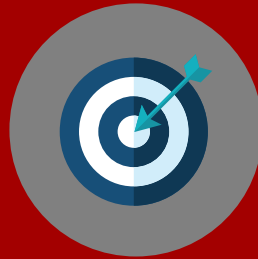

ENTENDA O NOVO PANORAMA DO MERCADO IMOBILIÁRIO!



Vista®

Introdução	3
O que muda com as novas gerações?	5
Da venda para a locação: por quê?.....	9
Como se comunicar com os jovens?	12
A importância de estratégias e ferramentas para se adaptar ao novo panorama do mercado	18
Conclusão	22
Sobre a Vista Software.....	24



INTRODUÇÃO

Para atuar em operações imobiliárias, é necessário acompanhamento constante das tendências e do comportamento do público. Essa exigência faz parte da rotina de trabalho de um corretor, e é essencial para corresponder às necessidades dos diferentes tipos de clientes.

Mesmo considerando princípios e desejos próprios na hora de negociar com uma imobiliária, o interessado sempre estará sujeito às condições do mercado. Por esse motivo, aquele profissional que foca nos objetivos de cada geração tem maiores chances de alcançar o sucesso nas negociações.

Se você não leva isso em consideração na hora de pensar em estratégias de venda, aproveite nosso e-book como ponto de partida! Em cada tópico, traremos informações sobre o panorama do **mercado imobiliário** para que você ofereça o que cada cliente em potencial precisa. Confira!





O QUE MUDA COM AS NOVAS GERAÇÕES?



Assim como a cultura e os costumes, o tempo também é responsável por modificar o comportamento das gerações em relação ao consumo. Em momentos de constante avanço da tecnologia e facilidade de acesso à informação, o corretor pode se preparar para encontrar clientes ainda mais antenados e exigentes. Entenda alguns aspectos dessas mudanças:

NECESSIDADES

Os potenciais clientes de hoje são pessoas muito bem informadas e conscientes do que querem para o seu futuro. Diferentemente da geração anterior, onde ter uma propriedade ou bem imóvel era sinônimo de status e motivo de orgulho, o comprador agora está muito mais seletivo e paciente quando o assunto é patrimônio.

Valorizando o bem-estar individual, a nova geração também prioriza o conforto e a praticidade. Com relação à moradia, precisam de um lar que seja próximo do local de trabalho ou de estudo, preferencialmente situado em uma região que proporcione o máximo de serviços e atividades, poupando o esforço do deslocamento.

DESEJOS DE CONSUMO

Os perfis da atual geração não são considerados ambiciosos, mas valorizam o dinheiro para custear pequenos luxos e prazeres da vida. Para eles, ter dinheiro é um objetivo motivado não só pelo desejo de enriquecer, mas para ter condições de viajar e entrar em contato com novas culturas.



Outros desejos comuns desse grupo são obter realização profissional e conquistar maior qualidade de vida. Para muitos, constituir família é fundamental, desde que feito de maneira desprendida de padrões e no tempo que for considerado adequado. Para os casais, desfrutar da estabilidade financeira é uma preocupação que vem antes da conquista de um imóvel para morar.

PLANOS DE VIDA

Com o mundo na tela dos computadores e dispositivos, as pessoas passam a valorizar cada vez mais os momentos de interação humana. Para isso, buscam formas de viver novas experiências pessoais, que agreguem valor às suas vidas. Os planos para o futuro se tornam mais simples e ao mesmo tempo recheados de expectativas.

Mas, embora não se prenam a um lugar ou estilo de vida, a nova geração ainda quer o benefício da casa própria. A diferença é que não pretendem adquiri-lo a qualquer custo.



Frente a oportunidades limitadas ou crédito insuficiente para uma negociação, as pessoas vão preferir segurar as contas para manter o orçamento e livrar o bolso das dívidas de investimento imobiliário.



DA VENDA PARA A LOCAÇÃO: POR QUÊ?



Com desapego material e foco no planejamento, as novas gerações não se prendem à missão de adquirir bens imóveis em um momento específico da vida. Essa mudança de comportamento afeta totalmente as tendências de consumo no mercado imobiliário, trazendo à tona a preferência pelos serviços de locação. Veja por que isso acontece:

ALUGUEL COMO FORMA DE ECONOMIA

A locação de imóveis nunca foi tão popular. Parte do aumento dessa busca ocorre por causa da recessão econômica, que tornou as condições de compra mais difíceis e limitadas. Assim, o perfil dos consumidores e sua relação com o dinheiro é o principal motivo que levou à valorização crescente do aluguel.

Para as novas gerações, alugar um empreendimento residencial ou comercial é uma forma de poupar recursos. Nessa economia, entram tanto as dívidas com as parcelas de um (possível) financiamento quanto os custos necessários para manter um imóvel. Resumindo: enquanto aluga um espaço, a pessoa pode administrar o próprio orçamento sem se prender a um local específico de moradia ou trabalho.

VALORIZAÇÃO DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO

Desinteressados no luxo excessivo, os compradores mais jovens voltam seu olhar para a importância da saúde financeira. A nova geração está mais preocupada com a poupança de recursos e procura investir grandes valores somente após um bom planejamento financeiro.



Com a flexibilidade proporcionada pelo aluguel, as pessoas podem mudar de emprego ou viver novas experiências sem grandes restrições. Enquanto não criam raízes em uma determinada cidade, não fazem planos de constituir família ou não alcançam a estabilidade financeira desejada, essas mesmas pessoas buscam no aluguel a segurança necessária para planejar investimentos sem prejudicar o bolso.



COMO SE COMUNICAR COM OS JOVENS?

Como se comunicar com os jovens?



Saber se comunicar de forma eficiente é fundamental diante de um público que tem acesso a uma infinidade de informações e opções de negócio. Nessa condição, o conhecimento e experiência no ramo imobiliário podem não ser suficientes para atrair potenciais clientes. Para ajudá-lo, listamos 5 dicas que irão aprimorar a comunicação com o público mais jovem:

CONHECIMENTO DO PÚBLICO

Pesquisar e compreender os desejos do público é uma ação básica em qualquer trabalho de **vendas** do ramo imobiliário. Mesmo assim, é comum ver profissionais baseando suas estratégias em um único perfil de clientes, seja por falta de interesse em outras possibilidades ou pela comodidade de poder atuar com quem já conhece.



É importante entender que o comportamento e necessidades de uma geração dificilmente serão os mesmos da geração anterior. Nesse sentido, cabe ao corretor se atualizar e buscar novidades com certa frequência, a fim de atender seus clientes com qualidade e fechar mais negócios.

EQUILÍBRIO ENTRE FORMALIDADE X INFORMALIDADE

O diálogo com um público mais jovem sempre pede informalidade, mas tome cuidado para que a falta de profissionalismo não prejudique o seu trabalho ou a imagem da empresa. Em uma negociação, procure encontrar o equilíbrio entre as formas de linguagem para tornar a experiência produtiva e positiva para ambos.

Mesmo que situadas em um mesmo grupo, as pessoas podem ter pensamentos e princípios distintos. Em um primeiro contato, permita que o cliente oriente a conversa. Se ele mostrar apreço pela linguagem informal, procure mantê-la sem deixar de lado a seriedade da negociação. Por outro lado, um cliente mais retraído ou conservador pode ver na informalidade uma intimidade que não o agrada; portanto, esteja atento.

PRIORIDADE PARA OS DISPOSITIVOS MÓVEIS

Faz um bom tempo que o celular não é mais um equipamento utilizado somente para ligações. Hoje, os dispositivos móveis também representam o meio preferido dos jovens para uso da internet e acesso constante das redes e sites. Sabendo disso, diversas empresas e profissionais têm voltado seu interesse para o recurso.



Por permitir essa multifuncionalidade, o tráfego na rede móvel já ultrapassou o tráfego feito por meio de notebooks e computadores. Essa condição abre um espaço cada vez maior para o uso da estratégia “mobile first”, ou seja, uma comunicação online que é feita preferencialmente por dispositivos móveis.

Os corretores que não quiserem perder contatos e oportunidades de negócio devem manter seus sites e anúncios legíveis também nas pequenas telas (celular e tablet). Nos e-mails, a dica é priorizar mensagens curtas para facilitar e agilizar a visualização.

USO DE NOVOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO

No trabalho do corretor, muitos dos contatos com os clientes são feitos por meio da tradicional ligação telefônica ou envio de e-mail. Embora sejam importantes, porém, não devem ser usados como único recurso para dialogar com o público jovem. Se quiser novas oportunidades, esteja aberto a utilizar canais alternativos de comunicação.



Dizem que as novas gerações são ansiosas e querem tudo para ontem, certo? Isso se reflete no tipo de resposta que desejam quando solicitam seu trabalho. Para facilitar o contato, esteja presente também no chat do Facebook, no Whatsapp ou no Skype. Considerar todas as possibilidades e conhecer os canais mais utilizados pelos clientes é uma forma de facilitar as negociações que levarão às vendas.

ATENDIMENTO DE EXCELÊNCIA

Um bom profissional de vendas sempre capricha no atendimento inicial, afinal, é um passo crucial para fechar contrato. Mas e depois? Como fica o relacionamento com o público conquistado? Por terem acesso a todo tipo de proposta e informação, os jovens não vão se contentar com um pós-venda regular ou de má qualidade.

Um cliente exigente sabe que tem condições de buscar o que precisa muito antes de falar com qualquer profissional. Isso dá um poder de escolha muito maior às novas gerações, que vão dedicar seu investimento em um serviço que realmente apresente potencial.



Para o corretor, a saída é manter a excelência no atendimento do início ao fim, incentivando o contato para futuros negócios e indicação de novos clientes.



A IMPORTÂNCIA DE ESTRATÉGIAS E FERRAMENTAS PARA SE ADAPTAR AO NOVO PANORAMA DO MERCADO

Antecipar tendências e buscar inovação são pré-requisitos para todo profissional preocupado em atender clientes com qualidade. Nesse processo, a identificação do público que compõe a nova geração de consumidores se torna ponto de partida para uma venda bem sucedida.

Juntamente com o conhecimento dos perfis dos clientes, a escolha correta de algumas estratégias e ferramentas pode ajudar corretores e imobiliárias a se adaptarem ao novo panorama do mercado. Confira algumas tendências utilizadas nesse ramo e de que maneira facilitam o trabalho do corretor:

APLICATIVOS PARA FACILITAR OPERAÇÕES

Os aplicativos são conhecidos pelas inúmeras finalidades que oferecem a diferentes profissionais, inclusive o corretor. Veja alguns destaques:

- Evernote: pode ser aproveitado para consulta e organização de notícias, tendências e novidades fresquinhas sobre o mercado. A ferramenta faz anotações por comando de voz, permitindo ao corretor ganhar tempo e agilizar o diálogo com os clientes;

- Dropbox: bastante usado para guardar documentos na nuvem, o que permite ao corretor levar informações para onde quiser. Arquivos com fotos, listas de dados e tabelas sobre características dos **imóveis** podem ser salvos automaticamente e acessados a partir de qualquer dispositivo;
- Google Maps: pode auxiliar na busca rápida de um endereço de imóvel, bem como fornecer detalhes da região (ponto de ônibus e estabelecimentos comerciais, por exemplo) que farão a diferença na hora de convencer o cliente.

REDES SOCIAIS PARA OTIMIZAR OS TRABALHOS

O corretor e a imobiliária onde trabalha devem estar presentes nas redes sociais mais populares. Se não for administrar um perfil com a logo da própria empresa, você pode criar um perfil profissional para abordar assuntos imobiliários e divulgar anúncios. No Facebook, é importante compartilhar imagens atrativas e dar destaque à capa com dados para contato que facilitem a chegada do cliente até a imobiliária.

Outras redes populares, como o Google+, Twitter e LinkedIn, também podem ser utilizadas. O LinkedIn ganha destaque por ser uma rede mais profissional, que pode auxiliar o corretor a ampliar sua rede de contatos.

Além de conhecer pessoas, também pode participar de grupos de discussão sobre o mercado imobiliário e ficar por dentro das últimas tendências.

MARKETING DIGITAL PARA AMPLIAR O ALCANCE DA OFERTA

O **marketing digital** é uma estratégia bastante utilizada em diversas empresas e tem como uma das vantagens a integração com as redes sociais.



Seu princípio básico está na criação de conteúdo relevante para o público de interesse, com a finalidade de atrair e educar pessoas antes da venda.

No próprio site da imobiliária, você pode destacar o endereço de um blog informativo. Nesse espaço, é importante publicar matérias interessantes e que agreguem algum valor ao leitor, sem pensar no objetivo final da venda. Para ideias de criação de conteúdo, você pode usar ferramentas específicas como o Google Trend, que permite buscar as palavras mais citadas em determinado momento para usar nos textos.



CONCLUSÃO



Atender a públicos diferentes não é nenhuma novidade para corretores que já atuam há tempos no mercado imobiliário. Entretanto, muitas das práticas que são adaptadas para atrair o interesse das novas gerações não levam em conta a diversidade de tecnologias disponíveis na forma de ferramentas de trabalho.

Quem se esforça para conquistar a satisfação do público deve considerar a busca por novos recursos e conhecimentos uma ação rotineira. Afinal, todo apoio é válido na hora de identificar necessidades específicas de um **cliente** em potencial. As consequências desse cuidado serão positivas tanto para o público atendido quanto para o corretor em sua rotina de trabalho.



Líder em softwares de gestão comercial para empresas do ramo imobiliário, a **Vista Software** desenvolve CRMs inovadores e dinâmicos. Os seus sistemas possuem inúmeras ferramentas para a gestão de imóveis e clientes de forma a otimizar o trabalho do corretor de imóveis: 7 passos de atendimento ao cliente, integração com Facebook, gráfico com a tendência do valor do metro quadrado da região, SMS no agendamento de visitas e dashboard de indicadores e lembretes.

A empresa foi criada em Florianópolis e já atua em 23 estados. Os seus mais de 20.000 usuários são atendidos por uma equipe de profissionais qualificados, que criam soluções inteligentes e de alta tecnologia. Focados nas melhores práticas de gestão, o CRM da Vista pode ser adaptado para cada perfil empresarial. Assim, independentemente do tipo de imobiliária, será possível personalizar a ferramenta de acordo com sua regra de negócio.

Entre em contato com a gente e conheça melhor nossos serviços:
vistasoft.com.br e comercial@vistasoft.com.br.

