Corretor de Imóveis:

# 6 passos para alavancar suas vendas

IPOG

CRECI·GO

eBook especial em comemoração
ao Dia do Corretor de Imóveis

# PARABÉNS
# pela sua jornada!

Uma homenagem do **CRECI-GO**,
em parceria com o **IPOG.**

# Sumário


Introdução ..... 4

Como melhorar as suas vendas em 6 passos ..... 5

Conhecer suas personas ..... 6

Trabalhar sua escuta ativa ..... 8

Personalizar sua forma de vender ..... 10

Dominar técnicas de persuasão e negociação ..... 12

Empoderar seu consumidor: fazê-lo se sentir especial ..... 14

Quem é visto é lembrado: pós-venda ativo e constante ..... 16

# Introdução

O corretor de imóveis precisa ser um profissional multifacetado.

Diariamente, para obter bons resultados e garantir a satisfação dos clientes, esse profissional precisa saber se relacionar, negociar, lançar mão de conhecimento jurídico, informático, além das tendências em moradia.

Por isso, para ser um profissional de sucesso, é preciso investir em formação contínua, afinal o mercado e as expectativas dos clientes estão sempre mudando ao longo do tempo.

Neste e-book, feito especialmente para celebrar o Dia do Corretor de Imóveis, descubra **6 passos essenciais para gerar mais e melhores vendas** para o seu negócio.

Boa leitura!

Sumário

# Como melhorar as suas vendas em 6 passos

O corretor de imóveis é um profissional muito importante para o desenvolvimento do País e da sociedade. Com seu trabalho, ele auxilia na manutenção das dinâmicas de mercado movimentando a economia, mesmo em tempos de crise.

Confira agora **6 passos fundamentais para aumentar as suas vendas.**

Sumário

# Conhecer suas personas

A persona ou buyer persona é um termo utilizado em vendas e marketing para fazer referência aos compradores ideais de um produto ou serviço.

No caso da corretagem de imóveis, normalmente o profissional lida com um universo bem amplo nesse sentido, porque suas personas podem ser locadores, locatários, vendedores e compradores.

Para locadores e vendedores, o corretor oferta o serviço de mediação; e para locatários e compradores, ele vende o aluguel ou o imóvel propriamente dito.

Contudo, é importante salientar que os perfis das personas costumam ser diferentes em função dos imóveis.

Por exemplo, um casal mais velho com filhos criados, um casal jovem sem filhos, um trabalhador solteiro e uma família com três filhos são quatro personas com rotinas de vida, interesses, possibilidades financeiras e características distintas, que determinam a sua escolha imobiliária.

Nesse sentido, analisar e conhecer bem esses perfis são atividades fundamentais para todo corretor, pois permitem ter mais assertividade na realização do atendimento diferenciado e auxiliam a entender melhor a jornada de compra, os hábitos e as prioridades.

Com isso, é possível desenhar uma estratégia de vendas que seja mais eficiente, gerando satisfação para ambas as partes.

Os vendedores que conhecem bem os seus clientes ideais são capazes de se comunicar melhor com eles, entender as suas dificuldades e, dessa forma, ofertar opções personalizadas, que façam sentido e com mais chances de um fechamento de venda.

**OBSERVAÇÃO**

Não confundir buyer persona com público-alvo.
O primeiro termo refere-se a um perfil muito detalhado quanto a hábitos, rotinas, interesses, dores, desafios e sonhos de vida. O segundo é uma fatia da população descrita de forma mais ampla e geral que tem interesse em um produto ou serviço.

Sumário

# Trabalhar sua escuta ativa

A técnica da escuta ativa nada mais é do que usar a plena dedicação para ouvir e entender de verdade o que o seu cliente tem a dizer, de modo que seja possível absorver informações úteis na fala do interlocutor.

Nesse sentido, a escuta ativa é o processo de entender as necessidades e as dores do seu consumidor que estão embutidas na fala.

Muitas vezes, o corretor está tão focado em vender que ele acaba se esquecendo de como o relacionamento na área de vendas deve ser pautado em uma conversa eficiente, uma negociação entre as duas partes, para obter um resultado positivo e de qualidade.

Sumário

Esse trabalho gera uma comunicação mais fluida, isenta o processo de vendas de equívocos e melhora o relacionamento com o cliente, que se sente valorizado, respeitado e ouvido nas suas particularidades.

Escutar ativamente permite ao corretor entender a perspectiva do seu consumidor, fazer perguntas abertas para obter dados sobre as suas prioridades e dores e, assim, gerar soluções mais eficientes.

A linguagem dos clientes é uma fonte valiosa para o corretor, mas, para pescar os melhores peixes, é necessário mergulhar.

Por exemplo, um cliente que diz: “desejo um apartamento tranquilo e gostoso para viver com minha família” está comunicando o seu interesse por segurança e qualidade de vida familiar em uma fala que, na superfície, parece apenas uma descrição vaga.

Essa capacidade de inferir insights é algo que o corretor de imóveis precisa saber desenvolver.

# Personalizar sua forma de vender de acordo com cada cliente

Com o estabelecimento da comercialização e produção em massa para fazer frente ao crescimento da demanda, o aspecto da individualização de produtos e serviços foi perdido ao longo do tempo.

Nesse contexto, a venda personalizada surge como estratégia focada na resolução dos problemas dos clientes para gerar encantamento e fidelização.

Assim, o corretor de imóveis deve se valer do conhecimento aprofundado sobre suas personas, da escuta ativa e de todos os demais dados úteis que puder coletar para criar uma experiência personalizada e de qualidade para os seus clientes.

É preciso se perguntar: quais são as dores do meu consumidor que eu posso resolver ou facilitar? De que maneira eu posso encantar essa pessoa no processo de vendas?

Cada cliente é único e tem expectativas distintas. Dessa maneira, o tipo de abordagem precisa ser diferenciado, e as propostas precisam ter o máximo possível de personalização.

Um estudo recente da Salesforce sobre os consumidores, incluindo 15 países, inclusive o Brasil, revelou o seguinte: 80% dos clientes afirmam que a experiência oferecida por uma marca é tão importante quanto a qualidade dos produtos e serviços que ela oferece. 95% dos participantes acreditam que um fator essencial para uma boa experiência é ser tratado como uma pessoa, e não apenas como um número.

# Dominar técnicas de persuasão e negociação

Ao longo da história, o processo de vendas foi se tornando cada vez mais refinado, e diversas técnicas de persuasão e negociação foram criadas e aprimoradas.

A área de vendas é um campo do saber como todos os outros e, por isso, o corretor de imóveis precisa estudar e investir em capacitação sólida nesse sentido.

Especializações, MBAs e cursos de curta duração vão fortalecer o perfil profissional com novas técnicas de persuasão, negociação, neurociências aplicadas em vendas e todo o repertório necessário para influenciar, convencer e encantar.

Mais do que simplesmente conhecer essas abordagens, esses cursos de pós-graduação agregam conhecimento aprofundado e ampliam a capacidade de articulação entre as técnicas, a fim de que o corretor possa fazer o melhor uso dessas ferramentas de vendas.

Os cursos também são essenciais para o momento atual, em que é preciso entender e dominar diferentes tecnologias a fim de obter as vantagens que elas agregam a todas as etapas de vendas. O digital fornece dados sobre os consumidores e o funcionamento da sua operação comercial, também é o meio pelo qual é possível anunciar e obter novos leads.

Para gerar uma boa experiência, é preciso despertar emoções. O conhecimento possibilita isso.

# Empoderar seu consumidor: fazê-lo se sentir especial

No atendimento e na relação estabelecida com os consumidores, é fundamental fazer com que se sintam empoderados desde o primeiro momento e em todos os pontos de contato com o negócio.

Especialmente nos contatos diretos, o corretor de imóveis precisa ter noção do timing correto e fazer uso de palavras e gatilhos mentais adequados para empoderar o seu cliente, trazendo a satisfação e a confiança que são tão importantes para ele.

Ainda de acordo com o estudo da Salesforce, mencionado anteriormente, 95% dos entrevistados dizem que é mais provável que sejam fiéis a uma empresa em que confiam.

Sumário

Confiança, valorização, transparência, controle, qualidade do produto/serviço e poder de escolha são aspectos aos quais os corretores devem prestar atenção, pois tudo isso gera valor diante dos clientes e contribui para o fechamento de vendas.

# Quem é visto é lembrado: pós-venda ativo e constante

Pesquisa da Applause, empresa mundial em testes de multidões e qualidade digital, mostrou que 91% dos consumidores estão mais inclinados a comprar de empresas que se lembram deles e são capazes de fazer recomendações relevantes.

O pós-venda é também o momento de continuar agregando valor, mostrando o quão importante o consumidor é para o negócio, aumentando a satisfação e potencializando a experiência.

Essa etapa solidifica a fidelização, isto é: se o cliente aprova a experiência com o corretor, ele volta a fazer negócio em outras oportunidades, tornando-se um promotor do profissional e da empresa.

Sumário

É mais barato manter um cliente na carteira do que adquirir um novo; e se este tem o potencial de fazer recomendações a conhecidos, gerando mais prospects, é ainda melhor.

Por essa razão, vale muito a pena investir de verdade na gestão do relacionamento com o cliente e no pós-venda, criar uma série de ações periódicas de contato com esse consumidor, a fim de ser lembrado como marca e melhorar a sua prestação de serviço.

Enviar conteúdos relevantes, lembrar datas especiais, fazer uma ligação, enviar uma mensagem de WhatsApp a cada 3 ou 4 meses são práticas que fortalecem o vínculo corretor-cliente.

Parte dessas ações de pós-venda pode ser automatizada com a tecnologia, o que facilita a rotina de trabalho do corretor, que já é muito corrida. No entanto, é crucial equilibrar automação com ações mais humanizadas.

## Aproveite a inspiração para aprofundar os seus conhecimentos e alavancar a sua carreira

Conheça os cursos do IPOG

**Clique aqui**

Sumário

# Conheça o IPOG e sinta mais segurança para fechar negócio

E então? Gostou das nossas dicas? Desejamos todo o sucesso na aplicação dessas ideias no seu processo de vendas.

Se você deseja dar um upgrade na sua carreira, ter mais assertividade para atuar no mercado imobiliário, aumentando a qualidade e a produtividade em vendas, fale conosco e conheça os cursos e vantagens do IPOG, uma instituição com 20 anos de experiência em formar grandes especialistas em todo o Brasil.

## Conheça o prof. Eduardo Rossi

Desenvolver o potencial das pessoas é meu propósito pessoal, faço o que amo e faço com amor. Sou um estudante ávido por Futurismo, estudo de hábitos de consumo e comportamento do consumidor. Foi essa curiosidade que me levou a ser um especialista em Neurovendas, Neuromarketing, Negociação e Coaching de Negócios.

**Adicione-me no LinkedIn:** linkedin.com/in/prof-edu-rossi-a93a416/
**Conecte-se pelo Instagram:** @prof.edurossi
**Envie e-mail:** eduardo@alovirtual.com.br
**WhatsApp:** (91) 98895-1003

IPOG