

AULA 01

ESTRATÉGIAS PARA  
TORNAR A SUA  
IMOBILIÁRIA ÚNICA  
SE DIFERENCIAR E  
AUMENTAR O FATURAMENTO

IMERSÃO  
IMOBILIÁRIA 9X

@arlenegomes220

## PASSO 1 - ANÁLISE POR DADOS

Com a MSI (matriz de segmentação imobiliária) é possível desenvolver a sua própria inteligência de dados com as informações da imobiliária.

Com a MSI será possível descobrir quais são seus melhores imóveis que podem trazer seus melhores leads e potenciais clientes.

**Organize o histórico de vendas e de locação do último ano.**

**Se não tiver do último ano pode pegar o máximo que conseguir organizar.**

**Passo 1-** mapeie o percentual de bairros que voce mais vendeu e alugou. Identifique os top 10 bairros.

**Passo 3 -** No Terceiro quadrante mapeie o ticket médio por tipo de imóvel, ou seja; todos os valores que foram de vendas e de locações; some e divida pela quantidade de vendas ou locações.

**Passo 2 -** No Segundo quadrante mapeie o percentual de vendas por tipo de imóvel. Aqui vamos identificar o perfil do imóvel campeão (PIC)

**Passo 2 -** No quarto e último quadrante, tire as conclusões e analise o perfil de segmentação de clientes e de imóveis para a sua imobiliária.



## Imersão Imobiliária 9x

# PASSO 2 -Qual o seu nicho?

## Captação Inteligente

O Nicho é uma estratégia que possibilita diferenciação no mercado e auxilia a atrair um público qualificado que chega interessado em alugar ou comprar.

A escolha do nicho se dá de diversas maneiras, cabe entender qual se adequa melhor a sua imobiliária ou a sua história. veja alguns exemplos:

- 1. Nicho por tipo de imóvel:** imobiliárias ou pessoas que vendem ou alugam só casas, só apartamentos de 02 quartos, 04 ou mais quartos. Loteamento, terrenos, casa geminada, casas em condomínios ou outros tipos.
- 2. Nicho por Bairro:** atuar em 01, 02 ou mais bairros atendendo públicos para todos os tipos de imóveis ou alguns tipos de imóveis.
- 3. Nicho por padrão de consumo:** Padrão econômico; Minha casa verde e amarela, ou médio padrão até alto padrão. Neste tipo de nicho, o que se leva em consideração é o estilo de vida das pessoas e o poder de compra de cada padrão.

Há outros tipos de nicho, esses foram alguns exemplos.

Falar de nicho tem uma relação direta em dizer NÃO para outros nichos. É uma **ESCOLHA**, uma **DECISÃO**.

Essa decisão vai direcionar para o tamanho do mercado que você terá, vai direcionar para a vitrine de imóveis que você quer ter.

Para te ajudar, elaborei a ferramenta "**ALCANCE**"; que vai lhe auxiliar a entender qual a sua participação de mercado de um determinado nicho.

## ALCANCE - FOCO NO NICHU

1º Trimestre (Abril / maio / junho)		SUA IMOBILIÁRIA	Portal 1	Portal 2	Player 1	Player 2	Player 3	Potencial de crescimento
Bairro foco	Tipo de Imóvel							
	Apto 1 qto							
	Apto 2 qtos							
	Apto 3 qtos							
	Apto 4 qtos							
	Andar							
	Cobertura							
	Area Privativa							
	Casa							
	Loja							
	Outros							
<b>TOTAL</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	



**Insira o que você vai medir.**

Ex: Quantidade de tipo imóveis, por bairro, ou; quantidade de tipo de imóveis na cidade.

Insira a quantidade de imóveis, por tipo, que vai medir na sua imobiliária ou no seu site.

Insira a quantidade de imóveis, por tipo, que existe em 01 ou mais portais

Insira a quantidade de imóveis, por tipo, que existe em 01 ou mais imobiliárias próximas a sua

**Avalie seu potencial de crescimento.**

Compare a quantidade que você tem de imóveis, por tipo, compare com as outras imobiliárias ou portais.

## Imersão Imobiliária 9x **PASSO 3 -Vitrine Irresistível**

A técnica vitrine irresistível é composta pela foto "capa de revista" e por elementos que crie personificação e contem história do anúncio para que a pessoa já se veja dentro do imóvel mesmo não estando de fato fisicamente no imóvel.

**1. Capa de revista** = foto que chame atenção. É a primeira foto; é aquela que possui elementos visuais que tragam sensações e elementos que faça o possível cliente clicar no anúncio e buscar interesse em conhecer.

**2. Conte história** = Depois da foto capa de revista, escolha as demais fotos que o contato, ao "folear" seu anúncio sinta sensações agradáveis (lazer, animal, criança, verde, etc). Além da foto por si contar uma história, o título e o descritivo devem levar a mesma sensação.

### **Se pergunte:**

- Quais elementos desse imóvel tem relação com o possível inquilino? ou comprador?
- Para quem seria este imóvel? Qual perfil de público?
- O que você pode contar de história para que a pessoa se veja lá dentro?
- Quais outras fotos que trazem conexão com esta história?

### **O que fazer e como fazer:**

- Crie Títulos diferentes dos anúncios;
- Priorize o envio aos portais apenas de imóveis que tenham capa de revista em vez de enviar tudo.
- Destaque mais estes imóveis capa de revista nas redes sociais e portais caso os tenha.