



EBOOK GRÁTIS

COMUNICAÇÃO IMOBILIÁRIA

**DICAS PARA AUMENTAR
SUAS VENDAS E LOCAÇÕES**

ERP
villeImob
Gestão e Marketing Imobiliário

VILLEIMOBILIARIAS.COM.BR



Apresentação

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

Neste e-book abordamos diversos temas 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 suas 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

1 - Como aumentar minhas vendas de imóveis com um cadastro completo	04
2 - Como alcançar a sua meta no mercado imobiliário	07
3 - Quais as vantagens do contrato de exclusividade para venda de imóveis?	10
4 - Vantagens de divulgar os seus imóveis em portais imobiliários	13
5 - Corretor de Imóveis: saiba como se posicionar no mercado imobiliário	16
6 - 5 Dicas sobre como realizar um bom anúncio imobiliário	19
7 - Dicas para reter talentos na imobiliária	23
8 - Corretor de imóveis, transforme dificuldade em oportunidade	27
9 - Saiba como captar clientes para imobiliária	31
10 - As garantias que você pode exigir na locação de um imóvel	35
11 - Conheça 10 regras para um home office bem sucedido	38
12 - A seca e os impactos na hora de escolher um imóvel para comprar	42
13 - Principais portais sobre notícias do mercado imobiliário	46
14 - Você sabe como funciona o Consórcio Imobiliário?	54
15 - Corretor de Imóveis ou Consultor Imobiliário. Qual é a diferença?	57

COMO AUMENTAR MINHAS VENDAS DE IMÓVEIS COM UM CADASTRO COMPLETO



Captou um novo imóvel? Ótimo, agora o próximo passo do corretor é divulgá-lo em todas os canais possíveis para atrair o máximo de interessados. É aí que muitos profissionais se atrapalham. Pensam, eles, que basta inserir uma foto do imóvel nas redes sociais e nos [portais imobiliários](#) e.. pronto, o imóvel será vendido em breve. Não é bem assim que a coisa funciona. Pois então, como aumentar minhas vendas de imóveis com um cadastro completo?

Em primeiro lugar, lembre-se que os novos consumidores são ávidos por informações completas e rápidas. Isso significa que, se ele bater o olho em um anúncio "cru", com pouco conteúdo, ele nem vai perder o tempo dele e, logo, passará para o próximo.

Portanto, se você quer aumentar suas vendas de imóveis, comece fazendo uma divulgação diferenciada, cheia de informações e com um cadastro completo. A seguir, veja o que não pode faltar em seus anúncios online:

Atrai os clientes com fotos

As imagens são a primeira coisa que um internauta olha. Ao se deparar com fotos bem produzidas do imóvel, o cliente logo vai se interessar pelo anúncio e buscar mais informações. Então, gaste um tempo para tirar fotos da fachada e de todos os cômodos dos imóveis. Não se esqueça de trabalhar bem os ângulos e a iluminação das fotos. Para isso, escolha dias ensolarados. Por fim, selecione as melhores e as coloque em destaque no seu anúncio.

Informações na medida certa

Após chamar a atenção dos [clientes](#) por meio de boas fotos, você precisa dar as principais informações de bandeja para os interessados. Quando alguém procura um imóvel, ele busca informações como endereço, tamanho, preço e número de cômodos do imóvel. Logo, a sua missão é incluir todos esses dados no cadastro do anúncio.

Mas vá além. Procure, também, acrescentar formas de pagamento, situação do trânsito no dia a dia da região e quais são os serviços disponíveis próximos do imóvel, como bancos, supermercados, transporte público, entre outros. Você vai ganhar pontos com essas informações extras!

Ah, só não cometa erros de português, hein! Escrever termos errados pode fazer com que o seu anúncio perca a credibilidade e, assim, coloque todo seu trabalho por água abaixo. Por isso, atenção na hora de redigir e revise quantas vezes for necessário.

Disponibilize todas as suas formas de contato

Vamos imaginar a seguinte situação. O cliente entrou no portal imobiliário ou em seu site imobiliário, gostou das suas fotos, clicou no anúncio e conferiu que os dados do imóvel se enquadram no perfil dele. Ele está a um passo para iniciar a negociação. Logo, você precisa disponibilizar todos os seus meios de contato: e-mails, redes sociais e o número do seu celular. Lembre-se de avisar que você está disponível, também, no WhatsApp.

Agora, é fundamental que você responda o mais rápido possível e-mails, mensagens e ligações. Se você demorar alguns dias para responder os interessados, o seu concorrente está a um clique de você.

Lembre-se! Cadastre todos os clientes interessados em seu [CRM imobiliário](#), e realize pelo menos 2 contatos após o primeiro atendimento. Se você não possui ainda um CRM imobiliário, convidamos você a conhecer o sistema imobiliário do ville Imob. **Confira.**

Fique atento aos seus cadastros dos imóveis! Boas vendas.

COMO ALCANÇAR A SUA META NO MERCADO IMOBILIÁRIO



Você ainda acredita que ter um planejamento anual e alcançar metas no mercado imobiliário é apenas para grandes empresas? Em uma carreira profissional, todos devem ter uma meta para ser alcançada, inclusive os [corretores de imóveis](#) autônomos. Caso contrário, não faria o menor sentido se esforçar tanto para, no fim, não conquistar nada.

Portanto, você precisa alcançar a sua meta no mercado imobiliário, estipular prazos e, claro, arregaçar as mangas e começar a trabalhar. Ter metas no mercado imobiliário também é ótimo para manter a motivação lá em cima. Mas falar é muito fácil, colocar tudo isso em prática já é outro papo, muito mais complicado.

Estamos aqui para ajudá-lo. Se você quer todas as suas metas no mercado imobiliário, leia com atenção as dicas abaixo:

Tenha metas bem definidas

Parece óbvio dizer que, antes atingir, é preciso definir quais são as suas metas no mercado imobiliário. No entanto, muita gente trabalha por impulso, deixa ser levado pelas circunstâncias. Outro erro é definir metas genéricas demais, como "ter sucesso na carreira". Além de subjetivo, isso não é mensurável. Aliás, esse é um ponto fundamental. Você precisa medir constantemente suas metas para ver se elas estão sendo cumpridas ou não.

As metas precisam estar dentro da sua realidade

Para começar, faça metas compatíveis à sua realidade. Não adianta nada querer vender 20 imóveis por mês, porque sabemos que isso é muito fora do normal. Comece com metas mais pés no chão. Por exemplo, colocar 10 placas e captar dois imóveis e dois [clientes](#) por mês. Conforme você for medindo o seu desempenho e percebendo que essas metas estão fáceis de serem atingidas, estabeleça um objetivo um pouco mais ousado. Aos poucos, você vai aumentando a sua cobrança.

Planejando as suas ações

Com objetivos bem claros e dentro da sua realidade, é hora de criar uma estratégia para alcançá-los. Aqui, você não pode começar a agir loucamente para cumprir suas metas. É preciso ter um plano de ação antes de fazer qualquer movimento. Vamos supor que um dos seus objetivos seja captar um cliente por mês. Um caminho interessante para fazer isso é a internet.

Tenha seu ambiente virtual, um [site imobiliário](#) para exibir os seus imóveis, contatos e até mesmo notícias que podem ser compartilhadas para os seus clientes e futuros clientes. Dê boas dicas ensinando a juntarem dinheiro para comprar um imóvel e apontando os melhores financiamentos. Fornecendo esse tipo de material, você pode conquistar as pessoas que estão interessada em comprar um imóvel.

Mãos à obra

Acima, já fizemos meio caminho do percurso. Agora, cabe a você finalizar a outra metade. Aqui, você não pode desistir logo na primeira coisa que der errado. É preciso acordar cedo e motivado para cumprir cada etapa com muita disposição.

Boa sorte!

QUAIS AS VANTAGENS DO CONTRATO DE EXCLUSIVIDADE PARA VENDA DE IMOVÉIS?



Ter que "competir" com outros profissionais pode atrapalhar suas estratégias de venda e até ser uma experiência ruim. Imagine se esforçar bastante para vender um imóvel e, no fim, um outro corretor concretize a venda antes. Frustrante! Portanto, vamos ser sincero: é muito melhor preparar uma estratégia, como um contrato de exclusividade para venda de imóveis, quando não há corretores e imobiliárias trabalhando para vender os mesmos imóveis.

Mas isso só é possível com um contrato de exclusividade em mãos. Para conseguir essa exclusividade, você precisa convencer os seus clientes quanto ao benefícios desse contrato, a começar pela velocidade da venda. Tanto é verdade que o Conselho Regional de Corretores de Imóveis de Minas Gerais (Creci-MG) afirma que 89% dos imóveis vendidos mais rapidamente são negociados apenas com um corretor ou uma imobiliária.

E não para por aí, há muitas outras vantagens em um contrato de exclusividade para venda de imóveis. A melhor parte disso é que todos os envolvidos na transação se beneficiam com esse tipo de contrato. Quer ver como? Então, continue lendo esse post:

As vantagens do proprietário

Quando o dono do imóvel decide fazer um contrato de exclusividade, ele sai ganhando por inúmeros fatores. Para começar, tendo apenas um profissional está dedicado à venda da sua propriedade, ele pode cobrar resultados e saber em qual situação está o processo de negociação. Quando há problemas, como pequenos furtos ou janelas quebradas durante as visitas, por exemplo, o dono do imóvel já sabe quem responsabilizar.

Dessa forma, o corretor de imóveis vai ficar bastante focado nessa negociação, tendo muito cuidado para tudo correr bem.

As vantagens do comprador

A outra ponta da relação, o interessado em comprar o imóvel, também se beneficia com o contrato de exclusividade. Com apenas um intermediário fazendo a ligação entre ele e o [proprietário](#), as informações, como formas de pagamento, chegam mais rápido.

As vantagens do corretor de imóveis

Por sua vez, com um contrato de exclusividade, o corretor investe mais tempo e dinheiro em anúncios para vender o imóvel. E, claro, ele tem certeza que não haverá outro profissional intermediando a negociação, assim, ele garante o seu honorário.

Além de você informar todas as vantagens do contrato de exclusividade aos seus clientes, você precisa conquistar a confiança deles. Trabalhando com profissionalismo e levando a carreira a sério, você vai estar sempre fechando contratos exclusivos. Boa sorte!

VANTAGENS DE DIVULGAR OS SEUS IMÓVEIS EM PORTAIS IMOBILIÁRIOS



Em uma rápida busca por imóveis pela internet, o usuário vai se deparar com um volume muito grande de [sites imobiliários](#) nos resultados de busca. Aliás, eles são sucesso aqui no Brasil.

Para se ter uma ideia, o Zap Imóveis, o maior portal brasileiro do ramo, possui 8 milhões de acessos mensais e mais de 450 mil anúncios. Desde 2001 no ar, o objetivo desse classificado online é agilizar o processo de compra e venda, pulando algumas etapas com os corretores de imóveis.

No entanto, o que parece um concorrente para o corretor de imóveis pode ser, na verdade, muito útil para os profissionais da área. Para entender melhor as vantagens de divulgar e trabalhar os seus imóveis em portais imobiliários, leia as dicas abaixo:

Audiência em alta

Em primeiro lugar, o corretor de imóveis precisa aproveitar a grande audiência desses sites de anúncios para avaliar quais são os tipos de imóveis mais procurados, detectar possíveis clientes em potenciais, medir o valor médio dos imóveis anunciados e, por fim, saber quais regiões estão em evidência.

Ou seja, esses portais funcionam como uma espécie de termômetro do mercado imobiliário. Por isso, os corretores precisam acessar diariamente sites do gênero para conseguir divulgar os imóveis em portais imobiliários com mais convicção.

Anúncio atraente

O corretor imobiliário deve, inclusive, fazer anúncios da sua carteira de imóveis nesses portais. Aqui, você precisa selecionar as melhores fotos da fachada e dos cômodos dos seus imóveis. Essa é a maneira mais rápida para chamar a atenção dos usuários em meio a tantos anúncios.

Contudo, só encher o anúncio de fotos de qualidade não é o suficiente. É necessário, também, abastecer o usuário com o máximo de informações, como o valor do imóvel, do IPTU, o endereço completo e o tamanho da propriedade. Ah, claro, não se esqueça de colocar os seus contatos.

Seja rápido nas respostas.

Bom, de nada vai adiantar você caprichar nos anúncios dos imóveis, se você não for rápido nas respostas. Isso porque, ao procurar agendar uma visita com algum usuário o mais rápido possível, você evita que ele se interesse pelo próximo anúncio e acabe desistindo de conhecer o imóvel que você está negociando.

Portanto não perca a oportunidade e exporte os seus imóveis para os principais portais de busca com o [software ville imob](#). Você irá ganhar mais visibilidade, ter uma produtividade e irá aumentar a divulgação dos seus imóveis nos principais portais imobiliários (pagos e gratuitos) como, o ZAP, Mitula, Imobox, villeBusca, VivaReal, Properati, Epungo, Moving Imoveis, entre outros.

[Confira os principais portais imobiliários que o ville Imob oferece para você.](#)

Amplie a visibilidade de seus imóveis! Sucesso e Boas vendas.

CORRETOR DE IMÓVEIS: SAIBA COMO SE POSICIONAR NO MERCADO IMOBILIÁRIO



O mercado imobiliário vem se mostrando cada vez mais competitivo, onde aqueles que possuem as melhores estratégias conseguem se destacar mais. Então, qual é a melhor estratégia e como se posicionar no mercado imobiliário corretamente?

Não só no mercado imobiliário como em todas as áreas, a Internet e a tecnologia estão dominando, logo é preciso que você esteja bem posicionado na Internet. Neste novo universo, existem inúmeras opções que ainda não estão sendo exploradas em seu máximo.

As técnicas que eram utilizadas pelos antigos corretores já não mais surtindo efeito. É preciso se adequar a nova era, chegue até onde seus compradores estão esperando. Apesar de parecer clichê, a melhor forma de você conseguir se tornar referência no mercado imobiliário é utilizando corretamente todos os recursos que as redes sociais pode oferecer.

Comece criando atrativos para seus clientes, precisa chamar a atenção deles, porém não é uma tarefa fácil uma vez que muitas outras pessoas estão com o mesmo objetivo. Se você tem um imóvel que está com uma oportunidade única de compra, deixe aquele imóvel mais atrativo. Você pode utilizar o aplicativo [Pixlr](#) para melhorar sua a imagem, como as cores do imóvel, realizar pequenas correções no entorno do imóvel bem como criar pequenos textos dentro da própria foto para que ela possa ser facilmente compartilhada.

Hoje o conceito mudou, não é mais você que encontra o cliente e sim ao contrário, é o cliente que encontra você. Porém, o grande truque é fazer com que ele encontre você e não os corretores concorrentes. Vamos conhecer algumas dicas:

Segmente seus clientes por grupos de interesse

Se você possui um grupo de clientes interessados com perfis diferentes, é preciso que você segmente por grupos de interesse para que suas ações de marketing sejam programadas para cada segmento, evitando que seus clientes se percam em propagandas que não são do seu interesse, para isso, tenha um bom [CRM imobiliário](#) para te ajudar a manter o controle desses clientes, cadastrando as informações corretamente.

Utilize as redes sociais

Com os grupos de clientes em potencial mapeados por grupo de interesse, agora você pode utilizar as redes sociais a seu favor. Cada grupo normalmente tem picos de utilização das redes em horários diferentes, logo, você programar as ações nas redes sociais nos horários em que seu grupo de interesse estiver online ou pelo menos grande parte. Para que sua campanha seja mais efetiva.

Aproveite e utilize plataforma que irá te ajudar a concretizar ainda mais o seu negócio, com a ferramenta de [integração social do ville Imob](#), você pode exportar os seus imóveis facilmente sem precisar cadastrá-los um por um, seja no Facebook, twitter e linkedin.

Utilize imagens ao invés de textos

Uma imagem pode dizer mais que mil palavras. Elas são mais bem absorvidas pelos interessados. Em cada imagem publicada, deixe todos os contatos, bem como o site e o endereço da imobiliária para tornar fácil o acesso do cliente até você. Sem contar que dessa forma você consegue atingir mais interessados, devido aos compartilhamentos da sua publicação.

Portanto fique atento as ferramentas e tendências básicas que irão fazer toda a diferença em seus processos imobiliários. Para você que deseja sobressair e ter uma posição no mercado imobiliário, busque novas soluções, lembrando que, quanto mais você divulga maiores são as chances de fechar bons negócios.

Sucesso e Boas Vendas!

5 DICAS SOBRE COMO REALIZAR UM BOM ANÚNCIO IMOBILIÁRIO



A busca pelo um imóvel e a sua divulgação está cada vez mais se tornando diferenciada. Antigamente o veículo de comunicação que um corretor e a imobiliária poderiam divulgar os anúncios imobiliário eram em jornais, placas, muros e outros, hoje com essa evolução de novos meios uniu esses antigos métodos eficientes de uma forma inovadora. Dessa forma, os corretores de imóveis já se tem uma ideia de como realizar um bom anúncio imobiliário e onde divulga-los.

Segundo o portal imobiliário Imovelweb, a procura pelo imóvel hoje se inicia na internet. Ainda afirmam que na tela de um computador ou do celular, o interessado consegue analisar localização, comparar preço, tamanho e formas de financiar o imóvel. Antes de chegar até um corretor de imóveis os clientes precisam de informações concretas e confiáveis.

É comum e crescente vemos pessoas buscando por um imóvel ideal em portais imobiliários, sites de classificados, e diante dessa questão é fundamental o corretor e a imobiliária aprenderem a realizarem um bom anúncio imobiliário, é fazendo uma divulgação de qualidade que poderá garantir retorno para os negócios imobiliários.

Como realizar um bom anúncio imobiliário?

O título deve despertar o interesse

O título é um primeiro contato entre o interessado e o anúncio, é o caminho onde é despertado o interesse, um convite ao anúncio.

Como forma de um resumo o título deve ser claro, descritivo e fundamental para valorizar o seu imóvel. Fique atento aos textos com caixa alta, eles chamam muito a atenção porém só podem ser utilizados em algumas ocasiões, como avisos e algumas promoções.

Descrição e objetivo do anúncio

Independentemente se você deseja anunciar um imóvel para vender ou alugar, é preciso ser objetivo. É importante focar no conceito que deseja passar e realizar uma descrição convidativa e de acordo com as características do imóvel, como quantidade de dormitórios, banheiros, se há suíte, garagem e etc, é importante deixar as informações claras para os interessados. Um bom vendedor é aquele que conhece bem o produto. Estude todos os detalhes e diferenciais do imóvel.

Cuidado com os textos

Assim como o título e a descrição do anúncio, deverá ter atenção e cuidado com abreviações e erros de ortografia. Anúncios com erros podem causar grandes confusões aos leitores interessados, fazendo que você perca a credibilidade e um possível cliente potencial.

Imagem é tudo. Fotos, e mais fotos.

A descrição é uma das peças-chaves para o seu cliente despertar um interesse no imóvel que está vendendo, porém não é o suficiente, todos os consumidores antes de realizar a compra gostam de avaliar o produto visivelmente, analisá-lo até a decisão de compra. Então, a melhor forma de exibir o seu imóvel no anúncio é inserindo fotos, com isso terá possibilidade maior de marcar uma visita com o cliente ao local do imóvel.

Insira fotos mostrando características do imóvel, como por exemplo, quartos com suítes, área de lazer, sala de jantar, sala de estar, enfim distribua bem as suas fotos no anúncio, pois será uma forma "direta" de despertar interesse no seu cliente. Um [software para imobiliária](http://www.villeimobiliarias.com.br) que possibilite cadastros detalhados dos imóveis lhe será útil nesse momento.

Tome cuidado com as fotos que irá inserir, utilize fotos de boa qualidade e organize o imóvel antes de tirar as fotos, fique atento! A imagem principal do anúncio deve ser escolhida com a devida atenção.

Divulgue seu anúncio

Sabemos os maiores buscadores pelo o imóvel ideal estão na internet, então, depois de tudo pronto e organizado divulgue ao máximo os seus anúncios nesse meio, insira os seus contatos e esteja disponível para retornos. Utilize software com integração [Software com integração com portais imobiliários](#).

Divulgando o seu imóvel, poderá garantir grandes resultados em seus processos imobiliários seja na sua venda ou locações. Veja [como anunciar imóveis na internet](#) e garantir um grande sucesso, não perca a oportunidade!

Existem alguns fatores extremamente essenciais no momento de criar um anúncio imobiliário, não basta somente adicionar textos e imagens e divulgar, é preciso traçar um objetivo para gerar bons resultados em vendas.

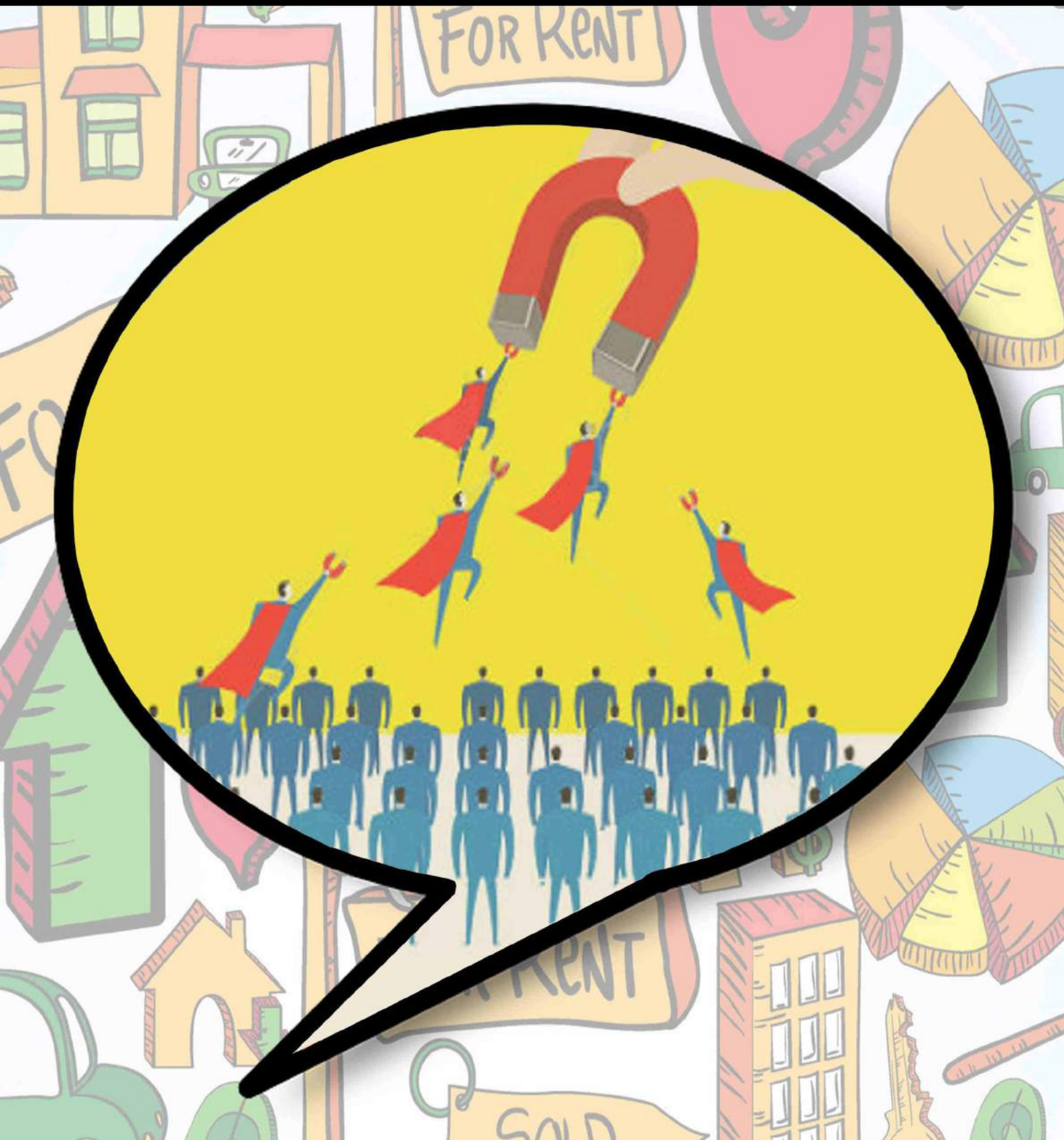
O que você acha mais importante em um anúncio imobiliário ? Participe no nosso blog.

Sabrina Rozindo

Depto de Marketing – Software ERP ville Imob

uma solução da **villevox Comunicação e Marketing**

DICAS PARA RETER TALENTOS NA IMOBILIÁRIA



A maioria das empresas, estão tendo muitos problemas para reter seus talentos por muito tempo, devido à concorrência e as ofertas que são cada vez maiores e atrativas. Uma maioria esmagadora das empresas em território nacional está investindo pesado no desenvolvimento da carreira para mantê-los motivados evitando a perda, porém apenas isso não tem sido o suficiente.

Cada pessoa pensa de uma forma única e se motiva de maneiras totalmente diferentes, logo a sua produtividade está diretamente relacionada com estes motivadores. O grande desafio é desvendar essa equação da motivação de cada funcionário, pois é preciso racionalizar cada equação para chegar a um denominador comum dentre todos os que estão presentes no ambiente corporativo.

Quando encontramos a equação perfeita certamente a produtividade irá aumentar além dos principais talentos da sua imobiliária ficará retido, fazendo um trabalho excelente. A cultura da sua imobiliária conta muito nessa balança, as formas que os valores são trabalhados é algo que faz a diferença para o funcionário ou corretor de imóveis em questão.

É preciso oferecer aquilo que cada funcionário tem mais interesse. Conheça alguns fatores que mantêm os funcionários motivados ajudando assim a reter talentos na imobiliária:

Comunicação

A comunicação é a chave do sucesso neste ponto, pois as reclamações mais comuns em ambientes empresariais é que a comunicação entre líder e liderado, ou da empresa com seus funcionários não é clara, eles se sentem traídos quando na verdade deveriam ser os primeiros a receber a notícia.

Todos os funcionários precisam estar cientes de todas as informações que desrespeitam a sua carreira ou ao seu dia a dia. A liderança precisa manter uma comunicação direta com seus liderados, evitando burocracias, uma comunicação eficiente faz com que o funcionário sinta-se importante. Comunicado interno no Dashboard de um [Software Imobiliário](#), E-mail, Informativos, Informativos internos ou um simples comunicado A4 num quadro de avisos já resolveria muitos desses

problemas.

Estabilidade financeira

A segurança pelo qual estamos referindo é a tão sonhada estabilidade, que hoje em dia, apenas o funcionalismo público está oferecendo. Algumas imobiliárias e empresas privadas estão oferecendo para os funcionários que se destacam alguns benefícios em contrato para mantê-los dentro da empresa, como uma política de retenção de talentos.

Horários Flexíveis

É importante manter uma política de flexibilização de horários, deixar uma janela disponível para que o funcionário possa chegar dentro daquele horário. Algumas empresas vão além, exigem apenas que o expediente de 8h seja cumprido, sem se importar com o horário, obviamente existe um limite aceitável para iniciar o expediente, como por exemplo: 10h30min.

Aprendizado e Qualificação

O funcionário se sente valorizado quando a empresa investe nele, como treinamentos sejam eles formais ou informais, até mesmo em passagens de conhecimento é uma forma de aprendizado que pode ser muito valiosa para ele. Treiná-lo adequadamente a operar o [CRM para imobiliária](#) e Administrar o [Site imobiliário](#), também é extremamente importante, assim poderá desempenhar melhor seu papel.

Valorização do Serviço prestado

Todo mundo gosta de ser valorizado, não apenas o funcionário ou corretor de Imóveis. Portanto, dê valor as tarefas bem executadas do seu funcionário. Valorize quando algo for entregue com capricho. Faça elogios em público, levante a bandeira para os superiores daqueles que estão se destacando, crie uma política de valorização para o seu funcionário. Não crie um ambiente de disputa e sim um ambiente de valorização

do bom trabalho.

Confraternização

Não só é importante o contato e comunicação de seu colaborador com o cliente, mas também a comunicação, amizade e companheirismo entre os próprios funcionários, realize eventos internos, pequenas reuniões, lanches coletivos ou qualquer outra forma de unir e criar laços de amizade entre funcionários da empresa, isso é muito importante pois proporciona uma equipe entrosada e "afinada".

Então, o que você acha? Existem outras ações que podem trazer vantagens tanto para empregado como empregador ? Deixe seu comentário. Forte abraço.

CORRETOR DE IMÓVEIS, TRANSFORME DIFICULDADE EM OPORTUNIDADE



Se você é corretor de imóveis e desiste de uma venda só porque o cliente começa a mostrar resistência para evoluir no negócio, saiba que você está na profissão errada. Um bom corretor nunca joga a toalha na primeira dificuldade, nem na segunda, na terceira, na quarta... Enfim, ele sempre procura entender os problemas do cliente, muda de estratégia e vai até o final!

Em outras palavras, você não pode deixar uma oportunidade passar assim facilmente. Lembre-se que, no mercado imobiliário, uma única negociação demanda muito tempo e esforço por parte do corretor. Mas, ao mesmo tempo, significa, também, um ótimo retorno financeiro. E é justamente por ser um investimento tão elevado que faz com que o cliente resistia e faça muitas pesquisas até a hora de bater o martelo e concretizar o negócio.

Em um momento em que a economia do país caminha lentamente, o corretor não pode desperdiçar nenhuma chance. Então, corretor de Imóveis, transforme dificuldade em oportunidade! Listamos algumas dicas para você transformar dificuldade em oportunidade. Confira:

Entenda as necessidades do seu cliente

Uma transação imobiliária envolve muito dinheiro. Talvez, a economia de anos do seu cliente. Portanto, ele tem todo o direito de se sentir inseguro para fechar o negócio. Aqui, cabe ao corretor de imóveis descobrir quais são os problemas do cliente, acalmá-lo e, sobretudo, informá-lo.

Não tenha medo de perguntar quantas vezes forem necessárias quais são as preferências e expectativas do seu cliente. Assim, você consegue encontrar um imóvel mais compatível com o perfil dele. Para isso, você pode usar um [software para imobiliária](#), que cruza informações de perfil de imóvel que o cliente deseja com os imóveis que você tem cadastrado. Para deixá-lo mais seguro para concretizar a transação, você precisa se apresentar bem, isto é, saber se comunicar claramente e passar as informações fundamentais do imóvel e da região.

Destaque os pontos positivos

Nunca discuta com os seus clientes. É claro que, uma hora ou outra, alguém vai apontar defeitos do imóvel e, assim, mostrar resistência. Nesses casos, prefira destacar os pontos positivos que compensam os defeitos.

Vamos imaginar uma situação hipotética. Um cliente seu reclama do trânsito caótico perto do imóvel. Aí, você pode falar que existe um metrô perto e que há uma série de pontos de serviços, como padaria, supermercado e escola, a metros de distância que dispensam o uso do carro. Para ter um controle, utilize um [CRM para imobiliária](#) e registre todos os atendimentos, objeções e visitas aos imóveis.

Crie parcerias e trabalhe seu marketing

O ano de 2015 não é muito promissor. Os números provam o pessimismo de muitos setores: enquanto a inflação tem previsão de cerca de 8%, a expectativa é de retração de 0,83% do PIB. Mas, como dizem, é na crise que os profissionais se reinventam e tiram leite de pedra.

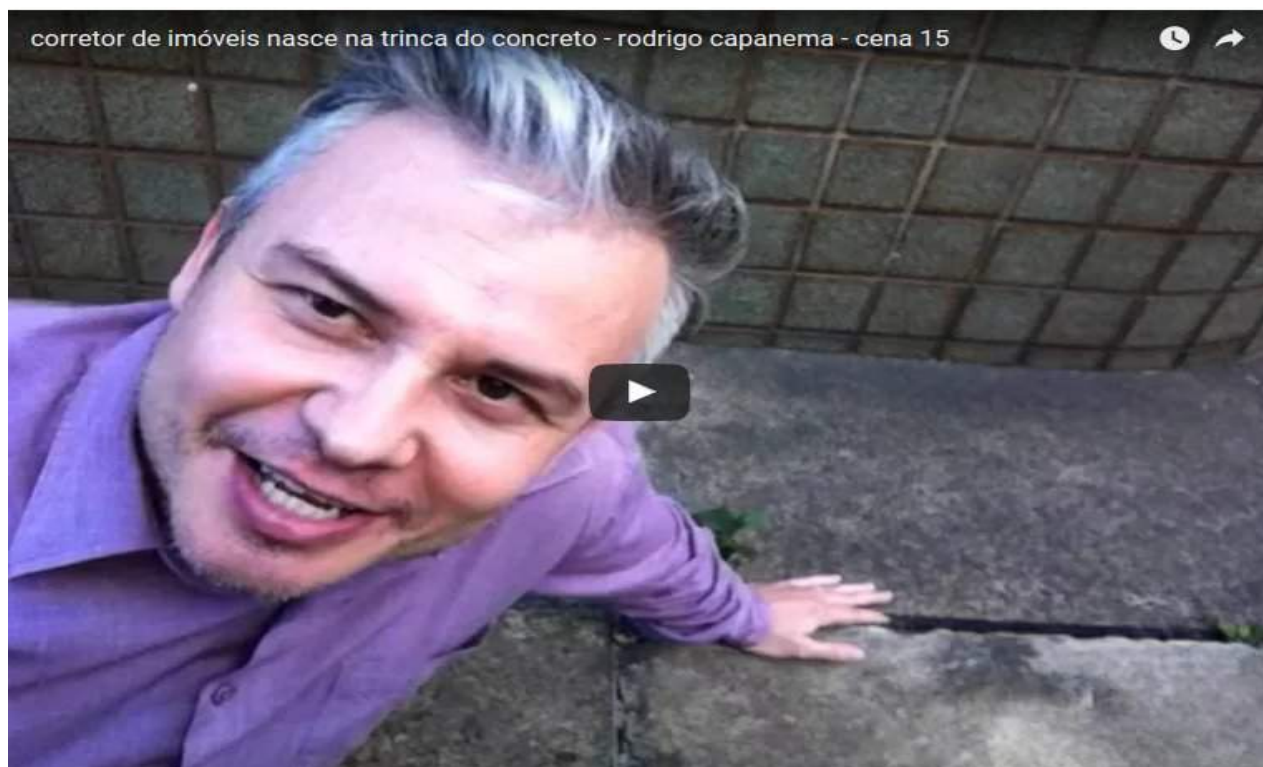
Quem trabalha no setor imobiliário, tem na parceria um caminho interessante para descolar mais dinheiro. Mesmo em meio à crise, as pessoas não param totalmente de comprar imóveis. O ritmo, é claro, diminui, mas as vendas ainda acontecem. É muito importante ter um [site para imobiliária](#) que exiba seus parceiros, assim poderá trocar logomarca e link com parceiros do segmento imobiliário como: construtoras, arquitetos, dentre outros.

Diante desse cenário, onde há mais corretores do que demanda, é importante criar parcerias com profissionais complementares. Por exemplo, se você possui grande talento para se relacionar com as pessoas, mas ainda não há muitos imóveis captados, procure criar um laço profissional com um corretor que possui muitos imóveis em sua carteira. Assim, vocês agilizam o processo de venda e dividem os ganhos.

Exemplo de resistência às adversidades

Esse vídeo foi feito pelo palestrante do segmento imobiliário Rodrigo Capanema, mostrando que dos modos mais improváveis pode-se nascer grandes oportunidades e soluções para fases difíceis. Desistir não é uma boa alternativa para o seu negocio. Crie alternativas e transforme suas ideias!

[Assista o video](#)



Contudo, se especialize, aproveite para fazer cursos, fechar parcerias, aprimorar suas técnicas de vendas, trabalhar melhor o marketing, utilizar plataformas imobiliárias que potencialize suas vendas, integrar imóveis em portais, ter uma [versão mobile de seu site](#), dentre várias outras ações que podem transformar as dificuldades em grandes oportunidades de crescimento profissional e pessoal. E então, o que você acha ? Participe deixando seu comentário e se inscreva em nossa newsletter. Sucesso e Bons negócios.

SAIBA COMO CAPTAR CLIENTES PARA IMOBILIÁRIA



Está cada vez mais difícil encontrar clientes para imobiliária, muitos clientes visitam o stand apenas para especular sobre o empreendimento e não possui o interesse em comprar um imóvel.

O corretor, ao contrário do que muitos pensam, não fica limitando apenas na venda de imóveis, ele também é responsável pela captação de clientes com potencial além da gestão da carteira de clientes e imóveis.

Devido o aumento da comunicação online existem diversas formas que você consegue captar novos clientes, anunciando seus imóveis com praticidade e facilidade, conseguindo um ótimo resultado. Veja a seguir as dicas de como captar clientes para imobiliária.

Divulgue seu imóvel. É muito difícil que o primeiro contato do cliente seja diretamente com a corretora, a primeira busca que ele realiza é pela Internet, por isso, você precisa estar presente em todos os canais que possa realizar a busca:

Portais de Imóveis

Os portais de imóveis estão ganhando cada vez mais espaço, pois cada vez mais os clientes buscam essa ferramenta para encontrar o imóvel dos seus sonhos. Anunciar em portais como [Zap Imóveis](#), [VivaReal](#), [Mitula](#), [villebusca](#) e tantos outros gratuitos ou pagos, aumenta suas chances de conseguir clientes em potencial.

Sites de classificados gratuitos

Os classificados é uma ótima opção para quem não pode investir em sites de classificados pagos. Você pode anunciar seus imóveis sem precisar pagar nada por isso. A desvantagem é que você não pode reivindicar certas coisas como uma atualização rápida e a permanência de anúncios por longos tempos.

Site Pessoal com CRM (Relacionamento com cliente)

Um site pessoal é imprescindível para que você consiga fidelizar e atrair novos clientes, utilizando os portais e os classificados divulgando seu imóvel com seu endereço eletrônico, chegará um ponto que seus clientes deixaram de buscar nessas ferramentas para seguir direto para seu site. Não esqueça que ele precisa estar sempre atualizado. Um [CRM para imobiliária](#) é muito válido para fazer um serviço mais completo e personalizado.

Apareça nas Redes Sociais

As redes sociais se tornaram a principal forma de comunicação, o Facebook é a principal plataforma, e é nela que você precisa estar presente e ativo. Você pode ter seu perfil pessoal e uma fanpage para que você promover seus imóveis e atrair novos clientes. Não se esqueça de utilizar o seu perfil pessoal para divulgar os imóveis da sua fanpage, dessa forma seus amigos também poderão compartilhar suas publicações e espalhar seu conteúdo por toda a rede.

Seja lembrando por todos (Branding)

Sempre que for responder um e-mail ou mandar alguma informação seja para cliente ou não, tenha sua assinatura de e-mail completa, como: Nome, e-mail, CRECI. Seus contatos não devem aparecer apenas no seu e-mail, mais também no seu cartão de visitas, na divulgação dos seus imóveis, no seu perfil e na sua fanpage. O importante é que você torne-se referência e quando for necessário, seu contato estará sempre em mãos.

Placa Imobiliária no Local:

É uma forma tradicional de divulgação, contudo ainda muito importante, pois o interessado já está na frente do imóvel, já conheceu a região e se o mesmo se interessar a possibilidade de concretizar o negócio é gigantesca. Portanto, dê valor a placas e faça peças bem claras, com textos legível e de tamanhos proporcionais para uma boa visualização e leitura.

Poderá também utilizar algum [Software imobiliário que gere QR Code](#) para implementar em suas placas, para acesso rápido por smartphones. Peças de propagandas tradicionais, quando bem feitas, ainda são muito bem vindas e eficientes, tais como: cartões de visita, flyer, folder, chaveiros, dentre outros.

Sistema de Chat (Corretor Online)

A conversa online e o atendimento por chat está cada dia mais presente e eficaz para as vendas e negociações. Tenha essa ferramenta em seu site e potencialize suas vendas. Existem muitas plataformas nesse sentido. O ville Imob já oferece o CRM com a ferramenta de [chat para corretor](#).

E então o que acha ? Existe mais alguma ferramenta que queira compartilhar conosco, participe deixando seu comentário. A equipe ville Imob deseja sucesso para todos e um forte abraço.

AS GARANTIAS QUE VOCÊ PODE EXIGIR NA LOCAÇÃO DE UM IMÓVEL



Quem ainda não tem recursos financeiros para comprar um imóvel próprio busca na locação de um imóvel uma solução imediata. Regida pela Lei do Inquilinato (Lei 8.245/91), a locação tem uma série de peculiaridades e exige muito cuidado por todas as partes envolvidas na negociação, isto é, [proprietário](#), inquilino e corretor.

Por exemplo, antes da assinatura do contrato que geralmente dura três anos com possibilidade de renovação, é preciso ter muito bem definido quem será o responsável pelo pagamento do IPTU, como será feito o reajuste e, principalmente, qual será o modelo de garantia do inquilino para o locador. Esta última definição é fundamental para evitar casos de inadimplência.

Entre os modelos de garantia, podemos citar as tradicionais opções de fiador e de depósito caução e a mais recente seguro-fiança. Para você entender melhor como funciona cada garantia, preparamos, abaixo, um resumo de cada uma. Confira:

Fiador

Consolidada no mercado de locação, a figura do fiador é, normalmente, algum parente ou amigo do inquilino que assume a responsabilidade pela falta de pagamento. Aqui, a maior vantagem desse modelo é de ser gratuito. Isso porque o fiador só será acionado em último caso.

Mesmo perdendo espaço nos últimos anos, o tipo de garantia mais comum ainda continua sendo o fiador. De acordo com o Sindicato da Habitação de São Paulo (Secovi-SP), quase metade das locações consumadas (46,5%) utilizaram esse meio de garantia.

Depósito caução

O depósito caução também é uma prática muito comum, representando 34,5% das garantias de locação. A caução pode se dar em bens móveis ou imóveis que devem ser registrados no cartório. Em resumo, se houver atrasos nos pagamentos, você coloca seus bens à disposição para quitar a dívida. Mas a caução também pode ser em dinheiro, isto é, depositar em caderneta de poupança o valor equivalente a três meses de contrato.

Seguro-fiança

Funciona mais ou menos como as outras garantias. Aqui, o inquilino chega a pagar, anualmente, 2 vezes o valor do aluguel a uma empresa terceirizada. Por exemplo, para um aluguel de 700 reais, o seguro-fiança custa 1.400 reais por ano.

Todos os envolvidos saem ganhando. De um lado, o proprietário tem a certeza de que vai receber o aluguel da empresa de seguros, caso o inquilino deixe de pagar. Por sua vez, o locatário consegue fechar o contrato de locação, mesmo sem encontrar um fiador ou ter dinheiro para o depósito caução. E tem mais. A maioria das empresas de seguros ainda oferece serviços de manutenção gratuitos para quem fechar essa garantia. O modelo representa 19% dos contratos de locação fechados.

Reajustes no aluguel

Sabendo como funciona cada tipo de garantia, você está quase pronto para assinar o contrato de locação. Mas, antes de o seu cliente fazer isso, vale lembrá-lo que, anualmente, o aluguel sofre um pequeno reajuste que varia de acordo com Índice Geral de Preços ao Mercado (IGP-M).

Pronto, agora você já sabe tudo para fechar um contrato de locação sem dor de cabeça!

CONHEÇA 10 REGRAS PARA UM HOME OFFICE BEM SUCEDIDO



Trazar seu escritório para dentro de casa é uma tendência que está ganhando cada vez mais força. De acordo com uma pesquisa da Top Employers Institute, divulgada no início deste ano, 15% das companhias brasileiras já oferecem a oportunidade do home office. Um número ainda pequeno, se comparado à realidade de alguns países europeus.

Apesar dos grandes benefícios, como economia nos gastos, comodidade, e mais tempo com a família, a adoção dessa medida precisa garantir retorno. Pensando nisso, separamos 10 dicas importantes para um home office bem sucedido.

1 – Manter o foco e a organização

Quando se fala em trabalhar em casa, duas palavras são rapidamente lembradas: disciplina e organização. O [corretor](#), autônomo ou não, precisará se planejar bem para não perder o controle de sua rotina e assegurar uma boa produtividade. Por isso, prever e enumerar as primeiras medidas a serem tomadas é um ótimo jeito de começar.

2 – Separe assuntos familiares de assuntos profissionais

A vantagem de ter sua família mais próxima pode acabar atrapalhando se essa situação não for bem administrada. Imagine se seu filho pede atenção bem na hora que você está conversando com um cliente?

Pensando nisso, sua família deve ser a primeira a saber que o seu espaço de trabalho estará em casa. É preciso deixar claro quando você não poderá ser incomodado e quais espaços eles não podem interferir.

3 – Reserve um local em casa

E por falar em espaço, reservar um lugar distante de coisas que possam tirar sua atenção do trabalho é muito importante. Jogar fora aquilo que você não costuma utilizar mais é uma de liberar espaço para a formação de um escritório. O recomendável é que seja um local tranquilo, onde você não seja incomodado com frequência.

4 – Invista em equipamentos de qualidade

Pensar em ter bons equipamentos evita dores de cabeça. Para administrar bem o contato com [clientes](#), tenha uma linha de telefone exclusiva e um bom acesso à internet. Tenha também uma impressora à disposição e nenhum outro aparelho que não seja necessário.

5 – Estabeleça um horário de trabalho

Mas qual benefício haverá em estar mais perto da família, se você acabar trabalhando mais? Por isso, estabeleça um horário de trabalho. Essa iniciativa também deve ajudar no agendamento de visitas à imóveis e na organização das obrigações de seu "escritório em casa".

6 – Esteja presente na internet

Manter-se on-line é muito importante para a divulgação de seus imóveis. O meio mais eficiente para o corretor são as Redes Sociais. No entanto, criar um [site](#) próprio pode auxiliar ainda mais na divulgação de sua carteira de imóveis.

7 – Invista no coworking

Quando o contato pessoal com o cliente for inevitável para se fechar um negócio, você pode optar pelas áreas de coworking – espaços de escritórios alugados por outras pessoas para realização de reuniões por um preço acessível.

8 – Dinamize o contato com seus clientes

Quando não for o caso de um encontro pessoal, recorra a opções para manter contato frequente com o cliente. O corretor pode utilizar o Whats App, para antecipar informações, ou fazer reuniões por vídeo conferência. Opções que diminuem a distância e garantem a formalização do negócio.

9 – Garanta a sua carteira de imóveis

Em favor do corretor de imóveis independente, existem portais que oferecem a captação de imóveis. Isso pode ajudar o corretor a ter uma carteira de casas e apartamentos que atenda um público mais diversificado.

10 – Seja responsável

Esse é o maior desafio de um home office. Além do conhecimento, ser o próprio chefe exige cobrar bastante de si para agir com profissionalismo e dominar essa dinâmica diariamente.

Então, você se sente pronto para liderar o próprio negócio?

A SECA E OS IMPACTOS NA HORA DE ESCOLHER UM IMÓVEL PARA COMPRAR



Pensando em comprar ou vender um imóvel em uma região afetada pela seca? Então, vale a pena pesquisar bem e verificar todas as opções.

A seca, que toma conta de muitas regiões brasileiras, trouxe consequências causando grandes impactos na hora de escolher um imóvel, nos preços e ofertas. O problema, apesar de não ser recente, deixa o consumidor cauteloso, não apenas pela falta de água, mas pela escassez de energia, de serviços locais e pela expectativa de resoluções de políticas públicas.

O imóvel em uma região de seca é também afetado pela falta ou diminuição dos serviços básicos em seu entorno e até mesmo pela pouca opção de comércio – que cada vez mais tende a fecharem as portas ou se mudam para zonas em que o problema não é tão frequente.

Imóveis para comprar com preços reduzidos em tempos de seca

Os especialistas do mercado imobiliário da região sudeste, em que a seca tem se agravado potencialmente, acreditam que em algumas localidades o valor dos imóveis em venda tenha caído até 30%, uma lástima para o segmento.

O que pode ser aparentemente uma ótima oportunidade de negócios para o consumidor, é algo que deve ser muito bem discutido e orientado antes que se feche a compra: a credibilidade do corretor ou da imobiliária ficará fortemente abalada se todas as informações sobre o problema não forem repassadas.

Muitos proprietários e [imobiliárias](http://www.villeimobiliarias.com.br) já assumem algumas atitudes para manter o mercado em movimento: é comum entre os que ofertam imóveis nestas regiões reduzirem pela metade a comissão, baixar o preço de alguns imóveis, apontar vantagens intrínsecas que valorizem o imóvel (como a possibilidade de realizar perfurações para poços caseiros ou construção de cisternas, no caso de casas e terrenos), etc.

Em toda crise traz consigo diversas oportunidades, tanto para o corretor quanto o futuro [proprietário](#). Já é constatado um movimento migratório das pessoas que estavam estabelecidas nas regiões atingidas para outros lugares do Brasil – o que aumenta a oferta de empregos nestas regiões, mas com custo de vida mais alto.

E o acesso à água é um item fundamental na hora de escolher e ofertar um imóvel. Apesar da crise hídrica que há em diversas regiões, é preciso ter em mente que a seca pode também ser passageira em algumas localidades, e que existem medidas para contornar o problema.

Soluções para os imóveis durante a seca nas grandes cidades

Algumas soluções podem ser propostas na hora de vender um imóvel em regiões atingidas pela seca. Em primeiro lugar, o futuro proprietário precisa compreender que a falta de água é problema social de grandes proporções – o uso consciente deve ocorrer em qualquer região brasileira, evitando assim o desperdício.

A água já é vista em diversos países como um bem limitado, e o brasileiro precisa se adaptar. Em São Paulo, por exemplo, o Secovi-SP (Sindicato da Habitação) tem trabalhado em campanhas de conscientização e práticas que distribuem com mais equilíbrio a cota de água entre os moradores dos condomínios – como a aplicação de hidrômetros individuais.

Outra possibilidade é o reuso ecológico, que ainda esbarra na burocracia e na falta de leis específicas. As técnicas de reuso tem se popularizado nas cidades mais afetadas pela seca, entre imóveis novos e na adaptação de antigos. Trata-se de aplicar tecnologias capazes de reaproveitar água das pias, do banho ou até mesmo captar a que vem da chuva. Nos últimos anos, muitas construtoras já têm lançado empreendimentos residenciais com recursos capazes de utilizar as águas pluviais ou de reuso.

O chamado IPTU Verde, que prevê descontos de 2% a 6% (conforme anunciado) para as construções que adotarem sistemas de coleta de água da chuva e de reuso em São Paulo, deve ser uma tendência na região e em outras localidades que sofrem com a seca – assim como é em diversas regiões do planeta. Ainda não há leis que obriguem

mudanças em construções futuras, mas é um primeiro passo – e o corretor deve estar preparado para apresentar aos seus clientes esta vantagem.

Entre as principais construtoras nacionais, principalmente no planejamento de imóveis de alto padrão, o reuso é a gestão consciente de recursos é uma realidade. A elaboração de estruturas residenciais com a tecnologia de reuso torna o investimento mais em conta do que instalá-lo posteriormente – o que afetaria também o bolso do comprador. Além disso, em longo prazo, a reutilização de água impactaria positivamente nas suas contas mensais – outro bom argumento na hora de escolher um imóvel para comprar.

Aos futuros compradores, resta a dica de pesquisar os melhores negócios com a previsão de melhor investir em tecnologias capazes de reutilizar a água e captar a água da chuva, garantindo a qualidade de vida e os recursos por mais tempo. Os [corretores](#), por sua vez, devem ver o problema da seca como uma possibilidade de vender vantagens sustentáveis e capazes de proporcionar a qualidade e o acesso da água em diferentes empreendimentos residenciais.

PRINCIPAIS PORTAIS SOBRE NOTÍCIAS DO MERCADO IMOBILIÁRIO



A notícia é um formato de divulgação, uma informação de um acontecimento que se espalha com uma certa rapidez nos meios de comunicação e que são repassadas as mídias mais comuns hoje em dia como, TV, Internet, rádio, jornais e revistas. Essas informações podem lidar com questões econômicas, sociais, políticas e culturais, ou podendo ser afetado por um determinado grupo que os meios (imprensa) definam como significativo, como em questão o segmento **imobiliário**.

A maioria das profissões possuem um nicho que irá repassar conteúdos relevantes, informações que irão ajudar os profissionais da área no desempenho profissional. No mercado imobiliário não é muito diferente, pois para os portais, blogs e sites são grupos significativos e com isso buscam notícias que irão ajudá-los.

No segmento imobiliário a eficácia da internet é predominante, tanto para divulgar os serviços, tanto para obter notícias e informações que irão ajudar na capacitação do profissional, dessa forma seguem os principais portais sobre notícias do mercado imobiliário.

[Blog Marketing Imob](#)



Blog criado por Mariana Ferronato: Publicitária apaixonada pelo mercado imobiliário, com 10 anos de experiência na gestão e execução de ações de marketing em construtoras, imobiliárias e portal imobiliário.

Portal VGV



"Aqui divulgamos notícias, dicas de eventos do setor, guias de fornecedores, incentivamos a produção acadêmica e a discussão para fazer com que o marketing imobiliário se desenvolva cada vez mais".

Blog Marketing e Publicidade Imobiliária



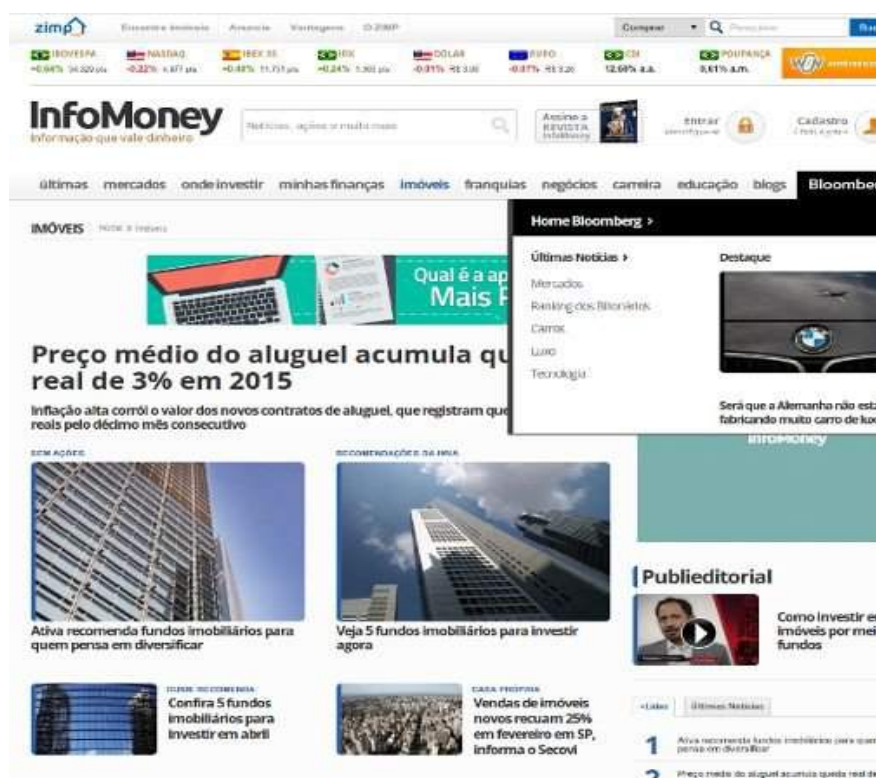
Fonte de informação e atualização entre os profissionais do mercado imobiliário".

[Blog Edvaldo Corrêa](#)



"Acompanhando as tendências e necessidades do setor imobiliário, uma alternativa para orientar empresários que buscam um olhar diferenciado na gestão de seus negócios".

InfoMoney – Imóveis



"Preza a qualidade da informação e atesta a apuração de todo o conteúdo produzido por sua equipe".

Blog Mercado Aquecido



“Tudo sobre o mercado imobiliário, atualizado com muitas notícias, dicas e informações”.

[Blog Mosaico Imobiliário](#)



“Focamos em soluções criativas e específicas para o segmento imobiliário”.



"Auxiliar corretores de imóveis e profissionais do mercado imobiliário a realizarem, de maneira muito simples, diversas ações para incrementar suas vendas, ampliando o seu conhecimento sobre os mais diversos temas".

Tendo como visão que não é simplesmente buscar acontecimentos reais e exibir notícias do mercado imobiliário para os corretores e imobiliárias e sim uma desenvoltura como, novidade, dicas, aproximação e relevância. Quanto mais próximo a notícia no cotidiano do leitor melhor o interesse que será gerado. As notícias irrelevantes não irão acrescentar ao leitor em nada, o grande diferencial dos portais é mostrar informações importantes.

A internet é um meio de comunicação que tem capacidade de captar a atenção dos leitores e consumidores, devido a esse diferencial é um dos meios mais utilizados. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia – Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – , praticamente metade dos brasileiros utilizam a internet e 67% utiliza para buscar notícias e informações diversas.

As informações passadas como notícias e dicas podem resultar e agregar grandes oportunidades para os [corretores](#) e imobiliárias, obtendo conhecimentos em questões que muitos são leigos. As notícias transmitidas pelos portais imobiliários irão gerar reflexões servindo como um apoio no desempenho profissional.

Sucesso e Bons Negócios!

Sabrina Rozindo

Depto de Marketing

villevox Comunicação e Marketing

VOCÊ SABE COMO FUNCIONA O CONSÓRCIO IMOBILIÁRIO?



Hoje, uma das alternativas para conseguir a tão sonhada casa própria pode ser iniciada realizando um consórcio, para quem não tem pressa é a melhor escolha a se fazer. Segundo [Brasil Econômico](#), o cenário econômico em que estamos vivendo é de aumento das taxas e uma enorme dificuldade na obtenção de crédito no mercado, dessa forma a opção por consórcios é mais vantajoso no período, sem contar que financiar um imóvel por longos meses fica 70% mais caro que adquirir a mesma unidade em sistema de consórcio.

O que é Consórcio?

O consórcio é uma associação, uma união de pessoas físicas e jurídicas promovida por uma administradora de consórcio, a finalidade é conceder aos participantes a aquisição de bens ou serviços, por meio de autofinanciamento.

Nos consórcios é possível planejar a aquisição de qualquer bem, de fabricação nacional ou importado. Com o consórcio é possível comprar Imóveis, automóveis, embarcações e outros.

Sorteios dos consórcios

Cada cotista paga as mensalidades para ter o direito de sorteio. Havendo saldo em caixa as assembleias desses grupos realizam os sorteios definindo qual desses cotista serão contemplado com a carta de crédito.

Os sorteios acontecem uma vez por mês, apenas um participante pode ser sorteado, por grupo no mês. Segundo a [UNIFISA](#) a realização do sorteio será feita pela extração da loteria federal, em data determinada, e o consorciado concorrerá com o número da sua cota.

O que é lance?

Segundo a Unifisa o lance é basicamente um leilão. Na assembleia os participantes podem dar lances para ter acesso mais rápido a outras cartas, eles podem fazer ofertas de antecipação de parcelas. A maior, ou maiores, serão contempladas, de acordo com o saldo de caixa, abreviando assim o tempo de recebimento do bem.

De acordo com o [Blog Lopes](#), esse lance pode ser dado por meio de recursos próprios, uso do FGTS ou lance embutido (utilizar um percentual da carta de crédito como lance).

Como utilizar o valor após a contemplação?

Conforme o Blog do Lopes, pode ser utilizado o valor adquirido após se contemplado para: Imóveis residenciais, Imóveis Comerciais, Galpão, Construções ou reformas e Terrenos.

O imóvel está financiado, é possível fazer um consórcio?

Segundo a [Unifisa](#), pode sim realizar um consórcio para que quitar um financiamento imobiliário. Depois de ser contemplado, a administradora quita a dívida e financia. Depois de quitado irá passar a pagar somente as parcelas do consórcio, sem haver cobranças de juros, irá pagar somente a taxa administrativa.

Agora você já tem uma ideia de como funciona um consórcio imobiliário. Se tem interesse em comprar um imóvel através de um consórcio é só seguir as dicas. No site da Unifisa tem um FAQ com várias outras perguntas que podem responder as suas dúvidas, [acesse](#).

Sabrina Rozindo

Depto de Marketing – Software ERP ville Imob

uma solução da [villevox Comunicação e Marketing](#)

CORRETOR DE IMÓVEIS OU CONSULTOR IMOBILIÁRIO. QUAL É A DIFERENÇA?



A Lei 6.530 determina a presença de um profissional capacitado intermediando a transação imobiliária entre [proprietário](#) e comprador. Nesse caso, o profissional em questão é um corretor de imóveis com carteirinha do Conselho Regional dos Corretores de Imóveis (CRECI) do estado onde ele atua.

Com o processo de profissionalização que o mercado imobiliário sofreu na última década, o corretor de imóveis começou a absorver e a concentrar novas funções. Hoje em dia, além de atender e apresentar os imóveis às visitas, ele ainda faz captações de imóveis e de clientes e cuida de todas as etapas burocrática, deixando escrituras, contratos e certidões em ordem.

Em meio a essa transformação profissional do corretor de imóveis, surgiu a figura do consultor imobiliário. De um modo geral, o consultor imobiliário presta consultoria às imobiliárias, aos corretores e aos investidores, avaliando, de forma mais técnica, o melhor momento para comprar, alugar ou vender um imóvel.

A partir desse momento, podemos dizer que o consultor imobiliário é um corretor de imóveis mais especializado, focado em um determinado assunto. Em resumo, ele busca fazer uma análise muito profunda, ligando a situação econômica como um todo com o mercado de imóveis. Portanto, a sua atuação fica limitada a prestar consultorias, isto é, indicando as melhores condições e oportunidades do mercado imobiliário aos seus clientes.

Por sua vez, o corretor de imóveis precisa se preocupar muito mais com o relacionamento com os [clientes](#), tanto com o proprietário quanto com o comprador. Aqui, essa preocupação com o relacionamento vale na hora de captar clientes, durante a visita e no pós-venda. E, claro, conhecer bastante sobre os documentos, a região em que atua e dos imóveis que comercializa para fazer o melhor atendimento possível.

Diferenças também no pagamento

Quanto ao pagamento, também há diferenças entre corretor de imóveis e consultor imobiliário. Enquanto o corretor ganha conforme as suas vendas, por meio de comissões (geralmente, 6% em cima do valor do imóvel), o consultor recebe por serviço prestado. Aqui, pode ser por hora de consultoria, dias ou meses, independente

dos resultados.

Atenção aos profissionais

Independente como o profissional se apresente, seja como corretor de imóveis ou como consultor imobiliário, é fundamental que ele possua a carteirinha do CRECI. Caso contrário, ele estará atuando de forma ilegal. Aí, você deve denunciá-lo no site do CRECI.



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

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

WWW.VILLEIMOBILIARIAS.COM.BR

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



[FACEBOOK.COM/
VILLEIMOBILIARIAS](https://facebook.com/villeimobiliarias)



[INSTAGRAM.COM/
VILLEIMOB](https://instagram.com/villeimob)



[TWITTER.COM/
VILLEIMOB](https://twitter.com/villeimob)



[LINKEDIN.COM/IN/
VILLEIMOB](https://linkedin.com/in/villeimob)



[PLUS.GOOGLE.COM/
U/0/+VILLEIMOB-
SOCIAL](https://plus.google.com/u/0/+villeimob-social)



[BR.PINTEREST.COM/
VILLEIMOB1](https://br.pinterest.com/villeimob1)