

EBOOK GRATUITO

PERFIL E TÉCNICAS DOS NOVOS CORRETORES DE IMÓVEIS



PREPARADO
PARA O NOVO
MERCADO?



SUMÁRIO

Introdução.....	02
1- Entenda a importância da identidade visual da Imobiliária.....	03
2- Primeiros passos no mercado imobiliário: como virar um corretor.....	06
3- Técnicas para realizar um planejamento para a imobiliária.....	11
4- Descubra 7 técnicas de copywriting para venda de imóveis.....	14
5- Como o Inbound Marketing imobiliário pode ajudar nas suas vendas?.....	17
6- Descubra como o SEO local para imobiliárias impulsiona as vendas.....	22
7- Como utilizar o marketing de conteúdo para vender imóveis.....	26
8- Como vender mais com automação de marketing para corretores.....	29
9- Landing Page para corretores de imóveis. Para que serve e como usá-las?.....	33
10- Como o agendamento de posts nas redes sociais ajuda o corretor?.....	36
11- Conheça algumas técnicas para fazer ótimo anúncio de imóveis.....	40
12- Como economizar tempo e dinheiro com integrações de meus imóveis.....	44
13- CRM Imobiliário ville Imob: como vender mais com essa ferramenta!.....	46
Conclusão.....	50
Materiais Relacionados.....	51
Saiba mais sobre o ville imob.....	52



INTRODUÇÃO



Vamos compreender com esse ebook, que não basta somente evoluir, temos que revolucionar o mercado imobiliário. A profissão de corretor de imóveis está passando por grandes mudanças e enfrentando novos desafios. Mas também, surgem com isso novas oportunidades.

Sabemos que uma leitura do mercado e a adoção de práticas e técnicas modernas, fazem toda a diferença, sendo vitais para o corretor estar sempre competitivo. O perfil que está surgindo é de um profissional antenado, com conhecimento profundo não só no processo burocrático de negociações imobiliárias, mas também em marketing e novas tecnologias.

Surge um NOVO Corretor de Imóveis, mais qualificado e preparado para atender de forma completa todos os clientes: seja na compra de um imóvel para um investimento ou na realização do sonho da casa própria. A equipe ville Imob e ville Target lhe deseja sucesso e bons negócios. Conte conosco e tenha uma boa leitura.

Ramon Carvalho
CoFundador





1. Entenda a importância da identidade visual da imobiliária



Não é à toa que os designers viraram profissionais estratégicos dentro de qualquer empresa. Em meio a milhões de informações disponíveis na TV, internet e panfletos distribuídos pelas ruas, está cada vez mais difícil chamar a atenção de potenciais clientes.

Uma saída para essa situação está em reforçar a identidade visual das empresas. Num primeiro momento, pode parecer bobagem levar esse conceito ao seu mercado, mas, neste texto, você vai entender a importância de investir na identidade visual da imobiliária.



TUDO COMEÇA COM A CRIAÇÃO DE SEU LOGOTIPO

Antes de falarmos especificamente da identidade visual da imobiliária, vamos entender melhor a importância desse conceito. Trata-se, basicamente, de um conjunto de elementos visuais que representa a imagem da empresa.

Por exemplo, logo que visualizamos um pássaro azul na internet, sabemos que estamos navegando no Twitter. Em resumo, a identidade visual faz com que uma empresa seja lembrada por uma simples imagem. Agora, a maioria dos logos de grandes empresas não foram obra do acaso. Existiu uma série de estudos para que a Apple criasse a maçã mordida e a Nike, o "check".

Então, faça uma pesquisa para identificar qual pode ser o logotipo ideal da sua imobiliária. E o lado bom é que há uma série de ferramentas online gratuitas e intuitivas para a criação de logo, como Canva, FreeLogoServices, Logaster.

IDENTIDADE VISUAL DA IMOBILIÁRIA NAS PLACAS

Após criar o logotipo da sua imobiliária e escolher as cores que a representem, você deve levar essa identidade visual para as placas que você espalha pelos imóveis à venda.

Assim, quem anda pela rua e visualiza um monte de placas com o seu logotipo entende que a sua imobiliária é forte naquela região. No fundo, a identidade visual da imobiliária presente nas placas faz com que a sua empresa vire uma referência nos locais onde atua, gerando mais credibilidade para a marca.



IDENTIDADE VISUAL DA IMOBILIÁRIA NOS CARTÕES DE VISITA



Assim como nas placas, a identidade visual da imobiliária deve estar presente nos cartões de visita do corretor de imóveis. Ao distribuir para colegas de trabalho e clientes, você fortalece o nome da sua empresa no mercado.



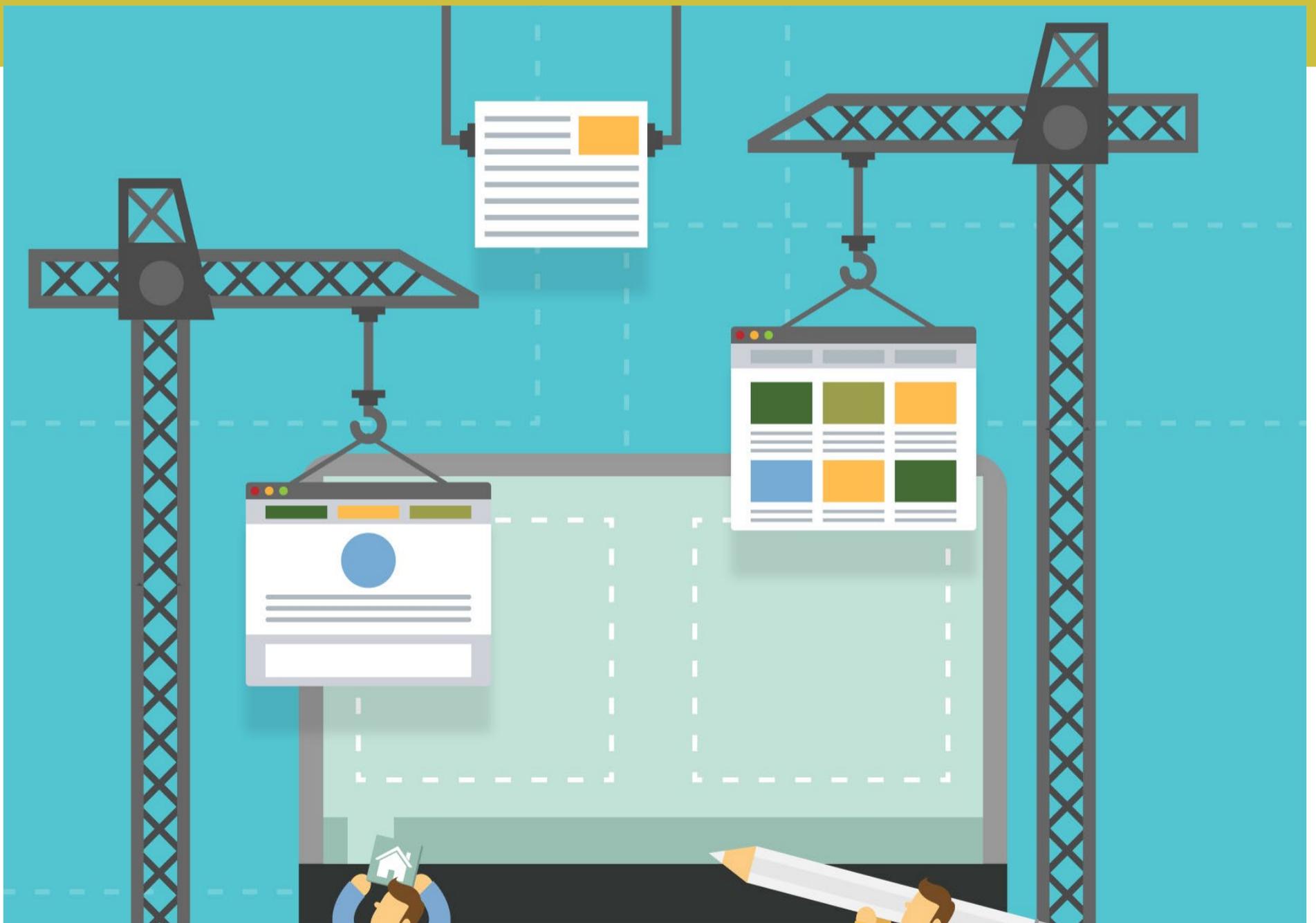
IDENTIDADE VISUAL DA IMOBILIÁRIA NA INTERNET

Sabendo que a maioria das pessoas inicia a busca por um imóvel no mundo, é importante reforçar a identidade visual da imobiliária na internet.

Na prática, isso significa destacar o logotipo da empresa no site imobiliário, nos anúncios divulgados em diversas plataformas digitais, na página imobiliária no Facebook e por aí vai.

Aliás, os templates de sites ville Imob evidenciam o logotipo da sua imobiliária e oferecem uma infinidade de cores para que você escolha a mais adequada à sua empresa.

Com isso, você tem tudo para arrasar nos negócios. Sucesso!





2. Primeiros passos no mercado imobiliário: como virar um corretor



Nos últimos quatro anos, o número de corretores de imóveis aumentou 23% no Brasil, indo de 284 mil para 350 mil profissionais registrados. Por mais que a carreira atraia tantas pessoas, não vamos mentir: os primeiros passos no mercado imobiliário exigem muita dedicação.

É comum, no início da carreira, o corretor se desesperar e ficar ansioso para realizar a primeira venda. Há até quem pensa em desistir de tudo. Isso acontece porque o profissional ainda não está acostumado com uma transação imobiliária que, de fato, costuma levar alguns meses. No entanto, quando consegue concretizar uma venda, percebe que todo esforço valeu a pena.

Está pensando em dar os primeiros passos no mercado imobiliário? Então, veja o passo a passo de como virar um corretor (de sucesso):



TENHA UMA FORMAÇÃO

No mercado imobiliário, encontra-se de tudo: médicos, jornalistas, advogados e outros profissionais que decidiram largar a carreira para virar corretores. Mas não se engane. Um corretor de imóveis também precisa de um diploma para trabalhar.

Aqui, há três possibilidades: os cursos de Tecnólogos de Ciências Imobiliárias e de Gestão Imobiliária costumam ter dois anos de duração, enquanto o Técnico em Transações Imobiliárias demora de quatro a 18 meses.

Pesquise, esteja por dentro da grade curricular de cada curso e veja o melhor para o seu perfil. Cumpra o estágio e ganhe experiência. A própria instituição de ensino pode te indicar para estágio. E mais, não pare de estudar e evoluir profissionalmente.



Registre-se no CRECI do seu Estado

Depois de concluir o curso, é preciso se registrar no Conselho Regional de Corretores (CRECI). Não tem jeito, sem a carteirinha do CRECI, é impossível atuar como corretor de imóveis de forma legal.

É ela quem te dará a possibilidade de trabalhar em uma imobiliária ou como autônomo, exercer a profissão, avaliar um imóvel e ainda captar imóveis no mercado.

Escolha bem sua imobiliária

Estar aliado a uma empresa reconhecida no mercado abre várias portas na sua carreira. Quando distribui um cartão de visita de corretor de imóveis com o logotipo de uma imobiliária forte no mercado, você já transmite muito mais credibilidade.

Não que, no futuro, você não possa ter sua própria imobiliária. Mas no início é importante se apoiar em alguém. Uma boa imobiliária te dará o suporte e as ferramentas necessárias para alcançar grandes resultados.





“Cola nos “velhos de casa” e aproveita o que eles têm pra oferecer. Aliás, uma dica para quem está dando os primeiros passos no mercado imobiliário é trabalhar em conjunto.”



A experiência ensina

Não tenha vergonha ou medo de pedir ajuda. Peça conselhos aos mais experientes e abuse do que eles já sabem. A chance de você errar, seguindo as dicas deles, é muito menor do que se fizer tudo agindo pela intuição.

Cola nos “velhos de casa” e aproveita o que eles têm para oferecer. Aliás, uma dica para quem está dando os primeiros passos no mercado imobiliário é trabalhar em conjunto. Corretores de imóveis parceiros podem ser uma ótima saída!

Segure a ansiedade

Comprar a casa própria é o sonho de 42% dos brasileiros, segundo uma pesquisa feita pelo Sebrae. Por isso, contenha sua ansiedade. Não pressione o cliente para que ele realize a compra rápido. Por ser um sonho, ele vai pensar muito antes de tomar uma decisão.

Tem que ser perfeito, entende? Então, segure a ansiedade, visite o imóvel antes do potencial cliente e observe cada detalhe. Conheça bem o seu público e se familiarize com os desejos e anseios deles, só assim pode oferecer o imóvel certo a ponto de convencê-los da compra.

ALÉM DOS PRIMEIROS PASSOS NO MERCADO IMOBILIÁRIO



Mais desafiador que virar corretor de imóveis é se manter firme na carreira. Além da concorrência acirrada, já existem aplicativos que prometem realizar a venda de imóveis sem o corretor. No entanto, a maioria dos clientes ainda prefere contar com a presença de um profissional capacitado para ajudar com a decisão de compra e a documentação da transação imobiliária.

Na prática, isso quer dizer que o profissional não deve se dedicar apenas quando estiver dando os primeiros passos no mercado imobiliário. Pelo contrário. Como se trata de um mercado muito dinâmico, é importante se atualizar e ficar atento às novidades. Isso inclui saber (e aplicar) as tendências do marketing imobiliário e utilizar as principais tecnologias disponíveis.

Nesse sentido, que tal contar com o ville Imob? Trata-se de uma plataforma imobiliária "tudo em um". Nela, você consegue construir um site imobiliário otimizado para buscas rapidamente, ter acesso a um CRM Imobiliário inteligente que faz cruzamento de dados, administrar as contas da sua imobiliária e por aí vai.

Faça um teste grátis e conheça todos os recursos da plataforma!





3. Técnicas para realizar um planejamento para a imobiliária

Ano novo nos remete a listas de promessas e a objetivos profissionais. Então, que tal aproveitar o momento para realizar um planejamento para a imobiliária? Nele, além de estabelecer metas, você precisa mostrar o caminho de como pretende alcançá-las.



Aqui, é importante ressaltar que o planejamento para a imobiliária não pode ser feito de qualquer maneira. O ideal é que você utilize dados atuais das suas vendas e números do mercado. Assim, você consegue fazer projeções de acordo com a sua realidade, mais pés no chão. Lembre-se: a expectativa é mãe da frustração!

Caso ainda esteja inseguro para montar o planejamento da sua imobiliária, confira, na sequência, as dicas que preparamos para você:



FAÇA UM BALANÇO DA SITUAÇÃO ATUAL

Antes de projetar o futuro, é preciso olhar um pouco para o passado e o presente. Nesse momento, é fundamental contar com um CRM Imobiliário que reúne todos os registros de vendas e de clientes e imóveis captados.

Durante essa consulta, procure responder a algumas perguntas, como:

- quantos imóveis e clientes foram captados?
- quantas vendas foram concretizadas?
- qual foi o tempo médio para fechar uma negociação?
- quantos clientes desistiram do negócio?



FAÇA NOVAS METAS NO PLANEJAMENTO PARA A IMOBILIÁRIA

A partir das respostas que você obteve no tópico anterior, procure traçar novas metas. Claro, o seu objetivo sempre deve ser superar os números do ano anterior.

E você pode ir além e apostar em novos negócios. Que tal começar a vender imóveis comerciais ou trabalhar na locação para estudantes?

Agora, mais importante do que traçar novos objetivos é apontar os caminhos que você precisa trilhar para alcançá-los. Um caminho para agilizar o processo de venda, por exemplo, está em oferecer o imóvel certo para o seu cliente.



AMPLIE SEUS CANAIS DE DIVULGAÇÃO



Já sabemos que, em plena era digital, não faz muito sentido fazer um ótimo anúncio de imóveis para jornais e panfletos. Sabemos também que ter um site imobiliário é muito pouco.

Nesse sentido, procure espalhar seus anúncios imobiliários em redes sociais e portais especializados. Dessa forma, você consegue atrair muito mais interessados.

ESTEJA DISPONÍVEL EM DIVERSOS CANAIS DE ATENDIMENTO

Mais do que um imóvel para morar, o consumidor atual prioriza um ótimo atendimento. Isso inclui respostas rápidas. Para satisfazê-lo, você deve estar disponível em diversas ferramentas de atendimento no mercado imobiliário.

Aqui, não estamos falando apenas de telefone e email comercial. Você também deve estar presente nas redes sociais, no WhatsApp e, por que não, em chats online?



INVISTA EM TECNOLOGIA

Portanto, não deixe de investir em uma plataforma imobiliária. Assim, você tem acesso a inúmeros recursos que ajudam na divulgação da sua carteira de imóveis, no cadastro de dados de imóveis e clientes, no atendimento ao cliente e por aí vai.

Quer uma sugestão? O ville Imob possui todas essas ferramentas em um único espaço, facilitando bastante a sua gestão. Aliás, você pode tirar sua própria conclusão ao fazer um teste grátis.

Boas vendas!



4. Descubra 7 técnicas de copywriting para venda de imóveis

Para chegar à venda, o corretor de imóveis precisa convencer seu cliente em diversos momentos. É uma longa jornada. Como a primeira impressão é a que fica, que tal convencer seus clientes logo de cara? Aqui, um caminho é recorrer à técnica de copywriting para venda de imóveis.



Em termos objetivos, copywriting significa o uso das palavras corretas para transmitir uma informação ao seu público-alvo. Essa técnica ajuda você a qualificar a sua comunicação persuasiva. No final das contas, ela contribui para que o seu cliente tome uma decisão: a da compra, é claro!

Confira, abaixo, sete técnicas de copywriting para venda de imóveis e saia na frente da concorrência:

1) CLAREZA E OBJETIVIDADE

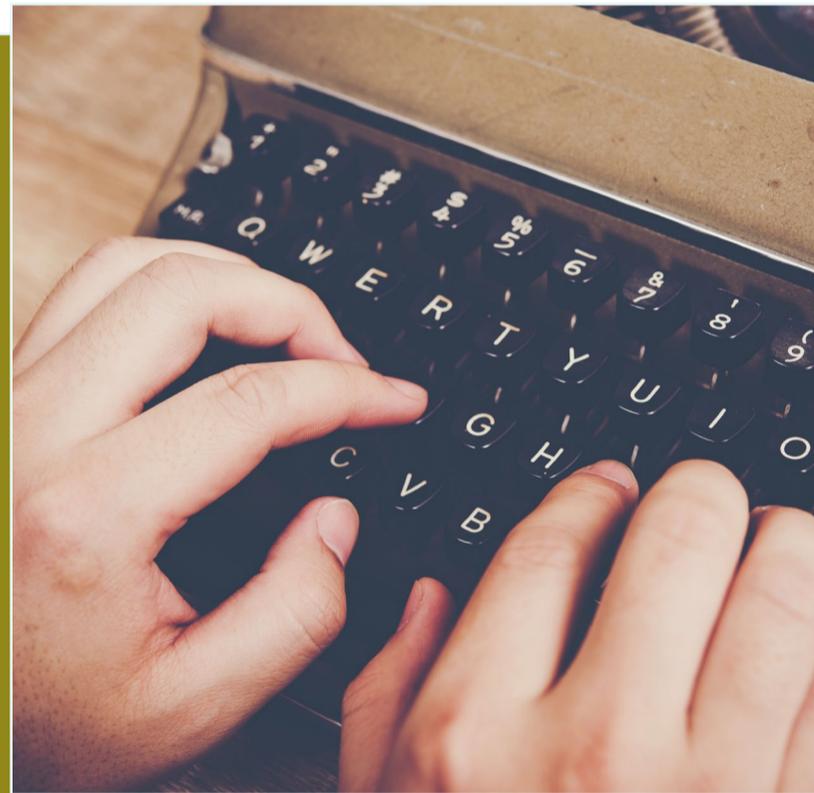
Juntas, essas duas características valem ouro. Tanto a clareza quanto a objetividade ajudam na compreensão mútua entre você e o seu possível comprador. Usar de eufemismos ou palavras pouco comuns no dia-dia da maioria das pessoas atrapalha mais do que ajuda. Portanto, evite termos técnicos usados apenas por corretores de imóveis e outros profissionais da área.

A objetividade, particularmente, faz com que a mensagem alcance seu ponto mais importante de imediato, economiza tempo. Afinal, como diz o ditado, tempo é dinheiro.

2) LISTAS E SUBTÍTULOS

Na linguagem escrita, organizar o texto em tópicos facilita a compreensão e evita que o leitor fuja do conteúdo no meio do caminho. Em um texto com copywriting para venda de imóveis, cada ideia pode ser dividida por subtítulos ou descrita em formato de lista. Assim, o êxito na transmissão da sua mensagem também fica garantido.

É importante que você coloque essas técnicas de copywriting na hora de escrever os textos em seu site imobiliário. Elas servem também para a produção de anúncios de imóveis e na criação de landing pages para captar leads. Aqui vai uma dica: utilize o ville Target, plataforma grátis de automação de marketing, para criar suas landing pages de forma rápida e prática.



3) EVITE ABUSAR DOS BUZZWORDS

Buzzwords?!? O que é isso? Sabe aqueles links usados para a inserção das palavras-chaves com o intuito de gerar tráfego? Então, aquilo é o buzzword. Utilizado em excesso, ele compromete a concisão do seu texto. Dessa forma, o leitor dificilmente vai se envolver com o conteúdo.





4) Invista nos micro textos

Uma estratégia poderosa que você deve investir são os textos pequenos. Eles somam muitas qualidades, são claros e objetivos, além de irem direto ao ponto. Dessa forma, você evita encher linguiça!

Com o dever de oferecer um conteúdo de qualidade, os micro textos podem causar um impacto eficiente na sua conversão.

5) Entenda o seu público

Conhecer bem o seu público-alvo com certeza vai contribuir bastante para o seu copywriting. Saber como ele se expressa e qual tipo de linguagem o agrada mais oferece uma excelente oportunidade para saber quais as palavras certas devem ser usadas.

É necessário saber ainda qual exatamente é sua persona ideal, por que formam sua audiência e o que faz com que elas comprem de você. Dessa forma, fica mais fácil de saber o que eles desejam ler. Aqui, é fundamental recorrer ao seu CRM imobiliário para traçar as características comuns de seus clientes.



6) De olho na concorrência

O copywriting já é uma técnica bastante conhecida. Por isso, não basta adotá-la, é preciso ficar atento aos corretores e imobiliárias da concorrência também. Assim, você entende qual é a estratégia deles.

É importante que você saiba qual estilo está sendo utilizado por eles e como estão apresentando os produtos deles. Então, aproveite o que está dando certo e use a seu favor também.

7) Teste, reveja e otimize

Porém, o trabalho não termina quando o copywriting está feito. Você precisa cuidar da aparência, dos tamanhos, posições e fontes que mais agradam a persona que foi definida. Faça avaliações métricas para garantir que o resultado seja efetivo e reveja o que não está dando certo. Esse processo é essencial na otimização de seu copywriting.

Ter a sensibilidade para fazer um bom copywriting é algo para poucos. O que não significa que você não pode conseguir realizar um trabalho perfeito. É possível aprender a fazer o melhor uso das palavras e ser bastante persuasivo. Não fique apenas na apresentação de seu trabalho, ofereça a oportunidade de adquirir a solução necessária. E é você quem deve ajudar o cliente a descobrir o que ele precisa.

Use essas técnicas de copywriting para venda de imóveis e boa sorte!



5. Como o inbound marketing imobiliário pode ajudar nas suas vendas?



Você, corretor de imóveis ou dono de imobiliária, já ouviu falar em inbound marketing imobiliário? Sabe qual é a importância desse conceito? Bom, se você deseja garantir o crescimento de suas vendas e o sucesso no ramo imobiliário, precisa estar por dentro desse conceito tão importante para as negociações, uma vez que a maioria das vendas tem início na internet.

Passado o período de instabilidade econômica do Brasil, a tendência é de crescimento para o mercado imobiliário em 2018. Momento propício para colocar em prática as estratégias mais importantes relacionadas ao inbound marketing imobiliário.

Então, aproveite esse texto para se atualizar e saber como aplicar esse conceito agora mesmo:



O QUE É INBOUND MARKETING IMOBILIÁRIO?

Surgido nos Estados Unidos, o inbound marketing começou a se popularizar em 2009. Não demorou muito para que empresas de vários setores começassem a aderir a este método. Com a mudança de comportamento dos consumidores, cada dia mais conectados, informados, criteriosos e proativos, os vendedores também precisaram mudar sua postura.

Os corretores já devem ter notado que, hoje em dia, os clientes já chegam sabendo não só o tipo de imóvel que desejam, mas qual a faixa de valor no mercado, formas de pagamento e até detalhes específicos referentes aos cômodos.

Isso porque eles já pesquisaram na internet. Por isso, os corretores têm, atualmente, dois objetivos iniciais para chegar até a venda: o primeiro é ser encontrado pelo cliente e o segundo é mantê-lo devidamente informado para conseguir confiança.

É a partir daí que surgem as estratégias de inbound marketing imobiliário. Basicamente, são ações online que oferecem conteúdos relevantes ao público-alvo da sua imobiliária. Não trata-se apenas de vender por vender, mas apresentar os reais benefícios que determinada aquisição pode proporcionar aos interessados.



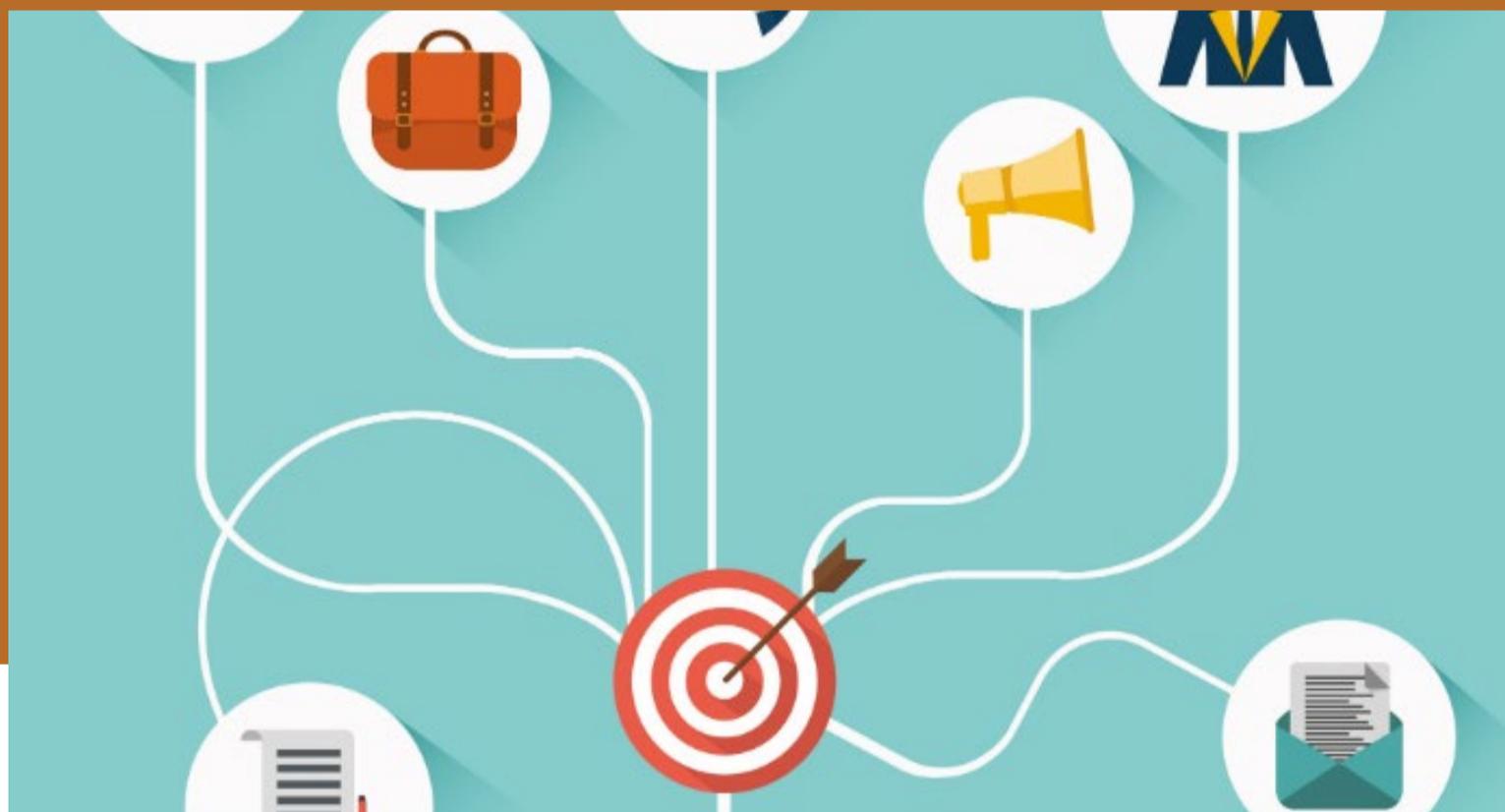


PRIMEIRO PASSO: TER UM SITE MOBILIÁRIO

Qualquer imobiliária ou corretor que se preze precisa ter um site imobiliário. Ele funciona como uma espécie de cartão de visitas virtual, apresentando não só sua carteira de imóveis, mas também seus serviços e conhecimento.

Para não ser uma comunicação de via única, é importante que sua página na web tenha um espaço para que os visitantes forneçam seus meios de contatos. Ainda mais importante é permitir que eles tirem suas dúvidas de forma imediata por meio de um chat online.

Logo de cara, você já passa uma boa impressão aos visitantes, mostrando que você está à disposição para ouvi-los e tirar eventuais dúvidas. No mercado imobiliário, essa impressão é fundamental para construir um forte relacionamento com os clientes.



CONHEÇA MELHOR SEUS CLIENTES POR MEIO DO CRM IMOBILIÁRIO

À medida que os visitantes vão deixando seus contatos e interesses, você deve armazenar e organizar essas informações em um CRM Imobiliário. Nele, é possível fazer um cruzamento de dados apontando quais são os imóveis ideais para cada cliente. Além de ganhar tempo, você, mais uma vez, passa uma ótima impressão aos clientes ao oferecer o imóvel certo na hora certa.

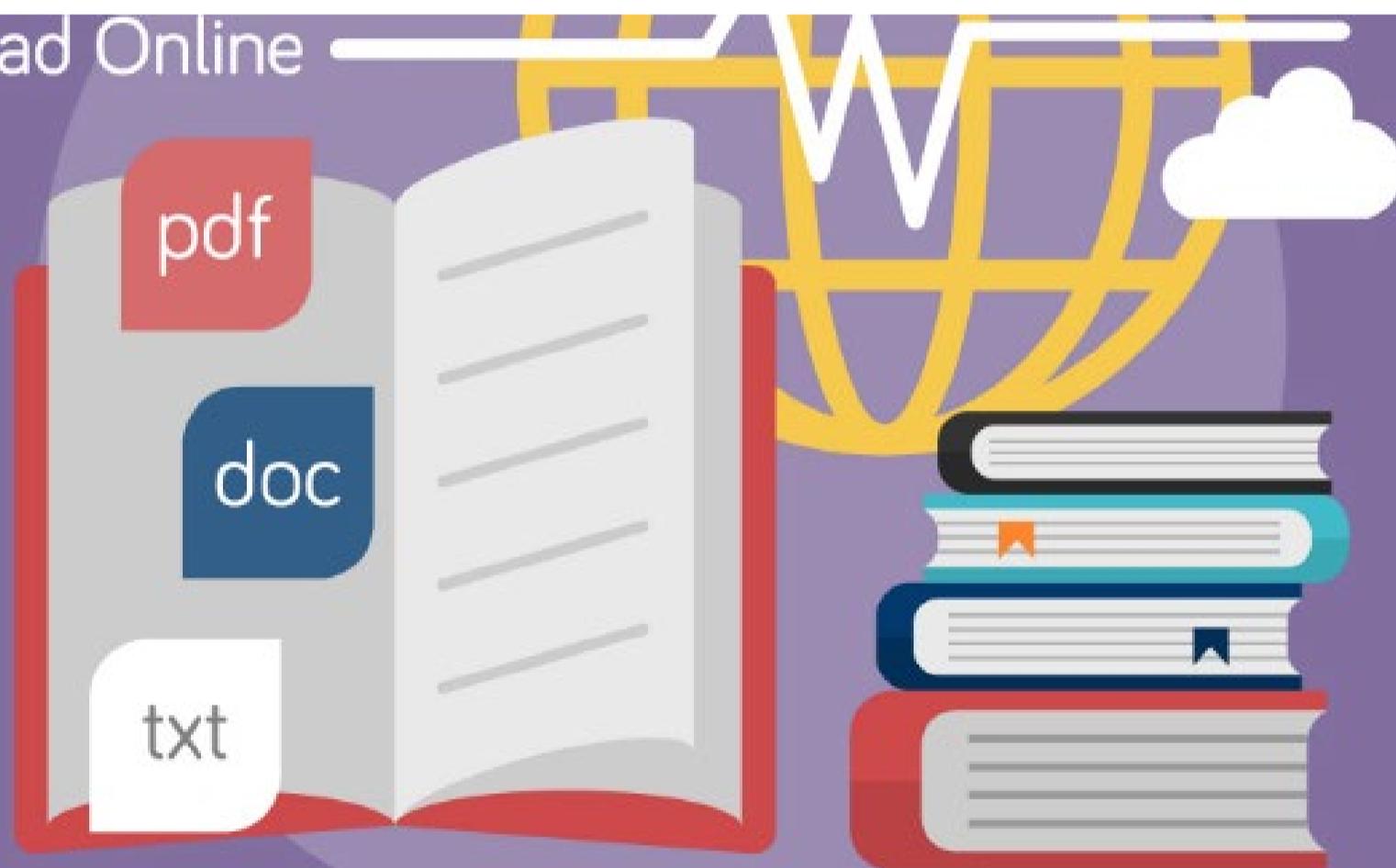
QUALIDADE DE CONTEÚDO

Por meio da produção de conteúdo relevante e de qualidade, é possível atrair bons leads, ou seja, pessoas que estão próximas da conversão. As soluções e informações oferecidas são importantes para atrair o público e aumentar as chances de vendas.

Aqui, é fundamental criar conteúdos pensando nos vários estágios que o cliente pode estar. Alguns ainda estão começando a procurar por um imóvel, enquanto outros já estão prontos para fechar negócio.

Nesse sentido, vale a pena criar posts em blogs e até e-books com os mais variados conteúdos: dicas de financiamento, cuidados ao comprar um imóvel, dicas de decoração e por aí vai. Assim, você atrai leads quentes que estão em diferentes estágios.

Read Online



DIVULGUE SEUS CONTEÚDOS

Não basta ter site e blog para marcar presença na internet. É preciso ter perfil nas principais redes sociais. Afinal, é lá que os clientes estão hoje em dia. Seu conteúdo precisa de divulgação em plataformas como Facebook, Twitter e Instagram. Ao usar uma ferramenta de integração social, você consegue marcar presença nas redes sociais sem gastar tanto tempo por mês nisso.



SAIBA LIDAR COM SEUS LEADS

Após investir em conteúdos de qualidades, os leads estão aparecendo. É preciso dar o próximo passo. Aqui, o corretor deve manter contato com todos os clientes que lhe passaram algum e-mail de contato, por exemplo.

Que tal enviar campanhas de email marketing com certa frequência? Para tanto, faça uma segmentação da sua base de contatos para enviar as promoções mais adequadas para cada tipo de lead. Não basta saber qual seu público-alvo. É importante saber qual a necessidade de cada um, como locação ou venda. Dessa forma seu atendimento fica mais personalizado.

Tudo fica mais fácil se você recorrer a uma plataforma de automação de marketing, como o ville Target. Nele, você segmenta sua base de contatos e programa o disparo de suas campanhas de email marketing.

Além de necessárias, essas ferramentas estão disponíveis facilmente para desenvolver o seu inbound marketing imobiliário. Por isso, o corretor não pode abrir mão delas na busca pelo melhor e para agregar valor e confiança ao seu negócio e a sua imobiliária.





6. Descubra como o SEO local para imobiliárias impulsiona as vendas



Após adotar o inbound marketing, você percebeu que o seu site imobiliário começou a ter destaque nos resultados de busca do Google. Num primeiro momento, isso é ótimo. Mas há um problema: visitantes de diferentes regiões acabam entrando no seu site, mas por conta da distância, nunca iniciam uma negociação. E é aqui que o SEO local para imobiliárias ajuda a impulsionar as vendas.

Não há como negar: sites bem posicionados recebem mais cliques. Porém, para obter resultados mais assertivos e aumentar seu potencial de clientes compradores, um site imobiliário precisa estabelecer outros filtros. Um deles é o de localização. Esse detalhe é determinante e orienta a escolha de muitos clientes que desejam comprar ou alugar um novo imóvel na região em que você, de fato, atua.



Sabemos que você é um corretor que está sempre atento às novidades do mercado. Então, continue acompanhando esse texto e descubra como o SEO local para imobiliárias impulsiona seus negócios.

O que é o SEO local para imobiliárias?

O SEO ajuda a encontrar sites de todas as partes do mundo. Isso, necessariamente, não significa uma vantagem para o corretor de imóveis, interessado em atrair compradores para localidades específicas. É neste ponto que trabalhar o SEO local para imobiliárias faz toda diferença.

Trata-se, basicamente, de uma ferramenta que otimiza a pesquisa em sites de buscas com foco na região. Isso ajuda bastante, caso o usuário faça uma busca por imobiliárias em São Paulo, por exemplo. Um resultado que é alcançado através do fornecimento de informações relevantes e relacionadas à localização. Com isso, o resultado acaba sendo bem mais assertivo.



Melhor prática de SEO local para imobiliárias

O SEO local para imobiliárias tem práticas simples, mas bem eficientes. Um exemplo está em inserir o endereço da imobiliária no rodapé de cada página do seu site imobiliário. Essa prática ajuda os algoritmos do Google a identificar e processar as informações. Sua página acaba sendo "enxergada" como mais relevante para um público-alvo, além de melhorar sua posição nas pesquisas.



Cadastre-se no Google Meu Negócio

Vale a pena também cadastrar seu site imobiliário no Google Meu Negócio. Este recurso é gratuito. Basta informar dados relevantes da sua empresa e a sua localização para que ele coloque seu negócio no Google Maps como um ponto comercial.

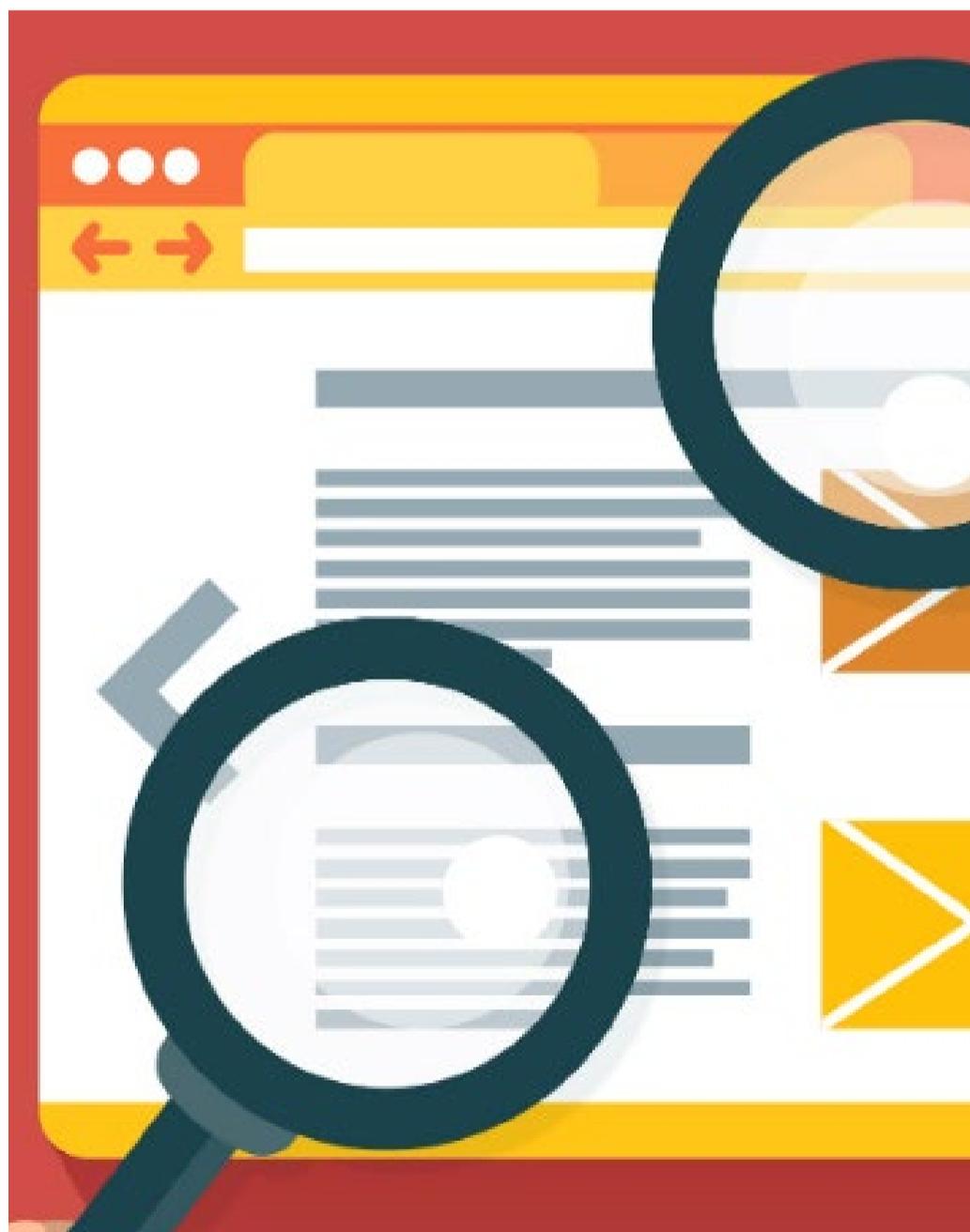
Mas não é só isso. O público pode dar opiniões e atribuir uma avaliação sobre sua imobiliária e a qualidade dos seus serviços. Com boas avaliações, sua posição nas buscas também melhora. Mas cuidado com as críticas, elas podem te derrubar. Por isso, sempre preste um ótimo atendimento aos clientes.

Otimize a navegação de seu site

Apesar dessas dicas, não dá para descuidar de outros detalhes que impulsionam seu site no Google e páginas similares. É o caso da aparência. Seu site precisa ter um layout com cores e elementos coerentes, imagens de qualidade e um texto otimizado com informações fluentes.

Tudo para garantir uma boa experiência de navegação aos usuários. Além disso, os dados precisam ser encontrados facilmente. Pode parecer apenas um capricho, mas esses detalhes ajudam no ranqueamento de posições das páginas feito pelo Google.

Aliás, vale destacar que todos os templates de sites ville imob são otimizados para os buscadores. Isso sem mencionar a possibilidade de criar uma versão mobile do seu site para impactar positivamente os usuários móveis.





VANTAGENS DE IMPLEMENTAR O SEO LOCAL PARA IMOBILIÁRIAS

Uma melhor colocação no resultado das páginas de busca é apenas a primeira dentre as vantagens do SEO local para imobiliárias. Ao utilizar essa ferramenta, você também pode aumentar muito seu índice de vendas, graças ao número maior de acessos.

Com a popularização intensa da internet e o uso de dispositivos móveis, ter uma boa presença online é fundamental. Principalmente, se o seu negócio depende da internet, já que muitos clientes têm hoje novos hábitos de compras. O SEO local para imobiliárias também aumenta suas chances de ser encontrado por clientes qualificados, ou seja, que estão interessados em investir na região onde sua empresa trabalha.

Agora que você já sabe de todas as vantagens para sua imobiliária, aproveite para colocá-las em práticas e garantir um aumento nos seus negócios. E, sabendo que a tendência é aumentar o número de clientes e de imóveis captados, não deixe de contar com uma plataforma imobiliária, como o ville Imob, para organizar todos os dados na nuvem.





7. Como utilizar o marketing de conteúdo para vender imóveis



Com um mundo cada vez mais conectado, a informação circula rapidamente e está acessível para todos. Inclusive, o Google, maior ferramenta de pesquisa do mundo, recebe cerca de 3 bilhões de buscas por dia. Isso faz com que o consumidor assuma a postura de "detetive". Com a internet a seu favor, ele quer saber tudo sobre o produto que vai comprar antes mesmo de se encontrar com o vendedor.

Agora, vamos transportar esse fato para o universo da compra de um imóvel. Você sabia que, segundo dados do Google, são mais de 16 milhões de buscas por imóveis na internet por mês? Isso significa que seu futuro cliente vai chegar até você conhecendo o bairro, o valor médio do metro quadrado naquela região, sua corretora e muito mais.



O ideal é que ele conheça essas informações através de você. É importante que você seja o especialista que mostrou tudo isso a ele. Veja se seu marketing de conteúdo para vender imóveis está sendo amplo e gerando encontrabilidade.

A nova postura dos consumidores exige novas estratégias por parte dos corretores. Uma delas está na produção de conteúdo online de qualidade para atrair novos clientes. Isso porque, além de ofertas, as pessoas buscam conhecimento.

Aliar esses dois itens é possível com o marketing de conteúdo. Esse termo nada mais é do que uma forma de adquirir e educar clientes com a criação e compartilhamento de conteúdo de qualidade. Pode ser uma notícia, vídeos instrutivos, posts de blog, artigos, e-books, imagens, entre outros. Você pode ser o produtor desse conteúdo, basta ficar atento às nossas dicas!

Não basta qualidade, é preciso otimização

Conforme já foi dito, quando o consumidor tiver uma necessidade de comprar algo, a internet é sua melhor amiga e conselheira. Para isso, ele recorre aos sites de busca que evidenciam as páginas mais relevantes, ou seja, as que estiverem otimizadas.

Isso exige planejamento e especialização. O marketing de conteúdo permite que você se torne referência em determinado assunto. Toda informação que você divulgar facilita o seu relacionamento com o futuro cliente. Ao tornar-se uma autoridade no assunto, você tem mais chance de conquistar o cliente. A partir de um grande volume de conteúdo e prezando pela qualidade, o futuro comprador acaba gostando e se relacionando com você e sua imobiliária.

É fundamental que sua imobiliária ou escritório tenha um painel admin do site onde é possível configurar questões de SEO Marketing de busca. O ville Imob tem essas opções para otimizar não somente o site como também otimizar para os buscadores cada imóvel publicado.

Você precisa começar oferecendo um bom conteúdo sobre um assunto específico. Ele precisa ser preparado cuidadosamente, escolhendo um nicho. Por exemplo, fica mais fácil quando você se especializa sobre determinado bairro, região, cidade ou tipo de imóvel.

Tudo precisa começar com planejamento prévio, não saia escrevendo sem saber ao certo sobre o que e onde você quer chegar. Esse trabalho não elimina seu papel como corretor, que significa entrar em contato com potenciais clientes, gerenciando os mesmos por um CRM Imobiliário e fazer negociações. Mas isso traz mais chances de conseguir novos clientes de forma mais espontânea.



Alinhe conteúdo com interesse do público

Você precisa pesquisar sobre o seu trabalho e seus clientes. Quem é o seu público-alvo? Qual sua melhor oportunidade de imóvel para vender? Aprenda a ser útil e ensine o seu público como comprar um imóvel, dê o passo a passo.

Depois, destrinche tudo sobre esses tópicos, verifique as preferências dos compradores, o que buscam e por aí vai. Essas respostas serão o conteúdo que você vai disponibilizar para eles.

Por fim, tenha uma plataforma imobiliária para criar conteúdo constantemente, como a possibilidade de publicar notícias imobiliárias e informações sobre a cidade e região em seu site.

Redes Sociais: Conteúdo relevante e divulgação de imóveis

Aposte também nas redes sociais, tanto na produção de conteúdo como dicas, tutoriais, dentre outros, quanto na integração de seus imóveis no facebook e demais redes sociais. Relacionamento que cria engajamento, fazendo surgir clientes em potenciais que podem ser convertidos em clientes efetivos, ou seja, fechamento de mais vendas e locações. E então, pronto para começar a aplicar os novos conhecimentos ?

Abraço da equipe ville Imob. Boa sorte e ótimos negócios !





8. Como vender mais com automação de marketing para corretores



O comportamento de quem procura imóvel mudou muito. Hoje, o interessado já tem acesso a muitas informações sobre o imóvel antes mesmo de visitá-lo. Na prática, isso significa que a abordagem dos profissionais deve mudar também. Que tal a dotar a automação de marketing para corretores?

Sabendo que a internet é a principal fonte de informação da maioria dos clientes, é preciso manter pontos de contato em todos os canais disponíveis na web. Isso inclui redes sociais, email, site imobiliário e por aí vai. Assim, você se apresenta como uma autoridade no mercado, conquistando a confiança de potenciais clientes.



Mas nós sabemos, também, que o corretor de imóveis tem muitas outras tarefas para fazer no dia a dia, como realizar visitas imobiliárias, captar imóveis e preparar a documentação das transações. Como ter tanto tempo para se relacionar com o cliente pela internet? É aqui que entra em cena a automação de marketing para corretores.

De modo geral, essa ferramenta permite o engajamento com seus clientes, além da ampliação do alcance de sua carteira de imóveis. Esses fatores, certamente, aumentam as suas chances de venda.

01

Cenário do marketing digital no Brasil

Já se foi o tempo em que anúncios em jornais e televisão eram suficiente para impactar seu público-alvo. Independentemente do setor, a bola da vez é investir em marketing digital. Afinal, é na internet que os clientes buscam informações, produtos e serviços.

Muitas empresas e profissionais liberais já entenderam isso. De acordo com pesquisa da consultoria Bain & Company, o investimento em marketing digital no Brasil foi de 8 bilhões de reais em 2015. A expectativa é que ele chegue a 16 bilhões de reais em 2020.

02

O que é automação de marketing para corretores

Além de ampliar a divulgação de seus produtos e serviços, o marketing digital possibilita que você estreite seu relacionamento com o potencial cliente, para fidelizá-lo. Nesse sentido, crie campanhas nas redes sociais, envie email marketing imobiliário, crie conteúdos relevantes no blog para nutrir seus leads, entre outras ações.

Para potencializar essas ações, o ideal é recorrer a uma plataforma de automação de marketing para corretores. De modo geral, ela serve para automatizar ações de marketing repetitivas, como vincular seus anúncios de imóveis aos maiores portais de busca do país de uma única vez ou ainda enviar conteúdo para o maior número de interessados na sua corretora e a sua carteira de imóveis.

Em resumo, você poupa seu tempo em tarefas repetitivas e operacionais. Aí, você pode se concentrar apenas no atendimento ao cliente e em outras questões estratégicas.



03

Automação de marketing para corretores permite muitas possibilidades

Automatizar essas tarefas não significa apenas agilizar processos. O software também permite que você tenha registrado um histórico de relacionamento de seus clientes.

Imagine que você tenha uma lista de 20 clientes que se enquadrem no perfil de mãe solteira que procura imóvel na região do Morumbi, em São Paulo. Você mandaria uma proposta para cada uma delas? Pense no tempo que isso demoraria!!

Com a automação, é possível enviar um email personalizado para cada cliente de uma só vez. De quebra, a ferramenta apresenta um relatório com diversos dados relevantes, como de quem abriu sua mensagem ou mesmo de quem pediu para se retirar da sua lista de contatos.



04

Atenção às necessidades do seu público

Não pense que a ferramenta pode fazer tudo por você. Antes de automatizar funções você precisa estudar sobre o assunto e seus clientes. Enfim, conhecer a persona da sua imobiliária. A automação só funciona, se você conhecer o seu público e saber encaminhar conteúdo, campanhas e promoções adequadas a eles.

Quando colocar em prática as ações aliadas à automação, faça uma análise nos relatórios. Eles mostram com clareza e rapidez o que cada ação de marketing fez com seu público. O ideal é fazer uma análise semanal, pois, se uma estratégia não der certo, é possível mudá-la antes de estragar toda sua campanha.



CONHEÇA O VILLE TARGET

Ficou interessado em implementar a automação de marketing imobiliário? Então, temos uma sugestão para você! A plataforma ville Target permite realizar as seguintes ações:

- **Criação de landing pages:** para anunciar o lançamento de um empreendimento, você pode criar uma landing page apresentando todos os benefícios do local. Nela, crie um campo personalizado de cadastro para que os interessados pelo imóvel insiram seus dados. Com o ville Target, você cria uma landing page em poucos cliques, de forma rápida e intuitiva.
- **Segmentação e envio de email marketing:** sabendo o email dos interessados pelo novo empreendimento, você pode enviar campanhas específicas para esse público. O ville Target, além de segmentar sua base de contatos, dispara suas campanhas de email marketing e ainda oferece uma série de métricas para você avaliar o desempenho delas.
- **Agendamento de posts nas redes sociais:** a comunicação só fica completa quando você marca presença nas redes sociais. Que tal divulgar as fotos dos cômodos do novo empreendimento no Instagram, Facebook e Twitter. No ville Target, você cadastra seus perfis sociais e agenda todos os posts diretamente pela plataforma de automação de marketing. Simples assim.

Não perca mais tempo! Use uma ferramenta de automação de marketing para corretores para potencializar a venda de imóveis e criar um relacionamento estreito com seus clientes.

CRIE SUA CONTA GRÁTIS NO VILLE TARGET !





9. Landing page para corretores de imóveis. Para que serve e como usá-las?



Se conseguir o e-mail de um interessado em imóveis logo no primeiro contato, pode-se dizer que você já saiu no lucro: é fácil encontrá-lo para enviar uma mensagem. No mundo online, um caminho para conquistar os dados de contato de um usuário que entrou no seu site imobiliário está na construção de uma landing page para corretores de imóveis.

Em tradução livre, landing page significa página de chegada ou página de conversão. Nela, você precisa oferecer algo ao visitante (pode ser um bom conteúdo) para que ele, em troca, forneça seus dados pessoais.



Quanto mais pessoas acessarem sua landing page, maior será sua lista de contatos. A tendência, portanto, é que você tenha mais chances de vender um imóvel. Por isso, é fundamental que você divulgue sua landing page para corretores de imóveis em diversos canais online. Ao utilizar a ferramenta de integração social do ville Imob, você divulga sua página de chegada nas principais redes sociais de uma só vez.

Enfim, já deu pra perceber o quanto essa ferramenta é importante? Então, descubra, a seguir, como ela pode ser usada em seu dia a dia:

NA PRÁTICA...

Toda página de seu site imobiliário pode se tornar uma landing page. Ela precisa ser atraente, informativa e agradável, para que o cliente passe o máximo de tempo nela e deixe os dados necessários para que você possa entrar em contato com ele no futuro.

O ideal é que a sua landing page contenha ofertas que atraiam o cliente a ponto de fazê-lo deixar seus contatos, como e-mail, número de celular e por aí vai.

QUAIS OS TIPOS E SEGMENTOS DE LANDING PAGE POSSO CRIAR ?

Existem páginas para corretores de imóveis, imobiliárias e vários outros segmentos. Nessas páginas o profissional ou empresa pode tanto capturar dados de contato, as conhecidas (páginas de captura), como divulgar um produto ou serviço. A criação é bem rápida e não precisa de conhecimento técnico.

COMO CRIAR UMA LANDING PAGE PARA CORRETORES DE IMÓVEIS

Aqui, você pode recorrer ao ville Target, a primeira plataforma grátis de automação de marketing. Em pouco tempo, você consegue realizar o cadastro gratuito. Na sequência, é possível criar campos personalizados para cadastro de seus leads.

Trata-se de uma ferramenta muito intuitiva e 100% em português, ou seja, você não terá nenhuma dificuldade em executar essas tarefas. Aproveite e crie sua conta no ville Target e comece agora mesmo a criar suas landing pages e fazer sua automação de marketing para corretores.





LANDING PAGE PARA CORRETORES DE IMÓVEIS NAS VENDAS

Outro ponto interessantes nas landing pages é que você pode segmentá-las de acordo com o objetivo do comprador. Por exemplo, quem deseja adquirir um apartamento acessa uma landing page diferente de quem deseja comprar uma casa.

Afinal de contas, não existe nada mais frustrante acessar uma página que promete uma coisa e oferece outra, né? Então, se você divulgar uma landing page para alguém que quer comprar uma casa, sua página deve conter apenas ofertas de casas! Entendeu, né?

ATENÇÃO ÀS OFERTAS

À procura por novos contatos, o corretor de imóveis desenvolve landing pages com ofertas de apartamentos e casas. Aqui, é fundamental prestar atenção em alguns pontos. Em primeiro lugar, utilize fotos de qualidade e relacionadas com as informações da propriedade. Imagens escuras e de baixa resolução afastam o usuário imediatamente, antes mesmo de ele inserir seus dados.

Nas descrições, procure ser claro e objetivo. Por isso, destaque características do imóvel como número de dormitórios, tipologia, número de vagas, metros quadrados, preço e se aceita financiamento.

Outro detalhe importante: os usuários não gostam de preencher formulários extensos. Portanto, não solicitar o preenchimento de, no máximo, cinco campos de dados.

Além de nome e e-mail, procure extrair as seguintes informações: objetivo do cliente é compra ou locação; se ele deseja negociar uma casa ou apartamento e qual é a sua região de interesse.

PRÓXIMO PASSO

O corretor fica sabendo que fez tudo da forma correta, quando os contatos dos interessados começarem a chegar. Ai, você já pode passar para o próximo passo: estabelecer o contato.

Antes de entrar em contato, consulte o seu CRM imobiliário. Nele, deve haver as informações do cliente, bem como o andamento da negociação. A ferramenta do ville Imob ainda cruza os dados do cliente com os dos imóveis. Assim, você consegue oferecer o produto certo para a pessoa certa.

Em suma, a landing page para corretores de imóveis deve fazer parte da sua estratégia de marketing. Afinal, ela ajuda a enriquecer sua rede de contatos e, por consequência, aumenta suas chances de fechar negócios.

Boas vendas!





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



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

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

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



POR QUE MARCAR PRESENÇA NAS REDES SOCIAIS?

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

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



MARCANDO PRESENÇA NO FACEBOOK

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

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





INSTAGRAM: CAPRICHE NAS FOTOS E NOS VÍDEOS DOS IMÓVEIS

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

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

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

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



FERRAMENTA DE INTEGRAÇÃO SOCIAL

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

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



AGENDAMENTO DE POSTS NAS REDES SOCIAIS AJUDA O CORRETOR

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

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

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

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

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

Boas vendas!





11. Conheça algumas técnicas para fazer um ótimo anúncio de imóveis

Quem acha que divulgar imóveis na internet é só um detalhe banal tem que rever seus conceitos. Na verdade, fazer um ótimo anúncio de imóveis é um passo decisivo dentro do processo de venda. É ele que vai trazer uma série de interessados até você.



Em resumo, não é exagero afirmar que criar anúncios imobiliários na internet deixou de ser apenas um diferencial e se tornou uma necessidade. No entanto, não basta fazê-lo de qualquer jeito. De modo geral, um ótimo anúncio de imóveis demanda fotos de qualidade, informações relevantes sobre a propriedade e região e os canais de contatos de quem está anunciando.

Se o consumidor não encontrar esses itens no anúncio, logo ele o ignora e continua a sua procura por imóvel. Para ajudá-lo nessa missão, listamos sete técnicas para criar um ótimo anúncio de imóveis. Confira na sequência:



UM ÓTIMO ANÚNCIO DE IMÓVEIS PRECISA DE UM TÍTULO CHAMATIVO

Antes de mais nada, vamos falar do título. Ele precisa ser muito chamativo e revelar o que o interessado encontrará naquele anúncio logo de cara. Isso sem falar que o título ainda contribui bastante para a otimização do conteúdo nos sites de buscas. Em outras palavras, o seu site fica em destaque nos resultados do Google.

Para tanto, é importante incluir a palavra-chave no título. Uma palavra-chave não é necessariamente uma única palavra; ela pode ser uma frase e deve resumir brevemente do que se trata o anúncio. Aqui, vale a pena pensar em como a pessoa que se interessaria por esse imóvel vai procurá-lo na internet.

Assim, a palavra-chave deve ser algo como "apartamento de um dormitório à venda no centro de São Paulo". Definida a palavra-chave, lembre-se de incluí-la ao longo da descrição do texto também.

ELABORE UM TEXTO COERENTE E APRESENTE O IMÓVEL

Um caminho para elaborar o texto de um ótimo anúncio de imóveis está em seguir um padrão. Em todos os anúncios, é fundamental que você insira as seguintes informações: metragem do imóvel, número de cômodos e de vagas, localização e valor.

Na sequência, procure descrever os benefícios do imóvel em questão, como "vista para o mar" ou "área de lazer completa". Só tome cuidado para não parecer forçado ou repetitivo.





INSIRA A LOCALIZAÇÃO

Quando você for falar da localização, não se limite a informar o bairro do imóvel. Vá além. Aqui, você pode falar tudo que a região tem a oferecer em termos de comércio e serviço, como supermercados, bancos, escolas e por aí vai.

Por fim, procure dar uma noção a respeito do trânsito local. Se há alternativas para fugir do tráfego intenso, se há fácil acesso para avenidas importantes da cidade e, claro, como é a oferta de transporte público no bairro.



UM ÓTIMO ANÚNCIO DE IMÓVEIS TEM FOTOS CAPRICHADAS

As imagens do anúncio fazem toda a diferença: para o bem e para o mal. Isso porque as fotos são a primeira visão que o potencial cliente tem do imóvel, sem que precise ir até o local. Caso as imagens estejam em baixa resolução, escuras e apresentando os cômodos bagunçados, o interessado logo se desanima com o anúncio.

Então, quando for fotografar o imóvel, valorize seus pontos fortes, explore tudo. Vale até incluir fotos do mesmo ambiente com ângulos diferentes. Em resumo, priorize imagens em alta resolução, escolha um momento de boa iluminação natural e, claro, deixe os cômodos bem organizados antes da sessão de cliques.

VÍDEOS DO IMÓVEL VALORIZAM O ANÚNCIO

Além das fotos, vale a pena investir na produção de vídeos, o que valoriza ainda mais o anúncio. Ao assistir ao vídeo de apresentação do imóvel, o interessado tem mais noção de como é o imóvel, passando até mais credibilidade ao anúncio. É possível que o vídeo até desperte o desejo do potencial cliente em conhecer a propriedade pessoalmente.

O ideal é que você grave vídeos curtos, bem iluminados e com uma ótima qualidade de som e imagem. Na sequência, publique em seu canal do YouTube e incorpore-o no anúncio do imóvel.

Além de ser um formato a mais de divulgar o imóvel aos potenciais clientes, os vídeos ajudam a posicionar o seu site imobiliário nas primeiras colocações dos resultados do Google.



DEIXE OS SEUS CONTATOS EM EVIDÊNCIA

Não esqueça de adicionar todos os seus contatos no anúncio: desde WhatsApp, número de telefone e perfil nas redes sociais até e-mails, site imobiliário e endereço comercial. O ideal é deixar tudo em evidência, logo abaixo da descrição do imóvel.

Aproveite também para informar ao interessado que sua imobiliária tem outras opções e que você adoraria apresentá-las, caso ele não tenha se decidido ainda.

UM ÓTIMO ANÚNCIO DE IMÓVEIS PRECISA DE VISIBILIDADE

Depois de tanto trabalho para captar o imóvel, tirar fotos e elaborar o anúncio, ele precisa alcançar as pessoas certas na hora certa. Portanto, além de manter os anúncios em seu site, procure divulgá-los onde os seus clientes estão: nas redes sociais e nos portais imobiliários.

Para não perder muito tempo divulgando um por um em cada site, utilize as ferramentas da plataforma ville Imob. Com a integração social e a integração de portais imobiliários, você divulga seu anúncio nas principais redes sociais e sites de busca de imóveis de uma só vez!

Lembre-se: um ótimo anúncio de imóveis atrai potenciais clientes e pode agilizar o processo de vendas. Invista bastante nessa etapa!





12. 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 é sempre 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 plataforma imobiliária 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?



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 Imob 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!



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.

E então, o que você acha? Participe deixando seu comentário e sugestão. Desejamos Sucesso e Bons negócios.

Ramon Carvalho
Gerente de Projetos – ville Imob



FACILIDADE EM EXPORTAR OS IMÓVEIS PARA OS 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 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.



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 documentação de cada imóvel e ao relacionamento 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!



13. CRM Imobiliário ville Imob: como vender mais com essa ferramenta!



Quando alguém está interessado em alugar ou comprar um imóvel, oferecer a unidade que satisfaz melhor seus interesses é fundamental. As características da residência são decisivas para que o negócio possa ou não ser realizado. Porém, um detalhe importante pode comprometer toda negociação: o atendimento. E é aqui que o CRM Imobiliário ville Imob assume um papel fundamental.

Para um corretor de imóveis, todo cliente deve ser visto como uma venda em potencial. Por isso, é preciso se dedicar ao máximo para prestar um atendimento adequado e de qualidade. Em meio a tantos afazeres, pode parecer algo difícil cumprir com essa obrigação. Mas o CRM Imobiliário pode facilitar muitas etapas desse processo.



Sigla em inglês para Customer Relationship Management (Gerenciamento do Relacionamento com o Cliente), o CRM oferece diversas ferramentas que organizam e controlam o relacionamento com seu cliente. Assim, você consegue preservar todo o histórico do atendimento e informações do cliente para traçar estratégias mais precisas.

Vamos detalhar, aqui, as principais funções do CRM Imobiliário ville Imob que ajudam o corretor a atingir a excelência no atendimento. Confira:

CRUZAMENTO DE PERFIS DE IMÓVEIS E CLIENTES

Logo no primeiro contato, o corretor de imóveis precisa coletar o máximo de informações possível dos clientes. Assim, você já tem ideia de quais imóveis da sua carteira oferecer. Contudo, esse trabalho de cruzamento de dados entre os imóveis disponíveis e o que o cliente deseja pode ser bem complicado. Pois é nesse ponto que o CRM Imobiliário ville Imob funciona como uma mão na roda.

Com base nas informações fornecidas sobre o cliente, o sistema seleciona imóveis que se enquadram na necessidade e preferência dele. Sem contar que você pode agrupar os possíveis clientes por interesses em comum, caso queira realizar uma estratégia de venda para algum imóvel do seu catálogo.





SISTEMA INTELIGENTE E PROATIVO

Além disso, o CRM Imobiliário também oferece a possibilidade de informar o estágio da negociação em que você se encontra com determinado cliente. Nesse caso, é muito importante manter um histórico atualizado de cada atendimento. Assim, você consegue, agendar visitas, programar seus follow ups, extrair relatórios e solicitar feedback de seus clientes.

Aqui, vale lembrar que você pode acessar o CRM Imobiliário ville Imob de qualquer dispositivo. Então, caso esteja na rua em direção a uma visita, basta consultar os dados do cliente pelo seu smartphone. Simples assim.

Proprietário merece atenção

E você também precisa prestar contas para o proprietário do imóvel. Afinal de contas, ele precisa saber quais são as chances de venda do imóvel que deixou aos cuidados de sua imobiliária. Com o CRM Imobiliário ville Imob, essa prestação de contas pode ser feita diretamente pelo seu painel administrativo.

Uma das funções do CRM é manter todas as opções de contato, como email e telefone, no mesmo sistema. Isso facilita a execução de todo contato necessário que pode ser feito, por exemplo, pelo envio de emails.





FIQUE ATENTO À SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Depois de fechar negócio, seu trabalho acabou, certo? Errado. Manter contato com o cliente no pós-venda é fundamental para saber o grau de satisfação com o imóvel e com o seu serviço. E da mesma forma que o CRM consegue te ajudar no contato com o proprietário, ele também pode facilitar o contato pós-venda.

Saber o grau de satisfação do cliente pode ajudar a melhorar seu atendimento. Aliás, mostrar-se atencioso pode contribuir para uma propaganda boca a boca. Quem sabe o cliente não lhe indique para amigos e familiares? Pensando nisso, você ainda pode enviar emails com dicas de utilidades para o dia a dia. Enfim, deixe o cliente saber que você está atento à satisfação dele.

CRM IMOBILIÁRIO VILLE IMOB GERA A DECLARAÇÃO DE VISITA

Não custa reforçar a importância de solicitar a assinatura do cliente na Declaração de Visita. Esse documento é importante para assegurar que o corretor receba as devidas comissões. Ele evita, por exemplo, que o cliente feche negócio diretamente com o proprietário.

Pelo CRM Imobiliário ville Imob, além de verificar o histórico de visitas realizadas pelo cliente, é possível gerar o documento de Declaração de Visita ao imóvel. Aí, basta atualizar com os dados corretos do imóvel e do cliente.

Enfim, deu para entender a importância dessa ferramenta no seu dia a dia, né? O CRM Imobiliário ville Imob possui inúmeras funcionalidades que ajudam durante todo o seu atendimento, desde o primeiro contato até o pós-venda.

Que tal fazer um teste grátis para provar sua eficiência?





CONCLUSÃO



O Corretor de Imóveis não deve se dedicar apenas quando estiver dando os primeiros passos no mercado imobiliário. Pelo contrário, como se trata de um mercado muito dinâmico, é importante se atualizar e ficar atento às novidades. Isso inclui saber (e aplicar) as tendências do marketing imobiliário e utilizar as principais tecnologias disponíveis.





MATERIAIS RELACIONADOS



Ebook Automação de Marketing

Seja você um profissional de qualquer segmento, que queira ampliar seu marketing e inovar na divulgação de seu produto/serviço, acreditamos que esse material possa lhe ajudar a esclarecer e ampliar seu conhecimento no que diz respeito ao marketing digital

BAIXAR EBOOK AGORA !



Ebook Estratégias Digitais para venda de Imóveis

Diferentes Técnicas e Estratégias Digitais para melhorar sua performance no ramo imobiliário. Abordamos desde o uso das redes sociais, até a utilização de filtros de busca, para deixar sua página melhor posicionada no Google.

BAIXAR EBOOK AGORA !



Ebook Como vender Imóveis nas Redes Sociais

Quando bem usadas, as mídias sociais auxiliam no engajamento da marca, reconhecimento por parte do consumidor e aumento nas vendas. Com algumas dicas, é possível alavancar a credibilidade e visibilidade da imobiliária ou do corretor.

BAIXAR EBOOK AGORA !



SAIBA MAIS SOBRE O VILLE IMOB

Potencialize suas Vendas e Locações com a plataforma "tudo em um" que estava faltando para seus negócios:



CRM Imobiliário

- Cruzamento de informações;
- Registro de Atendimento;
- Relatórios completos;
- Envie emails pelo sistema;
- Prestação de contas;
- E muito mais.



Site Imobiliário

- Alcance mais Clientes;
- Layouts atrativos;
- Recursos Inovadores;
- Links para Redes Sociais;
- Mapa GoogleMaps;
- E muito mais.



Software de Gestão

- Tudo na Nuvem;
- Gestão Integrada da Imobiliária;
- Gerenciamento Financeiro;
- Cadastro Completo dos Imóveis;
- Gerador de Contrato;
- E muito mais.



Sistema de Chat

- Atendimento proativo;
- Otimize seu tempo;
- Interaja com os clientes;
- Histórico de Chat;
- Mensagens pré prontas;
- E muito mais.



Versão Mobile

- Ficha Técnica Completa;
- Imóveis na palma da mão;
- Ligação Online;
- Layout Responsivo;
- Compart. pelo WhatsApp;
- E muito mais.



Integração Portais

- Esteja em todo lugar;
- Otimize seu tempo;
- Seja encontrado facilmente;
- Divulgações: gratuitas e pagas;
- Aumente sua Vitrine Online;
- E muito mais.



Integração Social

- Exporte Imóveis;
- Facebook, Twitter e LinkedIn;
- Compart. WhatsApp;
- Amplie a divulgação;
- Praticidade;
- E muito mais.

SAIBA MAIS DETALHES DA PLATAFORMA





Ramon Carvalho

Organização

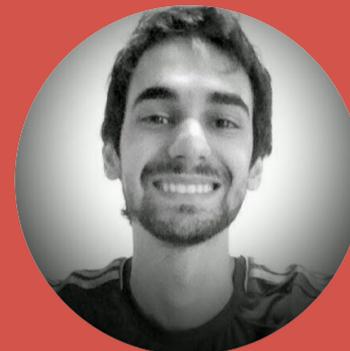
Co-fundador das plataformas ville Imob e ville target. Formado em Publicidade e Propaganda pela faculdade J. Simões, atua há 09 anos nos mercados de marketing digital e imobiliário, buscando sempre oferecer as melhores ferramentas e soluções para potencializar negócios.



Roberta Fernandes

Diagramação

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



Bruno Maddalena

Texto

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

WWW.VILLEIMOBILIARIAS.COM.BR