em um único ambiente interativo, de forma simples e eficaz. O visitante consegue navegar por toda a extensão do lugar, da esquerda para a direita, de cima para baixo, ou vice-versa, e não apenas visualizar algo pré-definido como um vídeo ou fotografia. É possível ainda visualizar durante o “passeio” a planta baixa ou o mapa com a localização do imóvel pela integração com Google Maps. Para visualizar alguns projetos, visite os sites: www.webtour360.com.br e www.supertourvirtual.com.br

- Redes Sociais

A febre das redes sociais está atraindo a atenção de empresas que desejam aproximar-se de seus consumidores e clientes em potencial. O setor imobiliário também está utilizando estas ferramentas e os resultados já estão aparecendo. Como exemplo é possível citar o case da Tecnisa, que realizou uma campanha voltada para o público das redes sociais (Twitter, Facebook e LinkedIn) e concretizou a primeira venda de imóvel utilizando o Twitter como primeiro meio de contato do cliente com a empresa.

Ana Gisele Costa Coradelo

Publicitária

10 DICAS PARA AJUDAR NO SEU MARKETING ONLINE

#22



1 - Estabeleça parcerias com sites do Segmento Imobiliário

Comprovadamente, quanto mais links tiver apontados para seu site melhor o seu posicionamento nos buscadores como Google, Yahoo, dentre outros. Por isso, é aconselhável que utilize as sessões como “**Nossos Parceiros**” do Painel Administrativo de seu site para trocar logomarcas e links com empresas do Segmento imobiliário como:

Construtoras, Cursos, Blogs, Investidores, Financeiras, Arquitetos, etc

2 - Utilize o recurso do GoogleMaps integrado ao seu sistema

A pesquisa por um imóvel via web, torna-se muito mais atraente quando seu cliente visualiza via Satélite o imóvel que deseja comprar ou alugar. Ele vai ter uma visão aérea da região onde se encontra o imóvel, podendo explorar as características das proximidades. (caso não tenha restrição em exibir a localização do imóvel)

3 - Faça um vídeo do imóvel com sua câmera fotográfica digital. Publique vídeos do YOUTUBE.

Uma das grandes novidades tem sido a publicação de vídeo do imóvel. Você cria um diferencial e inova no mercado imobiliário. Existem sites Imobiliários que possuem uma **integração** com o **Youtube** onde poderá publicar seu vídeo no site do Youtube e depois apenas apontar a URL correspondente no Painel Administrativo de seu site, poupando tempo durante o upload do arquivo. Alguns corretores já publicaram vídeos do YOUTUBE no seu Site falando sobre o Programa Minha Casa Minha vida.

4 - Visite Sites e Blogs do segmento imobiliário e fique por dentro das novidades do setor

Estar atento às novidades do mercado é imprescindível. Existem alguns sites e

blogs muito interessantes e gratuitos onde poderá trocar informações com outros profissionais do segmento. Dicas, downloads e artigos são comuns de serem encontrados nesses portais.

Vale a pena visitá-los:

www.forumimobiliario.com.br

www.saladocorretor.com

5 - Otimize melhor suas Fotos para publicação no Site.

Faça com que as imagens do seus imóveis carreguem de forma rápida e não ultrapassem o limite do espaço em disco. Antes de enviá-las ao Painel Administrativo faça uma verificação do seu tamanho em KB. Irá poupar alguns minutos em upload de imagens e o mais importante: proporcionará uma navegação agradável aos seus clientes.

6 - Publique o máximo de detalhes sobre o imóvel

Quanto melhor o cliente é informado sobre um produto ou serviço, maiores as chances de efetivação de venda. Boas **informações e detalhadas sobre os imóveis** passam confiança e credibilidade para quem está pesquisando. Procure se informar corretamente sobre todas as qualidades técnicas e detalhes do imóvel e da obra e publique-os no seu Site.

7 - Aplique o endereço do seu Site na Comunicação impressa

Não basta ter um site funcional com seus imóveis publicados e organizados se não há uma divulgação do mesmo. Aplique o endereço do seu site no maior número de peças publicitárias que trabalha como: Cartões de visita, Placas nos imóveis, folder/flyer, fachada da sua Imobiliária, brindes como: caneta, chaveiro, dentre outros. Dessa forma, seus clientes sempre terão um acesso rápido aos imóveis.

8 - Identidade Visual é tudo

Para que a sua logomarca tenha uma **lembrança na mente dos clientes/consumidores** é necessário **seguir o padrão** da mesma **logomarca** em todas as peças publicitárias.

9 - Utilize o Código do imóvel ao divulgar para os clientes

Sempre que algum cliente ou interessado entrar em contato pedindo informação sobre um imóvel específico, diga para ele o **endereço do site e o código** correspondente ao imóvel. Desta forma, ele poderá fazer uma **busca rápida** pelo código.

10 - Publique artigos, relatando suas experiências e conhecimentos em sites do Segmento

Além das sessões disponibilizadas no Sistema ville Imobiliárias (Conheça a Região e Notícias Imobiliárias) você poderá também **publicar artigos** em outros Sites para melhorar o posicionamento do seu site. Quanto mais links tiver apontando para o seu site, mais ele será visitado. Escreva algo sobre o **mercado imobiliário** da sua **cidade ou região** e publique em alguns sites de artigos.

Existem vários onde você pode fazer isso de forma gratuita e conseguir bons resultados. E não se esqueça de colocar link para o seu Site e se possível a logomarca da sua empresa. Segue uma pequena lista:

www.artigos.com | www.artigonal.com | www.artigosbrasil.net | www.soartigos.com
www.webartigos.com

Ramon Carvalho

Publicitário e Gerente de Projetos

O VILLEIMOB É UM ERP IMOBILIÁRIO COMPOSTO POR SITE IMOBILIÁRIO + SOFTWARE DE GESTÃO + VERSÃO MOBILE + CRM IMOBILIÁRIO + INTEGRAÇÃO COM PORTAIS, ONDE O CORRETOR OU IMOBILIÁRIO PODERÁ REALIZAR VÁRIAS AÇÕES DE GESTÃO E MARKETING ONLINE, COM QUALIDADE E CUSTOS ACESSÍVEIS.

POTENCIALIZE SUAS VENDAS E LOCAÇÕES DE IMÓVEIS COM ESTE ERP IMOBILIÁRIO E MELHORE A GESTÃO DE SEU NEGÓCIO

WWW.VILLEIMOBILIARIAS.COM.BR

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



FACEBOOK.COM/VILLEIMOBILIARIAS



VILLEIMOBILIARIAS.TUMBLR.COM



TWITTER.COM/VILLEIMOB



LINKEDIN.COM/IN/VILLEVOX



YOUTUBE.COM/USER/VILLEVOX



PLUS.GOOGLE.COM/107082307825979943829



VILLEIMOBILIARIAS.COM.BR/BLOG



PINTEREST.COM/SOURCE/VILLEIMOBILIARIAS.COM.BR