

ESTRATÉGIAS DE VENDA PARA O MERCADO IMOBILIÁRIO





SUMÁRIO

Introdução.....	02
1- 5 Técnicas de venda de imóveis que todo corretor deve saber.....	03
2- Venda de imóveis em grupos de Facebook funcionam?.....	09
3- Psicologia de vendas aplicada ao mercado imobiliário.....	18
4- Afinal, o que é realidade aumentada para vender imóveis?.....	23
5- Técnicas de persuasão na venda de imóveis: convencendo seus clientes.....	26
6- Técnicas digitais que impulsionam as vendas de imóveis.....	29
7- Como a realidade virtual pode vender um imóvel?.....	33
8- Dicas para captar e vender imóveis de luxo.....	37
9- O que é preciso para vender um imóvel na área rural.....	41
10- Como a técnica do Home Staging pode ajudar a aumentar as vendas.....	45
Conclusão.....	49
Materiais Relacionados.....	50
Saiba mais sobre o ville Imob.....	51



INTRODUÇÃO



Neste ebook vamos tratar de várias questões ligadas a venda de imóveis. Tanto questões conceituais como questões práticas, ou seja, que ocorre no dia a dia de uma imobiliária. Este ebook é uma seleção de alguns dos artigos de nosso blog que tratam especificamente sobre o tema em questão e temos certeza que irá gostar. Aproveite para ler todos os artigos e ficar bem antenado sobre o que está rolando de estratégias de vendas para o mercado imobiliário.

Ramon Carvalho





1. Cinco Técnicas de venda de imóveis que todo corretor deve saber



Saber como vender um imóvel (ou qualquer produto) não é algo que se aprende da noite para o dia. É essencial que o vendedor aprenda técnicas básicas de negociação para que ele convença o cliente a comprar o imóvel. No artigo de hoje veremos 5 técnicas básicas de venda desenvolvidas para o corretor de imóveis. Portanto, se quiser melhorar sua estratégia de negociação, não deixe de acompanhar esta leitura.



SEJA EDUCADO, CORDIAL, ENFIM, TENHA UM ATENDIMENTO PERFEITO

Ninguém começa uma negociação oferecendo um imóvel. Pense bem, a primeira coisa que você, normalmente, pergunta um cliente é o nome. Quando esta informação já é conhecida (devido aos contatos anteriores por telefone ou email), por exemplo, então você pergunta, pelo menos, se está tudo bem, como foi o dia, entre outros.

Ou seja, fica claro que nunca uma venda é iniciada com a frase “eu tenho este imóvel para te oferecer”. Ou ainda “qual tipo de imóvel você deseja”? Sempre existe algum tipo de preliminar, alguma conversa para deixar o cliente confortável com a situação.

E porque estamos focando tanto neste aspecto? Porque é essencial que você saiba conduzir estas perguntas básicas iniciais. Ser educado e cordial é perguntar ao cliente como estão as coisas. Dar um “bom dia”, “boa tarde”, ou o cumprimento adequado para o momento também é importante.

Tudo começa aí, se você sabe como começar a conversa com o cliente, então suas chances de conduzir uma negociação com o mesmo são muito maiores. Mas é claro, existem limites. Sempre se lembre que você precisa respeitar o espaço pessoal do seu cliente.

Evite fazer perguntas muito pessoais, mas mostre que você é atencioso. Suponha, por exemplo, que seu cliente precise adiar uma reunião porque a esposa dele passou mal no dia. Você pode perguntar, no dia da próxima reunião se ela está melhor. Isso mostra que você é atencioso.

Por outro lado, você deveria evitar perguntar algo sobre ela se ele nunca comentou algo sobre ela com você. Porque isso passaria a impressão de alguém que é curioso.



CONHEÇA SEUS IMÓVEIS E SEUS CLIENTES

Saber conversar com seus clientes, como mostrado anteriormente, ajudará muito neste passo. Conhecer bem seus clientes te ajudará a sugerir o melhor imóvel para os mesmos.

Para conhecer bem as necessidades dos seus clientes é importante que você consiga questionar os mesmos sobre assuntos como membros familiares, renda, e os desejos deles quanto ao imóvel. Tudo isso será importante para que você encontre o imóvel ideal.

Para conhecer bem seu produto é importante que você sempre seja atencioso nas visitas. Um dos primeiros passos no processo de captação de imóveis é a avaliação do mesmo. Naturalmente, é essencial que você sempre proceda com extrema atenção neste momento.



Verifique todos os detalhes do imóvel, se necessário faça anotações pessoais, e sempre guarde estas anotações. Ao apresentar um imóvel para seus clientes, comente sobre os pormenores do imóvel.

É importante que você argumente com exatidão porque você acredita que aquele imóvel é bom para o seu cliente. Isso é o que chamamos de dar embasamento aos seus argumentos. Seu cliente tem um pet? Destaque o fato que o imóvel em questão possui uma grande área para o mesmo.

Agora se ele busca um imóvel menor, de fácil limpeza e manutenção. Então você pode falar que este imóvel foi reformado recentemente, o que significa que o mesmo não terá grandes problemas no futuro. Apoiar seus argumentos na situação e nos desejos do cliente é a chave para a venda dos imóveis.



TENHA UM SITE IMOBILIÁRIO

Ter um site de venda é considerada uma técnica de venda porque isto permite que seu cliente visualize seus imóveis com calma. Pense bem, suponha que seu cliente não saiba do seu site. Ele vai até seu escritório e pede que você informe os imóveis que você tem disponível.

Após uma longa conversa sobre os desejos dele, seu perfil e outros aspectos. Você, então, pode apresentar vários imóveis e o cliente pode até ficar um pouco confuso. O que não é interessante, mas é normal, dependendo da interação.

Mas, nesta conversa, você apresenta seu cartão de visita e mostra seu site. Ele pode então, chegar no conforto do imóvel atual dele, e pesquisar mais sobre os imóveis que você possui disponível.



Assim, se ele quiser ver as fotos com mais calma ele terá esta liberdade. Nem sempre é possível oferecer este tipo de experiência no escritório. E, de certa forma, nem sempre é interessante mostrar imagens no escritório. O ideal é agendar visitas e permitir que o cliente veja os imóveis pessoalmente. Um uso muito melhor do seu tempo e do tempo do cliente.



CONFIANÇA E DISPONIBILIDADE

É essencial que você esteja sempre disponível. Sempre seja rápido para responder às perguntas feitas pelo cliente. Isso vale para atendimentos via email, WhatsApp, Facebook, Chat, entre outros.

Lembre-se: seu cliente pode ter feito a mesma pergunta à outro corretor, sobre imóveis diferentes. Se ele responder antes de você, pode ser que seu cliente decida fechar negócio com quem respondeu primeiro.

Não porque ele tomou a decisão de acordo com a rapidez da resposta. Mas porque pode ser que o corretor aproveitou para apresentar argumentos de venda sólidos que acabaram conquistando o cliente. Caso você tivesse sido mais rápido na resposta, pode ser que o cliente optasse pelo seu imóvel, visto que você teria a chance de apresentar argumentos de venda.

E seja sempre confiante. Tenha sempre aquele sorriso que demonstra a confiança em você, no seu produto e na sua imobiliária. Mostre para o seu cliente que ele pode confiar em você. Essa é uma das técnicas de venda mais básicas e mais ignoradas.



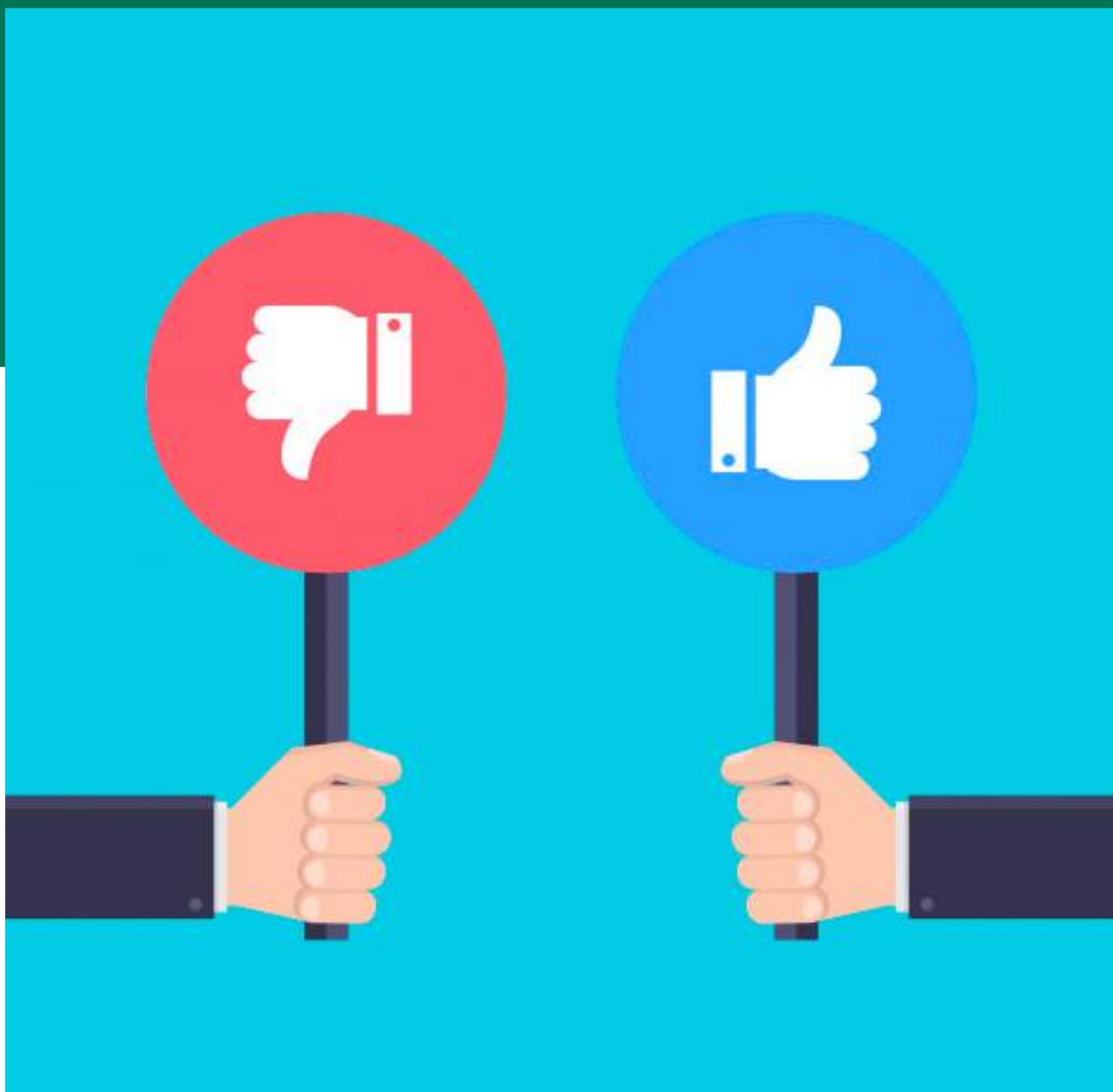


CAPRICHE NO FOLLOW UP

Concluiu uma negociação? Achou que as técnicas de venda acabaram por aí? Errou. O follow up é uma técnica de venda essencial para garantir a satisfação do cliente atual e conseguir novas recomendações no futuro.

Visite, faça uma ligação, ou mande uma mensagem para seu cliente após algumas semanas ou até mesmo um ou dois meses da negociação. Pergunte se está tudo bem no novo imóvel. Se coloque à disposição em caso de dúvidas e, no caso de visitas, sinta-se livre para levar um presente.

Qualquer artigo de decoração ou utilidade doméstica é um presente interessante. Isso dá um toque pessoal que pode garantir ótimas recomendações futuras.





2- Venda de imóveis em grupos de Facebook funcionam?



Será que a venda de imóveis em grupos de Facebook funcionam? Afinal, esta prática é uma realidade que abrange um grande número de corretores e até mesmo imobiliárias. Porém, este tipo de prática tende a provocar mais resultados a partir de contatos mais pessoais. Isto é, a partir do contato entre corretores e potenciais clientes.

Não obstante, muita gente ainda alega que este tipo de divulgação não é uma boa alternativa para vender imóveis na internet. O que, na verdade, não passa de um equívoco.

O que precisamos considerar, no entanto, é a qualidade de nossas publicações. Bem como também devemos observar a frequência que interagimos nesta rede.



VENDA DE IMÓVEIS EM GRUPOS DE FACEBOOK FUNCIONAM?

Respondendo ao questionamento inicial deste artigo, venda de imóveis em grupos de Facebook funcionam? Sim! Sim é possível fazer ótimas vendas de imóveis com o auxílio dos grupos do Facebook. Porém, pare e reflita acerca do nosso destaque: você pode conquistar resultados positivos se utilizar os grupos como um auxílio.

Isto é, é preciso que os grupos e suas publicações sejam uma “ponte” para a venda. A divulgação, por si só, não será responsável pelos resultados positivos. No entanto, é preciso compreender algumas considerações importantes para de fato atingir êxito nesta plataforma.

Acompanhe a seguir todas as nossas dicas e comece hoje mesmo a fazer publicações incríveis de venda de imóveis em grupos de Facebook.

VENDA DE IMÓVEIS EM GRUPOS DE FACEBOOK FUNCIONAM, MAS, COMO FAZÊ-LAS?

Os processos de venda de imóveis em grupos do Facebook funcionam, mas, para te ajudar nesta empreitada, elencamos 8 pontos que precisam ser considerados à risca. Cada uma destas considerações trabalhará para que o melhor resultado ocorra.



01

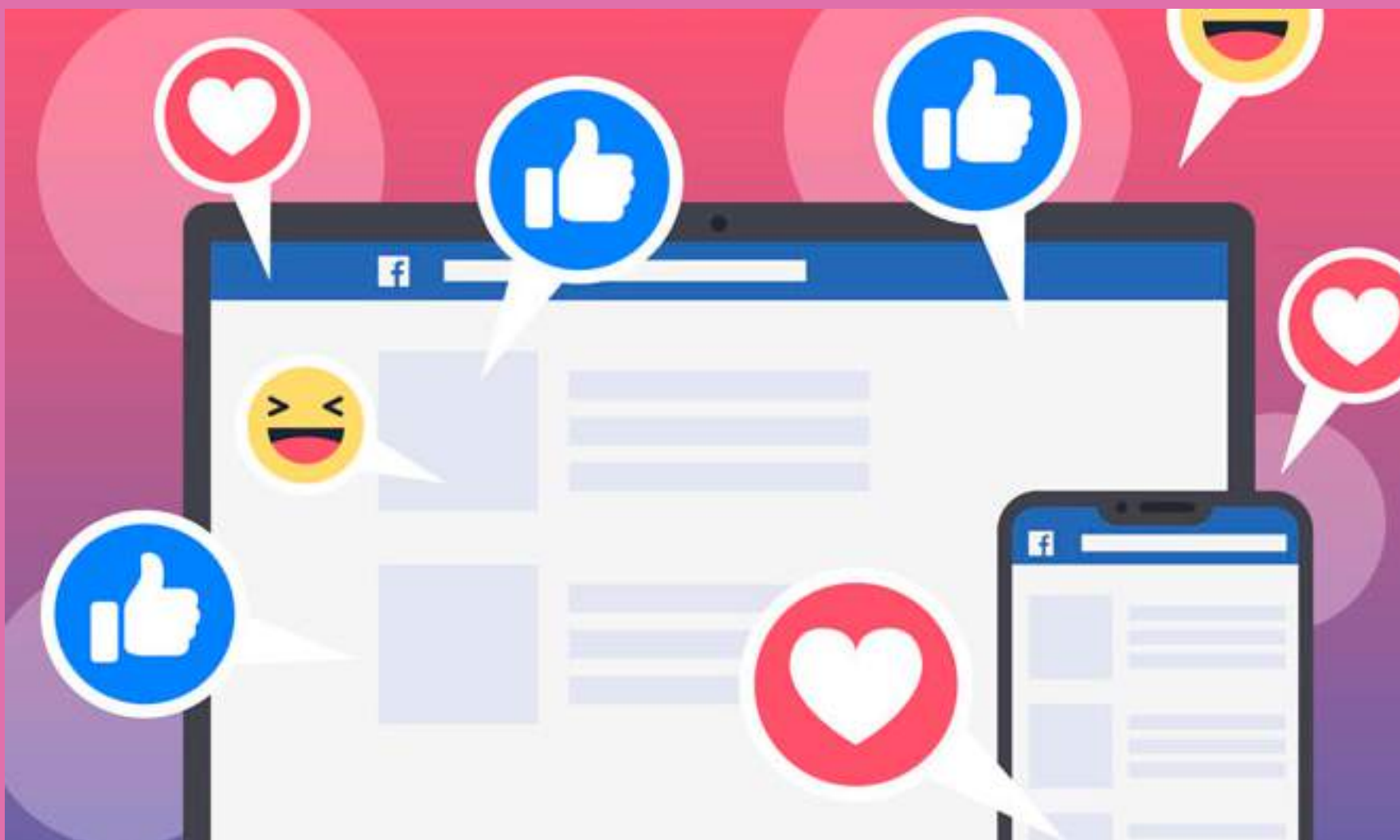
DIVULGUE VÍDEOS

Sempre apontamos a importância de se utilizar vídeos de qualidade quando estamos divulgando um imóvel na internet. Afinal, este fator é responsável por criar a sensação de imersão no potencial comprador.

Dessa maneira, quanto mais “contato” ele tiver com o imóvel, mais aguçado ficará o seu desejo de compra. Pois ninguém se interessa por algo que nem se quer pode ver, certo? Quando temos um contato mais próximo com um produto, passamos a enxergar os detalhes do mesmo. E é aí que nos “apaixonamos”!

Uma vez que nós, seres humanos, somos aqueles que sempre se apaixonarão pelos pequenos detalhes, ou seja, as pequenas diferenças. E mexer com o sentimento das pessoas é uma ótima estratégia de venda.

Dessa maneira, para conseguir atingir os potenciais compradores com este tipo de afeto, nada melhor do que imagens em vídeo, de altíssima qualidade, para despertar estes desejos nos mesmos. Será meio caminho andado no processo de persuasão de venda. Pode acreditar!





02

AS FOTOS PRECISAM SER DE QUALIDADE

Da mesma forma que você precisa divulgar vídeos de altíssima qualidade, que realmente entreguem a realidade do imóvel, você também precisa apostar em fotos incríveis.

Pois em muitos casos os potenciais clientes podem estar dando aquela “passadinha rápida” pelo feed do Facebook. E assim, podem não parar para assistir um vídeo inteiro sobre um imóvel.

É aí que as fotos bem tiradas e de altíssima resolução entram. Estas imagens entregam um afeto mais rápido e certo nos potenciais clientes. Existindo, dessa forma, apenas duas reações esperadas:

1. Ou a pessoa se sentirá atraída, pois faz parte de um objetivo de vida dela. E assim ela olhará com mais carinho e atenção a publicação;
2. Ou a compra de um imóvel não está nem perto dos planos dela e ela apenas visualizará uma “foto bonita” passível de um clique em curtir.



Das duas formas você estará criando autoridade para o seu conteúdo. Sabe por quê? Porque você caprichou nas fotos! E mesmo aquele indivíduo que não esteja preocupado com comprar um imóvel poderá se sentir convocado a dar um like nas imagens.

E o que estes likes podem significar para o seu trabalho? Simples: mais engajamento. Quanto mais interação uma publicação tem, mais ela será entregue para os participantes do grupo, por exemplo.

Portanto, as duas vias de impacto (pessoa interessada e pessoa que apenas curtiu a foto) são importantes para o seu negócio. E você só conquista ambas as personalidades a partir de imagens bem feitas e com qualidade excelente.



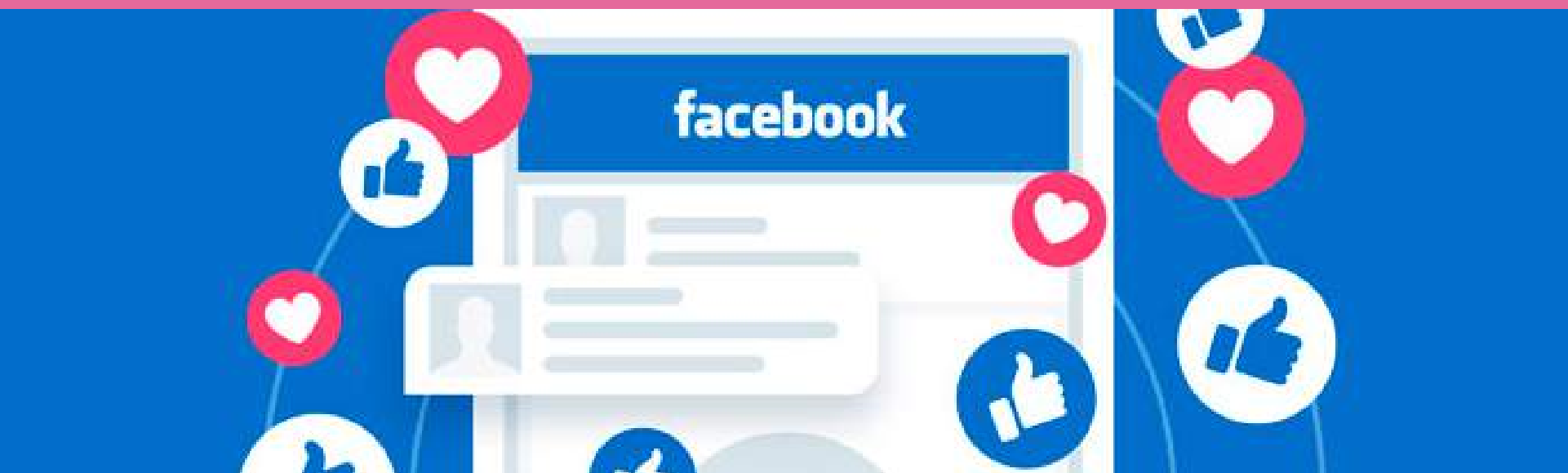
03

PROMOVA UMA COMUNICAÇÃO MAIS PRÓXIMA

Uma coisa é certa: a internet, infelizmente, passou a criar muitos contatos frios entre empresas e clientes. O que isso ocasiona? Um descaso sem tamanho para com aqueles que realmente estão interessados em nossos produtos.

Mas, como lidar com esta situação? Simplesmente criando publicações com uma linguagem mais próxima dos seus potenciais clientes.

Isto é, os processos de venda de imóveis em grupos de Facebook funcionam desde que você aposte em uma linguagem (forma de escrever mesmo!) que mais se enquadre no tema do grupo em si. Quanto mais pessoal a sua publicação parecer, mais chances você terá de impactar o seu público alvo de uma maneira positiva.



Mas, para além disso, você ainda precisa apostar na “conversa” com estas pessoas. O que isso significa? Significa que você precisa se mostrar disponível a maior parte do tempo.

É claro que não podemos responder a todos os questionamentos que surgem nas redes sociais, o tempo todo. Porém, é essencial que façamos certo esforço para não fazer com que um cliente em potencial precise esperar por mais de 24 horas.

Este é o período máximo que uma pessoa normalmente está acostumada a esperar por respostas deste cunho. Portanto, dedique-se e produza conteúdos com uma linguagem que engaje os potenciais clientes, e sempre responda o mais rápido possível.

Dica importante: Lembrando que linguagem simples e que se enquadre com o grupo não é o mesmo que palavras erradas, de baixo calão ou gírias, ok?



04

CRIE PUBLICAÇÕES COMPLETAS

Outro ponto que precisa ser constantemente observado, quando se produz conteúdos para os grupos do Facebook, é quanto à completude do que foi divulgado. Isto é, você precisa criar publicações que realmente entreguem um conteúdo de valor para os potenciais clientes.

O que isso significa? Significa que você precisa entregar informações completas acerca dos imóveis. Sempre deixando claro todos os pontos importantes que envolvem aquele imóvel.

Caso contrário, a pessoa poderá estar com muita pressa para simplesmente “parar” o que está fazendo para lhe questionar acerca de sua dúvida.

Pois uma coisa é clara: quanto mais assertiva e completa as informações, mais concisa será a entrega da publicação. Isto é, a venda de imóveis em grupos do Facebook funcionam quanto mais detalhada for a sua postagem. Assim haverá maiores chances do público certo se interessar por ela.

Sabe por quê? Porque você poderá estar destacando exatamente aquela característica que o público X procura em um imóvel. E assim, as chances de converter as interações em vendas aumentam expressivamente. Pode apostar!

05

TIRE DÚVIDAS AMPLAS PUBLICAMENTE, E OUTRAS DE MODO PRIVADO

É muito importante que você tire as dúvidas daqueles que comentam em suas publicações. E, mais importante do que isso, é essencial que você tire as dúvidas amplas de um modo público, e as mais precisas de modo privado.

Ou seja, quando a dúvida for, por exemplo, acerca do tipo de material utilizado para o acabamento em um cômodo, você responde publicamente. Pois é bem provável que a mesma dúvida possa surgir mais tarde, a partir de outro usuário do Facebook.

Em contrapartida, quando a dúvida for mais singular como, por exemplo, com relação às condições de pagamento, é mais interessante que você responda de modo privado. Pois nem sempre a pessoa estará disposta a discutir este tipo de informação em público, não é mesmo?

Além disso, as dúvidas tiradas em modo privado criam uma atmosfera de proximidade mais expressiva. E este fator está diretamente relacionado com a nossa dica anterior.



06

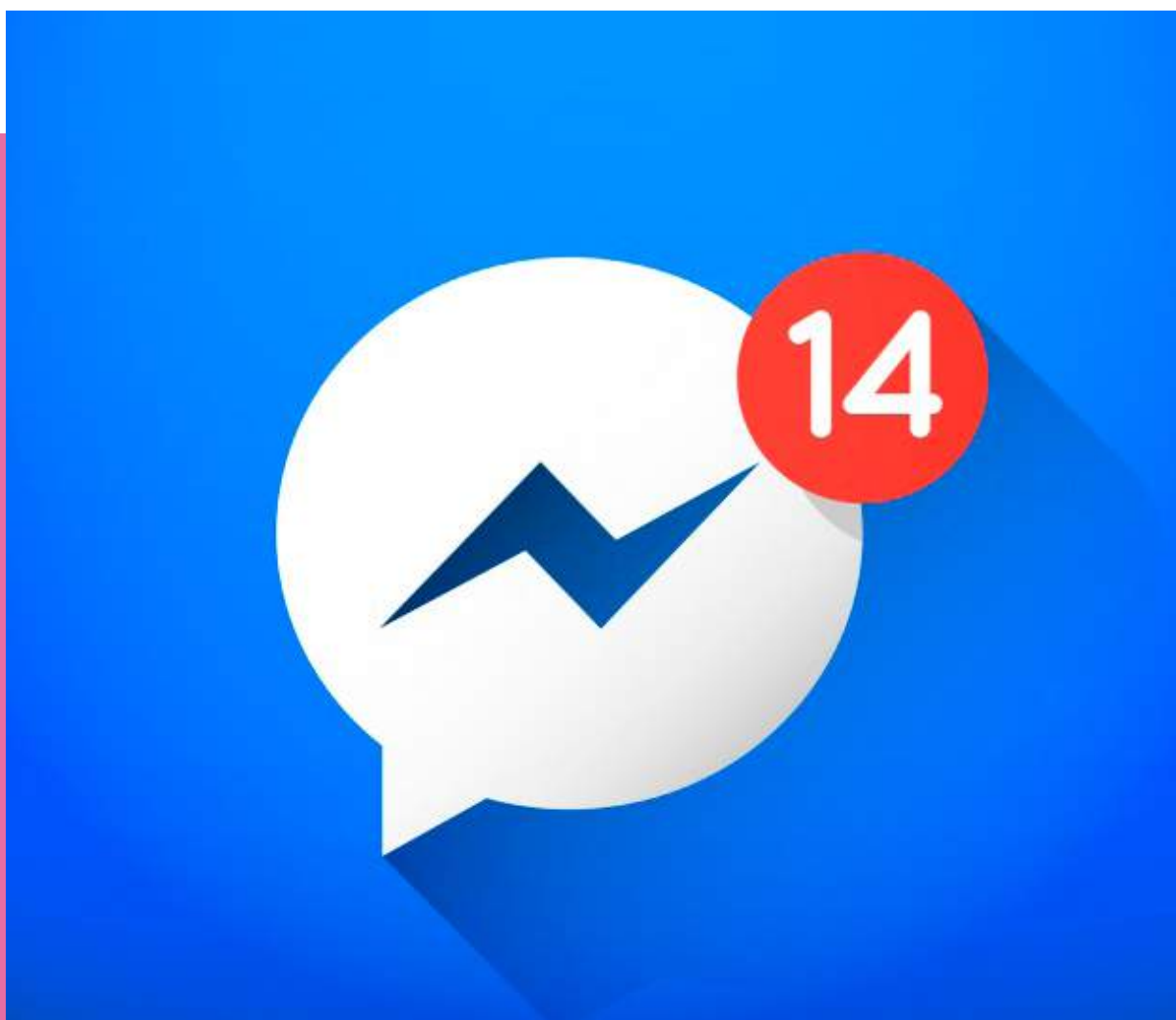
VERIFIQUE SEMPRE AS SOLICITAÇÕES DE MENSAGENS

Sabia que este é um dos maiores erros de pessoas que divulgam conteúdos no Facebook com o intuito de gerar vendas? Pois é! Acontece que normalmente não recebemos uma notificação para mensagens que são enviadas por pessoas “não amigas”. Assim, diversas vezes conversas importantes podem passar despercebidas.

Dessa maneira, a única forma de evitar este tipo de impasse é sempre verificando as solicitações de mensagens. Apenas dessa maneira é que poderemos evitar deixar nossos potenciais clientes esperando.

Pois voltamos sempre para outros pontos estipulados ao longo do nosso artigo: responder rapidamente é importante; contato mais personalizado é importante; mostrar-se disponível é importante.

Dessa forma, procure verificar pelo menos duas vezes ao dia a sua caixa de entrada de solicitações. De manhã e a noite. Assim você poderá sempre se certificar que não estará deixando alguém esperando por uma resposta.





07

PROCURE POR GRUPOS MAIS NICHADOS

A venda de imóveis em grupos de Facebook funcionam apenas se você considerar este ponto. O nicho é um fator muito importante para quem quer ter sucesso nas mídias sociais. Quando não divulgamos o nosso conteúdo em grupos nichados, automaticamente estamos entregando a nossa publicação de uma maneira muito vaga. Dessa forma, é bem provável que a mesma não engaje e seja deixada de lado em poucos minutos.

Portanto, tente sempre estudar que tipos de conteúdos estão sempre sendo divulgados no grupo selecionado. Leia as interações e procure saber mais sobre o que costuma ser divulgado ali.

Assim você criará uma maior afinidade com o conteúdo que é público, e poderá, inclusive, criar postagens mais condizentes com o que é proposto no grupo. Pois além de nichado, você precisa ser certo. – Lembra da comunicação clara e objetiva? Que “casa” com a necessidade do cliente? Pois é!

Nunca publique as suas postagens em qualquer tipo de grupo. Pois ao invés desta prática impactar mais pessoas de modo positivo, ela na verdade “queimará” o seu filme. Afinal, você poderá ser visto como o inconveniente.

Portanto, leia, estude e busque as melhores alternativas de grupos para as suas vendas.

08

LEIA AS REGRAS DOS GRUPOS

Encontrou aqueles grupos que parecem perfeitos para a venda de imóveis? Ótimo!

Mas, antes de sair divulgando todo aquele conteúdo que você preparou, que tal dar uma olhadinha nas regras do grupo?

Afinal, praticamente todos os grupos – sérios, pelo menos – apresentam regras para que o mesmo funcione e cresça da forma mais saudável possível. Portanto, procure sempre ler estas regras antes de divulgar o seu material.

Uma vez que nem todos os grupos permitirão este tipo de divulgação, ok? E você não quer passar pelo inconveniente que pratica spam, certo? Portanto, cuidado!



O QUE NÃO FAZER NOS GRUPOS DO FACEBOOK?

Agora que você já sabe que a venda de imóveis em grupos de Facebook funcionam, conheça os principais erros cometidos por leigos no assunto. E assim, evite estes pequenos deslizes que podem manchar a sua imagem na plataforma:

- Praticar spam: A prática de spam é responsável por desqualificar qualquer produção de conteúdo. Afinal, você se torna o “chato” que sempre publica a mesma postagem, diversas vezes. Portanto, tenha o cuidado de postar com moderação e no lugar certo!
- Despejar informações vagas: Não adianta querer impactar o maior número de grupos e pessoas, se isso é feito do modo errado. Sempre capriche nas informações para não criar postagens vagas.
- Demorar para responder os comentários: Está com pouco tempo para responder? Então não publique em dezenas de grupos! Mas sim, crie uma rotina de publicar em 1 ou 2 grupos por dia, sempre se atentando aos comentários e respondendo-os da melhor maneira
- Não colocar os preços corretamente: Muita gente não tem tempo de ficar questionando alguns pontos dos imóveis que você publica. E quando elas se deparam com a falta de informação acerca do preço, poderão ignorar por completo a sua postagem. Portanto, sempre coloque os preços corretamente, ok?

A VENDA DE IMÓVEIS EM GRUPOS DE FACEBOOK FUNCIONAM, DESDE QUE FEITA DE MANEIRA CONSISTENTE!

Com dedicação e atenção você poderá fazer publicações que alavancarão a sua venda de imóveis pela internet. Desde que sempre considere o bom senso e as melhores maneiras de divulgar este tipo de material em grupos. Além disso, procure sempre fazer combinações com alternativas que impulsionem o alcance dos seus anúncios. Para isso você pode contar com o nosso sistema de Integração Social, onde você poderá divulgar e acompanhar todos os seus resultados nas mídias sociais.



3. Psicologia de vendas aplicada ao mercado imobiliário



Entender o processo de aquisição de um produto, do ponto de vista psicológico, é uma habilidade que tem garantido que vários vendedores melhorem significativamente seus números mensais de vendas. Mas, será que é possível aplicar princípios da psicologia de vendas no mercado imobiliário? Sim! E, este é exatamente o tema do artigo de hoje.



PSICOLOGIA DE VENDAS

A compra de novos objetos é uma ação com alta influência psicológica. Nós somos seres racionais, mas no momento de realizar uma nova aquisição muitas pessoas deixam a racionalidade de lado. E, com isso, acabam tomando decisões totalmente emocionais.

Não é atoa que existem efeitos psicológicos associados ao ato de comprar como o distúrbio de compra compulsiva ou o remorso após a compra. Isso sem contar na descarga de endorfina que recebemos, seja ao analisar produtos que desejamos comprar ou no ato da compra dos mesmos.

Mas é claro, à medida que o valor do produto adquirido aumenta, respostas compulsivas são reduzidas. Em contrapartida, análises mais racionais são feitas. Mas isso não significa que na hora de comprar um carro ou um novo imóvel nós somos totalmente racionais. Apenas somos um pouco mais lógicos do que no momento em que compramos nosso último smart-phone, que provavelmente poderia ser metade do preço sem grandes comprometimentos.



O bom vendedor sabe como estimular respostas psicológicas desejadas. Tornando o comprador mais disposto à tomar determinadas decisões. E, embora a decisão final seja sempre a compra do imóvel (ou do produto, de uma maneira geral). Nem sempre a ação terá como objetivo direto a compra.

Existem vendedores que propositalmente informam algo errado apenas para que o cliente argumente corrigindo o mesmo. Isso permite que o cliente fique mais tempo com o produto em mãos aumentando seu desejo de compra. Note que o objetivo direto não era vender o produto, na verdade o vendedor queria que o cliente simplesmente não fosse para casa naquele momento.

Vamos ver algumas técnicas psicológicas que podem ser utilizadas por corretores de imóveis.



PSICOLOGIA DE VENDAS PARA CLIENTES ARGUMENTATIVOS

De uma forma geral devemos ter cuidado ao corrigir clientes. Não que eles não devem ter as informações corretas. Na verdade, precisamos saber a hora correta de retificar uma ideia incorreta que o cliente tem sobre determinado assunto.

Se você corrigir o cliente imediatamente após ele dar uma informação errada você pode deixá-lo desconfortável. E todos sabemos que pessoas desconfortáveis não gastam R\$ 250.000 ou mais. Em geral recomenda-se que clientes nunca sejam interrompidos e que correções sejam feitas com calma. Preferencialmente algum tempo após você perceber que o cliente tem uma informação incorreta.

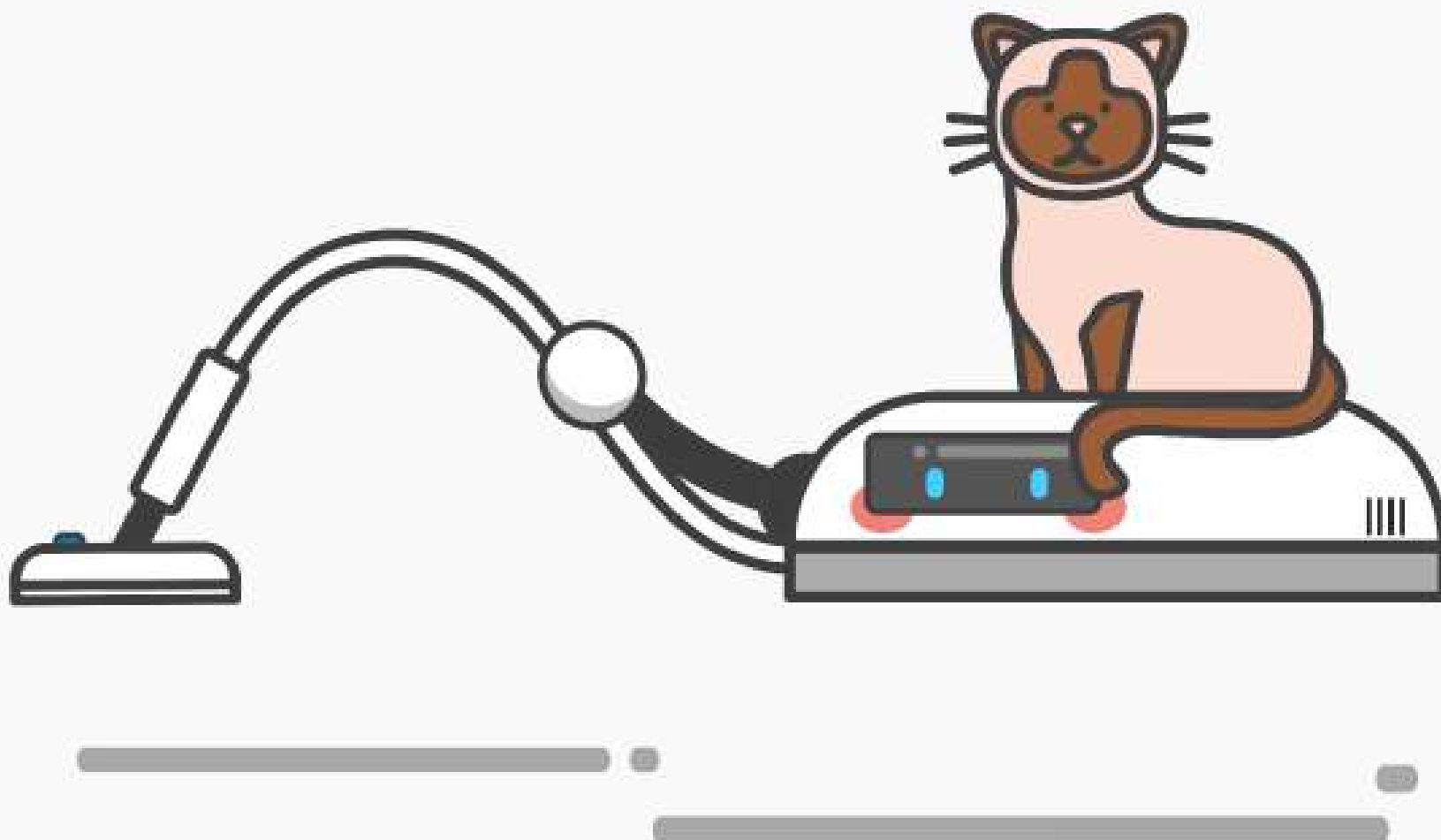
Mas se corrigir clientes em geral exige cuidado, corrigir clientes argumentativos é um desafio a parte. Você não quer que ele se sinta ignorante, mas você não quer que ele tenha uma informação incorreta. Visto que esta informação pode prejudicar a tomada de decisões por parte do seu cliente.

Em geral, você precisa seguir os seguintes passos:

- Não interrompa o comprador em meio ao seu argumento;
- Mantenha a calma;
- Evite polêmicas e discussões;
- Apresente seus argumentos e objeções quando o cliente estiver de fato ouvindo;
- Sempre que possível (e adequado), utilize fatos, números, estatísticas e outras fontes.

Seguindo estas regras e tendo algum bom senso, é possível lidar com estes clientes.





FOCO NO OBJETIVO DA COMPRA

Qual foi sua última aquisição? No meu caso foi um aspirador, não porque eu queria ter um aspirador. Mas sim porque eu precisava remover todo o pelo do meu pet do carro. Note que compramos um produto não porque queremos o mesmo. Mas sim porque precisamos deles.

Por exemplo, ninguém compra um micro-ondas para enfeitar a cozinha. Se o objeto foi comprado é porque esta pessoa busca praticidade na hora de aquecer alimentos. O mesmo vale para smartphones, computadores, carros e imóveis. Toda escolha do seu cliente será baseada não em um desejo simples. Mas sim em uma vontade estimulada por uma necessidade.

Por isso, não pergunte para o cliente se ele quer uma casa com um quintal grande ou pequeno. Pergunte quais são seus hobbies, seus desejos e, com base nisso decida se ele precisa de uma casa grande ou um pequeno apartamento.

Na hora de argumentar sobre o imóvel, não dê informações sem justificá-las. Por exemplo, poucas pessoas sabem a diferença entre um core i5 e um core i7. Então não ajuda muito se um vendedor de computadores simplesmente informar o processador. Sem um contexto e explicação da sua real capacidade.

O mesmo vale no caso de imóveis. Não simplesmente informe que as janelas grandes são boas para iluminação natural. Informe que a luz natural é melhor para estudos e até mesmo na hora de cozinhar. Sem contar na economia de energia elétrica.



LEMBRE-SE DE ESTABELECEER UM SENSO DE URGÊNCIA

A ideia de escassez é um dos fatores mais úteis para vendedores. Todos nós já vimos aquelas promoções onde somos informados que aquelas são as últimas unidades. Isso é porque se o vendedor passa a ideia de urgência, o comprador se sentirá mais pressionado para aproveitar aquela oportunidade.

Você pode também informar que o imóvel vem recebendo um número muito grande de visitas no seu site imobiliário. A simples ideia que alguém pode aparecer, a qualquer momento, e dizer que vai comprar o imóvel pode deixar seu cliente mais inclinado a tomar uma decisão.

E, se estabelecer um senso de competição e urgência é importante, lembre-se de evitar, a todo custo o contrário. Nunca deixe transparecer que um imóvel não vem sendo muito buscado. Afinal de contas, infelizmente são comuns os casos em que um imóvel da sua carteira fica parado por meses.

Lembre-se que você pode sempre contar com o ville Imob para te ajudar a administrar todos estes clientes, sejam eles compradores ou proprietários, através do CRM incluso na nossa plataforma. Quanto aos dados de acesso no seu site imobiliário, isto é simples, principalmente porque a plataforma não só conta com um site imobiliário completo incluso, mas também com um módulo de gestão que possui um acesso rápido às estatísticas de acesso ao mesmo.





4- Afinal, o que é realidade aumentada para vender imóveis?



Você certamente já ouviu algo do tipo você precisa de utilizar a realidade aumentada para vender imóveis. Mas, mesmo sabendo que esta tecnologia existe e que a mesma pode te ajudar, você sabe como trabalhar com a mesma? Vamos explorar o que é a realidade aumentada e qual a utilidade da mesma no mercado imobiliário.



REALIDADE AUMENTADA VS REALIDADE VIRTUAL

Para evitar confusão, precisamos entender melhor o que é cada um destes termos. Já falamos muito neste blog sobre a realidade virtual, óculos de VR e outros detalhes sobre esta tecnologia. Mas a realidade aumentada é um tema pouco explorado.

De uma maneira bem simples, a realidade aumentada consiste em colocar objetos virtuais interagindo, de alguma forma, com objetos reais. Enquanto isso, a realidade virtual consiste em inserir o indivíduo completamente em um mundo virtual. Não existe preocupação em fazer com que os objetos virtuais se orientem de acordo com os objetos físicos ao nosso redor.

A realidade aumentada, por exemplo, é um elemento básico de um jogo extremamente popular, o Pokémon Go!. Nele os Pokémons aparecem e interagem com o que está ao redor. Por exemplo, se eles caminham, é sobre o solo. Assim, quando visto da tela do celular, a impressão que temos é que o pokemon está caminhando no mundo real.



BENEFÍCIOS PRÁTICOS DA REALIDADE AUMENTADA

Visualização de imóveis em 3D

Uma das maiores vantagens da realidade aumentada é a possibilidade de visualizar informações e objetos em 3D ao invés de 2D. No planejamento urbano e na arquitetura, por exemplo, plantas, desenhos e renderizações são apresentados de maneira plana.

Isso é uma maneira interessante de apresentar como determinados projetos serão uma vez concluídos. Mas essa dupla dimensão é algo muito engessado. Você não consegue mudar o ângulo de visão. Existe uma vista e se quiser ver de um novo ponto de vista terá que imprimir outra foto ou fazer uma nova renderização.

Na prática, isso significa que clientes em geral só tem à sua disposição um número fixo de ângulos de visão. Sendo estes escolhidos pelo projetista, e eles nem sempre mostram o que o cliente realmente quer ver. Para deixar bem claro: os ângulos utilizados, por melhor que sejam, não são a mesma coisa que deixar que o cliente movimente o imóvel livremente.

A apresentação em 3D convencional resolve este problema. Mas em geral isso exige que o cliente vá até o escritório do arquiteto para fazer as ponderações. Nem sempre isso é algo possível. E no caso de apartamentos e prédios na planta isso é ainda mais difícil.

Neste contexto a realidade aumentada surge como uma ferramenta que pode ser utilizada por qualquer um. Isso pode ser através de um smartphone ou um tablet. E esta tecnologia permite que o cliente veja em três dimensões. Veja, no vídeo abaixo, por exemplo, uma planta que, ao ser escaneada por um smartphone, se torna um imóvel em 3D.



INTERIORES EM 3D

Uma das demonstrações mais incríveis já vistas com a realidade aumentada é demonstrado no vídeo de uma empresa australiana. O nome da mesma é Realar Places e eles permitem que o cliente posicione um imóvel em 3D em diversos locais.

O cliente pode, por exemplo, colocar o imóvel virtualmente sobre uma mesa. Assim ele poderá rotacionar o mesmo e visualizar como o mesmo é de diversos ângulos externos distintos.

Mas a mágica acontece quando o cliente “leva” o tablet para o lote no qual o imóvel será construído. Uma vez posicionado sobre o solo, o cliente pode “dar uma espécie de zoom”. Assim o imóvel fica com o tamanho real, possibilitando que o cliente entre no imóvel de forma virtual.

Isso permite, por exemplo, que o cliente, ao olhar para janelas, veja o exterior real. Com árvores de verdade, luz solar natural, grama com a tonalidade verdadeira e toda a riqueza de detalhes que a natureza nos oferece. Esta mistura de objetos virtuais e reais é justamente um dos aspectos mais interessantes da realidade aumentada.

Fica fácil ver como utilizar a realidade aumentada para vender imóveis quando este tipo de recurso é utilizado. Suponha que o objetivo seja, por exemplo, vender um lote. O corretor pode persuadir o cliente mostrando como seria um imóvel no local. No dia da visita o corretor pode levar seu tablet e deixar que o cliente visualize o imóvel no terreno



DECORAÇÃO COM A REALIDADE AUMENTADA

Se você estava achando que apenas corretores que trabalham com imóveis na planta ou lotes teriam vantagens com a realidade aumentada, então esta dica te deixará bem feliz. Uma das maneiras que temos para utilizar a realidade aumentada para vender imóveis é através da decoração virtual.

Se você já vendeu imóveis sem nenhuma mobília você sabe que esta é uma tarefa extremamente complexa. O corretor precisa se desdobrar para que o cliente visualize como os espaços serão uma vez que os mesmos estejam mobiliados. Garantir uma venda de um imóvel vazio pode ser tão difícil que existem serviços especializados em decoração para venda. É o caso do Home Staging.

Mas estes serviços exigem um certo investimento, e nem sempre o corretor ou a imobiliária terão os recursos necessários. Uma das soluções para este problema é a utilização da realidade aumentada. Ela permite mostrar móveis e outros objetos decorativos dentro do imóvel.

Neste caso nem sempre o corretor precisará investir muito para ter o recurso. A Ikea, construtora de móveis sueca, tem um aplicativo para este fim. E o mesmo permite que os clientes visualizem móveis, e caminhe ao redor dos mesmos, tire fotos e então veja como ambientes serão uma vez mobiliados.

No geral, a realidade aumentada é um recurso incrível que permite que você melhore de maneira significativa a experiência de compra de imóveis dos seus clientes. De uma maneira bem simples, a utilização desta tecnologia agrega valor ao seu trabalho. Outra maneira de agregar valor à seu negócio é tendo um site imobiliário e um software que auxilia o processo de divulgação dos seus imóveis.



5. Técnicas de persuasão na venda de imóveis: convencendo seus clientes



Saber persuadir o cliente é uma habilidade que todo corretor de imóveis deve buscar e aperfeiçoar diariamente. Afinal de contas o corretor precisa convencer o cliente a fazer diversas coisas. Proprietários devem ser persuadidos à contratar uma imobiliária (ou corretor). Compradores devem ser persuadidos no momento da compra do imóvel.

1. SAIBA INICIAR A CONVERSA

Embora muitos contatos iniciais irão ocorrer por email ou telefone, o primeiro contato real é aquele que acontece pessoalmente. Ou seja, sabe aquela história da primeira impressão é a que fica? Se os contatos via telefone e email ocorreram de maneira totalmente cordial e profissional (sem erros no tratamento do cliente). Então ele chegará com uma opinião neutra ou levemente positiva sobre você. Garanta que a primeira impressão pessoal seja positiva.

Consideramos isso uma técnica de persuasão porque sabemos que se um cliente não gosta da maneira na qual a conversa se inicia, ele estará muito menos a vontade durante toda a negociação. E isso certamente não será algo positivo!

Logo, a dica é: sempre inicie de maneira cordial e educada. “Bom dia” ou “boa tarde” são essenciais e você pode complementar com um leve elogio ou uma observação que você sabe que deixará a pessoa mais contente.



Entenda seu cliente, se você notar que ele não está com pressa, dedique os primeiros 2 ou 3 minutos para falar sobre o dia-a-dia dele. Pergunte sobre a profissão, família, cidade natal, etc. Se notar tocou em um assunto sensível, evite-o. Lembre-se: seu objetivo é deixar seu cliente a vontade. Você não vai conseguir isso se insistir em falar da família dele logo após ele falar que está passando por um momento difícil (como um divórcio, por exemplo).

1. SAIBA INICIAR A CONVERSA

Certo, então seu cliente já está mais a vontade, e é hora de falar sobre negócios. Uma dica psicológica que é uma das mais poderosas técnicas de persuasão é a seguinte: garanta que seu cliente diga várias vezes a palavra “sim”. Vamos a um exemplo que ficará mais fácil entender. Suponha que você descobriu, na apresentação, que seu cliente está em busca de uma casa e que ele precisa de pelo menos 3 quartos, já que ele possui 2 filhos.



Logo, comece a negociação “forçando” seu cliente a dizer “sim”, veja um diálogo fictício abaixo.

- Corretor: Vamos lá, você deve estar em busca de um imóvel com pelo menos 3 quartos certo?
- Cliente: Sim, isso mesmo.
- Corretor: É melhor se o imóvel estiver na Região X (próximo do trabalho do cliente, por exemplo)?
- Cliente: Sim, se você tiver um imóvel neste local, ótimo.

A conversa pode seguir seu fluxo normal a partir deste ponto. Você pode tentar conseguir mais alguns “sim(s)” do seu cliente, se achar adequado. A ideia por trás desta técnica de persuasão é acostumar o cliente a dizer sim para você. Lembre-se: você não vai vender um imóvel para o cliente com base nessa repetição de afirmações. Mas você pode certamente conseguir uma visita ou algo do tipo, que facilitará a venda do imóvel.

3. SAIBA OUVIR

Escutar é uma das técnicas de persuasão mais poderosas. Sabe quando você visita uma loja em busca de uma nova TV e o vendedor não para de falar, por um segundo sequer, da nova tecnologia de TV. Tentando, de toda forma, te induzir à compra de um equipamento sem saber suas reais necessidades? Você certamente já passou por isso, se não foi com uma TV pode ter sido com um Smartphone, Computador ou outro eletrônico.

Pois bem, o problema com essa técnica é simples: o vendedor está assumindo que o cliente precisa da última tecnologia sem saber das reais necessidades do mesmo. E se seu cliente já tem uma ótima TV na sua sala de estar e está em busca de uma mais simples para o quarto?

No mercado imobiliário, saber ouvir pode te ajudar a formar argumentos de venda mais consistentes. Vamos com um exemplo simples: um quintal amplo. Você pode utilizar um quintal amplo para milhares de coisas diferentes: Uma oficina, ampliar a garagem, fazer uma horta ou um lindo jardim, expandir o imóvel construindo quartos ou área de festas, entre outros.



Agora, qual desses usos seu cliente valorizará mais? Você só saberá ao ouvi-lo. Portanto saiba ouvir, entender e extrapolar com base nas informações recebidas. Assim você poderá fazer argumentos de venda cada vez mais persuasivos para seu cliente.

4. SAIBA FECHAR UMA NEGOCIAÇÃO

Saber abrir e conduzir uma negociação é essencial, mas fechar a mesma com chave de ouro é o que garantirá um novo encontro (com uma visita, por exemplo) ou a venda do imóvel. Portanto, no fim de reuniões nunca deixe os próximos passos em aberto. Sempre deixe claro qual o próximo passo caso o cliente queira seguir em frente com a negociação. Por si só, esta regra já é extremamente útil.

Mas você conhece uma das mais efetivas técnicas de persuasão? É o seguinte: leve seu cliente a assumir um compromisso. Seja de realizar um novo encontro em algumas semanas, ou de retornar um email/ligação. Garanta que seu cliente tem algum tipo de promessa a ser cumprida.

O ser humano tende a querer cumprir promessas feitas. Portanto se você conseguir que seu cliente se comprometa a voltar para fazer uma visita em algum imóvel, ele dificilmente não cumprirá com a palavra.



5. DICA EXTRA: LEMBRE-SE DA INFLUÊNCIA SOCIAL NO SEU MARKETING

Ao concluir negócios de sucesso, peça depoimentos à alguns clientes para que você coloque no seu site imobiliário. Essa é uma das técnicas de persuasão que se apoia no fato que nós, seres humanos, tendemos a seguir o que outras pessoas já fizeram e conseguiram alcançar sucesso com isso. Por isso sempre aposte em depoimentos e comentários positivos, seja no seu site imobiliário ou nas redes sociais.



6. Técnicas digitais que impulsionam as vendas de imóveis



Trabalhar no mundo digital é algo que os corretores estão fazendo cada vez mais. Quando falamos em meios digitais nos referimos à internet e suas variadas ferramentas. Incluindo sites, portais e redes sociais. No artigo de hoje veremos algumas dicas de como impulsionar suas vendas de imóveis através de estratégias digitais.



ANTIGAMENTE X ATUALMENTE

Anteriormente tudo que um corretor sonhava é ter um bom espaço na página de anúncios imobiliários do jornal de domingo. O que era algo bem difícil, devido aos custos elevados do anúncio em jornais de grande circulação. Mas hoje é mais fácil trabalhar com a divulgação, o próprio corretor pode fazer seu marketing.

Redes sociais são um ótimo lugar para trabalhar com o marketing pessoal. Mas, naturalmente você pode (e deve) divulgar seus produtos, no caso, imóveis nas redes sociais. Além disso, podemos dizer que o local mais visitado por quem busca por imóveis atualmente são os portais imobiliários. E, anunciar nos portais imobiliários é bem mais fácil que anunciar nos antigos jornais de grande circulação.

Essas ferramentas são resultado da evolução da internet e da expansão da mesma. Mas ter uma ferramenta disponível é diferente de saber utilizá-la da melhor maneira possível. Vamos ver então algumas dicas que certamente auxiliam corretores nas vendas de imóveis diariamente.



MARKETING DIGITAL

Existe um motivo pelo qual não definimos este artigo como um artigo que tratará de estratégias de marketing digital. Embora tudo que mostraremos pode ser considerado uma ação de marketing, de maneira isolada eles não constituem uma campanha completa. Lembre-se sempre que marketing é uma estratégia completa e nunca um conjunto de ações isoladas.

Uma dica portanto é, quando for pensar na sua estratégia de marketing digital, considere incluir as dicas apresentadas neste artigo. Se você já possui um plano de marketing digital em funcionamento, verifique se você já executa tudo que estamos citando neste artigo. Mas, sem mais delongas, vamos às dicas voltadas ao aumento de vendas de imóveis.



PUBLICAÇÕES NO FACEBOOK

O Facebook pode ser utilizado por dois motivos principais quando pensamos em corretores de imóveis (e, por extensão, imobiliárias). Marketing pessoal, que visa garantir que as pessoas te conheçam e saibam o que você faz. É um conceito muito próximo do que chamamos de “branding”, quando pensamos em empresas.

O outro motivo pelo qual corretores podem utilizar o Facebook é para divulgar imóveis à venda. Se você está buscando maneiras de aumentar os números de vendas de imóveis mensais, você deve avaliar como você tem trabalhado no Facebook. Focar no marketing pessoal, ignorando totalmente a divulgação de imóveis e oportunidades é um erro. Da mesma maneira que focar exclusivamente na divulgação não é adequado.

Toda página de Facebook tem que ter um ótimo balanço de publicações que visam construir sua imagem e postagens de anúncios imobiliários. Os posts de marketing pessoal não são fotos sua. Pense no marketing pessoal como uma maneira de destacar você e seu serviço. Responder perguntas e dar dicas imobiliárias, por exemplo, é uma ótima maneira de trabalhar no marketing pessoal, se transformando em uma referência local.

Os posts de anúncio são mais diretos, você pode sempre inovar com as imagens e a descrição do imóvel. Mas não existem grandes problemas em ser bem direto quanto ao imóvel a ser vendido. O balanço ideal de postagens de imóveis à venda e outras de marketing pessoal deve ser de tal forma que sua linha do tempo não pareça uma página de classificado.





CONSTRUÇÃO DE UM ÓTIMO SITE

Uma ótima maneira de aumentar o número de vendas de imóveis é através da construção de um site imobiliário. Veja bem, suponha que alguém encontre a informação de um imóvel que você oferece em um portal imobiliário. Esta pessoa entra em contato ou busca mais informações sobre o corretor responsável.

Ter um site imobiliário pode ajudar a construir uma relação de confiança entre o cliente e o corretor. O cliente verá profissionalismo e estará mais seguro quanto ao corretor em questão. Além disso, o simples fato de ter um site imobiliário permite que as pessoas encontrem mais facilmente imóveis que você tem disponível à venda.

Seguindo o exemplo anterior, o cliente pode aproveitar para pesquisar por outros imóveis que você oferece na região facilmente através do seu próprio website. Assim fica claro ver como ter um site auxilia o corretor que deseja aumentar suas estatísticas de vendas de imóveis.

Agora, para garantir que seu site seja encontrado facilmente em pesquisas, considere trabalhar com a construção de artigos e a otimização SEO. É uma estratégia extremamente eficiente à médio e longo prazo e nosso foco neste artigo são ações de retorno mais rápido.

PUBLICAÇÃO EM PORTAIS IMOBILIÁRIOS

Portais imobiliários são certamente os sites do setor mais visitados. Se você tem dúvidas, faça uma rápida pesquisa no Google com algo do tipo “apartamento à venda no bairro X”. Você verá que normalmente os três primeiros resultados são referentes à portais imobiliários.

Logo, fica bem óbvio que se você quer que as pessoas encontrem os imóveis que você está oferecendo é essencial que você trabalhe nos portais imobiliários. Uma vez que as pessoas encontram de fato o imóvel que você está oferecendo fica muito mais fácil fazer com que as vendas de imóveis sejam impulsionadas.

Trabalhar com múltiplos portais imobiliários é uma estratégia comum entre corretores e imobiliárias. E é uma sugestão adicional se você quer ver resultados com extrema velocidade. Apenas se atente para garantir que você não está cometendo erros graves na hora de publicar seu anúncio nos portais. Se atente aos seguintes pontos:

Tenha certeza que os anúncios estão completos;

- Capture e divulgue ótimas imagens;
- Capriche na descrição dos imóveis;
- Pesquise pela possibilidade de otimização SEO do seu anúncio no portal, tornando-o mais fácil de ser encontrado.

Uma vez que você garante que os itens acima foram observados, você certamente verá um aumento considerável de contatos de pessoas interessadas e, eventualmente, vendas de imóveis.



7. Técnicas digitais que impulsionam as vendas de imóveis



Você certamente já viu pessoas com grandes óculos de realidade virtual no rosto e com algum joystick ou outro tipo de controle. Em geral estas pessoas estão sorrindo e se divertindo em um jogo ou um vídeo ultrarrealista e imersivo. Mas esta tecnologia tem entrado em diversos outros mercados, um dos mercados mais proeminentes é o ramo imobiliário. Mas como a realidade virtual pode vender um imóvel?



VENDER UM IMÓVEL VAZIO



O mercado imobiliário avançou muito nos últimos anos. Pense bem como foi a experiência dos seus pais ou avós quando eles decidiram comprar um imóvel. Eles certamente precisaram confiar em plantas e ir até cada um dos imóveis que eles tinham algum interesse. Muitas das vezes, logo ao chegar eles já viam algo que desagradava. E o pior: muitas das vezes isso poderia ser visto em uma fotografia ou vídeo, ferramentas comumente utilizadas hoje em dia.

Note que a utilização da tecnologia permite que você torne o processo de venda de imóveis mais eficiente. O cliente não precisa visitar todos os imóveis que parecem interessantes e que cabem no bolso dele. Ele pode escolher de acordo com mais informações, como fotos e vídeos. Tudo isso sem necessariamente exigir tempo do corretor.

Dizemos isso porque ele pode fazer tudo isso do conforto da casa atual. Não é necessário ir com o corretor até um imóvel a menos que haja um real interesse com base em fotos e demais informações.

Mas se tem algo que continua sendo um grande desafio para corretores e imobiliárias é a venda de imóveis sem nenhuma mobília. Uma grande parte dos clientes tem uma grande dificuldade para visualizar e imaginar como um espaço pode ficar.



E nem sempre ter uma projeção em 3D, em uma foto ajuda. Muitos clientes tem a sensação que os espaços ficam maiores nestas fotos. É o que uma jornalista do canal “Motherboard” aponta. E até mesmo arquitetos que tem o costume de desenvolver vistas em 3D para mostrar o espaço ao cliente apontam esta dificuldade.

Isso mostra que é necessário mais do que uma simples vista em 3D. E é aí que vemos como a realidade virtual pode vender um imóvel.



QUANDO UTILIZAR A REALIDADE VIRTUAL?

Por mais que a tecnologia seja totalmente inovadora e muitos corretores podem estar extremamente interessados em utilizar a mesma, é importante notar que é necessário avaliar com calma os melhores usos da tecnologia no momento. Dizemos isso porque é uma tecnologia que irá exigir algum investimento e, portanto, é essencial garantir que os lucros serão suficientes para cobrir estes gastos.



VENDA DE IMÓVEIS EM LANÇAMENTO

Uma das situações em que esta tecnologia é muito interessante é na venda de apartamentos na planta, em construção ou em lançamento. A tecnologia é interessante por vários motivos. Primeiramente o cliente terá mais facilidade ao visualizar como o apartamento será ao fim da construção.

O segundo motivo é que, mesmo após construído, quando o mesmo se tornar um lançamento, ainda não existirá nenhuma mobília. A realidade virtual adiciona esta mobília. Ou seja, uma visita não substitui a realidade virtual (e nem o contrário). Na verdade, as duas se complementam. Uma dá a sensação real do local, mesmo que faltem alguns elementos essenciais, como móveis. A outra oferece uma experiência virtual completa e mais próxima possível do real.

E último motivo são os custos. Veja bem, quando uma construtora decide vender um apartamento não se trata de apenas um imóvel, são várias e várias unidades. Isso ajuda a mitigar os custos da utilização da tecnologia. Afinal de contas, criar um plano 3D de um único imóvel será algo trabalhoso e exigirá um certo investimento.

Por outro lado, se você pretende vender 20 unidades iguais, então você precisa criar apenas um plano virtual e poderá usar o mesmo para todas. Muito melhor né?



VENDA DE IMÓVEIS DE LUXO À DISTÂNCIA

Um mercado em que a utilização de óculos de realidade virtual tem se tornado extremamente comum é o de imóveis de luxo. Veja bem, nem sempre o cliente terá tempo de visitar vários imóveis e realizar uma compra. Agora, veja bem, lembra como comentamos que as fotos nos ajudam a filtrar melhor os imóveis? Imagine então como a realidade virtual pode ajudar na hora de selecionar somente imóveis que realmente agradam determinado cliente.

E é isso que alguns escritórios de venda de imóveis de luxo estão fazendo no exterior. Nem sempre um milionário árabe poderá sair de Dubai para visitar um imóvel em Los Angeles. Logo ele pode ver diversas opções em óculos de realidade virtual e escolher somente aqueles que realmente agradaram para visitar.

Agora, você não precisa vender imóveis para sheiks árabes para utilizar esta tecnologia. Se você captou um imóvel de luxo, então investir nesta técnica pode ser uma ótima ideia. Veja bem, é comum que empresários não consigam ter tempo suficiente para fazer algumas atividades. Pode ser que você converse com um interessado no imóvel hoje. Mas você descobre que ele só poderá realizar uma visita em um mês.



Se você tem uma versão virtual do imóvel, o cliente pode verificar o imóvel melhor à distância e te dar uma opinião mais firme. Por mais que a decisão final só seja feita no dia da visita, as chances de venda são bem altas. Isso porque ele pediu uma visita após ver fotos, vídeos e caminhar pelo imóvel de maneira virtual. Ele não iria “perder tempo” se não tivesse gostado do que viu.

Logo podemos afirmar que a realidade virtual pode vender um imóvel e, além disso, ela pode tornar o processo de venda mais prático.



8. Dicas para captar e vender imóveis de luxo



Trabalhar com imóveis de alto custo é o objetivo de vários corretores. Um dos grandes atrativos deste mercado são as altas comissões, o prestígio e as possibilidades de desenvolver um bom network. Mas a grande dificuldade talvez seja o acesso ao mercado de imóveis de luxo. No artigo de hoje vamos abordar algumas dicas para que você consiga ter acesso à este tipo de venda.

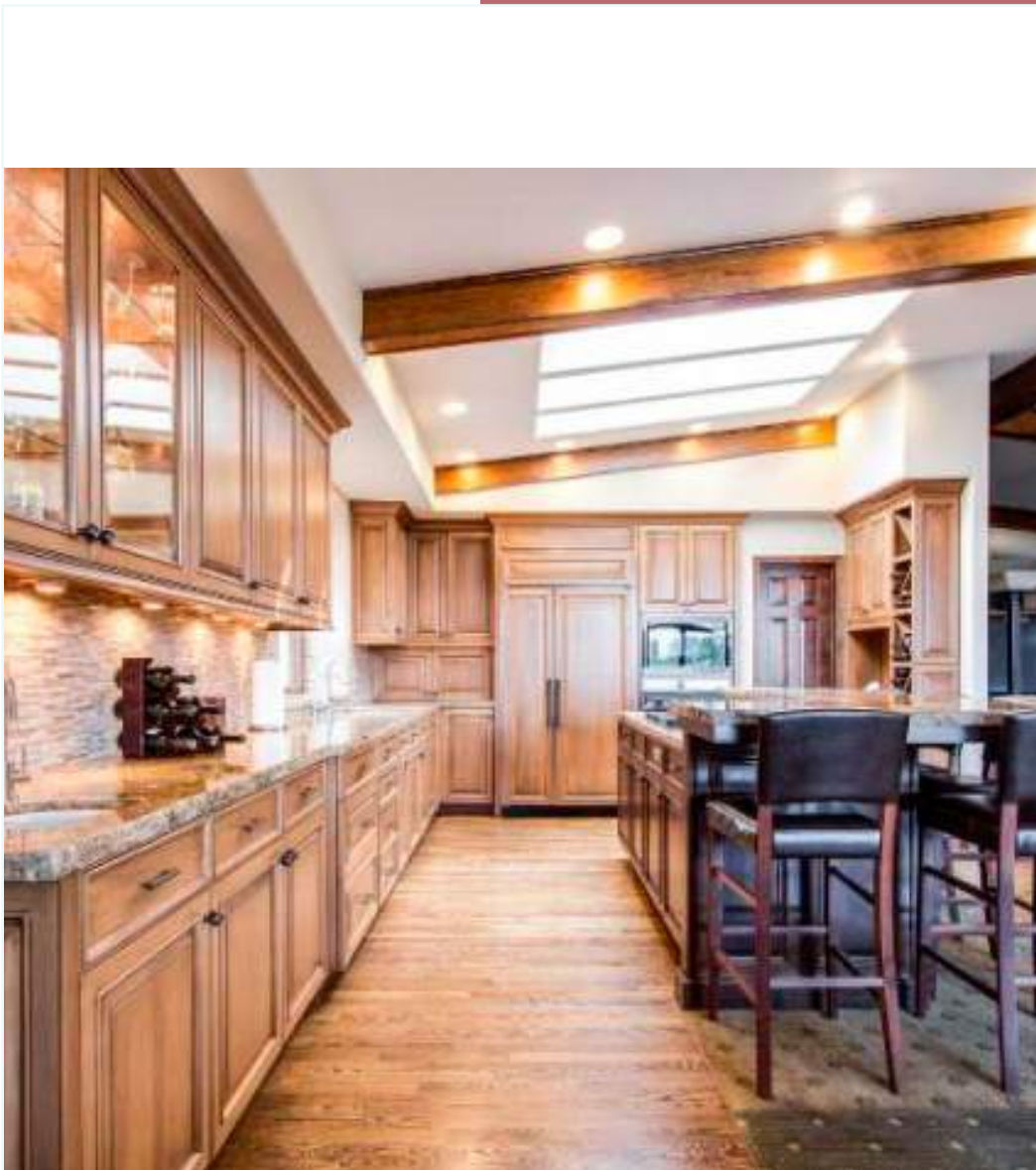


A DIFICULDADE NA CAPTAÇÃO DE IMÓVEIS DE LUXO

Vender imóveis de luxo não é uma tarefa muito mais complexa que vender um imóvel padrão. Sim, existirá uma maior responsabilidade e cifras maiores estarão envolvidas. Além disso o público pode passar a impressão de ser mais exigentes. Mas este nem sempre será o caso.

O problema, portanto, está na captação. Veja bem, se você tem um imóvel de R\$ 10 milhões você não procurará um corretor de imóveis desconhecido ou com pouca experiência. Quem tem este tipo de imóvel certamente buscará um profissional que já conhece ou que teve boas recomendações de amigos.

A experiência no ramo imobiliário e negócios similares concluídos também serão fatores determinantes. Mas o fato é, certamente será difícil ou quase impossível captar imóveis de luxo pela internet ou simplesmente andando pela vizinhança.



A IMPORTÂNCIA DO NETWORKING

É aí que entra a importância de ter uma ampla rede de contatos. Você dificilmente começará sua carreira vendendo um imóvel avaliado em vários milhões de reais. É normal começar com a venda de imóveis menores, apartamentos e outros.

Mas, eventualmente, pode ser que você consiga alugar um imóvel comercial. E nesta negociação você acaba conhecendo um empresário influente na sua cidade. Esta é uma das suas chances de ouro! E é claro, eventualmente você conhecerá pessoas que conhecem pessoas mais influentes. Mesmo em negócios que não são diretamente relacionados com imóveis comerciais.

O importante aqui é sempre manter um olhar atento para oportunidades de desenvolvimento de uma rede e contatos. Se seu objetivo é vender imóveis de luxo, sempre fique com um olhar atento para este tipo de oportunidades. Mesmo quando estiver lidando com outros tipos de negócios.



Um cliente pode comentar de um imóvel que ele quer vender, ou que um amigo dele está pensando em negociar. Sempre ande com seu cartão de visitas e no fim de negociações deixe claro para seu cliente que você está disponível para qualquer tipo de negociação.

Lembre-se entrar no mercado será difícil sem uma rede de contatos e recomendações internas. E o primeiro imóvel de luxo será o mais difícil. Depois que você conseguir captar e vender um, ficará mais fácil vender outros.



A CONSTRUÇÃO DA MARCA

Uma marca voltada para venda e negociação de imóveis de luxo deve ter algo a mais. O atendimento pode e deve ser diferenciado. Não que você irá atender seus outros clientes de maneira ruim. Na verdade, você pode ter que fazer algumas concessões para os seus clientes de luxo. Isto pode vir na forma de um horário mais flexível, ou pontos de encontro mais interessantes para o cliente.

Mas não é só isso, sua marca deve remeter à luxo e exclusividade. Se atente à sua logo, prefira uma combinação simples de cores sólidas, preferencialmente as mais escuras. E sempre se atente à sua vestimenta durante as reuniões e encontro com os clientes. Lembre-se que tudo isso faz parte da marca e da imagem que você apresenta ao cliente.

Ter uma marca já voltada para o mercado de imóveis de luxo será um grande diferencial e facilitará conseguir tanto o primeiro cliente quanto os próximos. Mas, se isso não for possível, não se desespere. Isso não é pré-requisito, apenas uma maneira de facilitar o processo.





PARA CONTINUAR A CAPTAÇÃO: FOCO NAS VENDAS PASSADAS

Uma vez que você consegue captar e vender seus primeiros imóveis, sempre aplique técnicas do marketing de relacionamento. A ideia por trás deste tipo de marketing é conseguir fidelizar clientes e torna-los defensores da sua marca. Isso no mercado imobiliário pode ser traduzido por recomendações.

Construir um marketing de relacionamento é algo que será feito desde o começo da sua interação com o cliente. A maneira que você tratou o cliente durante todo o processo de captação, preparação dos anúncios e venda do imóvel será determinante na opinião do cliente quanto ao seu serviço.

Ao fim das negociações, peça ao cliente que ele ou fale um rápido depoimento, que você pode utilizar no seu site, como material de marketing. Mas não é só isso: compre um presente ou um pequeno agrado para seu cliente e leve para ele algumas semanas ou alguns meses após a negociação. Veja se o comprador está satisfeito e tente também manter o contato com o antigo proprietário.

Estas estratégias de marketing de relacionamento e pós-venda são essenciais para que você desenvolva um fluxo de recomendações. Possibilitando a captação de novos imóveis de luxo frequentemente.



TENHA UM SITE IMOBILIÁRIO PROFISSIONAL

Ter um site imobiliário é essencial para que você também tenha uma forte presença no meio digital. Tire fotos de alta qualidade, grave vídeos e garanta que seu site é de fato algo profissional e adequado. Não faça um site imobiliário que não atenda aos padrões de clientes exigentes. Isso só irá afetar sua reputação de maneira negativa, é essencial que seu site tenha todos os recursos de um site imobiliário profissional.

Já recomendamos uma cor escura para sua logomarca e o mesmo vale para o site. Lembre-se que cores escuras, em especial o azul e o preto remetem à luxo e exclusividade. Uma paleta simples de cores também é bem vinda.

Se você ainda não conta com um site imobiliário profissional não deixe de dar uma olhada no ville Imob. O nosso software conta com sistemas essenciais para qualquer corretor de imóveis ou imobiliárias. E a plataforma conta com um site imobiliário completo e você pode escolher entre as diversas templates e cores disponíveis.



9. O que é preciso para vender um imóvel na área rural



Para muitos corretores vender imóveis urbanos é algo simples. Pelo menos no que diz respeito ao processo jurídico, documentação e outros aspectos burocráticos. No entanto, vender um imóvel na área rural pode ser mais difícil. Não pelo processo ser mais complexo. Mas sim devido ao fato de isso ser uma atividade mais rara. No artigo de hoje veremos o que é preciso para vender um imóvel na área rural.

PRIMEIRO PASSO: AVALIAÇÃO

Definir o preço de um imóvel urbano é algo que pode ser considerado fácil. Principalmente se você tem costume de fazer este tipo de serviço. Não que o processo não requeira conhecimento, mas o procedimento em si é simples.

Avaliação do preço médio por metro quadrado dos imóveis nas redondezas, avaliação da condição estrutural do imóvel. Verificação do padrão do imóvel, qualidade dos acabamentos e é basicamente isto. Se o imóvel for mobiliado existem alguns passos a mais que deverão ser seguidos.

Imóveis rurais são totalmente diferentes. É preciso avaliar não só a área, padrão e condição do imóvel. É importante avaliar a produtividade do terreno, que é influenciada por:

- Áreas que não podem ser exploradas, como as Áreas de Preservação Permanente.

- Topografia do terreno (pode ser difícil explorar um terreno montanhoso)

- Recursos naturais no terreno (um terreno com uma mina de ouro vale mais que um terreno sem tal mina)

Tudo isso entra na conta para definir o valor do imóvel. O processo é tão longo que são comuns os casos em que o imóvel é avaliado por empresas especializadas em avaliação de imóveis rurais.

A dica é: além de contar com valores e dados do mercado, também utilize a norma ABNT 14653-3 que detalha a avaliação de imóveis rurais.



DOCUMENTAÇÃO

A documentação necessária para venda de imóveis rurais é diferente dos documentos utilizados em negociações envolvendo imóveis urbanos. Felizmente, neste caso, o processo para obtenção dos documentos não é tão complicado como a avaliação dos imóveis.

CADASTRO AMBIENTE RURAL (CAR)

O Cadastro de Ambiente Rural é um registro público eletrônico nacional obrigatório para todos imóveis rurais. O objetivo deste documento é reunir todas as informações ambientais das propriedades rurais referentes à:

- Áreas de Preservação Natural (APP): São áreas que não podem ser exploradas, englobam as bordas de rios, por exemplo.

- Reservas Legais: Áreas que devem ser exploradas de maneira sustentável. Todo imóvel rural deve ter uma área com cobertura da vegetação nativa, de acordo com a Lei 12.651/2012. A porcentagem do imóvel dependerá da sua localização (cidade e estado).

E demais formas de preservação da vegetação nativa. É importante informar que o objetivo do CAR é controlar, monitorar e combater o desmatamento.

CERTIFICADO DE CADASTRO DE IMÓVEL RURAL (CCIR)

O CCIR é um certificado emitido pelo INCRA que contém informações como quem é o dono de um imóvel rural. Qual a área e a localização do mesmo. Além do tipo de exploração e a classificação fundiária.





O documento é essencial para legalizar transferências, arrendamentos, hipotecas, partilhas e qualquer outro tipo de atividade similar em cartório. Bancos também costumam exigir o mesmo para emitir crédito agrícola.

Uma das vantagens é que este documento pode ser facilmente emitido pela internet, só é necessário informar o código do imóvel rural, CPF ou CNPJ do titular e a localização do imóvel. Se você está com dúvidas sobre o código do imóvel, este estará disponível porque é importante que o imóvel já esteja cadastrado no SNCR.

Caso o imóvel ainda não seja cadastrado no Sistema Nacional de Cadastro Rural (SNCR), então será necessário ir até a unidade do INCRA mais próxima.

DECLARAÇÃO DO IMPOSTO SOBRE A PROPRIEDADE TERRITORIAL RURAL (DITR)

Esta declaração deve ser entregue à Receita Federal anualmente e é importante para que a venda de um imóvel rural seja concretizada. Todos proprietários de imóveis rurais devem apresentar esta declaração, exceto quem for imune ou isento.

A Declaração necessária é apenas a última. Isso porque dependendo da data é possível que a mesma ainda não implique na Certidão Negativa de Débitos, que veremos a seguir. Além da DITR em si, sempre peça o recibo de entrega. Isto confirma que a Declaração foi de fato registrada na Receita Federal.



CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS (CND)

A Certidão Negativa ou a Certidão de Regularidade Fiscal do Imóvel Rural é um documento que pode ser retirado no site da Receita. Quem leu nosso artigo sobre certidões negativas sabe que existe uma infinidade desta certidões. O objetivo das mesmas é mostrar que não existem débitos pendentes.

Ou seja, queremos que estas certidões sejam negativas pois elas “negam a existência de débitos”. Certidões positivas indicam que existe algo que não foi quitado e, na maioria dos casos é importante quitar estes documentos antes de realizar a negociação.

Vale lembrar que alguns débitos referentes à impostos de posse do bem, como é o caso do IPVA, IPTU, ITR são responsabilidade do atual dono. Isso significa que se alguém compra um imóvel com ITR atrasado (ou IPTU, para o caso de imóveis urbanos), então o novo proprietário passa a ser quem é o responsável pelo pagamento dos impostos atrasados.

Assim dizemos que estes impostos “acompanham o bem”. E sim, é possível entrar com ações na justiça contra o antigo proprietário. Mas é sempre melhor para todos, vendedor, comprador e corretor, que a situação do imóvel seja totalmente conhecida. Evitando problemas futuros.



PESQUISE SOBRE O ASSUNTO ATÉ SE SENTIR CONFORTÁVEL

Nossa dica final é essa: se quer vender um imóvel rural e nunca realizou tal operação. Então pesquise bastante sobre o assunto, até que o mesmo não pareça complexo demais. Sempre conte com o auxílio de parceiros e amigos que tem experiência no ramo.

E, se captou um imóvel rural recentemente e está querendo saber como e onde divulgar o mesmo, sempre conte com o ville Imob. Uma plataforma para corretores que simplifica diversos processos no seu dia a dia. Essa otimização do seu tempo permite que você possa dedicar uma parcela maior do seu tempo à sua capacitação profissional.





10. Como a técnica do Home Staging pode ajudar a aumentar as vendas



Você sabe o que é Home Staging? Caso a resposta seja negativa, vamos ver a definição: “Home staging é uma técnica que visa preparar uma casa para que a mesma se torne atrativa para o maior número de compradores possíveis.” Ou seja, o home staging pode ajudar a aumentar as vendas e os resultados da sua imobiliária.

Outro objetivo desta técnica é, sempre que possível, aumentar as margens de lucro na venda. Veremos ao longo deste artigo como ambos os objetivos podem ser alcançados, caso você tenha ficado curioso, basta seguir em frente conosco.



MAIS DO QUE UMA SIMPLES REFORMA OU DECORAÇÃO

Vários profissionais da área de preparação de imóveis para venda afirmam que o home staging não é uma simples decoração ou limpeza e organização do ambiente. Elizabeth Weintraub, uma corretora americana com mais de 40 anos de experiência define home staging da seguinte forma:

“Home staging é o aperfeiçoamento da arte de criar um certo estado de espírito. O staging faz com que a casa se pareça maior, mais iluminada, limpa, aconchegante e, o melhor de tudo, faz com que compradores queiram comprá-la imediatamente.”

Home staging é, portanto, uma técnica feita após a limpeza, organização, pintura e pequenas reformas. A ideia é “vestir” a casa para a compra. Assim como uma noiva utiliza maquiagem para o dia do casamento, o home staging acaba se tornando a maquiagem do imóvel à venda.

ALGUMAS ESTATÍSTICAS DO HOME STAGING

Pesquisas realizadas em mercados internacionais têm verificado que, de fato, o home staging pode ajudar a aumentar as vendas. A aplicação desta técnica em imóveis pode reduzir o tempo de venda de maneira significativa. Uma pesquisa realizada pelo Coldwell Banker Real Estate Corp., por exemplo, mostrou que o home staging permite que casas sejam vendidas até 73% mais rapidamente.

Outro dado importante é o aumento no valor dos imóveis. A mesma corporação realizou uma pesquisa para comparar o valor médio de venda de casas que foram preparadas para a venda com casas que não tiveram a técnica aplicada. O resultado foi impressionante: casas preparadas são vendidas por preços 6% acima do que foi pedido.

Naturalmente o lucro não está apenas no valor mais alto de venda, o tempo menor permite que o proprietário evite o pagamento de despesas relacionadas ao imóvel. Essas despesas envolvem o IPTU, condomínio, entre outras.

ALGUMAS ESTATÍSTICAS DO HOME STAGING

Agora que viu todas as principais vantagens dessa técnica de preparação de imóveis para a venda, você deve estar interessado em saber como aplicá-la, certo? Primeiramente é preciso saber que existem empresas especializadas no ramo, no Brasil o mercado ainda é mais escasso, mas algumas grandes cidades já contam com empresas que fazem este tipo de serviço.

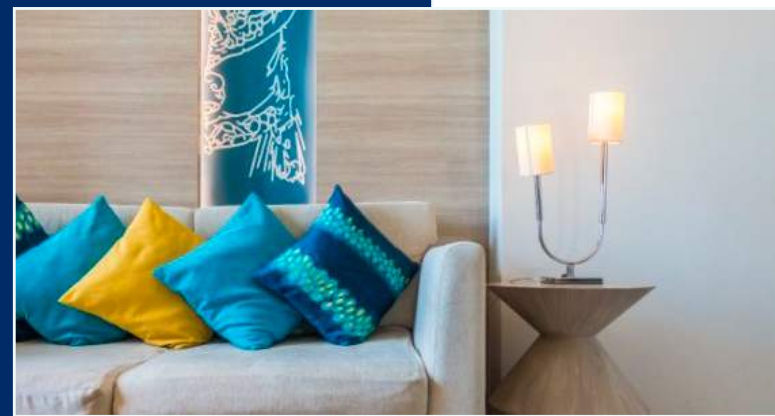
Mas para reduzir custos, é possível que você opte por fazer o staging por conta própria, nesse caso, vamos dar algumas dicas gerais e simples que evitam problemas grandes e que são, por incrível que pareça, extremamente comuns.



1- DESPERSONALIZE A RESIDÊNCIA

Essa é a primeira dica e uma das mais importantes. Após viver em um ambiente por 5, 10, 20 ou 30 anos, a casa certamente refletirá as pessoas que a habitaram. É importante, portanto, que se remova objetos que tornam a casa muito específica para a pessoa que morou e a torne mais confortável para a maioria das pessoas.

Quanto aos itens que tornam uma casa muito personalizada, podemos citar: Fotos de família, pôster de times, camisas de times, decorações voltadas para uma banda ou um filme específico. Itens em excesso também entram na lista. Por exemplo, é ótimo que você inclua plantas no interior da casa, mas se o anterior dono era um aficionado pela vegetação e possuía uma quantidade imensa de flores na sua residência, melhor retirar algumas.



2- UTILIZE CORES NEUTRAS

Já informamos que a pintura vem antes do staging, mas, isso não significa que o staging consegue tornar uma pintura com uma cor “ruim” atrativa. Via de regra, sempre que for pintar um imóvel, seja para venda ou aluguel, opte por cores neutras e claras. Algumas cores interessantes: Branco, bege, amarelo (mais suave), entre outras.

Essas cores mais claras tem diversas vantagens:

- Fazem com que o ambiente reflita mais luz o que o torna mais claro e iluminado.
- Passam a impressão de um ambiente maior.
- Permitem a utilização e a combinação de várias cores nos objetos de decoração.



3- OBSERVE A DISPOSIÇÃO E A QUANTIDADE DE MÓVEIS

Outro aspecto de imóveis habitados por um longo tempo é quantidade de móveis e itens de decoração acumulados. Ao iniciar o processo de staging, você deve buscar tornar os espaços mais amplos, que é a tendência atual do mercado. Pensando nisso, utilize a seguinte estratégia ao chegar em um cômodo:

- Avalie o tamanho: A sala de estar tem um tamanho bom?
- Se a resposta for “não” ou “talvez”, procure por elementos que podem ser removidos ou realocados.
- Existem muitos sofás ou poltronas? O Hack ou estante são muito grandes? A TV é muito maior que o ideal para salas deste tamanho?
- Faça isso em todos os cômodos e busque sempre deixar o ambiente neutro e o mais “clean” possível.

4- DICAS ÚTEIS DE PROFISSIONAIS

Coloque frutas frescas e coloridas na fruteira da cozinha: Sim, uma das técnicas mais baratas e simples de serem executadas.

Utilize Espelhos: A utilização de espelhos permite que um ambiente se pareça maior do que realmente é, além disso é extremamente útil ao refletir, praticamente, toda a iluminação recebida.

Utilize lâmpadas amareladas: As lâmpadas brancas comuns, passa a impressão de um ambiente frio e sem vida. Por outro lado, lâmpadas amareladas passam a dar ao ambiente um aspecto acolhedor. Lembre-se de manter as lâmpadas acesas, mesmo se a visita (ou sessão de fotos) ocorrer durante o dia.



Mantenha janelas e cortinas abertas: Via de regra, as janelas devem sempre estar abertas, em casos muito específicos, pode ser necessário fechar as cortinas (vento, chuva, sol muito forte em pisos reflexivos, entre outras situações). Mas, na maioria dos casos, as cortinas também deverão estar abertas, auxiliando na iluminação e na sensação de um ambiente amplo, fresco e confortável.

É isso, uma vez que o imóvel que o home staging for concluído, inicie o processo de fotos e, por fim, postagens nas redes sociais, portais imobiliários e no site da imobiliária. Uma solução que integra essas etapas pode ser de grande valia para evitar o gasto de tempo na execução de todas estas tarefas. Um exemplo de plataforma que pode agilizar este processo é o ville Imob.

Com um CRM Imobiliário que se comunica com ferramentas de integração social e integração de portais, você consegue realizar a postagens de seus imóveis no Facebook, Twitter, LinkedIn, WhatsApp e nos principais portais imobiliários do país de maneira rápida e prática. Se tiver interesse faça logo um teste grátis da plataforma e veja como essa plataforma pode tornar sua vida profissional mais simples, assim como o home staging pode ajudar a aumentar as vendas e os resultados da sua imobiliária.

CONCLUSÃO



Chegamos ao fim de mais este ebook, esperamos que nossas dicas e técnicas tenham lhe ajudado e que você possa obter ainda mais sucesso em sua profissão. Sabemos que não é fácil ser corretor de imóveis e que toda ajuda é muito bem vinda. Acreditamos em um futuro próspero e que você possa sempre estar qualificado e preparado para os desafios do dia a dia.

Ficamos felizes em poder ajudar e desejamos sucesso e bons negócios. Se estiver precisando de uma plataforma para integrar seus imóveis no facebook, não esqueça de dar uma olhadinha em nossos links abaixo :)

Forte abraço!





MATERIAIS RELACIONADOS



Ebook Captação de Leads no Mercado Imobiliário

A geração de leads no mercado imobiliário é uma estratégia praticamente obrigatória para o corretor de imóveis antenado que deseja aumentar seus resultados. Por esses e outros motivos, que criamos um Ebook sobre Captação de Leads no Mercado Imobiliário !

BAIXAR EBOOK AGORA !



Perfil e Técnicas dos Novos Corretores de Imóveis

Os novos Corretores de Imóveis, estão cada vez mais em busca de se destacarem. Veja o nosso conteúdo e torne-se um Corretor com vários diferenciais no Mercado Imobiliário. Potencialize as vendas e locações de seus Imóveis !

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 10 anos nos mercados de marketing digital e imobiliário, buscando sempre oferecer as melhores ferramentas e soluções para potencializar negócios.



Luciara Maioli
Diagramação

Graduanda em Marketing e Gestão Financeira pela Universidade de Vila Velha, com especialização técnica em Administração pelo Instituto Federal do Espírito Santo. Responsável pela montagem e criação da diagramação do E-book.



Camila da Silva
Redator

Formada em Psicologia pela Faculdade Metropolitana de Blumenau, Psicanalista em formação e redatora. Já escreveu sobre e-commerce, empreendedorismo, marketing digital, moda e beleza, mercado imobiliário, saúde mental e finanças.



Filipe Nonato
Redator

Formado em Engenharia Mecânica pela Universidade Federal de Itajubá, tenho a escrita como um dos meus hobbies e, nesta jornada, já escrevi sobre empreendedorismo, marketing digital, mercado imobiliário, finanças e economia.

WWW.VILLEIMOBILIARIAS.COM.BR