



PLATAFORMA IMOBILIÁRIA

Como Escolher a Sua

Sumário

Introdução	04
Parte 1 – Os pré-requisitos mínimos para escolher uma boa plataforma imobiliária	05
#01: Tecnologia de Ponta – Cloud Computing e Multiplataforma	06
#02: Integração Total – Tudo-Em-Um e De-Um-Para-Todos	07
#03: Credibilidade Corporativa – Suporte Técnico e Base de Conhecimento	09
#04: Custo/Benefício – Retorno Sobre o Investimento e Ativo de Longo Prazo	10
Parte 2 – Os recursos recomendados que uma ótima plataforma imobiliária precisa ter	11
#05: Gestão completa da base de imóveis e clientes	12
#06: Promoção instantânea de imóveis para parceiros	14
#07: Geração automática de clientes potenciais	15
#08: Gestão de desempenho e inteligência de negócios	16
#09: Gestão essencial de módulos administrativos	17
#10: Versão para os principais smartphones e tablets	18
Parte 3 – Os diferenciais competitivos que tornam uma plataforma imobiliária fora de série	20
#11: Mapeamento de regiões e imóveis	21
#12: Atendimento a clientes em tempo real	22
#13: Gamificação para incentivar e premiar a produtividade	25

Parte 4 – Os critérios secretos para escolher uma plataforma imobiliária ideal	26
#14: Geração de leads legítimos – ao invés de “leads lixo”	28
#15: Geração de oportunidades reais – no lugar de especuladores potenciais	30
#16: Geração de resultados financeiros – em detrimento às métricas da vaidade	32
#17: Geração de branding profissional – e não ser apenas um catálogo de produtos	35
Conclusão	37
Sobre a Rankim	39
Bônus – Plataforma Rankim	40

Introdução

Escolher uma plataforma imobiliária para o seu negócio a princípio pode parecer uma tarefa simples, afinal qual é a dificuldade de avaliar a relação custo/benefício dos principais softwares do mercado? Pois uma vez que você entenda quais dos seus problemas cada sistema imobiliário resolve e como você efetivamente pode vender mais imóveis com eles, então fica fácil decidir em qual investir. Bom, isso pelo menos na teoria.



Mas o detalhe é que na prática as coisas são um pouco diferentes, e o que parece óbvio não é tão simples assim. Por exemplo, você precisa de um certo tempo para testar uma ferramenta até descobrir o quão bem ela funciona, se realmente gera resultados e se no final das contas traz o retorno sobre o investimento. Por que é claro, nenhum corretor de imóveis à frente tem esforço, tempo e dinheiro a perder!

Deste modo, para ajudá-lo a escolher a plataforma imobiliária mais adequada para o seu negócio – seja ele individual ou corporativo, pequeno ou grande – é que o time da Rankim desta vez preparou para você, corretor de imóveis à frente e nosso leitor, este rico material em **4 partes essenciais: os pré-requisitos mínimos para escolher uma boa plataforma imobiliária; os recursos recomendados que uma ótima plataforma imobiliária precisa ter; os diferenciais competitivos que tornam uma plataforma imobiliária fora de série; e os critérios secretos para escolher uma plataforma imobiliária ideal.**

Boa leitura e bom proveito!



Parte 1 – Os pré-requisitos mínimos para escolher uma boa plataforma imobiliária

O primeiro passo para escolher uma plataforma imobiliária é entender quais são os pré-requisitos mínimos que configuram uma boa opção.

Então aqui o desafio é separar o joio do trigo, ou seja, **definir o que exatamente precisa constar de qualquer maneira no sistema, de modo que se tal item não estiver disponível a opção em questão é imediatamente descartada** – afinal não atende a expectativa.

Mas e que pré-requisitos são esses e por que eles são sine qua non para o corretor de imóveis escolher uma boa plataforma imobiliária?

Em nosso entendimento tais itens e seus respectivos motivos são: a tecnologia de ponta,

pois assim permite acesso ao sistema a qualquer hora, de qualquer lugar e por qualquer dispositivo; a integração total dos módulos da ferramenta, pois deste modo cada ação se torna mais robusta e precisa; a credibilidade corporativa da empresa que desenvolve a plataforma, de tal maneira que a mesma não apenas venda um produto, mas também invista em suporte técnico e base de conhecimento para garantir o sucesso dos clientes; e por fim o custo/benefício da ferramenta, pois só uma opção que efetivamente traga retorno sobre o investimento e seja um ativo de longo prazo é que pode ser digna de atenção, interesse e desejo.

A seguir uma explanação mais detalhada de cada um desses pré-requisitos mínimos.

#01: Tecnologia de Ponta – Cloud Computing e Multiplataforma

Um dos pré-requisitos mais básicos na hora de escolher uma plataforma digital imobiliária é a tecnologia, esta que precisa ser de ponta. Pois imagine você contratar um software imobiliário para depois descobrir que o sistema é lento, instável, limitado e cheio de bugs. Bastante frustrante, não?

Assim, para evitar surpresas desagradáveis **o primeiro passo é analisar a parte estrutural da plataforma – ou seja, a sua tecnologia.** É preciso descobrir, por exemplo, se: o processamento de tarefas é rápido? O funcionamento das aplicações é instável? O banco de dados fica em local protegido e seguro? A disponibilidade é de alto padrão? A usabilidade e a acessibilidade são de alto nível? E o mais importante: **o sistema permite acesso a qualquer**

hora, de qualquer lugar e por qualquer dispositivo?

A tecnologia de ponta que responde essas questões é **Cloud Computing** com desenvolvimento **Multiplataforma.** Isto é, a chamada Computação em Nuvem, que roda toda a plataforma diretamente de servidores online e sem a necessidade de instalar nada na máquina do usuário, aliada ao desenvolvimento do sistema de modo que funcione em todos os tipos e formatos de aparelhos.

Uma plataforma imobiliária que conta com esses recursos já sai na frente na preferência de escolha, pois minimamente garante o oferecimento do que há de melhor em estrutura tecnológica digital.



#02: Integração Total – Tudo-Em-Um e De-Um-Para-Todos

Outro pré-requisito crucial e que ao mesmo tempo é o **coração de uma plataforma imobiliária é a integração**. Com ela é possível gerenciar o desempenho de todo o negócio imobiliário em um só lugar e sem perder tempo com o que não interessa.

Por exemplo, você consegue imaginar uma plataforma imobiliária que não integra suas principais funções? Seria algo como ter que exportar e importar dados de um lado para o outro o tempo todo, o que não faz o menor sentido!

Basicamente existem duas aplicações para que a integração de uma plataforma imobiliária seja considerada como realmente eficiente: a **integração “tudo-em-um”** e a **integração “de-um-para-todos”**.

No primeiro caso o valor da integração está justamente na possibilidade de operar dados instantaneamente entre todos os módulos, o que só multiplica o poder das ações efetuadas dentro do sistema.

E no segundo caso o valor está precisamente em promover estes mesmos dados internos – como imóveis e clientes, por exemplo – para canais externos de modo automatizado, ou seja, com apenas alguns cliques.

Resumindo, no final das contas **a integração de uma plataforma imobiliária serve para gerar informações estratégicas** para o corretor de imóveis tomar as melhores decisões de negócio. Então se esse valor for gerado, automaticamente o pré-requisito está cumprido.



**"A integração de uma plataforma imobiliária
serve para gerar informações estratégicas"**

#03: Credibilidade Corporativa – Suporte Técnico e Base de Conhecimento

De que adianta uma empresa ter uma plataforma imobiliária incrível, com tecnologia de ponta e integração completa, se no dia a dia de trabalho você não puder contar com um **suporte técnico decente** ou com uma **base de conhecimento para se auto ajudar?**

Pois se/quando tiver qualquer problema operacional com o sistema esses detalhes farão absolutamente toda a diferença entre sua satisfação ou insatisfação.

Portanto nesse ponto a credibilidade corporativa de quem desenvolve e oferece a plataforma imobiliária no mercado é extremamente importante, **afinal você precisa não só do produto, mas também do serviço agregado à solução.**

Então aqui vale muito à pena para todo corretor entrar no mérito do que está incluso ou não em cada plano e até mesmo analisar obrigatoriedades e/ou limitações de questões contratuais antes de contratar a plataforma.

E no final das contas o que vale é a credibilidade corporativa da empresa – independentemente de seu tamanho. Isto é, se sua proposta de valor é justa e realmente ajuda o corretor de imóveis a turbinar sua carreira, se seu posicionamento de mercado é coerente com o que entrega para os clientes e sobretudo se há uma comunidade de usuários em torno da solução para que se possa trocar ideias, experiências e eventuais dicas.



#04: Custo/Benefício – Retorno Sobre o Investimento e Ativo de Longo Prazo

O que realmente importa ao investir em uma plataforma imobiliária no final das contas é a **relação/custo benefício**, sobretudo o **retorno sobre o investimento** que se pode obter a cada mês ou mesmo na construção de um **ativo de médio/longo prazo**.

Deste modo, antes de efetivamente contratar uma plataforma imobiliária vale muito a pena **avaliar bem o conjunto de benefícios que o software oferece**, identificar a maneira e o período médio que outros clientes têm obtido resultado e principalmente estabelecer o que você próprio, corretor de imóveis à frente, precisa para também ter sucesso com a solução escolhida.

E em última instância vale observar que nesse

ponto são as próprias empresas é quem oferecerão as informações necessárias para tirar as suas dúvidas. Portanto vale a dica: via de regra as empresas ruins se apressarão em convencê-lo que o produto delas é a melhor solução para você, ao que as empresas boas tirarão todas as suas dúvidas, oferecerão testes gratuitos, suporte etc., para só depois que você constatar que o produto delas é adequado é que então vão querê-lo como cliente.

Afinal sem uma relação ganha-ganha o negócio não é bom para ninguém, pois para a empresa que oferece o software imobiliário é um custo de aquisição de cliente que não paga a conta, e para o corretor de imóveis que contrata a solução é uma grande frustração e insatisfação.





Parte 2 – Os recursos recomendados que uma ótima plataforma imobiliária precisa ter

Turbinar sua carreira de corretor, ajudá-lo a vender mais imóveis, resolver seus problemas no mercado imobiliário: com certeza estes são alguns dos objetivos que você espera atingir quando pensa em contratar uma plataforma imobiliária. Mas e como atingir tais objetivos, através de quais meios? É exatamente aí que os módulos de um sistema imobiliário mostram o seu valor, ou seja, os recursos que o mesmo precisa ter para ser considerado uma ótima opção.

Convenhamos, software bom é aquele que está muito mais para uma solução aspirina que para uma solução vitamina – o que na prática significa resolver problemas reais e não apenas “melhorar” as coisas. **E quando se trata de uma plataforma imobiliária, via de regra**

as principais funções estão ligadas às áreas de Marketing e Vendas, as quais fomentam o desafio central de todo corretor de imóveis que é justamente o de intermediar transações imobiliárias entre vendedores e compradores.

Deste modo entendemos que independentemente de uma plataforma imobiliária ser mais abrangente ou focada, ter funções mais genéricas ou especializadas, e quaisquer outros tipos de posicionamento, de uma maneira geral existe uma combinação mínima em termos de quantidade/qualidade de recursos para tornar tal plataforma imobiliária interessante e digna de investimento. E tal combinação mínima é exatamente o que nós chamamos de os recursos recomendados que uma ótima plataforma imobiliária precisa ter.

#05: Gestão completa da base de imóveis e clientes

Fazer um rico cadastro de dados, armazenar fotos e vídeos praticamente de modo ilimitado, segmentar informações de maneira detalhada, registrar um histórico de ações e analisar tudo por uma linha de tempo etc.

Fazer uma gestão completa da base de imóveis e clientes não é só um recurso essencial em uma plataforma imobiliária, mas uma maneira de ficar à frente do mercado.

Afinal o poder de uma carteira cadastrada e gerenciada com eficácia é que ela permite ao corretor de imóveis saber exatamente aquilo que ele tem e/ou não tem em sua base, assim podendo sempre tomar as melhores decisões de negócio em tempo real.



"Fazer uma gestão completa da base de imóveis e clientes não é só um recurso essencial em uma plataforma imobiliária, mas uma maneira de ficar à frente do mercado"

#06: Promoção instantânea de imóveis para parceiros

Integrar todo o seu banco de dados de imóveis, parceiros e clientes em um único canal de maneira prática e consistente. Esse é outro recurso essencial que uma ótima plataforma imobiliária precisa ter, pois garante ao corretor muita agilidade nas ações de Marketing.

Por exemplo, **basta publicar os imóveis no sistema e com apenas alguns cliques todos eles são quase que instantaneamente promovidos de uma só vez para todos os canais parceiros**, o que inclui todo tipo de portal imobiliário, dos particulares aos gratuitos, passando por redes sociais e até o seu próprio portal imobiliário.

Tudo integrado e instantâneo, assim ampliando a visibilidade de seus imóveis na internet e impactando cada vez mais clientes potenciais.



#07: Geração automática de clientes potenciais

Da atração de tráfego à captação de leads, passando pela nutrição e qualificação dos mesmos, até a efetiva criação de oportunidades reais de negócio.

Em maior ou menor grau a geração de clientes potenciais é simplesmente o motor de todo sistema imobiliário, não é mesmo? E quanto mais avançado for esse módulo melhor se torna o uso do recurso.

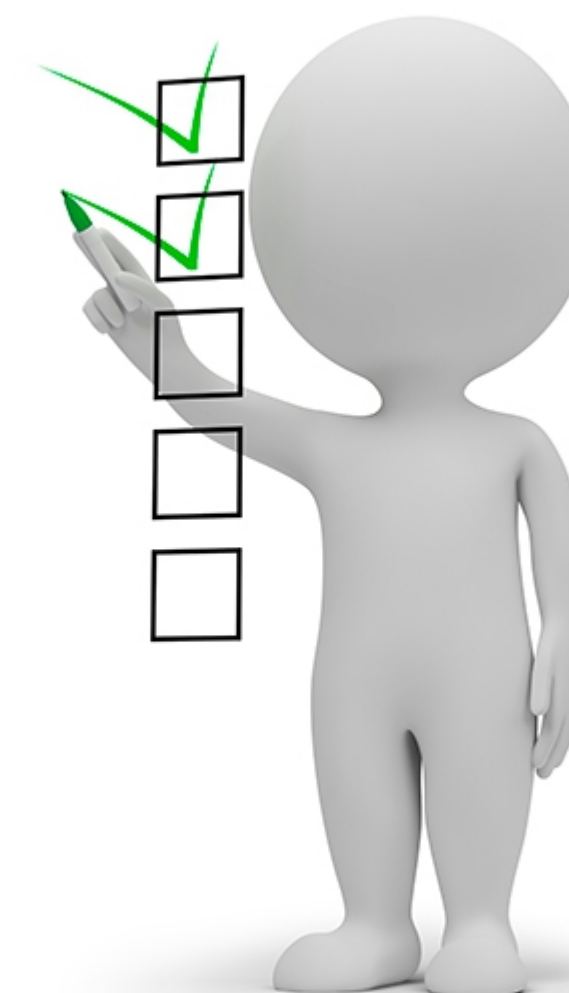
Por exemplo, quando a plataforma imobiliária é de ponta então é possível receber os leads que estão chegando de todos os lados sem perder nenhuma informação dos mesmos, registrar seus passos a cada interação e alimentar seu processo evolutivo no sistema desde o ponto zero até o momento em que cada um vire cliente: tudo de maneira automatizada e cíclica, sendo uma verdadeira máquina de geração de negócios imobiliários.



#08: Gestão de desempenho e inteligência de negócios

Outro recurso crucial que uma boa plataforma imobiliária precisa ter é a geração de relatórios em tempo real e com gráficos demonstrativos do fluxo de operações do negócio. Seja para saber que perfil de imóveis é mais vendido, qual o ticket médio de investimento dos clientes ou o tempo médio do ciclo de vendas.

Emitir relatórios para o controle de toda a sua carteira de imóveis e clientes é fundamental, pois são eles que geram informações para a mensuração precisa do seu negócio imobiliário e conseqüentemente para as melhores tomadas de decisão.



#09: Gestão essencial de módulos administrativos

De nada adianta uma plataforma imobiliária ser muito boa em Marketing e Vendas e não ter mais nenhum recurso complementar – assim obrigando o corretor a utilizar ferramentas complementares –, da mesma forma que não adianta ser um sistema com dezenas de funções e não ser efetivamente bom em nada.

Por isso acreditamos que **as melhores propostas são aquelas muito boas na gestão comercial, mas com recursos complementares da gestão administrativa** – incluindo financeiro, jurídico etc.

Por exemplo, é uma verdadeira mão-na-roda gerar propostas de modo padronizado, PDFs com a persona do cliente inclusa, checklist de documentos para o fechamento, controle de comissões por venda com direito a histórico, simulação de financiamento para clientes, conciliação bancária etc. Isto é, informações valiosas sempre a um clique.



#10: Versão para os principais smartphones e tablets

Toda plataforma digital imobiliária que se preze tem que oferecer acesso ao seu negócio a qualquer hora, de qualquer lugar e por qualquer dispositivo. Ou seja, é preciso contar com a tecnologia Cloud Computing, que armazena todos os dados na nuvem e permite o acesso praticamente de modo ilimitado, e também com a mobilidade, cujo sistema desenvolvido em Multiplataforma roda em todos os formatos de telas e aparelhos.

Por que todo corretor de imóveis à frente trabalha em casa, no trânsito ou na imobiliária. Isto é, precisa ter todos os dados de seus imóveis e clientes sempre na palma de sua mão.



"Toda plataforma digital imobiliária que se preze tem que oferecer acesso ao seu negócio a qualquer hora, de qualquer lugar e por qualquer dispositivo"



Parte 3 – Os diferenciais que tornam uma plataforma imobiliária fora de série

Segundo os princípios de Marketing um dos fatores de maior influência no comportamento do consumidor é a sua cultura. Como se diz, a cultura “é a lente através da qual as pessoas enxergam os produtos e serviços” – e isto funciona em qualquer lugar do mundo, sem exceções.

E quando se trata do consumidor brasileiro convenhamos que, seja por prazer ou juízo, nós sempre precisamos daquela vantagem extra para ter a certeza de que estamos fazendo um bom negócio, não é mesmo? Da compra de um imóvel à contratação de um software, este é um peculiar hábito que não pode ser ignorado.

Portanto você, corretor de imóveis à frente, **já sabe de quais vantagens extras precisa para contratar uma plataforma imobiliária?** Afinal não basta saber que problemas um software imobiliário resolve, ou os pré-requisitos para a contratação de um bom sistema, ou ainda os recursos que o mesmo precisa ter para ser uma ótima opção. Mas **é preciso saber, sobretudo, a respeito dos diferenciais, das qualidades exclusivas da ferramenta!**

Para ajuda-lo nesta tarefa confira **os diferenciais competitivos que tornam uma plataforma imobiliária fora de série.**

#11: Mapeamento de regiões e imóveis

Pesquisar imóveis em um portal imobiliário limitado a entregar os resultados das buscas apenas em monótonos blocos de informações há de se tornar algo ultrapassado daqui alguns anos. E a certeza de que isso acontecerá é a tecnologia digital já disponível nas melhores plataformas de hoje. Consolidado em mercados como na Europa e nos Estados Unidos e mais recentemente como tendência promissora no mercado brasileiro: **o mapeamento digital de regiões e imóveis é um recurso essencial dos melhores sistemas e portais imobiliários.**

Enriquecendo a experiência de geração de negócio de todos os interessados, cria oportunidades por localização diretamente no mapa. Por exemplo: para o comprador de imóveis é muito mais que apenas entregar-lhe de dez em dez resultados daquilo que é digitado na

busca, mas **mostra de uma só vez todas as opções de imóveis em uma rua, bairro ou cidade inteiros no mapa!** E já para o proprietário, vendedor e/ou corretor responsável, igualmente **mostra a sua carteira de imóveis disponíveis à venda, mas agora com o benefício de entregar-lhe os leads, isto é, quem são os compradores que estão procurando por seus imóveis.**

E a melhor parte? Todo o processo de geração de negócios através do mapeamento de regiões e imóveis é feito com base em uma robusta inteligência artificial. Ou seja, **não é só a riqueza da experiência visual de navegação e negociação, mas um sólido B.I.** (Business Intelligence) por trás garantindo o mais eficiente cruzamento de dados e informações para gerar mais e melhores negócios através do portal e sistema imobiliário.



#12: Atendimento a clientes em tempo real

Centralizar todos os canais de comunicação com os clientes em um único lugar é o sonho de consumo de todo profissional que trabalha com Marketing e Vendas.

E para o corretor de imóveis até é possível conseguir isto com um software CRM genérico ou mesmo com um sistema específico para o mercado imobiliário.

Mas o problema é que a grande maioria destas ferramentas por definição não oferece estrutura tecnológica para atender simultaneamente os clientes potenciais vindos de diferentes canais de seu negócio imobiliário.

Então **é exatamente aí que uma sólida plataforma imobiliária se diferencia, pois permite captar clientes em todos os canais integrados e atendê-los em tempo real.**

Por exemplo, via de regra sempre existem leads – clientes potenciais – em todas as etapas do funil de Marketing e Vendas do seu negócio imobiliário: tem os contatos recém chegados na base; tem também aqueles que você já se relaciona a mais tempo; e há ainda os mais qualificados e prontos para se tornarem clientes efetivos; dentre outros.

Então o que acontece quando um deles “levanta a mão” para passar de fase no funil? Isto é, o lead frio querendo só tirar uma dúvida que o tornaria qualificado para uma compra em breve, ou o lead quente e já qualificado pronto para fazer negócio e virar cliente, ou mesmo o cliente efetivo querendo fazer uma nova compra etc. Normalmente aqui é onde acontece aquele corre-corre entre vários canais, e assim boa parte das oportunidades são perdidas.



Entretanto, com uma moderna plataforma imobiliária isso não acontece, pois **com a facilidade do módulo de atendimento online em tempo real – uma espécie de chat ao vivo que fica integralmente à disposição – todas as conversas podem ser prontamente atendidas, por mais simples que sejam.**

E não bastasse tamanho benefício técnico, além de tudo ainda gera a sensação para o cliente de que o mesmo tem uma equipe inteira a sua disposição dando suporte 24 horas – mesmo que não tenha, mas **esse incrível recurso naturalmente cria tal onipresença, ainda que exista apenas um profissional para dar todo o suporte.**

E a melhor parte também? É que estatisticamente comprovado **a taxa de conversão aumenta em 30% em todos os estágios do funil** – de visitantes para leads, de leads para oportunidades, de oportunidades para clientes e de clientes para fãs – com o uso de atendimento online em tempo real!



"É exatamente aí que uma sólida plataforma imobiliária se diferencia, pois permite captar clientes em todos os canais integrados e atendê-los em tempo real"

#13: Gamificação para incentivar e premiar a produtividade

É um dos mais incríveis diferenciais que uma plataforma imobiliária pode ter: o suprasumo para todo usuário do sistema, o elemento-chave entre a desistência e a persistência, entre a chatice e o entusiasmo e entre o fracasso e o sucesso de um corretor de imóveis no uso de um software imobiliário.

A chamada gamificação é a aplicação de mecânicas de jogos para enriquecer o contexto de um sistema e incentivar seus usuários a terem um melhor desempenho. Ou seja, é simplesmente **uma maneira de tornar determinada tecnologia mais atraente, divertida e, consequentemente, mais fácil de usar.**

E a melhor parte desta vez é que no contexto de uso de uma plataforma imobiliária a gamifi-

cação pode gerar inúmeros benefícios, tais como: incentivar o cumprimento de tarefas básicas dentro do sistema através de “medalhas sociais” ou mesmo a liberação de novos recursos; dar bônus para os corretores que mais se destacarem no cadastro de imóveis e/ou efetivação de transações imobiliárias; oferecer premiações financeiras, viagens ou bens materiais etc.

Ou seja, **quanto melhor a plataforma imobiliária, mais criativas e lucrativas são as suas premiações.** Então convenhamos, qual corretor em sã consciência não ficaria viciado em um sistema imobiliário que o recompensasse meritocraticamente por seus esforços e resultados? **É justamente isso que faz da gamificação um incrível diferencial!**





Parte 4 – Os critérios secretos para escolher uma plataforma imobiliária ideal

A escolha pelo **sistema imobiliário certo** para o corretor de imóveis ou imobiliária essencialmente não é muito diferente da escolha pelo **imóvel certo** para o consumidor final ou investidor.

Isto pois em ambos os casos o desejo e a necessidade de acertar na decisão de contratação ou compra são igualmente importantes, assim como o processo de levantamento de informações também é bastante similar.

Por exemplo, quando o consumidor final está **avaliando alternativas de imóveis e decidindo qual comprar**, o mesmo:

- Faz um levantamento dos pré-requisitos mínimos que o imóvel precisa ter – e assim já descarta os que não tenham esse perfil;
- Define aqueles recursos que tornam um imóvel uma ótima opção – e com isso já afunila ainda mais a sua seleção;
- Elenca os diferenciais que fazem de um imóvel a solução sob medida – e deste modo estabelece exatamente o que procura;
- E por último, a cereja do bolo, identifica quais critérios-chave o fazem fechar negócio na mesma hora – caso encontre um que atenda a estas suas necessidades e desejos.



E praticamente da mesma maneira ocorre o **processo de escolha por um sistema imobiliário**:

- O corretor começa levantando os pré-requisitos mínimos para escolher uma boa plataforma imobiliária;
- Depois define os recursos que uma plataforma imobiliária precisa ter para ser uma ótima opção;
- E por fim identifica os diferenciais que fazem de uma plataforma imobiliária uma opção realmente fora da série.

Então por último o corretor de imóveis à frente igualmente descobre a cereja do bolo: aprende **os critérios secretos para escolher a plataforma imobiliária ideal**, aqueles que farão toda a diferença entre seu sucesso ou fracasso com a ferramenta escolhida em médio e longo prazos.

#14: Geração de leads legítimos – ao invés de “leads lixo”

Uma das principais **reclamações dos corretores de imóveis** que utilizam as plataformas imobiliárias mais comuns do mercado é, segundo pesquisas, referente à **quantidade de “lixo” que recebem no lugar de leads legítimos.**

E só para alinharmos o conceito, um lead legítimo é um contato, um cliente potencial interessado em seu negócio, seja em um grau inicial ou mais avançado.

E já um “lead lixo” é um contato que de alguma forma tenha o perfil para ser cliente do seu negócio, mas que entra para a sua base sem nunca ter efetivamente se interessado por uma oferta sua.

Mas por que isso acontece? **Por que boa parte dos sistemas/portais imobiliários do mercado geram muito “lixo” para os corretores que os assinam?**

Sabemos que essa é uma questão complexa, mas se simplificarmos então a resposta é: **por que o modelo de negócio de tais sistemas/portais imobiliários é defasado e/ou por que a tecnologia utilizada nos mesmos é limitada.**

Ou seja, **falta-lhes uma certa dose de inovação**, o que poderia ser resolvido com, por exemplo, mais inteligência na distribuição dos leads, um certo refinamento na gestão das informações, a possibilidade de captar clientes potenciais em tempo real etc.



Todo tipo de recurso que eleve um sistema/portal imobiliário de um mero marketplace para uma legítima ferramenta estratégica de negócios.

Resumindo este critério: corretor de imóveis, escolha uma plataforma imobiliária que gere leads de qualidade para o seu negócio, e não uma que gere apenas volume.



#15: Geração de oportunidades reais – no lugar de especuladores potenciais

Outro problema que acontece com a maioria dos sistemas/portais imobiliários do mercado é quanto à **geração de “falsas” oportunidades de negócio para o corretor.**

Isto é, enquanto no critério anterior a questão era sobre os leads entregues não terem efetivamente se interessado por uma oferta de imóveis do corretor, neste critério a questão é que **tais leads podem até ter buscado os imóveis ofertados, mas no final das contas não têm real intenção e/ou potencial de compra (fit).**

Ou seja, não são oportunidades reais de negócio e sim especuladores potenciais.

Mas é claro, vale lembrar que pegar um lead pela mão, trabalhar as suas necessidades e desejos, construir relacionamento e gerar confiança com o mesmo, encontrar exatamente o que ele procura e assessorar toda a transação imobiliária, isso é justamente o que cabe ao corretor de imóveis fazer.

Mas daí a **investir energia, tempo e dinheiro para atender quem não vai comprar, isso é um problema.** Ou pelo menos não ter consciência disso é um problema, pois assim o corretor não consegue administrar os seus recursos da melhor forma, o que significa **poder decidir que perfil de cliente potencial priorizar.**



Resumindo este critério: corretor de imóveis, **opte por uma plataforma imobiliária que entregue não só leads de qualidade, mas oportunidades reais de negócio**, o que por definição significa o cliente realmente interessado no tipo de imóvel que você oferta e com recursos para adquirir o mesmo caso você tenha ou consiga exatamente o que ele procura.



#16: Geração de resultados financeiros – em detrimento às métricas da vaidade

Outro problema recorrente com os sistemas/portais imobiliários mais comuns do mercado, este que acaba sendo **uma verdadeira “armadilha sofisticada” para seduzir corretores de imóveis: as chamadas métricas da vaidade.**

São os números que geralmente exibem toda a movimentação em torno de uma ferramenta, tais como **a quantidade de visitas mensais, o número de contatos que essas mesmas visitas geram ou ainda a quantidade de corretores supostamente satisfeitos já utilizando tal ferramenta.**

Mas e as métricas que realmente interessam, como **o número de transações mensais efetivadas e/ou a lucratividade por elas gerada, onde ficam?**

É claro, nenhuma ferramenta digital imobiliária começa a transbordar oportunidades de negócio para o corretor da noite para o dia, como em um passe de mágica – ao menos não as ferramentas sustentáveis.

Afinal, como **em qualquer investimento em marketing digital e vendas onde se busque resultados contínuos, as respectivas ações precisam ser planejadas em médio e longo prazos.**



E no caso do corretor em um sistema/portal imobiliário isso significa promover toda a sua carteira de imóveis, manter seus dados e informações sempre atualizados, usar todos os recursos disponíveis na ferramenta, fazer parceria com outros corretores, combinar ações online e off-line etc.

Obter resultados sólidos aqui é só com o casamento do esforço certo com a ferramenta adequada.

Resumindo este critério: corretor de imóveis, **fuja das métricas da vaidade e contrate uma plataforma imobiliária que lhe dê resultados**, o que inclui gerar efetivas transações e, sobretudo, retorno financeiro sustentável em médio e longo prazos.



"Fuja das métricas da vaidade e contrate uma plataforma imobiliária que lhe dê resultados"

#17: Geração de branding profissional – e não ser apenas um catálogo de produtos

É um último problema potencial que invariavelmente acaba acontecendo com quase todos os sistemas/portais imobiliários do mercado é quanto ao **paradoxo de produto versus serviço, ou simplesmente de imóvel versus corretor**.

Isto pois quando o corretor utiliza uma **ferramenta que meramente lhe permite promover sua carteira de imóveis sem que haja qualquer estratégia como valor agregado**, o que por exemplo inclui um espaço para promover a si mesmo, então tal ferramenta **não passa de mais um catálogo de produtos**, e como tal põe todos os corretores no mesmo nível, sem qualquer meritocracia.

E vamos combinar, o comportamento do consumidor de imóveis brasileiro culturalmente ainda é de procurar o imóvel em um primeiro momento de sua jornada de compra, para apenas em um segundo momento se preocupar com qual corretor vai/pode atendê-lo.

Mas em se tratando de imóveis online, **o que acontece quando o consumidor encontra mais de uma oferta do mesmo imóvel ou tipo de imóvel? Naturalmente que ele vai começar a conversa com o corretor que mais simpatizar, ou no caso aquele que tiver o melhor branding digital em questão.**



Daí então a importância de uma plataforma imobiliária ter algum tipo de **ranking para destacar os melhores corretores**, seja conforme a competência de cada um para gerar as melhores ofertas para cada busca, para mapear os imóveis com o máximo possível de informações detalhadas, para manter o próprio perfil atualizado e propício a gerar maior confiança etc.

Resumindo este critério: corretor de imóveis, **fuja de meros catálogos de produtos que não agreguem qualquer valor estratégico para o seu negócio. Escolha uma plataforma imobiliária que valorize os seus diferenciais e que lhe dê a oportunidade de se destacar com meritocracia**, ou seja, conforme o seu próprio esforço e dedicação.



Conclusão

Como um corretor de imóveis antenado nas tendências de tecnologia e à frente do mercado, então muito provavelmente você já passou pela experiência de escolher uma plataforma imobiliária, certo? Ou mesmo que seja um marinheiro de primeira viagem com a tecnologia digital, convenhamos que **experimentar um sistema imobiliário bom ou ruim dá praticamente o mesmo trabalho!**



Deste modo o que faz toda a diferença entre poupar e perder esforço, tempo e dinheiro investindo em um portal/sistema imobiliário é justamente a análise comparativa que pode – e deve! – ser feita antes de efetivamente escolher e/ou contratar determinada plataforma digital imobiliária. Ou seja, **em um primeiro momento acertar no processo de aquisição é mais relevante que fazer bom uso da solução escolhida.**

E foi exatamente esse o propósito deste e-book: apresentamos em 4 partes essenciais – os pré-requisitos mínimos, os recursos recomendados, os diferenciais competitivos e os critérios secretos – a maneira como você deve avaliar as opções de sistemas que tem à disposição, isto é, todos **os elementos que deve levar em consideração na hora de escolher a plataforma imobiliária mais adequada para o seu negócio.**

Assim, se toda essa referência lhe foi útil de algum modo para a escolha do melhor sistema, então o nosso objetivo aqui foi cumprido!

Nos próximos materiais abordaremos – aí sim – como efetivamente utilizar uma boa plataforma imobiliária para ter mais sucesso em seu negócio, ao que oportunamente também apresentaremos **exemplos de clientes** e **casos de sucesso**, e de como conseguir isso com a **Plataforma Rankim**.

À frente, corretores!

Gostou deste material? Então por favor compartilhe ele aí!





A **Rankim** é uma empresa especializada em **Gestão Comercial Imobiliária**. Nascemos com o propósito de ajudar corretores, imobiliárias, construtoras e compradores a fecharem mais e melhores negócios através da internet.

Desenvolvemos uma **plataforma digital revolucionária no mercado imobiliário** que busca integrar vendedores e compradores para facilitar as transações imobiliárias, o que inclui um moderno sistema de mapeamento de regiões e imóveis e recursos de gamificação para premiar os melhores corretores.

Produzimos **materiais de qualidade** e **conteúdo educativo gratuito** para auxiliar corretores na venda de imóveis, orientação de seus clientes, aproveitamento de oportunidades, aumento de produtividade, trabalho com qualidade e, sobretudo, a como ganharem muito dinheiro no mercado imobiliário através da tecnologia digital.

Conheça mais sobre a **Rankim** em [nosso site](#). Aprenda mais sobre o **mercado imobiliário** em [nosso blog](#). Promova gratuitamente todos os **seus imóveis** experimentando [nosso software](#). E acompanhe nossas **novidades** nas mídias sociais: [Facebook](#), [Linkedin](#), [Twitter](#) e [Google+](#).



Corretor de imóveis: você quer utilizar um **sistema imobiliário robusto e completo**, que atenda a todas as configurações mostradas neste e-book, que lhe forneça uma **experiência digital incrível** e que ainda lhe traga **inúmeras oportunidades, vendas e lucro**?

Pois essa é praticamente a realidade do **Sistema Rankim**, uma novíssima opção de plataforma digital imobiliária que está crescendo dia após dia!

Entenda como funciona o nosso trabalho no mercado imobiliário e como você, corretor de imóveis à frente, pode **obter mais vendas e lucro com o Sistema Rankim [neste post](#)**.

E o mais interessante: **experimente gratuitamente a nossa plataforma imobiliária!** Isso mesmo. Promova toda a sua carteira de imóveis de graça, conheça todos os recursos que disponibilizamos – incluindo o **revolucionário mapeamento de regiões e imóveis** – e descubra como alavancar sua carreira e suas vendas com a **Rankim**.

Faça o seu cadastro gratuito agora mesmo **[neste link](#)**.

À frente, corretores!