



# **Captação de clientes imobiliários: usa seu talento como corretor com a tecnologia**

Relacionamento com o cliente é uma característica fundamental para qualquer corretor de imóveis.

A moradia é o sonho de muitas pessoas e envolve toda a família, constituindo-se a aquisição ou aluguel de um local para morar em uma decisão altamente complexa, de ciclo longo e alto investimento.

Na outra ponta, também são clientes de imobiliárias os proprietários de imóveis que querem vendê-los ou alugá-los.

E não podemos esquecer também dos investidores ou quem procura imóveis comerciais, como escritórios, lojas e comércios.

A clientela de uma imobiliária é ampla e variada. Por isso, algumas delas são especializadas em certos perfis citados acima, enquanto outras atendem a todos eles.

Neste artigo, vamos passar algumas dicas de capacitação de clientes imobiliários.

Você vai ver que, independente do foco desse negócio, algumas dicas para corretor de imóveis captar clientes podem ser úteis para todos eles, seja qual for o tipo de cliente que procuram.

*Está sem tempo para ler o conteúdo? Gostaria de poder acompanhá-lo enquanto dirige, caminha ou realiza outra atividade? Então não perca tempo e ouça este artigo na íntegra. Basta clicar no play! Agradecemos o seu feedback nos comentários ☐*

Veja também: [Como captar mais clientes: as 12 dicas que funcionam](#)

## **Captação de clientes imobiliários: mas qual perfil de clientes?**

Antes de passarmos nossas dicas de como captar clientes para imobiliárias, é importante definir que tipo de cliente você ou sua imobiliária atendem.

Na verdade, é preciso entender mais que isso: **qual é o cliente ideal para sua imobiliária?**

**Por exemplo:** uma imobiliária que trabalha com imóveis residências de alto padrão em bairros nobres, talvez não se interesse por atender jovens estudantes que vêm do interior fazer um curso superior em alguma capital e procuram pequenos apartamentos baratos para alugar, junto com 2 ou 3 colegas.

Não tem como captar clientes para imobiliária sem definir um

ou mais perfis semificcionais que representem os melhores clientes para o negócio, as chamadas **personas**.

Para isso, é preciso estudar os clientes que a empresa já tem, verificar quais são os mais lucrativos e criar esses perfis, com um nome e outras características comportamentais dos clientes. Isso vai ajudar na captação de clientes imobiliários com mais precisão.

#### **Algo assim:**

*“Carlos Eduardo tem 27 anos é recém-casado, está morando de aluguel com a esposa, mas guardou algum dinheiro e quer usar o fundo de garantia para dar entrada em um imóvel. Ele trabalha na área contábil de uma empresa de médio porte, é formado em contabilidade e pensa em fazer um MBA em breve. Adora futebol e passar um final de semana por mês no sítio da família no interior, fazendo churrasco”*

#### **Ou este outro:**

*“Maria Eduarda tem 43 anos é gerente de novos negócios de uma agência de publicidade, trabalha muito, é casada, tem dois filhos e é viciada em academia. Acorda as 5 da manhã, malha, corre para o trabalho e só volta para casa de noite. Tem uma renda muito alta, além de ter herdado um bom patrimônio dos pais. Por isso, a cada dois anos, costuma comprar um imóvel para alugar. Frequenta restaurantes caros, baladas e passa férias no exterior durante um mês por ano”*

Com base em personas como essas, a captação de clientes para imobiliárias ficará mais objetiva.

Um [software de CRM](#) costuma ser muito bom para coletar as informações, identificar essas características em seus clientes e definir as personas.

Mas como achar esse perfil de pessoas? Como entrar em contato

com elas?

Dicas de como captar clientes, corretor de imóveis, é o que você vai ver agora.

Baixe e leia também nosso e-book gratuito: [0 Guia da Prospecção – Como gerar leads qualificados e prontos para comprar](#)



## **4 Dicas para corretor de imóveis captar clientes**

Selecionamos 4 maneiras de atrair clientes para a imobiliária, veja cada uma delas em mais detalhes:

### **1- Boca a boca**

Não há dúvidas que praticar uma venda que atenda às necessidades das pessoas em cheio será a chave para o corretor de imóveis que quer fazer sucesso.

Ficar conhecido com aquele profissional que se preocupa em ajudar as pessoas a encontrarem exatamente o que procuram, seja para comprar ou alugar, trabalhar ou morar, é tudo que um corretor mais deseja.

Nessa área, as recomendações pessoais são importantes, tanto para investidores como para particulares.

Por isso, seja o corretor dos sonhos das pessoas e não se esqueça de distribuir muitos cartões de visitas, muitos mesmo!

### **2- Rede de relacionamentos**

Um corretor de imóveis precisa conhecer muitas pessoas. A

captação de clientes imobiliárias, como dissemos, envolve uma boa habilidade em fazer relacionamentos.

É importante conhecer pessoas e que elas saibam que você é corretor. Não force a barra se oferecendo ou fazendo alarde disso. Apenas amplie seus relacionamentos participando de clubes, comunidades e grupos, sejam virtuais ou físicos.

Uma dica é fazer parcerias com cartórios e escritórios de direito e de contabilidade. Tanto você pode indicar clientes para eles como vice-versa. Não há absolutamente nada de errado nisso e todos saem ganhando.

Mas lembre-se: você só vai conseguir indicações se for, realmente, um corretor conhecido por resolver os problemas dos clientes!

### **3- Redes sociais**

A participação em redes sociais deve ser discreta e não intrusiva.

Um perfil da imobiliária no Facebook e no Instagram, mostrando imóveis com fotos, de forma despretensiosa, ajuda a divulgá-la.

Os conteúdos também podem conter também dicas sobre como alugar, vender ou achar imóveis e links para o blog da empresa, como vamos comentar mais adiante.

Para o corretor, usar o Facebook, o Instagram e mídias mais pessoais como essas talvez não seja o mais indicado.

O LinkedIn pode ser uma opção melhor, mas sem mostrar imóveis, apenas falando do assunto e se mostrando como um profissional que conhece sua área de atuação profundamente.

LinkedIn não é lugar para anunciar imóveis, mas para evidenciar a suas habilidades profissionais com artigos sobre sua profissão e como ajuda as pessoas a resolverem seus

problemas em relação a aquisição, venda ou aluguel de imóveis.

## **4- Marketing de conteúdo: blog da imobiliária**

O [marketing de conteúdo](#) é uma das mais efetivas estratégias de marketing para captar leads, principalmente para este tipo de [venda complexa](#) e de ciclo longo, como são as vendas imobiliárias.

Ao contrário do que muitos pensam, não basta simplesmente escrever qualquer coisa em um blog. É muito menos usar esse blog para anunciar imóveis.

O marketing de conteúdo consiste em escrever conteúdos relevantes e de interesse de suas personas, coisas como, no caso de uma imobiliária: como definir o preço de um aluguel; quanto se paga de impostos ao alugar ou vender; como achar interessados em seu imóvel; dicas para achar um bom corretor; como fazer um contrato de locação etc.

Para ter certeza de que está usando os temas certos, usam-se [ferramentas de marketing digital](#) para descobrir o que suas personas pesquisam no Google.

Ao escrever sobre esses assuntos, você atrai possíveis interessados em seu blog, que apreciam o conteúdo e são convidados a baixar e-books, infográficos e outros materiais mais ricos em informações, em troca de dados de contato, como e-mail e telefone.

A partir desses contatos, não se deve simplesmente ligar imediatamente para essas pessoas. Mas o correto é fazer um trabalho de "[nutrição de leads](#)": enviar mais materiais e e-mails do interesse dessas pessoas, verificar se leem e se baixam novos materiais ricos e, só então, ao perceber que realmente estão interessadas na ajuda de um corretor, entrar em contato direto com elas.

Veja também: [Como sua imobiliária pode vender melhor com o Agendor](#)

Que achou dessas dicas de captação de clientes imobiliários?

Para ter informações ainda completas, sobre as demais etapas da venda, além da prospecção, baixe este outro de nossos e-books gratuitos: [Guia estratégico de vendas para imobiliárias](#)