E-Book

MARKETING Imobiliário

COMTELE
A MESSAGING COMPANY

Índice

1. Introdução
2. Conceito
3. Segmentação de mercado
4. Gestão de Marketing
5. Marketing Digital
6. A utilização de E-mail Marketing Como Estratégia de Comunicação
7. Formas de Fidelizar o cliente no Mercado Imobiliário
8. A empresa

1.Introdução

Nos últimos dois anos, a queda nas vendas, o recuo nos lançamentos e nos preços dos imóveis, além do aumento no número de distratos – devolução de imóveis comprados na planta –, tiraram o sono das imobiliárias. Mas o otimismo começou a voltar com as recentes quedas nas taxas de juros e o recuo do índice de inflação.

Foi um longo período de recessão e queda nas vendas, mas os empresários ligados ao segmento imobiliário e as pessoas que estão em busca de um novo lar com preços acessíveis finalmente começam a enxergar uma "luz no fim do túnel". Para eles, 2017 começou bem e deve marcar o início da recuperação do setor.

O mercado imobiliário está em constante modificação. Foi-se o tempo em que o imóvel e cliente eram atraídos de forma natural e o mercado agia equilibradamente.

Os clientes estão mais exigentes e consequentemente mais blindados contra as más ofertas e maus corretores de imóveis. Vantagens, diferenciais e benefícios que atraem a atenção e os fazem negociar com as melhores oportunidades. Sendo assim, o grande desafio é conquistar e fidelizar estes clientes. Pois não estamos interessados em vender ou alugar somente um imóvel, mas criar uma relação de confiança para que o cliente decida fazer isso com você e sua imobiliária, além de transformá-lo em ponte para novos negócios. A tarefa do marketing imobiliário é traçar o melhor caminho e determinar as melhores ferramentas a serem utilizadas pelo corretor de imóveis e imobiliárias para que este desafio seja vencido. Por isso é de suma importância para o mercado imobiliário.

O marketing imobiliário vai muito além das campanhas para lançamentos, o marketing tem sido essencial para estabelecer o devido posicionamento dos corretores de imóveis e imobiliárias em sua área de atuação. Colaborando para o aumento do profissionalismo e qualidade ao segmento.

Sua Imobiliária pode se perguntar: Como estou no mercado? Quantas oportunidades estou perdendo? Quais valores competitivos posso criar? Quem me conhece? As respostas para essas e outras perguntas nem sempre são obtidas da forma esperada. Mas buscando-as previamente, podemos traçar o melhor rumo a ser seguido e fé isto que vamos abordar neste e-book, as melhores formas de conseguir sucesso utilizando marketing imobiliário junto com a Comtele. Vamos lá!

O mercado imobiliário tem se profissionalizado e esforços não estão sendo poupados para capacitar equipes e gestores, investir em tecnologias e infraestrutura, a fim de alcançar melhores resultados.

Muitas imobiliárias estão obtendo reconhecimento, por simplesmente estarem com o planejamento enraizado em seu negócio. Encarando as mudanças do mercado e a agilidade com que se transformam por conta dessas mudanças.

Você sabe aplicar o marketing ao mercado imobiliário? Conhece os conceitos de segmentação de público-alvo, planejamento e execução de marca e agregar valor no relacionamento com o cliente? São conceitos que por mais simples que possam parecer, são peças-chave para agregar valor à marca e conquistar consequentemente novos clientes.

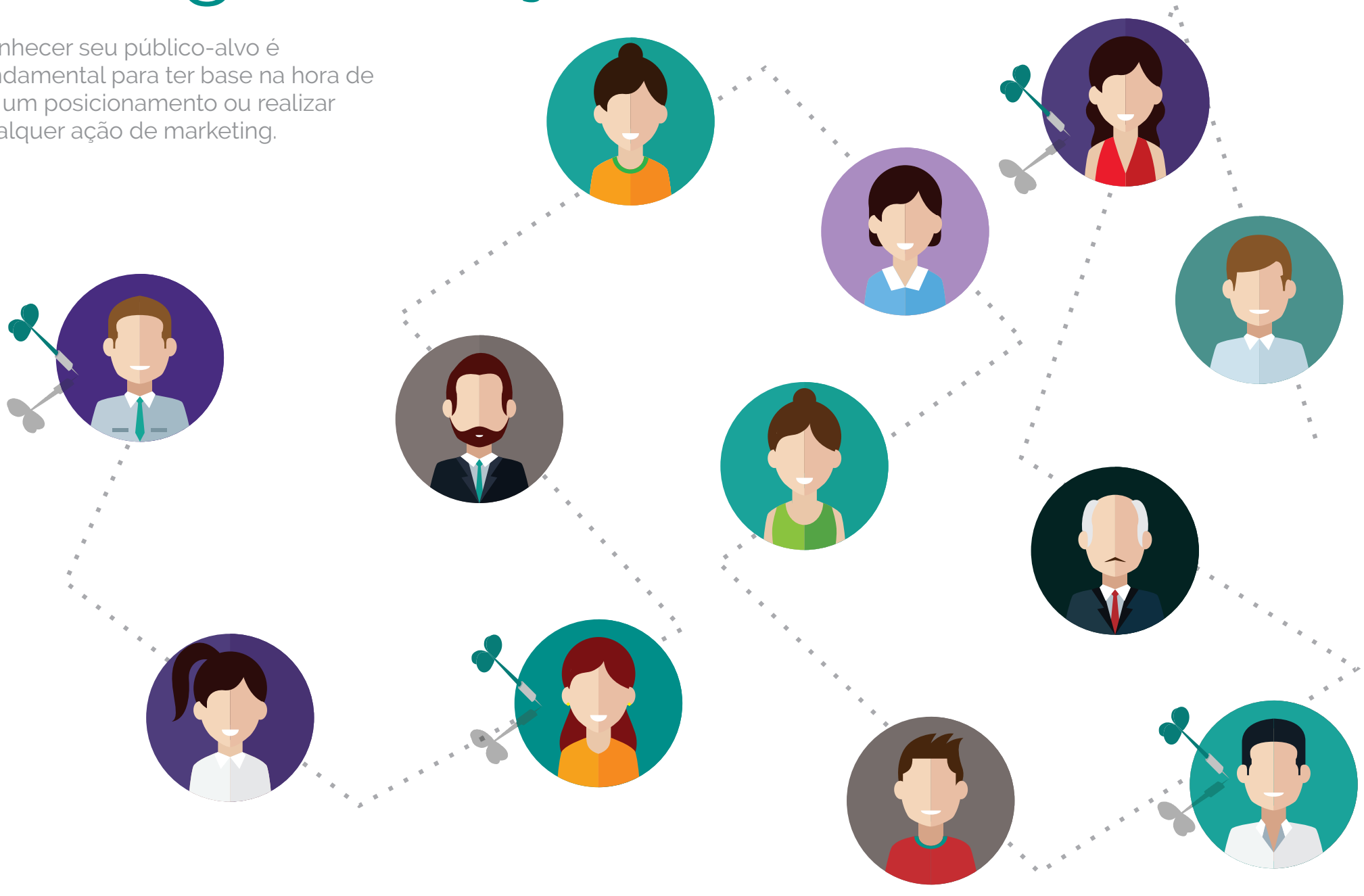
Vamos abordar alguns pontos importantes de como o marketing pode ser utilizado no mercado imobiliário:

2.Conceito

Existem dois conceitos que se complementam na hora da construção política de marca, de produtos construídos, de carteira de bens imobiliários – terrenos ou edifícios, de políticas de serviço e estratégia comercial. O primeiro é o marketing operacional, em que o vendedor tem a função de agregar conhecimento e valor juntamente com o cliente sobre as qualidades do bem imobiliário dar a conhecer a valorizar junto de compradores potenciais as qualidades distintivas reivindicadas pelos bens imobiliários oferecidos, reduzindo os custos de prospecção dos compradores. O segundo é o marketing estratégico traz uma visão mais ampla, em que você analisa necessidades do mercado (utilizando-se de características de construção, habitabilidade, localização, entre outros) destinado a grupos de compradores específicos. Análise do mercado e desenvolvimento de conceitos de produtos imobiliários. Compradores específicos e que apresente qualidades distintas que os diferenciam dos concorrentes.

3.Segmentação de Mercado

Conhecer seu público-alvo é fundamental para ter base na hora de ter um posicionamento ou realizar qualquer ação de marketing.

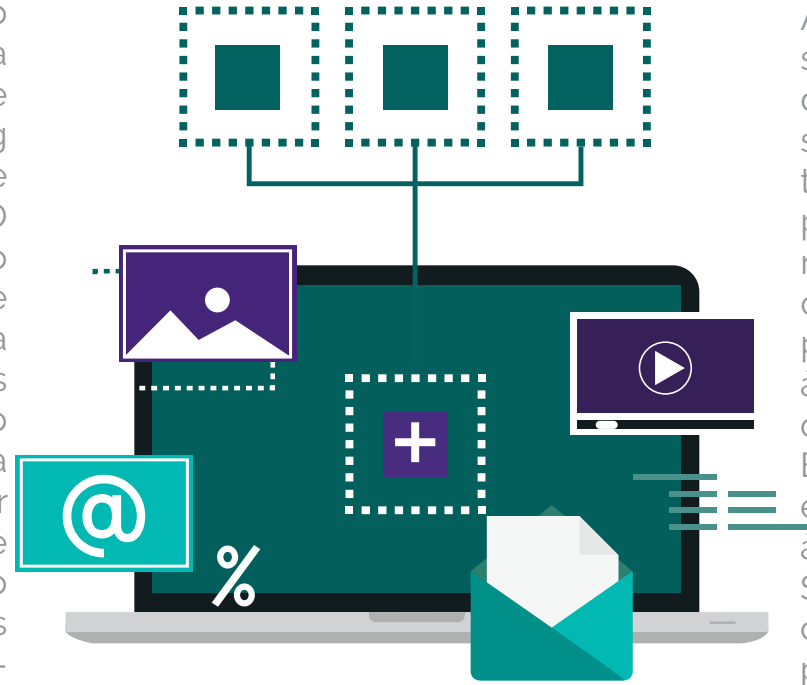


4.Gestão de Marketing

Orçamento, Calendário e Marketing Mix definidos são essenciais para realizar uma gestão adequada do início de qualquer empreendimento. O especialista de marketing imobiliário tem agora de transpor os objetivos e as estratégias para ações concretas, a serem levadas a cabo num dado período de tempo. Todos os planos têm de degenerar em trabalho. O que significa estabelecer datas para a campanha de publicidade, para as promoções de vendas, para a participação em exposições e feiras do imobiliário e para lançamento de novos produtos.

5.Marketing Digital

A Era Digital apresenta-se como uma revolução profunda na sociedade, que por meio das tecnologias digitais de comunicação e informação tem afetado todas as dimensões da vida humana - trabalho, relacionamento, arte, lazer, educação, etc. - transformando-as. O Marketing e suas vertentes também são fortemente impactados pela disseminação digital e a cada dia mais e mais empresas inserem o marketing digital em sua rotina de vendas e comunicação com seus clientes. O digital está se incorporando ao cotidiano das pessoas e nas ações de comunicação e marketing de forma cada vez mais integrada com as tecnologias off-line. Nesse cenário complexo, o principal desafio para empresas que desejam trabalhar alinhadas com marketing digital, é conseguir orquestrar todo o aparato tecnológico sem perder o foco nos reais objetivos do negócio com o seu público-alvo/consumidor. Apesar de parecer desafiador, o Marketing neste formato, é na verdade, uma enorme oportunidade para as empresas reforçarem sua marca e multiplicarem suas oportunidades de negócio, já que, cada vez mais, a internet vai fazer parte da vida das pessoas.



Além disso, o Marketing inclui diversas frentes de atuação, como Marketing de Conteúdo, Email Marketing, redes sociais, enviar SMS Online, Web Torpedo outras, o que aumenta seu alcance e influência no processo de compra dos consumidores.

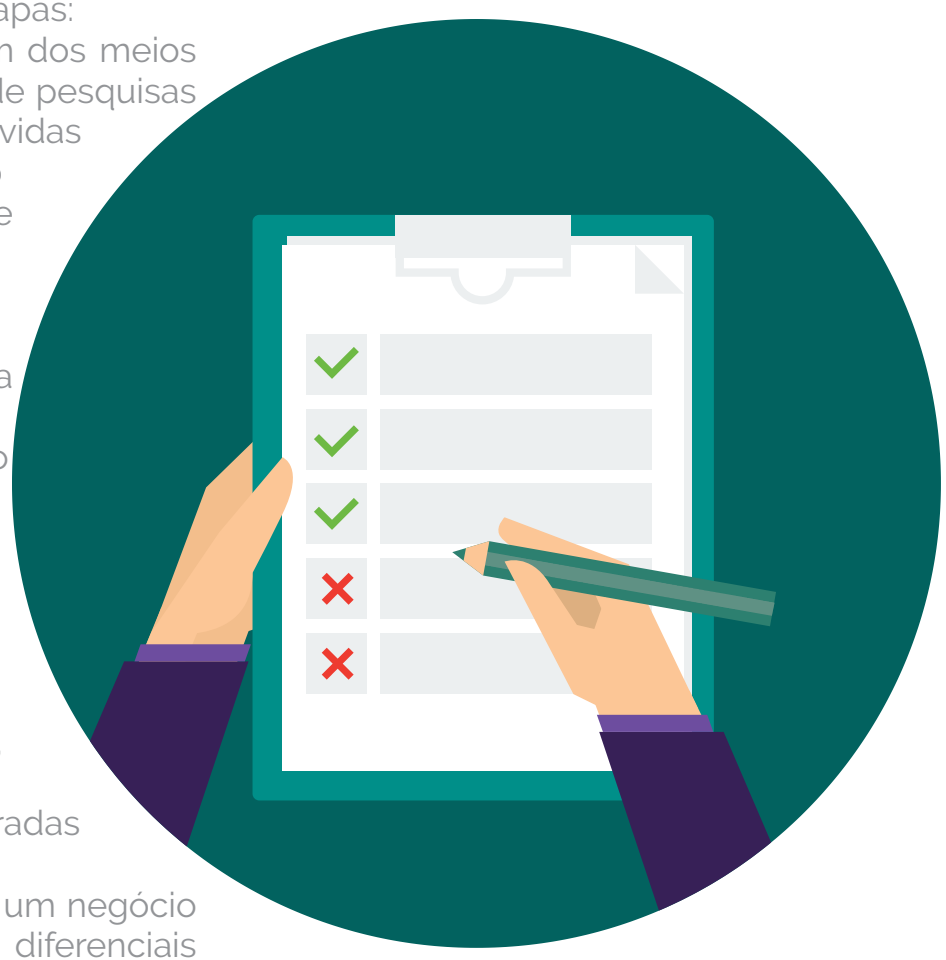
Analisando todo o cenário imobiliário e suas constantes mudanças, podemos dizer que o perfil de consumidor deste segmento é o que mais apresenta transformações. Nos últimos anos, pudemos observar constantes mudanças das relações dos consumidores com o varejo. Hoje, o poder está nas mãos dos clientes devido às diversas opções de produtos, marcas, canais de venda etc.

Esse novo consumidor é ansioso, exigente e munido de informação e tem à sua disposição ofertas em abundância. Se, antes, o lojista tinha que convencer o cliente de que ele precisava de seus produtos. Hoje, a lógica se inverteu e o consumidor se tornou protagonista na hora da compra.

Para suprir a necessidade, de um atendimento cada vez mais próximo as necessidades do cliente, surge do conceito de "Customer Centricity" (consumidor no centro), um estratégia

5.Marketing Digital

de marketing imbobilário que vem se difundindo cada vez mais nas empresas tanto físicas, como no formato on-line.
Neste conceito, o "atendimento ao consumidor" transforma-se em "relacionamento", ou seja, passa-se a construir uma relação, estar em contato constantemente, trocando informações e ideias que melhorem, de fato, sua experiência de compra.
A centralização no cliente não é apenas oferecer um ótimo serviço à ele, significa oferecer uma ótima experiência desde a fase de sensibilização, passando pelo processo de compra até finalmente o processo de pós-compra. É uma estratégia baseada em colocar seu cliente em primeiro lugar e no núcleo de seu negócio.
Neste novo conceito a empresa passa a permear cada vez mais suas ações com o foco no cliente e não mais no produto. Para isso, a marca precisa orientar sua estratégia e usar todas as ferramentas possíveis para criar relacionamento e fazer com que seu cliente se sinta valorizado. Entenda agora com a Comtele, como é possível focar no consumidor em algumas etapas:
Conheça o seu Cliente: Um dos meios de se fazer isso é através de pesquisas de opinião. Liste todas as dúvidas que você tem em relação ao seus consumidores, elabore um questionário online, divulgue por meio do envio SMS Interativo ou E-mail Marketing e não se esqueça de dar algo em troca ao cliente que participar, como um cupom ou código de desconto.
Conhecer e ouvir o cliente, identificar e analisar suas necessidades para oferecer os serviços e produtos mais adequados ao público-alvo, devem estar presentes nas práticas e estratégias elaboradas pela empresa.
As bases fundamentais de um negócio podem ser os verdadeiros diferenciais para o sucesso da empresa. A comunicação com clientes é essencial para o seu negócio, e quando bem feita, pode potencializar ainda mais seus resultados.



6.A utilização de E-mail

Marketing Como Estratégia de Comunicação

Uliizar a ferramenta de envio de E-mail junto ao cliente no ramo imobiliário, tem se mostrado efetivo, visto que, estas campanhas , podem gerar tráfego para o seu site, aumentar o número de vendas ou estreitar o relacionamento com seus clientes.

Através da ferramenta de envio Comtele você terá um excelente alcance, pois um email é a coisa mais simples e fundamental que alguém pode ter na Internet e as pessoas já têm a ferramenta totalmente incorporada às suas vidas. Não são poucas as pessoas que vão além e são até compulsivas com seu uso, passando o tempo todo com a caixa de email aberta e conferindo cada nova mensagem que chega. Isso é extremamente comum, principalmente em ambiente corporativo. Somado a isso, o fato de quase todo mundo ter um smartphone faz o email ganhar ainda mais força. Além disso, os emails são uma forma de contato mais direta e personalizada. O envio de Email Marketing Comtele é uma ferramenta que oferece agilidade de implementação e avaliação de resultados. A mensuração dos envios pode ser feita, por meio de estatísticas de tráfego em seu site, que indicam quantas pessoas receberam o email, clicaram em um link ou efetuaram compras. Quando bem planejadas, as campanhas de Email Marketing oferecem altos índices de retorno.

Se o que estamos buscando com o email marketing é exclusividade e pessoalidade, não faz sentindo enviar o mesmo conteúdo para todos os usuários cadastrados em sua lista, certo? É claro que você não enviará um email diferente para cada usuário, mas é importante que exista o mínimo de segmentação. Segmentação em e-mail marketing é muito importante, e deve ganhar força na sua empresa com o caráter mais individual das mensagens. O toque pessoal referido aqui está na oferta de conteúdos ou produtos que atendam com proximidade os gostos e necessidades do público.

O SMS Comtele certamente pode ser utilizado como ferramenta de contato direto entre corretores e clientes. Para aqueles que estão vendendo um imóvel com o suporte da imobiliária, por exemplo, é possível criar avisos e notificações referentes aos trâmites legais do negócio, informando datas limite para entrega de documentos (certidões negativas e informes de quitação de débitos), transferência da escritura e lembretes das reuniões com compradores.

A possibilidade de contato via SMS também permite que esses clientes tirem suas dúvidas e se comuniquem com o corretor responsável pela negociação de maneira direta e com menor burocracia.

Também é uma ferramenta bastante útil para o contato com os locatários dos imóveis administrados pela imobiliária. O envio de avisos e lembretes como prazo para pagamento de IPTU com desconto, solicitação de desocupação do imóvel, vencimento de contrato, data de reajuste de aluguel ou mesmo dicas de manutenção e cuidados são algumas opções de como usar esta estratégia para construir bons relacionamentos com este público, visto que sistema da Comtele permite que os envios ocorram de forma personalizada, com as variáveis que você necessita.

7.Formas de Fidelizar o cliente no Mercado Imobiliário

Estima-se que manter um cliente fiel pode ser até cinco vezes mais barato que conquistar um novo, sendo que eles chegam a responder por até 65% de todas as vendas de uma empresa.

O cliente "diferenciado" esta cada vez mais comum na vida das empresas e exige um tratamento personalizado. Ele compra daquela empresa que não só está preocupada em atender bem, oferecer um melhor preço atrelado à qualidade, mas daquela que constantemente está preocupada em saber o seu grau de satisfação, necessidades e hábitos de consumo.

A internet e as mídias sociais deram novas vozes aos consumidores – eles podem interagir com as marcas com muito mais facilidade e possuem expectativas altas em relação ao atendimento – por isso a sua empresa não pode poupar esforços para conhecê-los, ouví-los e surpreendê-los. Um cliente fiel tem um grande potencial para tornar-se embaixador da sua marca e trazer com ele muitos prospects, assim como o insatisfeito pode causar problemas sérios à imagem e reputação da sua empresa.

Antes de querer fidelizar o cliente é preciso satisfazê-lo e causar uma boa impressão, especialmente no momento mais importante da venda, o atendimento. Conhecer bem os clientes e entender os seus hábitos, medos e anseios, e o que ele valoriza, é uma das chaves para fideliza-lo junto a sua empresa. Entenda o que é valor para ele e principalmente como o seu produto ou serviço completa ou resolve as necessidades na vida dele e qual a expectativa dele a respeito do seu produto. Se você apresentar o seu produto, por melhor que ele seja, ao público errado ou da forma errada, sem uma abordagem adequada e sem os devidos links entre os benefícios do seu produto e as "dores" do seu cliente, então todo o resto da sua estratégia será em vão. E assim sua empresa não conseguirá atender aos seus clientes com um produto que conseguira fidelizar e isto nos dias atuais, não faz parte da estratégia das empresas com foco no cliente.

A possibilidade de contato com antigos clientes faz do SMS uma ferramenta muito eficiente também em termos de fidelização. Com ela, é possível dar dicas de como investir em imóveis de maneira segura ou mesmo de como acertar na escolha da casa própria.

As imobiliárias estão muito preocupadas em vender cada vez mais, mas só vender não faz com que o cliente volte, ele quer muito mais do que um bom atendimento. Começa aí o processo de fidelização!

A Comtele possui ferramentas que auxiliam as empresas na fidelização contínua do seu cliente, como mecanismo de Pesquisa de Satisfação, Resposta ao SMS enviado, entre outras.

7.Formas de Fidelizar o cliente no Mercado Imobiliário

OS BENEFICIOS DE SE FIDELIZAR O CLIENTES SÃO INÚMEROS E PODEMOS CITAR ALGUNS:

Os beneficios de se fidelizar o clientes são inúmeros e podemos citar alguns:

Fidelização agrega valor à sua marca;

Permite perceber padrões de consumo do seu cliente, proporcionaldo assim, ferramentas para campanhas mais eficientes;

Clientes fiéis fazem propaganda de sua imobiliária de forma gratuita;

Aumenta os pontos de contato com seus clientes e as oportunidades de se comunicar com ele;

Permite se antecipar as mudanças de comportamento no mercado;

Estreita o relacionamento com seu cliente.

Toda ação voltada para a fidelização de clientes (seja uma campanha de e-mail marketing, ou o lançamento de um conteúdo exclusivo) pode — e deve — ser monitorada.

Enviar SMS em datas comemorativas como aniversários, Natal e Ano Novo, por exemplo, é outra possibilidade de manutenção do contato com antigos clientes.

Como envio de forma direta e personalizada ao cliente, sua imobiliária terá a possibilidade de realizar cobranças, visto que, o resgate de inadimplentes certamente é um dos maiores desafios de qualquer negócio. E para isso, o envio de mensagem de texto no mercado imobiliário é uma excelente opção. Muitas empresas chegam a alcançar retorno de até 35% nos casos de inadimplência apenas com o envio de SMS. Outra possibilidade é enviar convites para negociação de dívidas e códigos de boletos de cobrança.

O uso de SMS da interface Comtele ainda pode impulsionar novas locações e vendas, pois se mostra uma ferramenta poderosa na hora de prospectar novos clientes para venda e apresentar novas opções de imóveis. E, claro, como você já sabe o tipo do imóvel que este contato está procurando (localização, se é casa ou apartamento, se o imóvel é residencial ou comercial) você poderá pensar em abordagens via SMS ainda mais personalizada

.Utilizar o envio de mensagem de texto é um forma impulsionar no seu marketing digital, pois auxilia na divulgação de Imóveis, oportunidades de negócio e novas captações feitas pela imobiliária. Além de dar aos clientes em potencial a novidade em primeira mão – antes mesmo do imóvel ser divulgado em outros meios – esse tipo de iniciativa representa uma redução nos custos de divulgação.

Via SMS, sua imobiliária tanto consegue esclarecer dúvidas de prospects e inquilinos quanto às políticas de compra e locação, dê dicas de como viabilizar comprovantes de rendimento, lembre seus clientes qual é o número para contato com a imobiliária e aproveite o SMS para munir os contatos e clientes com informações realmente relevantes. Ao fazer isso você estará utilizando o SMS também como um canal de Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC).

Como você pode constatar nesta leitura, o SMS Comtele no mercado imobiliário além de oferecer praticidade e eficiência, proporciona também maior economia para a sua empresa, que além de se comunicar com cliente, ira estabelecer uma uma relação de confiança com a sua imbobiliária, e assim ele se sentirá satisfeito não só pelo produto consumido, como também pelo atendimento prestado.

Criar uma estratégia de negócio baseada na experiência do consumidor é o que grande parte das empresas farão a partir de agora. E você não quer ficar de fora, quer? Então entre em contato agora mesmo com a Comtele e comece já a utilizar o SMS no ramo imobiliário e garanta este diferencial na sua empresa.

6. A Empresa

A Comtele é uma empresa especializada em marketing virtual e está no mercado há mais de nove anos e os principais serviços oferecidos são:

SMS

E-MAIL MARKETING

TORPEDO DE VOZ

Temos como foco principal criar novas soluções de comunicação para que os nossos clientes consigam sempre transmitir a melhor mensagem aos seus consumidores através da conexão entre os mundos online e offline.

comtele.com.br

/Comtele.mktvirtual

(16)98130-4898

atendimento.mltcorp

COMTELE
A MESSAGING COMPANY