




Apoio:

**SINDUSCON-RS**  
DESDE 1949



**PROJETE O NOVO:** COMO MANTER A  
RELEVÂNCIA NO MERCADO IMOBILIÁRIO ATUAL



**AÇÕES INSTITUCIONAIS E COMERCIAIS**  
PARA INCORPORADORAS, CONSTRUTORAS  
E URBANIZADORAS.



Esse momento que estamos vivendo exige uma **revisão das nossas estratégias**, tanto de **vendas**, como de **marketing e comunicação**.

Muitas pessoas estão em casa e diversas incertezas habitam os pensamentos de todos, o que naturalmente causa preocupação e ações de contenção.

Nesse momento é preciso **pensar e planejar** como a sua marca pode continuar **relevante**, se diferenciar e oferecer um conteúdo verdadeiramente útil.

**Por isso, criamos essa cartilha para ajudar a sua empresa nesse período de isolamento social.**

Vamos começar olhando o comportamento das pessoas atualmente, já que tudo mudou.



## O COMPORTAMENTO DO SEU PÚBLICO NÃO É MAIS O MESMO

Importante levarmos em conta alguns aspectos como **horários, onde as pessoas estão acessando informação** e, principalmente, a **atenção** delas. Esses pontos são determinantes para pensarmos estratégias mais efetivas.

A seguir, listamos 5 aspectos de comportamento para considerar na hora de pensar as ações da sua marca:

- > Quem está trabalhando em Home Office está mais no **desktop** do que antes. Há menos necessidade de estar no celular, já que não existe tanto deslocamento, mas as pessoas ainda são **multitela**.
- > Os horários de maior interação na internet mudaram. Muitas pessoas têm mais tempo, mas a **atenção está dividida** entre trabalho, tarefas da casa, crianças, pets, notícias e o próprio esgotamento mental.

É preciso **testar horários** e abandonar certezas, pensando na **nova rotina das famílias**. De manhã, entre 9 e 10h, e o horário de almoço são bons momentos para conteúdos que exigem mais atenção. A noite procure trabalhar conteúdos curtos e de interação, quando as pessoas procuram lazer.



> **Pautas positivas são essenciais.** Conteúdos que tiram o foco do problema e apresentam dicas, orientações e boas práticas são ótimas formas de se relacionar com seu público de forma empática.

> Os produtos imobiliários representam um **investimento grande** e normalmente de **longo prazo** na vida das famílias. A venda envolve diversos estágios, decisores e influenciadores. Nesse período de incertezas é normal o cliente ficar mais reticente e demorar mais para tomar uma decisão.

As equipes de venda precisam se mostrar **disponíveis** e ao mesmo tempo cuidar para não pressionar demais. As marcas precisam mostrar um **discurso de entendimento**.

> O momento é de adaptação para todo mundo, mas as marcas precisam se mostrar **humanas**, entendendo o cenário. Trabalhe a venda mostrando que o investimento no mercado imobiliário é **seguro** e está com as melhores taxas.

Entretanto, não esqueça de trabalhar **conteúdos de relacionamento e que sejam pertinentes**.

O que o seu público gostaria de ler hoje?



## POSICIONAMENTO DA MARCA

Para começar a planejar a sua estratégia, **entenda o seu posicionamento perante ao mercado.** No setor imobiliário é normal pensarmos mais nos empreendimentos do que na marca da incorporadora, porém é importante pensar nos canais que a sua marca já se comunica, **se é em nome da construtora, do empreendimento ou de ambos, e qual tem mais relevância.**

Depois tenha em mente:

- > QUEM são os potenciais consumidores?
- > QUAIS problemas e necessidades do público a marca irá resolver?
- > POR QUE a empresa/empreendimento é a melhor alternativa?

**Importante entender o universo da sua marca, o que é pertinente comunicar para o público e não ser repetitivo.**



## PAUTAS DE RELACIONAMENTO NAS REDES SOCIAIS

Seja em posts, stories ou lives é importante definir um **foco** para se comunicar com os clientes em potencial. Abaixo separamos algumas **pautas divididas por características**. Assim, você pode definir caminhos a partir da característica que tem mais a ver com os empreendimentos da sua marca.

**Atenção:** recomendamos fortemente que pautas institucionais sejam feitas por todos.

**Informação é a sua melhor aliada.**

### > INSTITUCIONAL

**Comunicados:** utilize as redes sociais, Whatsapp e e-mails para informar parceiros, fornecedores e clientes sobre o andamento das obras, funcionamento dos plantões e medidas de proteção adotadas.

**Segurança:** use os seus canais para garantir aos seus clientes que a sua empresa permanece séria e comprometida com as suas entregas.



**Promoções e preços:** você não precisa ainda fazer promoções e baixar tabela, mas esteja disponível para escutar as propostas dos seus clientes e avaliar descontos e negociações de prazo condizentes com a saúde financeira da sua empresa.

## **TECNOLOGIA E DIFERENCIAIS DE OBRA**

Diferenciais construtivos: explore em vídeos e posts as tecnologias que a sua empresa usa nas obras. Mostre como funciona e porque a incorporadora/construtora acredita nesse tipo de tecnologia.

Conteúdos como estes reforçam os diferenciais da sua marca e a entrega, mantendo a competitividade perante a concorrência.

Alguns exemplos:

- Manta acústica.
- Brises para isolamento térmico.
- Vidros duplos.
- Painéis fotovoltaicos.
- Tecnologias de inclusão para PCD.





## > ALTO PADRÃO

**Dicas de decoração:** aproveitando o que as pessoas tem em casa ou as promoções de sites, convide arquitetos e decoradores para dar dicas. Aqui vale inclusive dicas de DIY (Faça você mesmo).

**Dicas de jardinagem:** hortas verticais para apartamentos, fazer novas mudas, decorar vasos, cuidar melhor de plantas e do jardim. Aqui também vale trazer profissionais para falar sobre o assunto.

**Personal Organizer:** busque parceria com profissionais de organização. Esse é o momento de arrumar armários, separar o que ainda será usado e o que é doação.

**Pets:** como em alguns locais os cachorros não podem tomar banho em petshops nesse período e a visita ao veterinário tem uma série de restrições, apresente dicas de cuidado em casa, principalmente para animais que habitualmente frequentam estes locais.



## > FAMILIAR

**Crianças:** nem só de brincadeiras dentro de casa se faz conteúdo que ajudem as famílias com crianças nessa nova rotina. É possível trabalhar pautas de organização de horários, divisão de afazeres da casa, a importância do espaço de trabalho dos pais, educação financeira etc.

**Dicas de séries e filmes para toda a família:** Netflix, AmazonPrime, Youtube, TV por assinatura e aluguel de títulos. Existe uma infinidade de plataformas e opções. Indique séries e filmes que possam ser assistidos em família. Você pode postar indicações da sua equipe, marcando eles.

**Receitas para fazer juntos:** bolos e biscoitos são ótimas receitas para fazer com as crianças. Grave vídeos em casa, peça para os seus colaboradores também.

**Exercícios para a família:** as crianças também precisam de atividades físicas. Convide profissionais para demonstrar séries de exercícios para a família fazer junto, na sala.

**Colaboradores e suas famílias:** mostre atividades dos seus colaboradores em casa, desde o espaço do Home Office, até brincadeiras com os filhos, leituras e como estão organizando a rotina. Isso aproxima as pessoas da sua marca, tanto público interno, quanto clientes em potencial.



## LIFESTYLE

**Alimentação saudável:** muitas pessoas estão buscando informações de alimentação para manter a imunidade alta. Convide nutricionistas para dar dicas de alimentos simples e ricos em vitaminas, selênio, ferro e outros ativos importantes.

**Novos idiomas:** viagens canceladas e sem muitas perspectivas de reagendamento, então esse é um momento perfeito para aprender mais. Existem diversos aplicativos gratuitos de exercícios e aulas no Youtube. Postagens indicando esses conteúdos e como fazer um plano de aprendizado são ótimas pautas.

**Livros:** best-sellers e clássicos, vários disponibilizados na internet de forma gratuita. Indique.



## INTERAÇÃO E POSITIVIDADE

**Stories do Instagram:** quiz, bingos, perguntas e respostas, enquetes, todas são ótimas ferramentas de interação no Instagram. Além de servirem como pesquisa e fonte de dados sobre o seu público.



**Coletividade:** repostar ações bacanas de marcas de outros mercados e ações da comunidade e vizinhos podem ajudar todos a manterem a esperança, além de dar mais visibilidade para coisas que merecem atenção.

Veja: @oladobomdascoisas.oficial

**Mente sã:** com tantas pautas sobre o que fazer, também é legal investir em posts que falem que tá tudo bem dar um tempo ou se sentir sobrecarregado às vezes. Você pode pedir aqui também contribuições de profissionais de saúde mental. Esse assunto está em alta, então cuidado para não ser repetitivo.

Veja: @queridapsicologa



## MATERIAIS PARA FACILITAR A VENDA DOS EMPREENDIMENTOS

Muitas pessoas não querem sair de casa nesse momento, então as marcas precisam **facilitar o entendimento do produto**. Formas que as pessoas consigam enxergar os espaços e diferenciais, além dos materiais convencionais de comunicação.



### DRONE

Pode ser usado em empreendimentos que já tem obras em estágio avançado ou estão prontos. Imagens de drone da obra (mostrando todos os andares), com legenda ou até locução, além de imagens do entorno e os principais pontos vizinhos.



### TOUR VIRTUAL

Normalmente tem um custo mais alto e tempo de execução mais extenso, mas é um material muito rico, que pode ser disponibilizado em sites, redes sociais, Youtube e Google Maps. É uma ferramenta poderosa para o momento, pois os clientes se sentem dentro do empreendimento.



## **LANDING PAGE**

Reúna todos os materiais em uma landing page, isso facilita o trabalho do corretor na hora de mostrar o empreendimento.



## **FOLDER DIGITAL**

Rever o formato dos seus materiais gráficos é imprescindível para que os corretores possam enviar por Whatsapp, e-mail e outras plataformas de relacionamento. Cuide o tamanho do arquivo, a extensão e se é legível em celular e desktop.



## **FOTOS E VÍDEOS**

Invista em novas fotos, perspectivas e pequenos vídeos. Os consumidores precisam ver o seu empreendimento de todas as formas e ângulos possíveis.



## COMO FAZER MAIS PARA O ENFRENTAMENTO DO COVID-19?

Os consumidores estão cobrando cada vez mais **posturas ativas das empresas**, principalmente as marcas com maior market-share dos mercados. Nesse momento, a cobrança é maior, pois o apoio da iniciativa privada é fundamental para vencermos o Covid-19.

Se você quiser unir esforços em prol dessa causa, a gente listou algumas formas de fazer isso. **Ações que podem ajudar a região que a sua empresa atua.**

O ideal é que essas ações estejam alinhadas com cuidados com seus funcionários e outras ações de comunicação bem estruturadas para o momento.

**Mas lembre-se:** o lado humano deve estar em primeiro lugar.



### DOE PARTE DAS VENDAS DO PERÍODO

A cada venda sua empresa pode destinar também parte da verba para projetos já existentes, para o SUS ou para hospitais da região. Informe-se do que é possível na sua cidade e comunique de forma transparente.



## **APOIO A AÇÕES JÁ EXISTENTES**

Você pode destinar uma verba direta para ações já existentes. Em todas as cidades já existem movimentos de doação de cestas básicas para comunidades mais carentes e moradores de rua, arrecadação de doações para hospitais e demais organizações de saúde, construção de novos espaços para atendimento de profissionais da saúde ou de doentes, compra de respiradores, testes, máscaras e demais materiais, entre várias outras ações.

## **REDE DO BEM**

Convide outras empresas para atuar em parceria ou faça um cadastro dos seus fornecedores e outras empresas pequenas da região, para produzir materiais importantes para o momento, como máscaras, jalecos ou novos espaços de saúde.

Você também pode criar uma rede que movimenta a economia local, ou seja, a cada unidade vendida, a sua empresa compra antecipadamente material de fornecedores locais e mantém a economia girando.

Para os corretores, além da comissão, você pode dar vouchers de compra de supermercados e outras lojas locais que também precisam se manter nesse momento.





## COMO MANTER AS IMOBILIÁRIAS E CORRETORES ENGAJADOS?

A força de vendas precisa estar alinhada com os discursos da marca, por isso, é importante manter a informação circulando.



**Cartilha:** é importante esclarecer como estão sendo feitos os atendimentos, quais são as possibilidades, o tom do discurso, como devem ser feitas as negociações e onde o corretor pode acessar todos os materiais. Reúna essas informações em um único material.



**Orientação:** produza semanalmente materiais para enviar por e-mail e/ou Whatsapp com conteúdos que ajudem os corretores a trabalhar.

Aborde assuntos como:

- Momento de entender o cliente.
- Tendências do atual mercado.
- Seja um especialista em financiamento.
- Oportunidades na crise.



**Treinamentos online:** existem diversas ferramentas para isso, o Zoom, por exemplo, pode ter até 100 convidados em vídeo. Invista em treinamentos com as imobiliárias para que corretores conheçam melhor os seus empreendimentos agora.



**Evento estilo convenção:** podem ser feitos pelo Youtube por exemplo, para lançar novas oportunidades de negócios, novos formatos, lançamentos e estoques.

Recomendamos essa modalidade para empresas maiores, com um bom número de empreendimentos ou para lançar novos programas, como os de incentivo para os corretores.



**Especialistas:** esse é um bom período para os corretores conseguirem estudar bem os empreendimentos de seu interesse. Através de um Quiz Interativo, com perguntas sobre o produto, você pode testar o conhecimento deles. Por exemplo, quem acertar acima de 80% se torna Especialista do produto e pode receber premiações.

Abaixo algumas sugestões:

- Peças personalizadas com foto do corretor e a frase "Sou Especialista Empreendimento X". As peças podem ser: Cover de Facebook, Story para Facebook e Instagram, assinatura de e-mail e um card de Whats estilo crachá.

- Além disso, os especialistas podem receber adicionais de comissão ou premiações ao efetuarem vendas.



**Programa de Incentivo:** com tantas opções no mercado e clientes mais receosos, programas de incentivo são sempre boas estratégias.

Abaixo algumas opções de como premiar corretores nas suas vendas, pensando no momento que estamos vivendo e o que todos consideram mais importante:

- Bateu-levou é sempre uma boa opção. O valor pode ser definido conforme as possibilidades da sua empresa.
- Assinatura de 6 meses de internet, já que os corretores dependem muito do atendimento online.
- Voucher de jantar para até 4 pessoas, entregue via aplicativos como Ifood, Uber Eats e Rappi.



**Como vender para investidores:** como o setor imobiliário configura um investimento seguro para o período, é preciso munir os corretores de bons argumentos de venda para clientes com esse perfil e onde encontrá-los. Convidar especialistas do mercado para treinamentos focados e desenvolver materiais como cartilhas são um bom investimento.



**Datas Comemorativas:** é normal fazer invasão nas imobiliárias ou até campanhas com premiação para corretores. Agora o mimo pode ser virtual, como um livro de negócios e vendas ou um voucher de desconto em alguma loja.



## DO'S E DONT'S DO MOMENTO

**Comentários negativos nas postagens:** eles vão existir. Nessa fase que estamos, as pessoas ainda não sabem como lidar com todas as emoções e muitas extravasam no ambiente online. Responda sempre com transparência e, se possível, convide a pessoa a conhecer mais sobre a sua marca, empresa e iniciativas.

**Acompanhe a concorrência:** mais do que nunca é importante olhar para o mercado, as ações e se necessário unir forças.

**Informe-se sobre marcas de outros setores:** existem muitas ações bacanas de outros mercados. Inspire-se.

**Se você precisa vender, venda.** Contudo, o foco da comunicação agora não deve estar no lucro e nos produtos. As pessoas querem ver solidariedade. Seja sincero, adote um discurso que diga que a saúde financeira da sua empresa dependem o sustento de muitas famílias e por isso, as vendas precisam continuar.



## QUER SABER COMO IMPLEMENTAR ESSAS AÇÕES NA SUA EMPRESA?

Nos meses de **abril e maio de 2020** a 2day oferece **ATÉ 2 HORAS DE CONSULTORIA GRATUITA** para associados do Sinduscon-RS.


Entre em contato com as nossas Coordenadoras de Projeto. Queremos ajudar empresas do mercado imobiliário nesse período.

**Danielle Stoever - [danielle@2day.com.br](mailto:danielle@2day.com.br)**

**Paula Meirelles - [paula@2day.com.br](mailto:paula@2day.com.br)**

ACOMPANHE OS NOSSOS CONTEÚDOS.  
**JUNTOS VAMOS SUPERAR ESSE MOMENTO.**

 @2day.consultoria

 (51) 99682-0101

 /2DayConsultoria

 2day.com.br

**Material criado por:**

**2day** *ano 10*  
GESTÃO DE LANÇAMENTOS

**Apoio:**



**SINDUSCON-RS**  
DESDE 1949