



MERCADO Profissionais aderiram à internet para interagir e influenciar pessoas, bem como para captar novos clientes

74% dos corretores já usam ferramentas digitais para comercializar imóveis

LEONARDO LIMA* E RUAN AMORIM*

Com o avanço da digitalização nos últimos anos, muitos setores tiveram que se adaptar, até mesmo os mais tradicionais, como o imobiliário. Neste nicho, a carreira de corretor foi uma das que mais sofreu alteração no perfil e comportamento do profissional, sobretudo na pandemia, que fez a utilização dos meios digitais essencial para fechar negócios.

Para sobreviver no mercado de compra e venda de imóveis, os corretores começaram a lançar mão das mídias digitais. De acordo com o Home, plataforma que oferece soluções tecnológicas aos corretores, que entrevistou 1089 desses profissionais, 74% dos participantes afirmaram ter contado com a ajuda de ferramentas tecnológicas para fazer negócio.

Esse é o caso da corretora Aida Andrade, que atua na área de luxo e alto luxo. Em 2007, quando iniciou carreira no ramo de imobiliário, os imóveis eram anunciados somente em classificados. Mas isso mudou. Pelo menos para ela, que agora investe no ambiente digital. Com isso, além de potencializar a assessoria para quem busca um imóvel, consegue boas negociações.

“O resultado tem sido positivo. Quando alguém procura um imóvel, as redes sociais juntamente com sites especializados são os canais preferidos. Hoje, 90% dos negócios que eu fecho são no mundo digital. Então, ter uma forte atuação no virtual é imprescindível para quem quer acompanhar as demandas do mercado e não se perder no caminho”, explica a corretora.

Imagens postadas e engajadas através de anúncios pagos no feed do Instagram profissional e também no Facebook, videoconferência por meio do Whatsapp para mostrar aos clientes como é o apartamento, além de muitos stories interativos. É dessa forma que a corretora consegue interagir, captar e influenciar pessoas na compra de uma propriedade imobiliária através das plataformas.

“O que me motivou a usá-las foi a necessidade de acompanhar a digitalização dos setores. Hoje ‘tudo’ está no digital. Não tem como seguir a carreira de corretor de imóveis sem se conectar aos diversos aparatos tecnológicos. No primeiro ano de pandemia, em que o isolamento estava muito rígido, eu fechei vendas através de videochamadas. Então, se atualizar é necessário”, diz a empresária.

Roberto Valverde é um dos clientes de Aida que, morando em São Paulo, começou remotamente o processo de busca por um imóvel. “Eu tive bastante dificuldade em sites oficiais de imobiliárias para achar imóveis no padrão que estava procurando, mas identifiquei um anúncio na internet e foi através dele que entrei em contato com Aida, que se mostrou uma profissional que conseguia me atender”, conta.

Mas o processo não chegou a ser todo online. Roberto diz que na parte de visitar e identificar o imóvel, a tecnologia não sanou todas as dúvidas e problemas: “Não estava sendo possível identificar se o imóvel atendia o perfil que eu queria. Então, eu tive que me deslocar de São Paulo para Sal-



Roberto iniciou a compra de seu imóvel pela internet

Rafaela Araújo / Ag. A TARDE

vador para poder ver uma série de imóveis presencialmente e fechar algum”.

Roberto é empresário e investidor de empresas na área de tecnologia e comenta que, em Salvador, o uso do digital para auxiliar os corretores ainda pode crescer muito. “Aqui os sites têm o contato do corretor e algumas poucas fotos, então é difícil encontrar bons imóveis com bons anúncios na internet e com qualidade de informação, como metragem, precificação, endereço completo e vídeos”, diz.

Redes sociais

“São os corretores que estão bem posicionados em redes sociais digitais que conseguem se conectar com seu público”, destaca Roberto. Além de facilitar na busca dos clientes, ele acredita que um bom uso da internet pode trazer credibilidade. “Se ele sabe o que está falando e sabe fazer anúncios, isso gera total diferença. Eu jamais colocaria um imóvel meu à venda para um corretor que não saiba se posicionar bem”, conta Roberto.

Quem também concorda que é crucial se modernizar juntamente com o mercado é a corretora Iolanda Matos, que atua na área há 14 anos. A profissional acredita que as ferramentas digitais são úteis tanto para vender edificações como para manter um bom relacionamento com o cliente.

“As redes sociais são vitrines enormes. Então, se a gente souber utilizar, os resultados serão bons. É uma oportunidade maravilhosa para interagir com o público. Isso porque você está mostrando o seu produto, dando opinião sobre o mercado e compartilhando seu conhecimento na área, o que é muito importante”, enfatiza Iolanda.



Aida conta que 90% dos negócios que fecha atualmente são feitos pela internet

Shirley Stolze / Ag. A TARDE



Iolanda diz que usa ferramentas digitais para vender e manter relação com cliente

Raphael Muller / Ag. A TARDE

Assim como Aida, Iolanda conta que 90% das suas vendas de imóveis são realizadas por intermédio do ambiente virtual. Mas, segundo ela, mesmo em um cenário de grande digitalização da sociedade, o corretor ainda é a peça-chave no processo de locação ou compra de construções civis residenciais e comerciais. “Eu sempre digo, a figura do corretor de imóveis jamais vai desaparecer por conta da tecnologia, pois somos os ‘mediadores’”, pontua.

Avanço tecnológico

Os pontos positivos dos avanços tecnológicos para o setor também ajudam a diminuir a burocracia. Na hora de comprar um apartamento, o cliente não precisa mais se deslocar ao cartório para assinar o contrato ou encontrar a parte responsável pela venda. Uma assinatura digital é o suficiente para fazer a negociação andar.

Essa facilidade é atrativa para quem se encontra no exterior ou em estado diferente de onde o empreendimento está localizado. Nesse cenário, o corretor ganha a possibilidade de realizar ainda mais vendas. “Através da assinatura digital, já vendi apartamentos em que o comprador estava em Jequié e o vendedor em Paris. Por causa da pandemia, esse estilo de venda é viável”, afirma Aida.

Iolanda também tem conseguido bons acordos devido à facilidade da assinatura digital. “A agilidade é atrativa, podemos assinar todos os contratos sem a preocupação de ter que marcar um encontro presencial. Eu fecho muitas vendas assim. O corretor que não acompanhar a evolução digital vai ficar para trás, as pessoas não estão mais procurando papel”, frisa Iolanda.

O presidente da Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário da Bahia (Ademi-BA), Cláudio Cunha, explica que com a ampliação do trabalho remoto, “a tecnologia assumiu um papel essencial, inclusive no mercado de corretagem. Surgimento de plataformas de documentação eletrônicas e investimentos em redes sociais são tendências que permanecerão. A própria Ademi-BA lançou o portal www.acasaqueeuquero.com.br, um espaço prático e seguro para as pessoas comprarem seus imóveis”, comenta.

O presidente da associação reforça também o crescimento das estratégias de marketing por parte dos corretores no cenário remoto: “As redes sociais são uma vitrine que, se bem utilizada, possibilita um alcance em escala. Temos a possibilidade de identificar hábitos, gostos e rotinas, o que facilita muito o trabalho do corretor”, pontua.

Mas mesmo com toda a tecnologia e inovação, é extremamente importante que o corretor crie um vínculo e uma relação de confiança com seu cliente. “Esse é um momento especial da vida de uma família. Por isso, o mais importante é a humanização do atendimento independente de ser no ambiente online ou offline. Por trás de toda tecnologia é preciso o olhar do corretor atento às necessidades e desejos de seu cliente”, destaca Cláudio Cunha.