



ESTRATÉGIA

para corretores e imobiliárias:

Encontre seu nicho, desenvolva seu funil de vendas e elabore seu pitch.



**A EEmovel tem
como propósito
mudar o jeito de
fazer negócios
no mercado
imobiliário.**



Nossa tecnologia em base de dados é robusta e completa, proporcionando as melhores captações, investimentos, relatórios e avaliações.

Com foco em corretores e em imobiliárias, temos a plataforma [Brokers](#).

Nela, compartilhamos informações e dados de alta qualidade atualizados diariamente. Dentre suas funcionalidades de inteligência de mercado estão a captação e a avaliação de imóveis, para auxiliar a aumentar sua vitrine e as suas vendas.

Sumário

Boa leitura! 4

Como escolher um bom nicho imobiliário? 5

O que você deve avaliar na hora de escolher seu nicho imobiliário? 7

Como fazer um funil de vendas no mercado imobiliário? 9

Razões para você criar o seu próprio funil de vendas. 11

O que é um pitch de vendas? 13

Qual a importância de um bom pitch de vendas? 14

Como fazer um pitch de vendas? 16

Nos preocupamos com a melhoria contínua do mercado imobiliário, por isso esperamos que as dicas aqui contidas ajudem você a fechar negócios com maior velocidade.

Lembre-se que não existe fórmula pronta.

O mais adequado é você fazer um estudo geral, colocar a mão na massa para elaborar um script e levar em consideração as singularidades do cliente e do seu negócio.

É importante entender quais são as informações essenciais que seu potencial cliente precisa saber de você, criar seu próprio modelo de funil de vendas, alinhado com suas estratégias e a escolha de um nicho imobiliário, no qual exige persistência, disciplina, foco e muita iniciativa.

Estamos aqui para te ajudar nessa missão.

**Boa
leitura!**



1 Como escolher um bom nicho imobiliário?

Escolher a área de atuação no mercado de imóveis é uma forma de **focar melhor o seu trabalho em um tipo de demanda específica**, dedicando tempo e esforços em um único objetivo de forma mais centralizada.

Depois de ter um foco definido, o próximo passo é estudar para aprender tudo sobre o seu público. **Estudar o público-alvo** que poderá ser um futuro comprador é essencial para **direcionar os seus anúncios** para as pessoas certas, construindo campanhas de marketing bem direcionadas e **explorando as dores certas** do cliente.

Por exemplo:

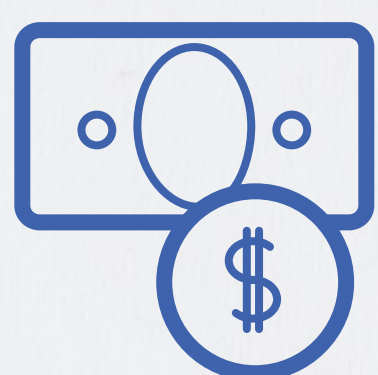
Você pode se especializar em um nicho imobiliário para universitários, o que garante um fluxo constante e previsível de estudantes. Se estiver bem antenado com o mercado imobiliário de forma geral, essas **ideias vão fluir com facilidade.**



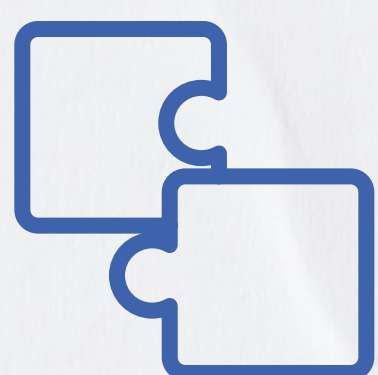
**O que você deve
avaliar na hora
de escolher seu
nicho imobiliário?**



Antes de escolher seu público, **faça um estudo prévio de mercado** para entender quem são as pessoas que você vai vender;



Entenda **como funciona a monetização** dos negócios que esse público procura;



Se você tem **afinidade** com um certo nicho, isso pode te **ajudar na escolha e na performance**;



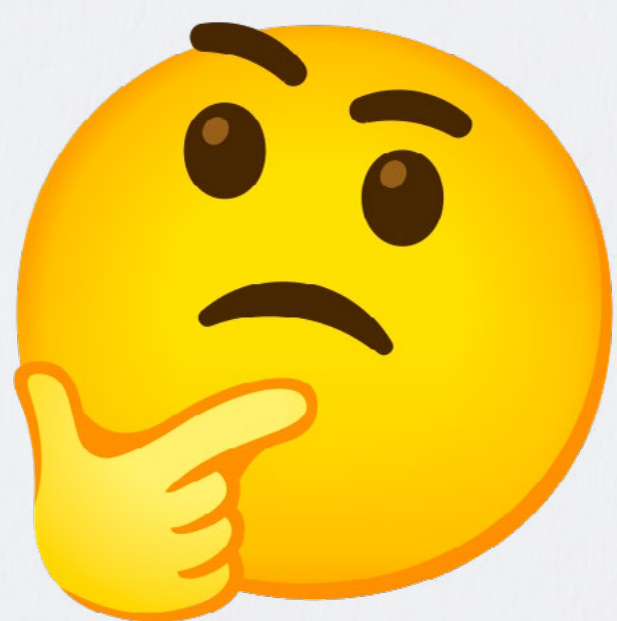
Não pense somente em dinheiro na hora de escolher seu nicho, lembre-se que esses fatores anteriores podem te direcionar para outros lados que **também te darão bastante lucro**.



Como fazer um funil de vendas no mercado imobiliário?

O funil de vendas imobiliário nada mais é que o **conjunto de etapas da jornada de compra** do cliente que quer adquirir um imóvel. O objetivo do funil, nesse nicho de atuação, é traçar um planejamento estratégico sob medida para **potencializar o fechamento de negócios**.

Agora que você já sabe o que é um funil de vendas imobiliário e quais são suas vantagens, deve estar pensando...



Ok! Entendi que o funil pode ajudar a minha empresa a ter mais resultado nas vendas, mas **como posso estruturá-lo?**

Veja os passos que preparamos para você seguir:

- 1** Classifique seus clientes entre proprietários e compradores;
- 2** Defina estratégias de marketing para que a sua empresa seja conhecida;
- 3** Saiba como chegar ao cliente;
- 4** Estude diferentes tipos de propostas;
- 5** Escute o que cada cliente tem a dizer;
- 6** Avalie o processo de vendas para identificar os pontos positivos e negativos.



Razões para você criar o seu próprio funil de vendas.

Jamais copie do concorrente, no máximo se inspire em algumas estratégias ou ações. Essa inspiração pode ir além do mercado imobiliário.

Você pode **observar marcas e empresas dos mais diversos segmentos para analisar** como é o atendimento, a abordagem, a linguagem, dentre várias outras características que tornam aquela empresa única.

Em um mundo onde as pessoas estão com a cabeça no digital, com menos interação física e com vivências mais superficiais, qualquer **diferencial bem pensado e estruturado** a ponto de ser envolvente e encantador se tornará suficiente para proporcionar sensações e lembranças ímpares.





5 O que é um pitch de vendas?

É um discurso que reúne as **melhores características de um produto** de forma objetiva e curta, fazendo com que a venda seja feita de forma assertiva e rápida.

O pitch é utilizado não apenas entre conversas rápidas, mas até mesmo durante a negociação. O conceito continua sendo o mesmo: deve ser **rápido, curto, interessante, envolvente e convincente** para capturar a atenção do lead.



Qual a importância de um bom pitch de vendas?

Um dos principais motivos que podem fazer com que seja desenvolvido o pitch de vendas é a construção de uma **conexão com o lead**. Quando o pitch é realizado com sincronia, é possível conduzir o futuro cliente pela jornada de compra com mais fluidez.

Tão importante quanto falar, é **escutar o que o lead tem a dizer**. A partir dos pontos evidenciados por ele, o vendedor consegue agregar valor ao seu produto mostrando como a solução é capaz de resolver os dilemas recém apontados pelo lead. **Ou seja, a escuta ativa muitas vezes pode ser mais importante do que o próprio roteiro em si.**





Como fazer um pitch de vendas?

Separamos **3 dicas** básicas de como fazer um bom pitch de vendas:



**Vá sem enrolação:
seja objetivo e rápido!**

Tempo é dinheiro! E no mundo dos negócios ninguém gosta de desperdiçar qualquer minuto em ações que poderiam ser resolvidas em um tempo menor. Em seu discurso, **priorize as funcionalidades do produto** que têm a ver com as demandas do cliente.

Portanto, **otimize seu discurso de vendas** e procure em poucos minutos identificar os problemas que seus leads estão enfrentando e, então, esclarecer para eles como a sua solução é capaz de resolver essas questões.



**Entre na mente do cliente:
use gatilhos mentais.**

O uso dos **gatilhos mentais** é uma **boa forma de acrescentar pontos relevantes** ao seu pitch de vendas. Um dos gatilhos mentais mais conhecidos é o da urgência e escassez. A maioria das pessoas relaciona o valor de algo com a sua raridade ou dificuldade de acesso. **Não à toa promoções do tipo “para os primeiros 10 clientes” ou “somente enquanto durarem os estoques” são tão comuns.**



**Fale com propriedade:
transmita confiança.**

Não demonstrar fraqueza, nem insegurança! A autoridade também é um dos gatilhos mentais mais utilizados em vendas complexas. O ser humano tende a dar mais valor à **opinião de quem tem domínio e credibilidade** sobre determinado assunto.



Parabéns!
pela conclusão
do e-book!

Agora é só colocar a
mão na massa.

Continue acompanhando
nossas novidades nas **redes
sociais** e com os conteúdos
do **blog**:

