

10 dicas de marketing para imobiliárias

GUILHERME BOGO

Marketing Para Pequenos



Invista em mídia social paga sempre

Mesmo pequenos investimentos em mídia paga, como o Facebook Ads, no entanto, locais - apenas para a sua micro região - podem se tornar uma ótima ferramenta para geração de leads para os seus corretores.

GUILHERME BOGO

Marketing Para Pequenos

2

Fotografia é atividade fundamental

As fotografias exibidas nos anúncios ou nas redes sociais são responsáveis por grande parte da atração do lead em sua jornada até um corretor. Por isso, investir em fotos de qualidade se tornou uma tarefa fundamental para qualquer imobiliária.

GUILHERME BOGO

Marketing Para Pequenos

3

Explore as redes sociais e seus recursos disponíveis

Utilizar ferramentas como o Marketplace, do Facebook, ou o próprio feed da página da corretora para publicar continuamente ofertas de imóveis é uma atividade essencial para crescer o perfil e manter os seguidores engajados.

GUILHERME BOGO

Marketing Para Pequenos

4

Tenha um site intuitivo e dinâmico

O site da imobiliária é um lugar comum na busca dos usuários por mais informações de um imóvel ou até mesmo entrar em contato com um corretor. Por isso, manter um site intuitivo e dinâmico no ar é fundamental para manter o público engajado.

GUILHERME BOGO

Marketing Para Pequenos

5

Tenha um ou mais canais de novidades

Ofereça na internet um canal de novidades, seja via WhatsApp, Telegram, grupo no Facebook ou outro, mas que você - corretor - possa manter suas ofertas em divulgação para novos usuários diariamente.

GUILHERME BOGO

Marketing Para Pequenos

6

Crie um processo de vendas convidativo

Crie um processo de venda leve, convidativo, persuasivo, explorando as características e as necessidades do prospectado, o conduzindo por cada etapa da venda. Sem ser algo forçado ou que demonstre estar sem direção.

GUILHERME BOGO

Marketing Para Pequenos



Crie ações de outbound em determinados locais

O mundo digital é amplo e próspero, mas o outbound também. Seja panfletagem em faculdades, parcerias com empresas para apresentação durante os períodos de intervalo. Existem muitas opções de divulgação fora do digital que podem ser altamente positivas.

GUILHERME BOGO

Marketing Para Pequenos



Crie conexões com outros corretores

Conexões com corretores de outras imobiliárias pode se tornar uma estratégia interessante para complementar portfólios. Ofertas que você tem hoje podem ser as mesmas que outros corretores não tinham, as quais os clientes pediram e foram embora após a negativa.

GUILHERME BOGO

Marketing Para Pequenos

9

Crie canais de conteúdos diferentes

Estar em vários canais pode ser uma ótima estratégia para conquistar cada vez mais leads. Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Pinterest. São muitas as opções encontradas no mercado e podem conter fit com as suas ofertas.

GUILHERME BOGO

Marketing Para Pequenos

10

Crie parcerias com lojas de segmentos similares

Criar parcerias com segmentos similares pode ser uma ótima opção também. Por exemplo, descontos especiais em lojas parcerias para clientes que acabaram de adquirir um imóvel, pode ser um bom exemplo. Tudo depende de criatividade e match entre as ofertas.

GUILHERME BOGO

Marketing Para Pequenos

Gostou das dicas?

Participe da minha comunidade para pequenos empreendedores <https://bit.ly/3eIMZ9m>

Conheça os melhores livros e cursos para pequenos empreendedores <https://bit.ly/38bsdwb>

GUILHERME BOGO

Marketing Para Pequenos