



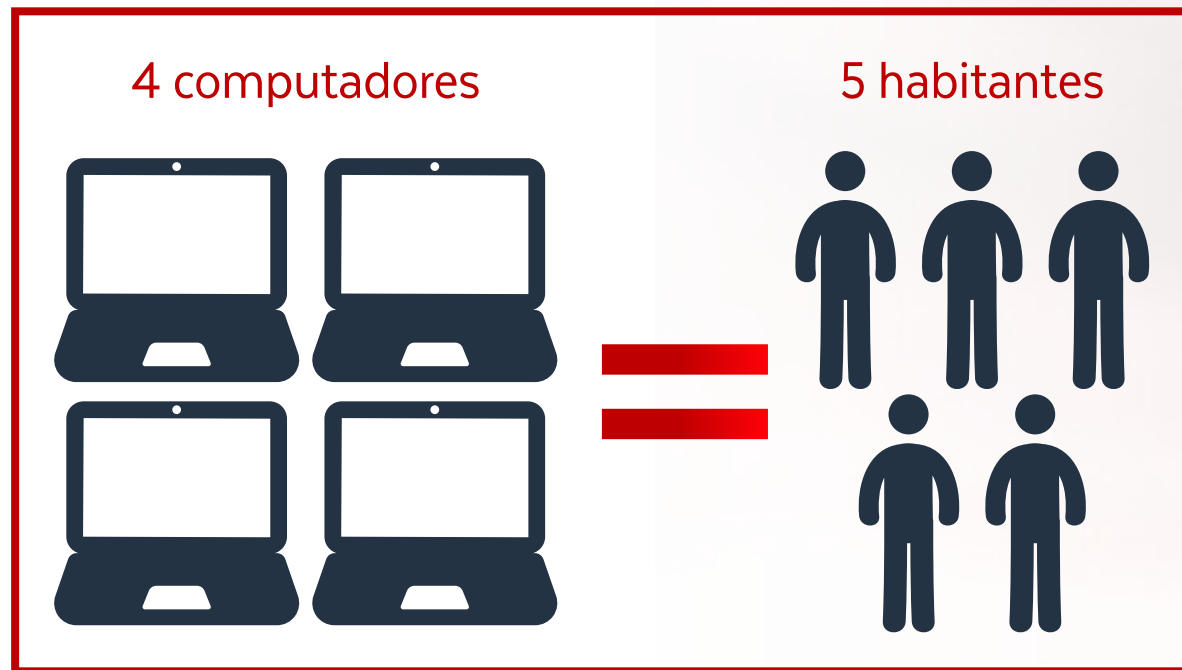
**Tecnologia imobiliária
para aumento de vendas:**
como melhorar os resultados
comerciais e de marketing
em uma imobiliária?



Introdução

A utilização de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) nas empresas está em constante crescimento e isso não é novidade. Alguém imagina uma jornada de trabalho que se inicia sem um click no botão do computador, uma conferida nos e-mails ou no aumento de seguidores nas redes sociais? Provavelmente a resposta foi negativa. A [pesquisa](#) sobre o uso das TICs nas empresas brasileiras traz alguns indicadores importantes que irão confirmar nossa afirmação.





No Brasil, já existem quatro computadores para cada cinco habitantes. Essa estatística representa uma densidade per capita de 80%, muito superior à média mundial de 62%. Além disso, devemos levar em consideração a transformação que esse mercado está passando: o smartphone passou a ser utilizado como dispositivo principal e existem 1,7 aparelho por habitante. A preferência por um celular inteligente é ainda mais intensa à medida que diminui a idade do usuário. Esses números vão, aos poucos, alterando a rotina das empresas que devem se manter antenadas para alcançar o seu público no canal que ele mais utiliza.



Quando o assunto são as tecnologias utilizadas pelas organizações para otimizar a rotina, o estudo aponta que 21% das pequenas empresas contam com ERP integrado, 47% das médias empresas e 77% das grandes corporações utilizam softwares para integrar seus processos em um único sistema. Mas se o assunto é compra e venda on-line, os três tipos contam com uma média aproximada, entre 22% e 24%.

ERP INTEGRADO

21%

das pequenas
empresas

SOFTWARES DE INTEGRAÇÃO

47%

das médias
empresas

77%

das grandes
corporações

Outra pesquisa que merece destaque, é a realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). Nela, descobrimos que 20% dos negócios brasileiros utilizam CRM para gerenciar a carteira de clientes. O estudo analisou dados de empresas de 11 segmentos diferentes, entre elas, indústrias de transformação, atividades imobiliárias e construção.

20%

dos negócios brasileiros
utilizam CRM



Os indicadores nos mostram que as empresas onde a gestão percebe que os TICs reduzem custos, aumentam a produtividade, criam novos produtos e serviços, tendem a se tornar mais competitivas no mercado e amplificar seus resultados. A sua imobiliária está preparada para investir em tecnologia e aproveitar todos esses benefícios? Ainda não? Pois saiba que uma [pesquisa](#) realizada pelo portal *VivaReal* com 1.545 consumidores, 482 corretores e 432 imobiliárias em 326 municípios brasileiros mostrou que as pessoas estão mais confiantes em relação à sua renda, a economia e ao mercado imobiliário.





80%

**das pessoas acreditam
que os preços estão altos
e devem se estabilizar**

Segundo o estudo, 80% das pessoas que planejam comprar um imóvel acreditam que os preços estão altos e que os valores devem se estabilizar, mas 58% confiam que haverá maior flexibilidade de negociação nos contratos. Esses números são motivadores e, portanto, é um excelente momento para investir em tecnologia.

Neste material educativo, você encontra algumas ferramentas tecnológicas que têm otimizado a rotina e contribuído para o sucesso dos negócios imobiliários. Esperamos que o eBook “Tecnologia imobiliária para aumento de vendas: como melhorar os resultados comerciais e de marketing em uma imobiliária” seja o pontapé inicial para a sua estratégia.

Boa leitura!



5 tecnologias

que contribuem para
o aumento das vendas





No blog da Vista, falamos várias vezes sobre as estatísticas que envolvem empresas e tecnologias e como as organizações vem se moldando para se tornarem cada vez mais competitivas no mercado. Mostramos, inclusive, que as imobiliárias também se destacam nesses números, pois, cada vez mais gestores procuram **CRM Imobiliários para otimizar a relação com os clientes**. Agora, vamos pensar um pouco mais na realidade dos seus negócios: quais ferramentas a gestão da sua imobiliária utiliza no dia a dia? Você consegue identificar melhorias nos processos diários? Além dos anúncios em portais imobiliários, quais outras plataformas e dispositivos são utilizados para converter visitas em vendas?

São muitas perguntas, não é mesmo? Por isso, separamos exemplos de como os TICs têm gerado novos negócios imobiliários. Se você ainda tem dúvida se deve ou não investir mais em tecnologia para ampliar as vendas, confira as dicas a seguir!





Geolocalização

O primeiro passo para explorar essa tecnologia em seus negócios imobiliário é manter os endereços e contatos atualizados no Google Maps. A gestão pode investir em anúncios que aparecerão para os consumidores quando visitarem a região. Além disso, a geolocalização, se bem alinhada às estratégias de marketing, pode gerar bons resultados para os negócios. Isso porque é possível enviar para esses prospects informações à respeito do bairro: segurança, escolas, restaurantes e supermercados.



Design responsivo

Já falamos em outras ocasiões que os smartphones são os dispositivos mais utilizados pela população brasileira e que por isso as empresas têm incluído esse aparelho em suas ações de marketing. Diante desse contexto, não existe mais espaço para um site que não seja responsivo. Pense em seu próprio comportamento como usuário: você gosta de ler muito texto? Tem paciência para imagens que demoram a carregar no aparelho celular? Provavelmente não. Então, se o site da sua imobiliária ainda não conta com uma versão específica para smartphones e tablets, está mais do que na hora de investir no design responsivo.





Aplicativos de mensagens

Existe um paradoxo acontecendo: as pessoas utilizam mais celular, preferem ler artigos e utilizar aplicativos no smartphone, mas ligam cada vez menos. Se a sua imobiliária ainda não abriu um canal de comunicação específico para troca de mensagens via telefone, também precisamos corrigir isso agora mesmo. Crie um, delegue essa responsabilidade a um colaborador, invista em treinamento para que essa pessoa consiga responder rapidamente às perguntas e a transferir o prospect para o setor responsável.





Chat

Invista em um chat para o site da sua imobiliária. Essa ferramenta é importante para os clientes que estão em busca de respostas em tempo real. No entanto, ao começar o trabalho com essa tecnologia, também delegue a função de responder os prospects a um colaborador. Abrir esse canal e não dar retorno dos contatos reduz a confiabilidade da marca no mercado. Para simplificar a rotina, você pode contratar um CRM que tenha um chat integrado, como o Novo Vista. Esse sistema é capaz de identificar durante a conversa se o contato já está cadastrado na base de dados, caso não esteja, o lead é registrado automaticamente.

Outro diferencial dessa funcionalidade do Novo Vista é que, caso o corretor responsável por esse prospect estiver on-line, o atendimento é direcionado para esse profissional.





CRM Imobiliário

Investimento em marketing de conteúdo, anúncios segmentados e ferramentas tecnológicas contribuem para o aumento no número de leads e prospects. Se você tem incluído esses itens no planejamento estratégico dos seus negócios, deve estar preparado para dar o próximo passo: como gerenciar uma carteira maior de clientes? Uma excelente saída para esse crescimento é contratar um CRM imobiliário. [Neste post](#), explicamos como funciona essa tecnologia e quais são seus principais benefícios, entre eles, reduzir o trabalho manual, contribuir para a segmentação de estratégias e centralização do atendimento ao cliente.

O CRM Imobiliário surgiu para gerenciar leads cada vez mais qualificados e aumentar a conversão no funil de vendas. Além disso, um CRM facilita o cálculo do ROI, controla os imóveis disponíveis para locação e vendas e consegue emitir relatórios que contribuem para as tomadas de decisão. O **Novo Vista** é um sistema que tem como característica a flexibilidade na arquitetura da ferramenta. Ou seja, o software permite que funções sejam acrescentadas e retiradas de acordo com a maturidade e planejamento estratégico da imobiliária.

Isso sem contar que é o gestor quem configura o que cada usuário tem acesso, assim a segurança de dados ligados à direção da imobiliária é mantida. O Novo Vista também permite a emissão de diferentes relatórios e possibilita o acompanhamento da *performance* dos corretores.



5 recursos do Novo Vista para facilitar a gestão



#1 Relatório

Os relatórios são essenciais para as tomadas de decisão da gestão imobiliária e, portanto, o Novo Vista emite diferentes listas e estatísticas, entre eles: imóveis cadastrados no período, veículos de captação de clientes, clientes que corretores deixaram de manter contato, etc.

#2 Lembretes

O Novo Vista oferece três tipos diferentes de lembretes: imóveis desatualizados, clientes desatualizados e novos imóveis para seus clientes. Com essa funcionalidade, a gestão recebe notificações quando os corretores deixarem de manter contato com os clientes e identifica imóveis que tenham o perfil de algum cliente cadastrado.

#4 Gráficos

Os gráficos mostram o desempenho do funil de vendas e veículos de captação, ou seja, quanto cada mídia trouxe de prospects e clientes. Ao clicar na figura disponibilizada pelo Novo Vista, é possível identificar quais clientes foram captados e em que etapa do funil eles se encontram.

#3 Performance

Por meio dessa ferramenta, a gestão pode personalizar o objetivo mensal ou anual das vendas. Assim, configura-se os veículos onde há investimento, além de manter atualizado o percentual atingido e o que falta para alcançar a meta.

#5 Ranking

O Ranking é uma série de registros coletados e organizado em listas com o objetivo de motivar os corretores. Nessa função, também é a gestão que decide quais critérios serão analisados, quais pesos serão estabelecidos para cada um deles e qual o período da análise. Alguns exemplos de ranking são: captação de imóveis, prospecção, visitas, placas de exclusividade, entre outros.



Sobre o NOVO **V**iستا



Novo Vista é um CRM (Customer Relationship Management) que processa e compara dados adquiridos no cadastro e histórico de atendimento de cada cliente da imobiliária. O sistema analisa métricas, reúne informações e consegue prever o comportamento de clientes. Assim, a gestão poderá tomar decisões mais assertivas e baseadas em dados.

Conheça o Novo Vista e aumente a produtividade dos corretores, melhore a gestão dos imóveis cadastrados e acompanhe o resultado de sua equipe. Você pode clicar aqui e fazer um teste gratuito do software por 15 dias.

Acompanhe o Novo Vista nas redes sociais

