

E-BOOK GRÁTIS

Software
villemob
Gestão e Marketing Imobiliário

ESTRATÉGIAS DIGITAIS PARA VENDA DE IMÓVEIS





SUMÁRIO

Introdução	02
1- Descubra 7 Técnicas de Copywriting para venda de imóveis.....	03
2- Landing Page para corretores de imóveis. Para que serve e como usá- las ?.....	06
3- Inboud marketing imobiliário: como vender usando essa estratégia?.....	10
4- Saiba o que é preciso para exportar imóveis para o OLX	14
5- Como aumentar as visualizações dos anúncios de imóveis no Youtube.....	18
6- Conheça algumas técnicas para fazer um ótimo anúncio de imóveis	22
7- 5 dicas de como utilizar o WhatsApp para vender imóveis	26
8- Como utilizar o Facebook orgânico e Facebook ADS para vender imóveis.....	30
9- Veja como as hashtags pode impulsionar as vendas de imóveis.....	33
10- SEO para corretor de imóveis: adote boas práticas e venda mais.....	37
11- 7 vantagens da computação em nuvem para imobiliárias e corretores.....	41
12- Overload de informação para o corretor de imóveis. Como agir?.....	46
13- Saiba tudo o que um site imobiliário precisa ter	49
14- Tenha um sistema de chat para corretor de imóveis integrado em sua plataforma.....	53
15- Conheça o plano Ville Imob perfeito para o corretor que tem poucos imóveis.....	56



INTRODUÇÃO



Seja você corretor de imóveis, gerente de imobiliária, consultor de vendas ou apenas um entusiasta do segmento imobiliário, acreditamos que esse material possa lhe ajudar de alguma forma a ampliar seus conhecimentos no que diz respeito a tendências e novas tecnologias do mercado imobiliário.

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, estratégias interessantes e novas ferramentas que podem ser utilizadas no dia a dia de uma imobiliária, com o principal objetivo de facilitar a rotina de trabalho do profissional da área, levando sempre excelência e qualidade em serviços imobiliários, resultando em potencializar vendas e locações de imóveis.





1. Descubra 7 técnicas de copywriting para venda de imóveis



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

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

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



1 Clareza e Objetividade

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

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

2 Listas e Subtítulos

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

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



3 Evite abusar dos buzzwords

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

4 Invista nos micro textos

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

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



5 De olho na concorrência

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

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

6 Entenda o seu público

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

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



7 Teste, reveja e otimize

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

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

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



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



Se conseguir o e-mail de um interessado em imóveis logo no primeiro contato, pode-se dizer que você já saiu no lucro: é fácil encontrá-lo para enviar uma mensagem.

No mundo online, um caminho para conquistar os dados de contato de um usuário que entrou no seu site imobiliário está na construção de uma landing page para corretores de imóveis.

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



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

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

Na prática...

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

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





“Trata-se de uma ferramenta muito intuitiva e 100% em português, ou seja, você não terá nenhuma dificuldade em executar essas tarefas.”



Como criar uma landing page para corretores de imóveis

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

Trata-se de uma ferramenta muito intuitiva e 100% em português, ou seja, você não terá nenhuma dificuldade em executar essas tarefas..

Landing page para corretores de imóveis nas vendas

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

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



ATENÇÃO ÀS OFERTAS



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

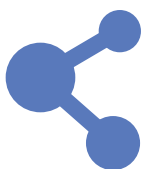
Nas descrições, procure ser claro e objetivo. Por isso, destaque características do imóvel como número de dormitórios, tipologia, número de vagas, metros quadrados, preço e se aceita financiamento.

Outro detalhe importante: os usuários não gostam de preencher formulários extensos. Portanto, não solicitar o preenchimento de, no máximo, cinco campos de dados. Além de nome e e-mail, procure extrair as seguintes informações: objetivo do cliente é compra ou locação; se ele deseja negociar uma casa ou apartamento e qual é a sua região de interesse.

PRÓXIMO PASSO...



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



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

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

Boas vendas!



3. Inbound marketing imobiliário: como vender usando essa estratégia?



Com clientes cada vez mais exigentes no mercado imobiliário, não basta mais o corretor ter competência, é preciso mostrá-la ao mundo. Dentro desse contexto, o inbound marketing imobiliário ganha força.

Trata-se, basicamente, da criação de conteúdos para blogs e redes sociais nos mais variados formatos: textos, infográficos e vídeos. Ao fazer isso, você constrói, aos poucos, uma boa reputação online e passa a virar referência no mercado. É um caminho para conquistar logo a confiança de clientes e, lá na frente, vender mais imóveis.

A seguir, conheça mais a respeito do inbound marketing imobiliário e veja como essa estratégia pode alavancar sua carreira:



Afinal, o que é inbound marketing?

O termo, criado no ano 2000 pela Hubspot, refere-se a “qualquer tática de marketing que se baseia em ganhar o interesse das pessoas ao invés de comprá-lo”. Isso quer dizer, em linhas gerais, que o inbound marketing é uma estratégia para atrair contatos que possam se transformar em consumidores por meio de conteúdo.

Conteúdos que educam e respondem a dúvidas de potenciais clientes substituem as insuportáveis propagandas que só queriam vender, vender e vender. Essa tática ainda faz mais sentido na internet, onde o usuário tem poder: ele fecha as propagandas imediatamente e consome apenas aquilo que ele quer.





EDUCANDO OS CLIENTES



Não é exagero afirmar que investir em inbound marketing imobiliário atrai pessoas que estão pensando em comprar ou alugar um imóvel. Antes de procurar imóveis que estejam à venda, elas pesquisam dicas de financiamento, regiões que tendem a valorizar a longo prazo, benefícios de adquirir um imóvel e por aí vai.

Se criar conteúdos que respondam a essas dúvidas, você sai na frente da concorrência. Os clientes em potenciais enxergam em você um profissional que está atento às movimentações do mercado e passam a considerar seus serviços na hora da negociação.

Enfim, o inbound marketing imobiliário deve ter contexto, ser agradável, útil e interessante. Além de encantar os potenciais clientes num primeiro momento, você deve estar presente em cada etapa da jornada de compra. Aqui, surge a necessidade de contar com uma ferramenta de automação de marketing para que você não perca tempo com muitos processos.

O ville Target ajuda nessa questão, além de possuir um recurso de criação de campos personalizados para o cadastro de seus leads.

SEGMENTANDO PÚBLICO ALVO

Como falamos acima, o inbound marketing imobiliário deve incluir estratégias desde o início do relacionamento até o pós-venda. Então, para quem está em busca de apartamentos compactos, informe os benefícios desse tipo de imóvel.

Agora, aos clientes que já fecharam negócio com você, é interessante enviar dicas de decoração.

Montar essa estratégia exige tempo, mas tudo fica mais fácil se você contar com um CRM imobiliário. A partir dele, você acompanha o status de negociação de cada cliente e sabe exatamente o momento certo para oferecer um bom conteúdo.



PRODUZINDO CONTEÚDO

Produza conteúdo nos mais variados formatos: de textos a infográficos e vídeos. Aliás, considere criar um canal no YouTube.

Com o objetivo de alcançar o maior número de pessoas, é fundamental que você inclua em sua estratégia a divulgação automática de seus conteúdos nas principais redes sociais. Afinal de contas, seus clientes estão nelas.

Se você for cliente da plataforma ville Imob, esse trabalho fica bem fácil e automatizado. Isso porque ela possui a ferramenta de integração social: com poucos cliques você divulga seus conteúdos nas principais redes sociais de uma só vez.



ANALISANDO RESULTADOS



Aqui, é fundamental que você entenda que o inbound marketing imobiliário não traz resultados da noite para o dia. Trata-se de uma estratégia de longo prazo. Embora os resultados demorem um pouco a aparecer, eles serão muito mais sólidos e consistentes.

No mercado imobiliário, ter a confiança dos clientes é mais importante do que ter uma série de imóveis em sua carteira. Portanto, tenha paciência e invista no inbound marketing imobiliário sem medo!





4. Saiba o que é preciso para exportar imóveis para a OLX



A internet é um paraíso para divulgação de imóveis. Não faltam portais de buscas segmentados para anunciar seus produtos. Otimizar esforços para maximizar a exposição dos seus anúncios vai ajudá-lo a fechar negócio mais rápido. Nesse sentido, que tal exportar imóveis para a OLX, uma das maiores sites de compra e venda do mundo.

Aliás, quem é cliente do ville Imob consegue fazer isso com facilidade, além de obter outras vantagens que de gestão do dia a dia. Hoje, mais especificamente, vamos falar das funcionalidades para aumentar a visibilidade dos seus anúncios, mostrando a possibilidade de exportar imóveis para a OLX.



ESTEJA ONDE SEU CLIENTE ESTÁ

Sempre falamos isto, mas não custa nada repetir mais uma vez. O corretor de imóveis que não investir em ferramentas online tem chances de não sobreviver no mercado por muito tempo. A jornada do consumidor mudou muito nos últimos anos, principalmente por conta da penetração da internet no Brasil.

A 11ª edição da pesquisa TIC Domicílios 2015 revelou que mais de 100 milhões de brasileiros acessam a internet. É muita gente usando a rede para as mais diversas funções, inclusive buscar imóveis. Por isso, quanto mais os seus anúncios pipocarem na frente deles, melhor. E, já que nem todo mundo usa o mesmo site, é bom dar uma diversificada.



OLX: TODO MUNDO TEM ALGUMA PARA DESAPEGAR

Com esse slogan, a empresa atrai compradores e anunciantes. A concorrência é pesada, mas a demanda também. Presente desde 2010 no Brasil, um time de 500 profissionais comandam escritórios em São Paulo e no Rio de Janeiro.

Quer mais um motivo para exportar imóveis para a OLX? Com mais de 1 milhão de anúncios de compra, venda ou aluguel de imóveis, o portal é um dos primeiros lugares que um comprador vai procurar imóvel. Por isso, faz muito sentido marcar presença na OLX também.

“Quer mais um motivo para exportar imóveis para a OLX? Com mais de 1 milhão de anúncios de compra, venda ou aluguel de imóveis, o portal é um dos primeiros lugares que um comprador vai procurar imóvel.”





GANHE TEMPO

Quantos imóveis você tem na sua carteira? Devem ser muitos, claro. Imagine que você tenha 100 imóveis e precise cadastrar cada um deles na OLX e em diferentes portais. Que trabalho, não?

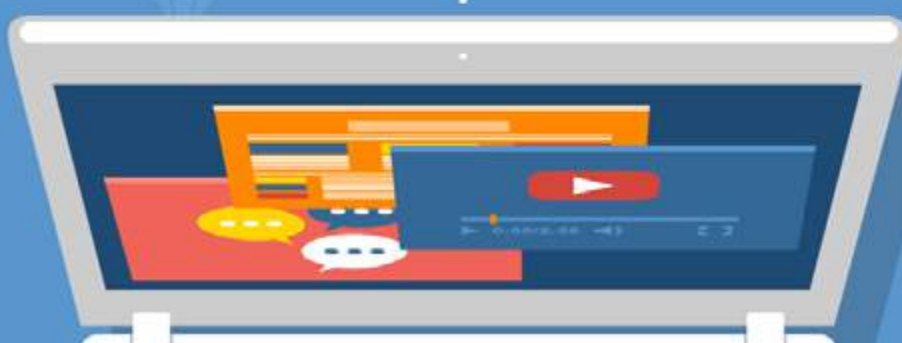
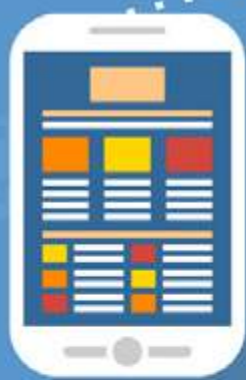
Menos para quem usa a ferramenta de integração de portais do ville Imob. Com apenas três cliques, você começa a exportar imóveis para a OLX e para outros grandes portais, como VivaReal e Zap. Isso faz com que você ganhe muito tempo e, de quebra, aumente a visibilidade de seus anúncios.



CADA MACACO NO SEU GALHO

Embora a OLX seja gratuita para muitas ocasiões, anunciar imóveis (e carros) na plataforma exige a contratação de uma Conta Premium. Para tanto, é preciso preencher um pequeno formulário no site oficial da OLX.

Mas vale muito a pena fazer o procedimento. Isso porque a plataforma hospeda anúncios de imóveis de usuários de vários locais do país e do mundo, divididos em várias categorias. São elas: Vendas de casas e apartamentos; Aluguel de casas e apartamentos; Terrenos, sítios e fazendas; Salas e lojas; Lançamentos; Temporada. Organizado e segmentado, ele facilita a busca do usuário. Comodidade é a palavra de ordem nos tempos da era digital. Isso já conta muitos pontos.





ALÉM DE EXPORTAR IMÓVEIS PARA A OLX



Uma vez que você já usa a plataforma ville Imob para exportar imóveis para a OLX com mais agilidade, aproveite para recorrer a outras funcionalidades. Por exemplo, você pode utilizar a ferramenta de integração social para divulgar seus anúncios nas mais variadas redes sociais.

Para realizar um atendimento mais personalizado possível, procure concentrar todas as informações de seus clientes no nosso CRM imobiliário. Nele, você consulta as preferências de cada pessoa e acompanha o status da negociação.

Enfim, aposte as fichas nas funcionalidades do ville Imob e boas vendas!





5. Como aumentar as visualizações dos anúncios de imóveis no Youtube

Quando uma pessoa ainda está no processo de decisão de compra de um imóvel, ela percorre muitos caminhos diferentes. E um deles é assistir a vídeos de anúncios de imóveis no YouTube.



De acordo com informações do Google, 52% dos consumidores de imóveis são influenciados por vídeos online. Em 2009, esse índice era de apenas 30%. Na prática, isso significa que os corretores que criarem vídeos de anúncios de imóveis no YouTube têm mais chances de captar a atenção e impressionar possíveis compradores.

Por meio dos vídeos, é possível oferecer uma visão muito mais ampla de um imóvel, o que valoriza o empreendimento e dá maior chance de fechar um negócio. Por isso, acompanhe nossas dicas para produzir e, sobretudo, aumentar as visualizações dos seus anúncios de imóveis no YouTube:

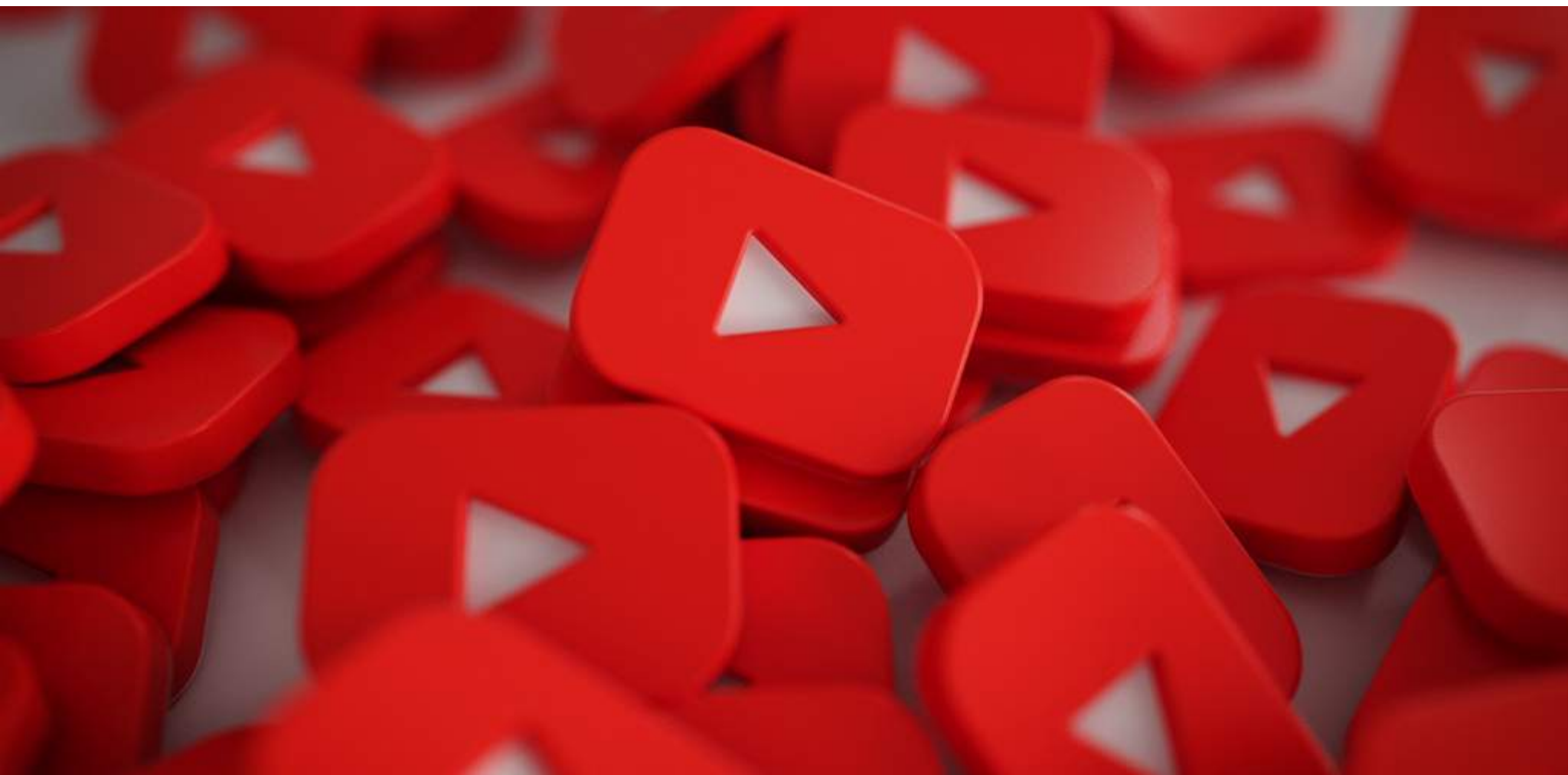


PRODUÇÃO DO VÍDEO DE ANÚNCIOS DE IMÓVEIS NO YOUTUBE



A vantagem de produzir vídeos para o YouTube é que você não precisa ser nenhum profissional do cinema. Um ótimo smartphone ou uma câmera semiprofissional já é suficiente para produzir um vídeo com imagem e som de qualidade.

No entanto, o primeiro passo é escrever um roteiro de como será o vídeo. É importante ter consciência de que a duração do vídeo não pode ter mais que cinco minutos para que você consiga prender a atenção do usuário o tempo todo.



Aqui, basta imaginar levando um interessado para conhecer o imóvel. Em primeiro lugar, grave os cômodos internos como se estivesse mostrando para alguém.

Tenha cuidado para deixar tudo organizado, limpo e bem iluminado. Prioriza o melhor ambiente do imóvel! Dê destaque, também, para ambientes diferenciados, de preferência com um vídeo separado do resto.

Caso você não tenha tanta prática para gravar, você pode criar vídeos dos imóveis utilizando fotos a partir da ferramenta StupeFlix. Aí, basta inserir legendas dando informações adicionais ao vídeo.



RECORRA A ANIMAÇÕES EM SEUS ANÚNCIOS DE IMÓVEIS NO YOUTUBE



Para criar uma identidade visual e dar uma cara mais profissional para seus vídeos, uma boa ideia está na inserção do logotipo da sua imobiliária. Aqui, o site Fiverr pode ser muito útil nessa tarefa.

Agora, para transformar seus vídeos em únicos, procure recorrer a animações. Afinal de contas, o objetivo é atrair a atenção dos usuários, não? Dentro desse propósito, o site RawShorts ajuda você a criar animações em pouco tempo, não precisa ser nenhuma designer para isso.



VEJA OS 5 MELHORES EDITORES DE VÍDEOS GRATUITOS PARA WINDOWS

A edição é a parte final antes de publicar o vídeo no YouTube. Mais uma vez, você não precisa ser um profissional do cinema para finalizar esse trabalho. Para ajudá-lo, selecionamos cinco editores de vídeos gratuitos para Windows, o sistema operacional de computadores mais popular do mundo.

De modo geral, eles são bem intuitivos, tendo funções de arrasta-e-solta para a criação de vídeos. Veja quais são eles: Windows Movie Maker, VirtualDub, Wax, ZS4 Video Editor, Movica.

INVISTA EM PALAVRAS-CHAVE NO TÍTULO E DESCRIÇÃO

Ao incluir palavras-chave no título de seus anúncios imobiliários no YouTube, seu vídeo fica mais fácil de ser encontrado nos sites de busca. Aqui, a melhor sacada é imaginar como o cliente pensa, ou seja, como ele procuraria por seu imóvel na internet. Isso ajuda a definir a palavra-chave.

Por exemplo, "imóvel na zona sul de São Paulo". Inclua isso no início do título, pois é por meio dele que os motores de busca vão identificar do que se trata o vídeo. Há, ainda, um espaço para descrição no YouTube. Aproveite, aqui, para dar mais detalhes relevantes e, ainda, incluir a palavra-chave.

SEMPRE ASSOCIE O SEU CANAL DO YOUTUBE AO SEU SITE



Ainda na descrição do vídeo, não se esqueça de acrescentar canais de contatos, como o endereço de seu site imobiliário. Assim, o público impactado pode visualizar mais opções por lá. Aliás, incorpore os vídeos do YouTube em seu site imobiliário, valorizando os anúncios. Quem é cliente do ville Imob consegue fazer isso rapidamente.

Da mesma maneira, quando postar um conteúdo novo no site, coloque um vídeo relevante que você tenha mais acesso no YouTube. Seu público pode não se interessar pelo texto todo, mas ficará satisfeito se assistir a um vídeo didático e explicativo sobre o assunto.



“Ao final de cada vídeo, incentive os usuários se inscreverem em seu canal. Dessa forma, eles serão impactados a cada conteúdo novo que você publicar no YouTube, aumentando suas visualizações ”



ALÉM DE ANÚNCIOS DE IMÓVEIS NO YOUTUBE

Como você já possui um canal no YouTube para divulgar sua carteira de imóveis, aproveite para criar vídeos que eduquem o seu público. Mostre a sua cara para dar dicas de decoração, financiamento e falando, de modo geral, sobre o mercado imobiliário. Assim, você se posiciona como uma autoridade no setor.

Ao final de cada vídeo, incentive os usuários a se inscreverem em seu canal. Dessa forma, eles serão impactados a cada conteúdo novo que você publicar no YouTube, aumentando suas visualizações.

DIVULGUE OS ANÚNCIOS DE IMÓVEIS NO YOUTUBE

Não basta subir o vídeo no YouTube e esperar que as visualizações aconteçam naturalmente, principalmente se o seu canal for recente. Nesse sentido, é fundamental recorrer às redes sociais, portais imobiliários e campanhas de e-mail marketing.

Para não perder tanto tempo com a divulgação, faça uso das ferramentas do ville Imob de integração social e de integração de portais imobiliários. Aí, você publica seus anúncios em diversos canais de uma só vez, alcançando o maior número de pessoas possível.



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

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



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

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



1- UM ÓTIMO ANÚNCIO DE IMÓVEIS PRECISA DE UM TÍTULO CHAMATIVO

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

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

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

2- ELABORE UM TEXTO COERENTE E APRESENTE O IMÓVEL

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

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



3- INSIRA A LOCALIZAÇÃO



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

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

5- VÍDEOS DE IMÓVEIS VALORIZAM O ANÚNCIO



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

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

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



4- UM ÓTIMO ANÚNCIO DE IMÓVEIS TEM FOTOS CAPRICHADAS

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

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

6- DEIXE OS SEUS CONTATOS EVIDÊNCIA



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

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



UM ÓTIMO ANÚNCIO TEM QUE TER VISIBILIDADE



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

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

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





7.5 Dicas de como utilizar o WhatsApp para vender imóveis



Graças a uma comunicação mais rápida, é possível utilizar o WhatsApp para vender imóveis. Ou, pelo menos, para estreitar o relacionamento com os clientes e passar mais informações a eles por meio de textos, vídeos, imagens e áudio.

Aliás, corretor de imóveis, você já parou para pensar quantos clientes em potencial utilizam o aplicativo de troca de mensagens? Abre-se, então, um excelente canal para que você inicie o processo de uma venda, não é mesmo?

Para se ter uma ideia, somente no Brasil, o WhatsApp já conta com 120 milhões de usuários ativos, de acordo com dados da própria empresa. Isso representa 10% do total de usuários do aplicativo no mundo. Definitivamente, muita gente!



Agora, uma boa dose de cuidado nunca é demais. Não adianta sair mandando mensagens para todos os contatos de clientes salvos em seu celular. Por mais que muitos possam gostar de desfrutar dessa facilidade durante a compra de um imóvel, é importante você conhecer algumas dicas boas para não abusar da sorte e acabar ficando com a fama de corretor chato e invasivo.

01

Avise o cliente antes de utilizar o WhatsApp para vender imóveis

A dica número um é perguntar se o cliente deseja ser contatado por você por meio do Whatsapp. Peça permissão para mandar mensagens e entre em contato apenas em horário comercial ou quando o cliente preferir. A surpresa de uma mensagem repentina ou em horário inapropriado pode deixar uma péssima impressão.

02

Esteja à disposição

É verdade que você não pode abordar o cliente pelo WhatsApp para vender imóveis na hora errada. Por outro lado, é necessário estar à disposição quando ele entrar em contato com você. Respondê-lo rapidamente passa uma boa impressão. Aliás, vale a pena até deixar o "visto por último" e o identificador de visualização. Assim, o próprio cliente sabe o melhor momento para entrar em contato com você e, o principal, quando você visualizou a mensagem dele. Não omitir sua presença no WhatsApp deixa o relacionamento mais transparente.

Utilizar o Whatsapp para vender imóveis exige uma postura profissional. Isso inclui, por exemplo, usar uma foto com roupa de trabalho, sem poses e gestos descolados. Evite, também, publicar fotos e vídeos pessoais no status do aplicativo. Essa ferramenta deve ser bem mais rentável se utilizada para divulgar anúncios de lançamentos.

Por fim, utilize o áudio apenas quando não for possível digitar. Um grande número de áudios ou áudios muito extensos – acima de um minuto – podem atrapalhar e ocupar muito espaço no celular do cliente.



03

Utilize a versão web do WhatsApp para vender imóveis

Desde 2015, o aplicativo também pode ser acessado pelo computador. Trata-se de um ótimo recurso para utilizar quando você está no computador do escritório. Isso sem falar que é uma excelente saída para economizar seu pacote de dados de internet do smartphone.

04

Se quer utilizar o WhatsApp para vender imóveis, tenha uma postura profissional

Utilizar o Whatsapp para vender imóveis exige uma postura profissional. Isso inclui, por exemplo, usar uma foto com roupa de trabalho, sem poses e gestos descolados. Evite, também, publicar fotos e vídeos pessoais no status do aplicativo. Essa ferramenta deve ser bem mais rentável se utilizada para divulgar anúncios de lançamentos.

Por fim, utilize o áudio apenas quando não for possível digitar. Um grande número de áudios ou áudios muitos extensos – acima de um minuto – podem atrapalhar e ocupar muito espaço no celular do cliente.

05

Produza vídeos compactos

Uma boa maneira de estreitar seu relacionamento com o cliente é se passando a informação por vídeos, bem como apresentar um imóvel. Mas tome cuidado para que o vídeo não fique muito extenso, isso faz com que as pessoas deixem de assistir.

E para que os vídeos cheguem rápido aos clientes, é importante comprimi-los para diminuir seu tamanho. Aqui, vai uma dica: instale o aplicativo Compacta Vídeo.



DICA BÔNUS:

ENVIE CONTEÚDOS VARIADOS



Informações, preços, condições de pagamento, benefícios e outros detalhes de negociação podem ser enviados por texto ou imagens. Tenha tudo sempre à mão.

Aqui, há uma facilidade para quem é cliente ville Imob: com a integração social, é possível compartilhar os imóveis cadastrados na plataforma pelo WhatsApp. Para agilizar sua divulgação, conte também com a integração de portais imobiliários.

Aliás, criar uma lista de transmissão é mais vantajoso que se comunicar por meio de um grupo. Isso porque a lista de transmissão permite que você envie a mesma mensagem para muitas pessoas de uma só vez de forma individual.

Aí, as pessoas se sentem mais à vontade para respondê-lo.

Porém, o WhatsApp não precisa ser apenas uma ferramenta para venda. Longe disso. Você também pode fortalecer o relacionamento com seu cliente enviando, quando for autorizado, dicas e novidades interessantes sobre o mercado imobiliário. Além disso, acompanhe seu cliente após a negociação ter sido concluída, verifique sua satisfação e agradeça.

Enfim, assim como o e-mail e as redes sociais, o WhatsApp é mais um (ótimo) canal de comunicação que você não pode deixar de usar no seu dia a dia. Boas vendas!





8. Como utilizar o Facebook orgânico e Facebook Ads para vender



O Facebook é a rede social mais popular do Brasil. Nesse sentido, utilizar o Facebook Ads para vender imóveis pode fazer toda a diferença nos seus negócios. Para se ter uma ideia, segundo dados do e-Marketer de 2016, 95% dos brasileiros que têm acesso a alguma rede social estão na plataforma.

Aqui, é importante reforçar que o Facebook não serve apenas para conversar com os amigos, curtir memes e compartilhar momentos pessoais. Em outras palavras, é possível fazer ótimos negócios na rede social; o investimento nela compensa.

Mas se você quer aproveitar bem a plataforma de Mark Zuckerberg para vender imóveis, precisa conhecer as estratégias que ela possui para chamar atenção do público. E é isso que você vai aprender neste post.



PRODUZA VÍDEOS

Se fotos simples já chamam bastante atenção, imagine o sucesso que um bom vídeo pode fazer. Eles estão cada vez mais em destaque no Facebook e fáceis de serem feitos, graças à tecnologia avançada dos smartphones. Isso sem falar que a plataforma prioriza mais vídeos e imagens do que posts só com textos, o que ajuda a sua página a ter destaque organicamente.

O que não significa que você precisa sair filmando e postando, a torto e a direito, que a venda de um imóvel fica garantida. O vídeo que atrai bons negócios é aquele bem feito, com conteúdo criativo, esclarecedor, boa qualidade de áudio e imagem. Explore bem as vantagens e versatilidades da casa ou apartamento que você tem para oferecer.

PUBLIQUE FOTOS 360°

Outra sensação do momento é a foto que consegue mostrar detalhes do ambiente do imóvel que está à venda, antes mesmo de se agendar uma visita.

As fotos 360° são rápidas e convidam o cliente a navegar pelo espaço em um arrastar com o mouse do computador ou com um toque na tela do celular. Simples e prático.



FACEBOOK ADS PARA VENDER IMÓVEIS: FAÇA ANÚNCIOS SEGMENTADOS

Como os usuários entram no Facebook para se distrair e curtir as postagens de amigos, o Facebook "força" as páginas a investir um dinheiro para que suas publicações atinjam as pessoas.

Nesse sentido, é fundamental você reservar uma verba de Facebook Ads para vender imóveis com mais precisão. A ferramenta evidencia sua publicação no feed de notícias (em meio aos posts) ou na barra lateral direita do plataforma.

Com ele, você pode especificar o público que deseja atingir. Por exemplo, se o seu foco são estudantes que acabaram de entrar na faculdade, você pode usar a segmentação Estudante e o nome da universidade mais próxima ao endereço e ainda especificar a cidade que o usuário mora. Muitos pais alugam ou compram apartamentos pequenos para seus filhos morarem durante o período de estudos.

Quando você recorre ao Facebook Ads para vender imóveis, ele te mostra quantos usuários se encaixam nesse perfil, garantindo uma exposição grande e assertiva para você. Seu anúncio fica disponível até no mobile, sem que a qualidade fique prejudicada.

Aliás, esse marketing digital é um bom caminho para você conquistar leads e, com um clique do cliente interessado, direcioná-lo a uma página onde é gerado um questionário simples para que ele forneça seu e-mail de contato. A captura do e-mail é a primeira recompensa rumo à conclusão de um negócio.



FAÇA, TAMBÉM, CONTEÚDOS RELEVANTES

É claro que a venda é seu objetivo final, mas, como falamos acima, os usuários de Facebook não querem entrar na plataforma para ser bombardeado por anúncios de venda o tempo inteiro.

Portanto, além de anunciar seus imóveis, procure criar conteúdos que sejam relevantes e que acrescentem algo ao seu público-alvo. Dicas de decoração, apresentação de diferentes modalidades de garantia de seguro e cuidados na hora de recorrer ao financiamento imobiliário são bons conteúdos para publicar no Facebook.

Ah, e não se esqueça das outras redes sociais, como Twitter, Instagram e LinkedIn. O seu público-alvo também está nelas. Para não perder todo o seu tempo de trabalho postando nas redes sociais, vale a pena utilizar uma ferramenta de integração social. Assim, você publica seus posts em todas as plataformas de uma única vez



ATENÇÃO COM O PÚBLICO ALVO

Porém, se você não tiver a devida noção de seu objetivo ou público, o uso do Facebook pode acabar sendo frustrante. Estamos falando de um rede social onde dificilmente você acha alguns públicos, como pessoas interessadas em imóveis de alto-padrão. Caso esse seja o seu caso, adote estratégias mais ao gosto e hábito do freguês.



ESTRATÉGIA ALÉM DO FACEBOOK ADS PARA VENDER IMÓVEIS

Hoje em dia, utilizar o Facebook orgânico e Facebook Ads para vender imóveis é indispensável na estratégia do corretor de imóveis. Se não fizesse diferença apostar na plataforma, grandes empresas não investiriam pesado nessa estratégia para anunciar seus produtos e serviços.

Agora, de nada adianta atrair muitos usuários para o seu post se, quando eles clicam no link, o seu site imobiliário for pobre e bagunçado. De modo geral, ele precisa ser responsivo, ou seja, se adaptar a todos os tamanhos de tela (smartphone, tablet e computadores), ou ter uma versão mobile e ter um layout de fácil navegação.

Construir seu site imobiliário com a plataforma da ville imob, você consegue proporcionar a melhor experiência possível aos usuários. Fica a dica.



9. Veja como as hashtags podem impulsionar as vendas de imóveis



Além de manter um site imobiliário atualizado, já deu para perceber que as redes sociais são um ótimo espaço para impulsionar as vendas de imóveis, né? Enfim, elas não servem apenas para compartilhar fotos de animais de estimação e curtir os posts de amigos. É possível, sim, fazer bons negócios nelas.

No entanto, não basta ter uma conta no Facebook, Twitter e Instagram e esperar que as vendas aconteçam naturalmente. É preciso agir. Para que suas ações deem resultados, você precisa saber usar todos os recursos dessas ferramentas para, principalmente, atrair mais pessoas às suas publicações.



Aqui, um atalho para aumentar a visualizações de suas postagens está no uso estratégico das famosas hashtags. Num primeiro momento, ela pode parecer algo confuso e até mesmo inútil. Mas as hashtags são uma ferramenta poderosa para envolver seu público-alvo, aumentar o reconhecimento da sua imobiliária e, quem sabe, impulsionar as vendas de imóveis.

Uma única palavrinha, precedida pelo símbolo “#” pode ser uma aliada poderosa para o mercado imobiliário. O Twitter transformou o famoso símbolo popularmente conhecido como “jogo-da-velha” em uma ferramenta poderosa de Marketing Digital. Hoje, a hashtag já é utilizada na maioria das redes sociais existentes.

Como funciona uma hashtag?

Basicamente, a hashtag transforma a palavra em um link que concentra todos os posts em que outros usuários utilizaram o mesmo termo que você. Portanto, quando clicam em uma hashtag, a pessoa é redirecionada para essa página que reúne todos os posts com a mesma indexação.

Nesse sentido, mesmo que o usuário não saiba qual é o seu perfil, ele pode encontrá-lo facilmente por esse caminho. E se ele está pesquisando uma hashtag com a palavra-chave que você usa em seus posts, significa que, aparentemente, ele tem algum interesse pelos seus posts.





QUAIS AS VANTAGENS PARA O MERCADO IMOBILIÁRIO

Como essa ferramenta permite rastrear conteúdos, é possível que ela dê mais visibilidade para sua marca nas redes sociais. Com as palavras-chaves, você amplia sua capacidade de interação com o público que ainda não conhece seus imóveis. Em resumo, trata-se de uma maneira eficaz de divulgação.

Com o alcance do seu conteúdo, as pessoas podem entrar em contato com você e, assim, é possível construir uma comunidade interessada no seu conteúdo e, por consequência, impulsionar as vendas de imóveis.



COMO USÁ-LA PARA IMPULSIONAR LAS VENDAS DE IMÓVEIS

Três dicas são muito importantes para utilizar hashtags em posts imobiliários: bom senso, moderação e propósito. Imagine que você está lançando um empreendimento que se chama Residencial Lotus e fica no centro de São Paulo.

Nesse sentido, você pode programar posts com as hashtags #residenciallotus #SãoPaulo, #imóvel e #3dormitórios e, posteriormente, monitorar tudo que as pessoas estão falando sobre o lançamento nas redes sociais. Inclusive, se estiver atento ao que os usuários estão compartilhando, você pode criar posts que interajam com os assuntos mais comentados na rede. Isso trará uma quantidade absurda de possíveis clientes.

DIVILGANDO UM IMÓVEL



Geralmente, quem procura um imóvel para alugar ou comprar na internet já faz uso da hashtag para encontrar o que tem a ver com seu perfil. Então, essas pessoas vão clicar em hashtags que auxiliem na busca e estejam dentro de suas expectativas. Por exemplo: #homesweethome, #comprarimovel, #minhacasaminhavia, #quemcasaquercasa e por aí vai.

Como a maioria das redes sociais aceita o uso de hashtags, você pode utilizar uma ferramenta de integração social para divulgar seus imóveis em diversas plataformas de uma só vez. Assim, sobra mais tempo para você se dedicar a outra atividade.



DICAS DE OURO

A dica principal é ser objetivo, use apenas uma palavra por hashtag. Caso não tenha jeito, as palavras-chave devem ser escritas juntas (#compreimovel). Não utilize símbolos especiais, como hífen, acentuação ou pontos, pois eles comprometem a leitura e uma correta indexação do conteúdo.

Não precisa inserir 50 hashtags em um único post. Mantenha um equilíbrio, seja relevante e procure usar as palavras mais importantes para divulgar o seu conteúdo. Não use hashtags no meio do texto, procure colocá-las ao final para não comprometer a leitura do texto.



HASHTAGS CONFORME A PLATAFORMA

A gente sabe que a hashtag é comum em várias redes sociais, mas é importante que você entenda o uso delas em cada plataforma.

No Instagram o uso delas é para descrever a foto (#decoracaointerior). Por sua vez, no Twitter, utiliza-se as hashtags para debater sobre um tema (#casapropria). É bom que você analise e faça proveito das hashtags mais populares de cada rede social. Caso contrário, você corre o risco de ser o único a usar aquela palavra-chave e ficar falando sozinho na internet.



10. SEO para corretor de imóveis: adote boas práticas e venda mais



De cada dez empresas, 11 desejam estar no topo dos resultados do Google. Afinal de contas, ele é a principal fonte de pesquisas da internet e pode levar um potencial cliente para o seu site. Aparecer na primeira página do Google também dá a impressão de que você é uma autoridade no setor em que trabalha.

Para chegar lá ao topo, existem dois caminhos: investir em Google AdWords e adotar boas práticas de SEO (Search Engine Optimization que significa, em bom português, Otimização para Mecanismos de Buscas).



SOBRE O GOOGLE ADWORDS

O Google AdWords é uma ferramenta de anúncios pagos (ou links patrocinados). Ao pagar para o Google por determinadas palavras-chave, o seu site aparece nos primeiros resultados ou na coluna lateral, sempre de forma destacada.

Num primeiro momento, é uma estratégia muito válida, ainda mais se o seu site for recém-construído. No entanto, como essa estratégia demanda muito dinheiro, ela não pode compensar tanto para o seu bolso no futuro. Lá na frente, é possível que você esteja pagando mais do que recebendo.

Por isso, você nunca deve abandonar as boas práticas de SEO para corretor de imóveis. Se você fizer um trabalho bem feito em seu site imobiliário, é possível que ele apareça bem ranqueado nos resultados de busca sem que você precise pagar mais nada ao Google. Trata-se de um trabalho cujo os resultados aparecerão a longo prazo.

Mas, afinal, quais são essas boas práticas de SEO e como elas podem ajudar a impulsionar as suas vendas? É isso que você confere a seguir:

CARREGAMENTO RÁPIDO E VERSÃO MOBILE



Você sabia que o smartphone é o dispositivo mais utilizado para acessar a internet no Brasil? De acordo com pesquisa TCI Domicílios dos 100 milhões de brasileiros que acessam a internet, 89 milhões o fazem pelo celular.

Mas o que isso tem a ver com SEO? Tudo. Se o seu site não oferecer uma boa experiência aos usuários móveis, o Google não fará questão de posicioná-lo nas primeiras páginas.

Portanto, o seu site precisa ter um carregamento rápido. Além disso, carregar as páginas rapidamente também ganha pontos com os motores de busca.

Aqui vai uma dica: se contratar a plataforma ville Imob para construir seu site imobiliário, ele já vem com todas essas funcionalidades de otimização para o Google que devem ser levadas em consideração em sua estratégia e outras mais como: cadastro de meta tags, arquivo sitemap, robots, códigos de remarketing do google e facebook, URL otimizadas, Google Analytics scripts adicionais.



OFEREÇA CONTEÚDO RELEVANTE AO SEU PÚBLICO



Construir um site imobiliário somente para transformá-lo em um portal de anúncios online pode não ser tão interessante. Você até pode vender um ou outro imóvel graças ao site, mas somente ele não é sustentável a longo prazo, é preciso fazer uso de uma plataforma completa que lhe ofereça além do site, um CRM Imobiliário, Integrações com portais e redes sociais, sistema e chat. O corretor, para manter-se competitivo precisa marcar sua presença online de forma completa e profissional.

Isso porque nem todos os potenciais clientes estão no último estágio, isto é, próximo da compra. Alguns ainda querem ter mais informações antes de dar o passo seguinte.

Nesse sentido, é fundamental que você crie conteúdos de qualidade que solucionem os problemas de cada micro momento do cliente.

Por exemplo, por que não escrever textos ou gravar vídeos dando dicas de financiamento imobiliário ou até mesmo de reformas? Você só tem a ganhar pontos com seus visitantes – e também com o Google!

Além disso, poderá incorporar esses vídeos no cadastro do imóvel.

DIVIDA TEXTOS EM INTERTÍTULOS



Decidiu escrever textos em seu site? Parabéns! Agora, não basta escolher bem as palavras-chave, é preciso saber posicioná-las no texto. Uma ótima sugestão é dividir seu texto em intertítulos e colocar os termos principais neles. Ah, não se esqueça de colocar as palavras-chave nas URLs de cada página, hein!

Além de agradar a leitura do robô, estruturar o seu texto dessa forma ajuda os robôs do Google a identificarem rapidamente o conteúdo de seu texto.





“O segredo é focar em poucas palavras-chaves direcionadas ao seu público alvo.”



LINKS INTERNOS SÃO BEM VINDOS

Para medir se a experiência do usuário foi boa dentro do seu site, o Google avalia o tempo médio em que cada pessoa fica navegando nele. Se você inserir links internos e relacionados ao conteúdo que o usuário está lendo, você aumenta as chances de ele ficar mais tempo em seu site

VANTAGENS PARA AS VENDAS DE IMÓVEIS

Agora, imagine a seguinte situação. Um corretor imobiliário que atua em Vitória (ES) começou a adotar todas essas boas práticas de SEO para corretor de imóveis e, em pouco tempo, seu site ficou bem posicionado nos resultados de motores de busca. O segredo é focar em poucas palavras-chaves direcionadas ao seu público-alvo.

Então, se uma pessoa estiver procurando por um imóvel na capital do Espírito Santo pelo Google, possivelmente ele vai se deparar com o site do corretor imobiliário em questão. Em resumo, estar bem posicionado no site de busca ajuda a levar novos clientes até você, aumentando suas chances de vendas. Nada mau, né?

Como fala o nosso guru do marketing digital no Brasil: Conrado Adolpho “A melhor maneira de encontrar seu cliente é ser encontrado por ele.”

Desejamos Sucesso e Boas Vendas



11. 7 Vantagens da computação em nuvem para imobiliárias e corretores



Em um mercado dinâmico como o imobiliário, é (praticamente) impossível sobreviver sem investir em inovação. Sendo curto e grosso: os corretores precisam levar em conta as tecnologias disponíveis na rede para facilitar o relacionamento com o cliente e potencializar suas vendas. Uma dessas ferramentas é a computação em nuvem (ou, o termo em inglês, cloud computing).

Precisa acessar os arquivos, mas está na rua, longe da imobiliária? Sem problemas. Graças aos serviços de computação em nuvem, como Google Drive e Dropbox, você pode acessar qualquer documento remotamente, direto do seu smartphone ou tablet.



Mas isso é só um dos muitos benefícios que essa tecnologia pode fazer. Veja, a seguir, sete vantagens da computação em nuvem para imobiliárias e corretores:

01

Produtividade

Com a computação em nuvem, basta um notebook ou smartphone para acessar o sistema de gestão e realizar qualquer atualização em tempo real. Você pode incluir informações no site, bolar um anúncio ou subir um vídeo no canal da imobiliária a partir de qualquer lugar. Ganha-se muito tempo!

02

Integração da equipe

Não é de hoje que informação é poder. E uma equipe que a compartilha apresenta resultados muito melhores. Existem softwares imobiliários que utilizam a tecnologia em nuvem para armazenar em tempo real as informações sobre a imobiliária, que poderá ser acessada e verificada por toda a equipe.

Assim, a tomada de decisões se tornam mais rápidas e certas. Além disso, o negócio pode ser acompanhado de perto, o que permite que os corretores consigam realizar um trabalho preventivo, minimizando eventuais problemas.





03

Mobilidade

A presença física não é mais extremamente necessária para tomadas de decisão. Toda a informação compartilhada pela computação em nuvem pode ser acessada em qualquer lugar a partir de um smartphone, tablet, notebook; seja em casa ou na imobiliária. Uma versão mobile para imobiliária é fundamental nos dias de hoje.

A computação em nuvem permite que você faça upload de fotos para o site, gere contatos, mostre diversos imóveis ao gosto do cliente e cadastre leads no seu CRM Imobiliário; apenas com o auxílio da rede.

04

Armazenamento

Uma das principais funções da computação em nuvem é o armazenamento. Além de ter uma variedade de arquivos úteis ao trabalho do corretor ao alcance imediato, armazenar na nuvem não ocupa espaço em seu computador.

Na prática, isso significa que você não precisa excluir arquivos antigos para salvar novos. E como os documentos não usam a memória do seu computador, ele não fica lento por conta de excesso de arquivos ou problema com vírus.





05

Segurança

Você já deve ter utilizado um sistema de gestão imobiliária tradicional instalado diretamente no computador. Sabe também, que esse tipo de ferramenta pode ser muito pesado, travar e até perder informação do HD, o que é um verdadeiro pesadelo.

Mais uma vez, a computação em nuvem sana mais um problema comum. Com o sistema hospedado em servidores virtuais, você não corre o risco de com uma pane ou vírus no seu computador, por exemplo, ter um trabalho perdido.

Além disso, permitindo o acesso apenas com login e senha, ninguém que não esteja previamente cadastrado pode acessar o conteúdo, o que mantém o sigilo das negociações. Geralmente na nuvem, trabalha-se com redundância de backups.

06

Relacionamento

O trabalho do corretor de imóveis não se resume a vendas. O profissional também gerencia agenda, faz follow ups (saiba mais sobre follow ups nesse artigo) e entra em contatos com clientes e por aí vai.

Tudo precisa ser registrado para que você não perca a chance de vender ou alugar um imóvel. Papel e planilhas não podem ser sua salvação para resgatar um contato ou uma negociação com um cliente. O sistema de gerenciamento imobiliário na nuvem vai, mais uma vez, te salvar.

Nele todos os dados que você precisa sobre o cliente estarão disponíveis a um clique. É possível registrar preferências, construir um histórico de interação, fazer comentários e anotações, anexar arquivos que podem te ajudar a entender o perfil de cada potencial comprador. Na plataforma ville Imob por exemplo, você pode contar com todas essas soluções.



07

Economia

O custo para instalar um sistema de gestão imobiliário pode ser bem alto. É assim, pois é preciso pagar pela licença de uso. Comparados com soluções em nuvem, um programa no computador demanda muito espaço e é preciso investir em memória, o que geralmente é muito caro.

Com a computação em nuvem você pode escolher planos que se adaptam a necessidade da sua imobiliária. Escolha o tamanho do armazenamento e os tipos de ferramenta que precisa.

Você pode alugar o sistema pelo tempo que quiser, conforme o negócio for crescendo, você pode escalar a quantidade de registros na nuvem e quais funcionalidades vai utilizar. Os valores de planos são muito acessíveis, iniciando por volta de 49,00/mês com todas as ferramentas.

E aí, foi convencido? A computação em nuvem para imobiliárias pode melhorar sua performance, seja você um corretor autônomo ou dono de imobiliária!





12. Overload de informação para o corretor de imóveis. Como agir?



O que parece ser uma solução, é um grande problema. Graças ao bombardeio de conteúdo disponível na internet, o overload de informação para o corretor de imóveis se tornou um dos grandes vilões dos profissionais que não têm alcançado bons resultados.

Antes de mais nada, é importante explicar para quem não sabe: overload de informação significa, em bom português, uma sobrecarga de informação.

Aliás, qualquer pessoa já deve ter notado os efeitos desse fenômeno. Entre eles, estão a dificuldade de selecionar as melhores fontes e identificar qual é mais digna de credibilidade.



A sobrecarga de informações pode interferir também nas questões comerciais de diversos mercados, como o mercado imobiliário. Um desafio extra para o corretor de imóveis.

Se você tem problemas em lidar com o excesso de dados e informações na sua rotina, vale a pena acompanhar este texto. Vamos lá!

Informar-se bem requer tempo

Estar informado é algo importante e inevitável. Contudo, isso precisa ser feito de forma saudável. Para fazer isso, uma das saídas é reservar um horário do seu dia para ler as últimas notícias, sobretudo do mercado imobiliário.

As opções podem variar: após o almoço, durante uma viagem no transporte coletivo ou quando você estiver em casa, depois de um dia de trabalho. Enfim, qualquer momento que lhe permita saber quais são as últimas novidades sem que isso prejudique suas tarefas.

Portanto, evite ficar o tempo todo acessando e-mail e perfil pessoal nas redes sociais. Isso consome um tempo precioso do seu dia.

Aqui, em vez de acessar as redes sociais para publicar nelas e, assim poder se distrair com muitos conteúdos de lá, que tal utilizar uma ferramenta de integração social? Dessa forma, você publica suas mensagens nas principais redes sociais de uma só vez.



Informação útil em primeiro lugar

Esta dica vale ouro para o seu desempenho profissional: priorize aquelas informações que podem interferir nos seus negócios. Um corretor, por exemplo, precisa saber como anda a economia para saber se o momento é favorável para as vendas de imóveis, não é mesmo?

Consumir uma informação de utilidade imediata facilita bastante. Do contrário, ao agregarmos em excesso informações que não são verdadeiramente utilizadas, corremos o risco de não saber mais como aprender as coisas. Sim, isso é possível!

Saiba escolher uma boa fonte

Mesmo dedicando sua atenção para um assunto específico, também é muito importante zelar pela qualidade do que você consome, sobretudo na internet. E essa seleção também te ajuda a escapar das consequências do overload de informação para o corretor de imóveis.

Para começar, escolha dois ou três bons autores ou especialistas do seu assunto de interesse. Esse processo requer um certo tempo de dedicação, pesquisa e avaliação. Esforços que podem render ótimos resultados pessoais, profissionais e mentais.



O cérebro precisa de um tempo

Assim como é importante reservar um horário para se informar, é bom, também, ficar algumas horas sem nenhum fluxo de informação. Coloque limites no acesso às informações e procure respeitá-los ao máximo.

Em outras palavras, sempre que possível, dê um descanso para o seu cérebro. Isso deve ajudá-lo a absorver e compreender todas as informações que recebeu ao longo do dia e evitar o overload de informação para o corretor.



Conclusão

Pode parecer difícil de acreditar, mas se informar também cansa. Não se trata apenas de ler as notícias, mas dos e-mails e mensagens que você recebe diariamente.

A sobrecarga de informações pode comprometer seu desempenho no trabalho e afetar a sua produtividade. Por isso, deixe um espaço para assimilar os detalhes sobre um cliente com quem você vai se encontrar ou sobre o imóvel que será apresentado a ele.

Aliás, antes de realizar uma visita, consuma apenas as informações sobre o cliente e o imóvel em questão. Elas devem estar armazenadas em seu CRM imobiliário. Afinal de contas, organizar as informações relevantes do seu negócio é parte essencial para fazer um atendimento de excelência.

Ter as informações corretas e dedicar seu tempo para as mensagens mais relevantes contribuem para que seu trabalho tenha qualidade e seus negócios, sucesso!



13. Saiba tudo o que um site imobiliário precisa ter



O corretor de imóveis ou dono de imobiliária já deve estar cansado de saber que precisa estar na internet e ter um site imobiliário para divulgar seus produtos e serviços. Afinal de contas, de acordo com o Sindicato da Habitação de São Paulo (SECOVI-SP), 90% das buscas por imóveis começam pela internet.

Em outras palavras, construir um site imobiliário deixou de ser uma opção e virou uma obrigação aos profissionais que querem sobreviver no setor. Mas isso não significa que sua página web pode ser criada de qualquer forma. Se ela não proporcionar uma boa experiência, basta um clique (ou um toque) para o usuário sair do seu site e ir para o do concorrente.

Para ter sucesso e proporcionar uma boa experiência ao visitante, um site imobiliário precisa apresentar diversas funcionalidades. Veja, na sequência, quais são elas:



LAYOUT: A PRIMEIRA IMPRESSÃO

Seu site imobiliário precisa deixar uma boa impressão, logo de cara – e ela deve ser mantida enquanto ele estiver navegando. Por isso, além de ter uma boa aparência, a página precisa ter um design responsivo, que permite o acesso sem dificuldades, em computadores, celulares e tablets também.

A página responsiva também ajuda seu portal a conquistar posições no Google. A consequência disso é que o seu número de acessos aumenta. Ou seja, mais pessoas passam a conhecer o seu trabalho.

Para ajudá-lo a construir seu site imobiliário, conte com a plataforma ville imob que possui diversos layouts exclusivos para imobiliárias. Você não precisa ter conhecimento avançado em informática, basta inserir as informações dos seus produtos e serviços.

Quanto à experiência do usuário móvel, mais uma vez, a plataforma ville imob te ajuda com a versão mobile. Enfim, não há mais desculpas para não marcar presença online.





A EFICIÊNCIA NO SISTEMA DE BUSCA

Simplicidade e objetividade são características que ajudam o cliente a se manter no site, enquanto ele busca por aquele imóvel desejado.

Então, ofereça em seu portal ferramentas que o levem direto ao ponto. Por exemplo, segmente as buscas com base em localização, tipo de imóvel, valor máximo de investimento, número de quartos, entre outras coisas.



ATRAÇÃO PELO CONTEÚDO

Mas não adianta de nada um sistema de busca eficiente, se o resultado acabar levando a imagens de baixa qualidade e informações pouco claras sobre os imóveis. Se tem uma coisa que um site imobiliário precisa ter para não estragar suas oportunidades de bons negócios é conteúdo atraente e que envolva seu potencial cliente.

Pra começar, as fotos que ilustram os imóveis devem impactar positivamente os usuários a ponto de despertar neles vontade realizar uma visita. O ideal é que você poste imagens bem iluminadas, que retratam um ambiente limpo por ângulos que destacam as qualidades.

Nas descrições, aproveite para escrever o que as imagens não puderam mostrar. Antecipe também informações e características relevantes e atualizados que podem fazer a diferença na decisão do interessado.



ATENDIMENTO À DISPOSIÇÃO

Mesmo que você insira diversas informações dos imóveis, alguns clientes podem ter dúvidas ao acessar seu site imobiliário. Nesse sentido, é fundamental que você tenha um sistema de chat online para atender prontamente os visitantes.

O atendimento online, no entanto, exige a atenção especial de um funcionário em horário comercial. Do contrário, a estratégia pode não ter o efeito desejado, prejudicando inclusive o nome de sua empresa ou imobiliária.



DEDICAÇÃO E DIVULGAÇÃO



É preciso ter dedicação também, e fazer acompanhamento constante, caso queira que seu site imobiliário produza resultados efetivos. Elaborar conteúdo diferenciado e periódico em um blog pode ajudá-lo a se destacar dos demais.

A utilização, nas postagens, de estratégias de otimização para as ferramentas de busca também ajuda muito. Nesse caso, estamos falando de SEO (Search Engine Optimization). Se não sabe o que é isso, é bom saber.

O uso de uma URL (endereço do seu site) fácil de ser compreendida, de ser lembrada e que não gere dupla interpretação é mais uma dica para ser encontrado mais rápido nos sites de busca. A URL precisa ainda ser coerente com o título do site.

Enfim, o segredo está em fazer um site imobiliário bem feito, com bom gosto e eficiência, na medida certa, sem exageros. E divulgue ele nas redes sociais. Com isso, metade do caminho para a conclusão de um bom negócio fica garantido.





14. Tenha um sistema de chat para corretor de imóveis integrado em sua plataforma

Você não vê importância em ter um sistema de chat para corretor de imóveis integrado em seu site? Então, acompanhe este texto e reveja seus conceitos.



Em primeiro lugar, é importante destacar que corretores e imobiliárias passaram a investir pesado na divulgação de seus produtos e serviços em diversos canais online nos últimos anos: portais de imóveis, redes sociais e no próprio site imobiliário. Isso é ótimo, mas é apenas uma parte do trabalho dos profissionais.

Na sequência, após despertar a atenção de diversos interessados, o corretor de imóveis deve estar pronto para atendê-los, isto é, tirar eventuais dúvidas e passar mais informações. E tudo isso fica mais fácil se ele contar com um sistema de chat para corretor de imóveis integrado em sua plataforma.



Afinal de contas, se o cliente já está dentro do site imobiliário, ele não quer pegar o celular para telefonar e nem abrir uma nova janela de navegação para enviar um e-mail. É melhor logo abrir o chat para corretor de imóveis no site e fazer a pergunta imediatamente.

Aliás, de acordo com pesquisa da empresa de softwares Zendesk, 92% dos usuários preferem conversar com empresas e prestadores de serviços por meio de um chat online. Vamos combinar, é bem melhor do que preencher formulários ou mandar e-mails e esperar algumas horas para obter uma resposta, né?

Já deu para perceber a importância de contar com uma ferramenta de chat para corretor de imóveis em seu site? Você não precisa ter conhecimento avançado de linguagem de programação para realizar essa integração. Basta contratar o serviços da plataforma ville imob.

Veja, abaixo, recursos e vantagens que a ferramenta de chat para corretor de imóveis do ville imob proporciona para você:

ATENDIMENTO PERSONALIZADO

Assim como você já faz no WhatsApp, é possível inserir nome e foto no seu perfil. Isso deixa o seu atendimento muito mais personalizado e humano. O usuário do outro lado da tela não fica com a impressão que está conversando com um robô.

ENVIO DE ARQUIVOS DENTRO DO CHAT PARA CORRETOR DE IMÓVEIS

Caso um usuário demonstre interesse por um imóvel, é possível enviar mais fotos dos cômodos da propriedade, assim como documentos e outros arquivos. Isso agiliza bastante seu atendimento! O cliente também pode passar arquivos pelo chat para você, como foto do RG, se necessário.

ATENDIMENTO FORA DO HORÁRIO DE EXPEDIENTE

Muitas vezes, as pessoas pesquisam por imóveis na internet fora do horário de expediente. Na prática, isso significa que não há nenhum atendente online para tirar as dúvidas dos usuários. Para não deixar os clientes sem resposta, você tem algumas opções.

Em primeiro lugar, é fundamental você manter o status online/offline ativado. Nisso, se for fora do horário comercial, o usuário já sabe que ele não receberá uma resposta imediata. E o cliente ainda tem a possibilidade de enviar um formulário com algumas informações importantes. Aí, quando você ficar online novamente, já sabe como fazer a abordagem com esse cliente.

Por fim, é possível criar mensagens pré-prontas. Assim, além de agilizar o atendimento, você não deixa os usuários falando sozinho quando você estiver offline.



Alerta sonoro e visual

Mesmo que esteja online, você faz muitas outras atividades além de responder o chat para corretor de imóveis. Provavelmente, você está criando um novo anúncio, lendo um contrato de um imóvel ou respondendo um e-mail.

Enfim, em meio a tantas atividades, talvez você não perceba quando uma mensagem chega para você no chat. Por isso, a ferramenta do ville imob faz um alerta sonoro e visual para que você visualize a mensagem e a responda imediatamente.

Histórico de chat

Nada mais chato para um cliente ter de falar novamente tudo o que ele falou na semana passada. Nesse sentido, é fundamental consultar o histórico do chat para não fazer perguntas repetidas e dar continuidade ao atendimento de onde ele parou anteriormente.

E agora, deu para ver como um chat para corretor de imóveis pode fazer a diferença no seu trabalho? Com um atendimento mais rápido e personalizado, a tendência é você aumentar suas vendas!



15. Conheça o plano Ville Imob perfeito para o corretor que tem poucos imóveis



Já se foi o tempo em que investir em ferramentas tecnológicas era privilégio para poucos bolsos e empresas de grande porte. O corretor que tem poucos imóveis também pode (deve) utilizar os recursos mais modernos para marcar presença na internet e prospectar boas oportunidades de negócios.

Aliás, o primeiro passo para potencializar suas vendas está justamente em investir em softwares e sistemas que otimizam seu trabalho. Entre as mais variadas atividades do dia a dia do corretor de imóveis, estão disparar e-mail marketing, responder dúvidas de clientes, atualizar o site imobiliário, realizar visitas no imóvel, tirar fotos os cômodos e por aí vai.



“E o ville Imob oferece planos que cabem dentro do seu orçamento. Aqui, é importante ressaltar que, independentemente do plano contratado, você tem direito aos mesmos recursos e ferramentas .”



Em meio a tantas atividades, você deve contar com ferramentas que cumpram essas funções de forma mais rápida. Assim, sobra mais tempo para você dedicar seus esforços na principal tarefa do corretor de imóveis: construir um relacionamento firme e duradouro com os clientes.

Ao contratar a plataforma ville Imob, por exemplo, você consegue criar seu site imobiliário (com versão mobile), reunir todas as informações de seus clientes e imóveis em um CRM imobiliário, divulgar seus anúncios nas principais redes sociais e portais de imóveis. Isso sem falar na possibilidade de gerir sua imobiliária diretamente da plataforma.

E o ville Imob oferece planos que cabem dentro do seu orçamento. Aqui, é importante ressaltar que, independentemente do plano contratado, você tem direito aos mesmos recursos e ferramentas. A diferença está no número de imóveis. Confira o que essa plataforma pode fazer:

POR QUE CONTRATAR ?

Em primeiro lugar, não é segredo para ninguém que, para sobreviver no mercado atual, é preciso investir em inovação. Essa lógica serve tanto para uma multinacional quanto para um corretor que tem poucos imóveis em sua carteira.

Com a popularização da internet, está cada vez mais barato contratar softwares que ajudam no dia a dia do trabalho. Portanto, não há mais desculpas para você não fazer o mesmo, hein!



PLATAFORMA VILLE IMOB: TUDO EM UM

Praticamente todas as tarefas que um corretor ou uma imobiliária precisam executar no dia a dia podem ser feitas dentro da plataforma ville Imob. "Tudo em um", a ferramenta reúne uma série de funcionalidades:

Site imobiliário

Em pouco tempo, você constrói um site imobiliário ideal para os seus negócios, com espaço para inserir anúncios, contar sua trajetória profissional e criar um blog. Isso sem falar que ele já é otimizado para ficar bem posicionado no Google.

Chat para corretor

Quando responde ao cliente logo que ele pergunta, você ganha pontos positivos com ele. Portanto, contar com um sistema de chat integrado em seu site se torna indispensável em tempos que as pessoas querem a informação o mais rápido possível.

Versão mobile

Como boa parte dos acessos à internet acontece via smartphone e tablet, o seu site precisa se adaptar a tamanhos menores de tela. Nesse sentido, é fundamental ter uma versão mobile.

CRM imobiliário

Reúne o máximo de informações sobre os imóveis e clientes captados e ainda faz um cruzamento entre eles. Assim, você consegue oferecer o produto certo para a pessoa certa. Mesmo que você seja um corretor que tem poucos imóveis.



Software de Gestão

Se é dono de uma pequena imobiliária, você deve, além de acompanhar as atividades dos outros corretores, deixar as contas pagas em dia. Fazer tudo isso fica mais fácil dentro de um software de gestão.

Divulgação em redes sociais e portais imobiliários

Para alcançar o maior número de interessados, você precisa divulgar seus imóveis no maior número de lugar possível. Na plataforma ville Imob, você consegue publicar seus anúncios nos principais portais imobiliários e redes sociais de uma só vez!



Tipos de planos

A plataforma ville Imob oferece quatro tipos de plano. O ville Flex, o mais econômico de todos, permite que você tenha acesso a todos os recursos. No entanto, o número de imóveis cadastrado é limitado para 100, bem como o número de usuários: 3.

Por sua vez, o ville Broker também tem todas as funcionalidades disponíveis. Nele, é possível cadastrar até 200 imóveis e são 4 usuários que têm direito a acessar o sistema. Já no ville Standard, você pode cadastrar até 400 imóveis, ao passo que são 7 usuários que podem acessar a plataforma.

Por fim, no ville Enterprise, não há limites para imóveis cadastrados e até 13 usuário têm o direito de acessar o sistema.

Migração facilitada

Imagine, então, que você seja um corretor com poucos imóveis, menos de 100. Nesse cenário, o ideal é que você contrate o plano ville Flex. "Ah, mas se eu conseguir triplicar o número de imóveis contratados?".

Sem problemas. Caso você atinja o limite máximo, dá para migrar para um plano superior sem complicações. Enfim, há planos para todos os orçamentos!



Teste Grátis

Se ainda está com receio em contratar a plataforma ville Imob, você pode solicitar um teste grátis para usufruir da plataforma durante 15 dias. Assim que conhecê-la, você vai se convencer da importância de ter uma plataforma imobiliária para ajudar nos seus negócios.

Mesmo que você seja um corretor que tem poucos imóveis, é possível trabalhar de forma profissional e impulsionar seu negócio. Clique aqui <https://forms.villeimobiliarias.com.br/produtos/erp-villeimob/solicitar-teste-gratis> e solicite o teste grátis. Boas vendas!



✉ email: comercial@villeimobiliarias.com.br
☎ Telephone: (27) 3262-0877

🐦 twitter.com/villeimob
📘 facebook.com/villeimob
📷 @villeimob



Ramon Carvalho

Organização

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



Roberta Fernandes

Diagramação

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



Bruno Maddalena

Texto

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

WWW.VILLEIMOBILIARIAS.COM.BR