

Presença digital e diversificação de serviços transformam mercado imobiliário

Do marketing à tecnologia, as empresas que olham para o setor imobiliário gaúcho buscam inovação e projeção para a área

➔ NEGÓCIOS

JÚLIA FERNANDES E
MANUELA CASSANO

geracaoe@jornaldocomercio.com.br

Com a expansão do alcance de informações e conteúdos on-line, o mercado imobiliário, ou real estate, passa a contar com novas estratégias de marketing que se adaptam a mudanças no comportamento do consumidor. A pesquisa do grupo OLX, Influência da Inteligência Artificial (IA) na busca por imóveis, mostra que a IA é considerada relevante por 65% dos compradores e 66% dos locatários no processo de aquisição imobiliária. Entre as novidades do setor, a presença do corretor de imóveis como um

influenciador digital começa a se popularizar.

Acumulando milhões de visualizações nas redes sociais e quase 40 mil seguidores, a corretora de imóveis **Verônica Kreitchmann** passa por uma virada de chave profissional graças ao marketing nas redes sociais.

Como corretora em unidades da Auxiliadora Predial, Verônica soma quatro anos de experiência. O início de sua trajetória on-line partiu da vontade de se destacar no mercado, atrelada à necessidade de diversificar materiais para visualização dos clientes. "Chegava na visita e o cliente sempre dizia 'nas fotos não é como eu esperava'", conta.

A partir dessas experiências, ela optou por produzir conteúdos audiovisuais, apostando, principalmente, no formato de tour. "É aquela sensação para o cliente de estar dentro do imóvel e dá supercerto. A partir daí, foi o boom que a minha carreira deu", compartilha.

Corretora-influenciadora

A presença digital dos profissionais trouxe, segundo

Verônica, novas tendências para o mercado imobiliário. Entre as principais diferenças, a figura do corretor passa a ser percebida como fonte de confiabilidade antes mesmo que o lead realize encontros físicos. "Vemos muitos corretores influenciadores, mas a gente sabe quem é o corretor ou pelo bordão ou pelo jeito que ele se apresenta. Isso é muito bom, porque eles se identificam", explica.

Lidando diariamente com clientes que entregam suas chaves antes mesmo de conversarem com ela, a especialista conta que a criação de seu bordão — "e olha essa oportunidade", que abre todos os vídeos de tours —, foi uma estratégia que, além de transformar a sua imagem, a diferenciou da concorrência. **"O bordão só ajuda a identificar quem realmente é o corretor. Todo mundo que passa na rua grita 'olha essa oportunidade'",** compartilha.

No comportamento dos clientes, o modelo digital de operação, percebido há pouco tempo no setor imobiliário gaúcho, passa a mudar as formas de

atendimento. Verônica conta que os atendimentos on-line realizados com leads de outros estados e, até mesmo países, tornaram-se frequentes. "Diminuiu muito o fluxo de clientes que entram na nossa loja e aumentou muito o fluxo de rede social", detalha, acrescentando que para cada cliente presencial existem 20 em atendimento via internet.

Para acompanhar essas mudanças, existem evoluções jurídicas e financeiras que possibilitaram otimizar os processos. Apenas nos últimos anos, passou a existir a possibilidade de contratação dos financiamentos imobiliários 100% on-line "Perdi muito tempo em me deslocar para ir para uma assinatura. E, hoje, completamente digital, me ajudou a dar o próximo passo", conta.

Investimentos e operação

Com novas formas de consumo e compra, os investimentos necessários para a operação dos corretores também evoluem. Já na rotina operacional, existem mudanças realizadas para comportar as necessidades

de marketing e atendimento simultâneos. Atualmente, ela conta com apoio para realizar as conversas com clientes, ao mesmo tempo em que divide sua rotina com a produção de conteúdos. "Terça e quinta eu não coloco nenhum cliente na agenda. Fico das 7h até umas 18h gravando. Faço quatro, cinco vídeos, e, se eu demoro um dia para postar, os clientes já perguntam", conta.

Foram após essas implementações que os resultados começaram a aparecer. A quantidade de imóveis vendidos pela profissional passou de no máximo dois ao mês para seis. "Somando o ano passado com esse, são mais de R\$ 40 milhões (em valor geral de vendas)", conta Verônica.

Prospecções futuras

Para o futuro, ela acredita que a profissionalização de venda de imóveis prevalecerá, sem possibilidade de substituição de serviços por Inteligência Artificial. "As empresas vão focar muito em videomaker, em editores. Deixa o vídeo para o videomaker, deixa a edição para algum especialista e vai vender."



Verônica Kreitchmann é corretora de imóveis e acumula quase 40 mil seguidores

FERNANDA BIGIO DAVOGLIO/ESPECIAL/JC