

AULA 02

O PLANO **ESTRATÉGICO**
PARA A PREVISIBILIDADE
DE **VENDAS E LOCAÇÕES**



TREINAMENTO



IMOBILIÁRIA
Referência de mercado

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 você mais vendeu e alugou. Identifique os top 10 bairros.

Passo 3 - No Terceiro quadrante você classifica por faixas de valores mais vendidos ou alugados.

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

Passo 4 - No quarto e último quadrante, tire as conclusões e analise o perfil de segmentação de clientes e de imóveis para a sua imobiliária.



@arlenegomes220

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							
TOTAL		0	0	0	0	0	0	



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.

VITRINE IRRESISTÍVEL

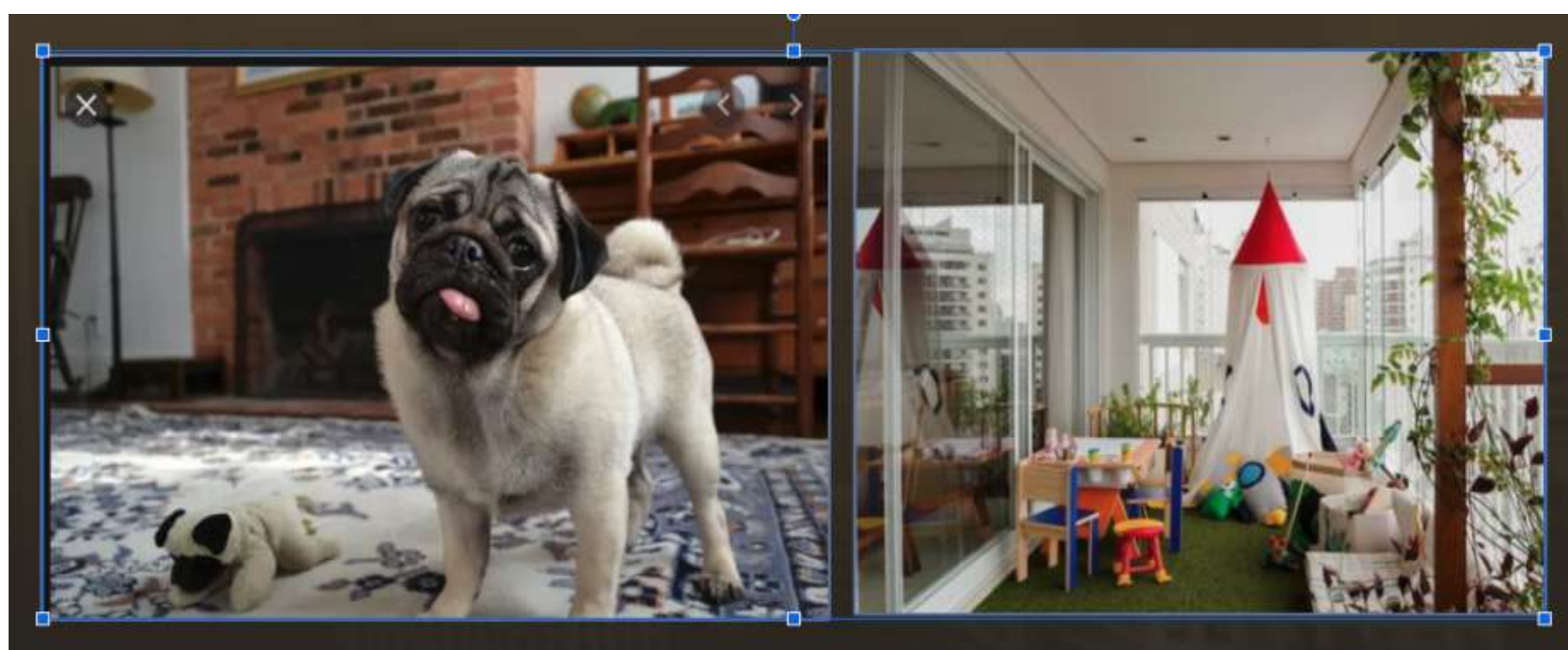
A técnica vitrine irresistível é composta pela foto "capa de revista" e por elementos que crie personificação e contem história do anúncio para que a pessoa já se veja dentro do imóvel mesmo não estando de fato fisicamente no imóvel.

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. É o momento da Verdade.



A foto 2 é a foto capa de revista. Tem cor, brilho, ângulo.

2. Conte história = Depois da foto capa de revista, escolha as demais fotos que o contato, ao "folar" 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.



VITRINE IRRESISTÍVEL

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.
- Atualize as informações e analise os dados. Veja o exemplo abaixo, após mudar foto e descritivo do imóvel aumentou o número de visualização no anúncio.

ANTES 1

APARTAMENTO VENDA CE798
R\$ 650.000
 Rua Figueiredo Magalhães, Copacabana - Rio de Janeiro, Rio de Janeiro
 50 m² 1 2 0
 Última atualização 05/08/2021 18:35:23
 Ganhe até R\$ 1.560,00 com ZAP+Fin
 Sem destaque Ativo
 0 VISUALIZAÇÕES 0 CONTATOS
 9.6

DEPOIS 2

Destaque APARTAMENTO VENDA CE798
R\$ 650.000
 Rua Figueiredo Magalhães, Copacabana -
 50 m² 1 2 0
 Última atualização 07/08/2021 20:00:27
 Ganhe até R\$ 1.560,00 com ZAP+Fin
 Destaque Ativo
 5 VISUALIZAÇÕES 0 CONTATOS
 10.0

DEPOIS 3 15 DIAS DEPOIS

Destaque APARTAMENTO VENDA CE798
R\$ 650.000
 Rua Figueiredo Magalhães, 741, Copacabana - Rio de Janeiro, Rio de Janeiro
 50 m² 1 2 0
 Última atualização 24/08/2021 15:41:07
 Ganhe até R\$ 1.560,00 com ZAP+Fin
 Destaque Ativo
 20 VISUALIZAÇÕES 0 CONTATOS
 9.8