

# STAND DE VENDAS

*7 dicas matadoras para vender imóveis*



# SUMÁRIO

INTRODUÇÃO: O velho paradigma sobre o stand de vendas .....	03
INTRODUÇÃO: A nova mentalidade sobre o stand de vendas .....	04
DICA MATADORA #1: Prepare o seu show no stand de vendas .....	06
DICA MATADORA #2: Planeje a experiência de compra do cliente .....	07
DICA MATADORA #3: Mantenha relações ganha-ganha com os colegas .....	08
DICA MATADORA #4: Foque nas necessidades e desejos do cliente .....	10
DICA MATADORA #5: Entendendo a Motivação de Compra do Cliente .....	11
DICA MATADORA #6: Seja proativo e agende visitas para o stand de vendas .....	12
DICA MATADORA #7: Faça follow-up categoricamente .....	13
Sobre a Rankim .....	14



## INTRODUÇÃO

### O velho paradigma sobre o stand de vendas

**Stand de vendas** ou simplesmente plantão de vendas: boa parte dos corretores de imóveis ainda torce o nariz só de ouvir falar nestas palavras. Mas por que isso acontece? Com frequência muito do que se houve é que ficar plantado no stand de vendas é algo improdutivo, seja porque os clientes não aparecem, ou porque a maioria das visitas são de especuladores e curiosos, ou ainda porque é um desperdício de tempo, já que outras formas de prospecção ativa poderiam ser feitas no mesmo período gerando melhores oportunidades de vendas.

Assim a visão que muitos corretores ainda têm é de que **o trabalho no stand de vendas é muito bom para a imobiliária, mas não necessariamente para o corretor de imóveis.** Estes então só querem ir para o stand de vendas em duas situações específicas: ou quando é lançamento de algum novo empreendimento, e que portanto há sempre uma grande campanha de divulgação, ou ainda quando há alguma ação específica de Marketing, como por exemplo uma promoção ou um evento anual do setor, e que portanto

automaticamente atrai muitos clientes potenciais.

#### Mas **por que este fenômeno acontece?**

Para alguns especialistas do setor imobiliário esta é uma visão que acompanha os corretores de imóveis mais pessimistas ou os menos experientes, pois é justamente a falta de uma percepção mais aguçada e/ou a falta de uma certa experiência que fazem tais corretores não aproveitar as inúmeras oportunidades em um stand de vendas.

# INTRODUÇÃO

## A nova mentalidade sobre o stand de vendas

O ponto crucial para adotar uma nova mentalidade e conseqüentemente uma nova atitude frente à importância do stand de vendas é compreender que o mesmo é **um excelente ambiente para a criação de novos relacionamentos**. Isto pois no mercado imobiliário em especial o relacionamento com o cliente potencial é o que faz toda a diferença no fechamento ou não de uma venda ou na decisão do mesmo cliente potencial por fechar a venda com um ou outro corretor. Afinal, via de regra ninguém compra um bem durável de alto valor como um imóvel com alguém que não conheça ou confie, certo?

Com este foco o stand de vendas se torna

**um excelente ambiente com potencial para o corretor de imóveis demonstrar toda a sua habilidade de comunicação e flexibilidade de atendimento, assim consolidando os relacionamentos criados e conquistando novos.** Explorar o stand de vendas como canal de prospecção é um passo muito importante para a maturidade profissional e ascensão da carreira do corretor de imóveis, pois além de “calejá-lo” nos processos de comunicação com os clientes, como consequência também o torna mais conhecido no mercado.

E outro ponto fundamental para todo corretor de imóveis adotar de uma vez por



# INTRODUÇÃO

## A nova mentalidade sobre o stand de vendas

todas uma nova mentalidade e atitude frente ao stand de vendas é **a própria evolução do marketing imobiliário nos últimos anos**. Construtoras e imobiliárias têm investido rios de dinheiro para transformar esses stands em verdadeiros showrooms! De maquetes eletrônicas à experiências sensoriais com óculos 3d, de decorados minimamente planejados a ambientes realistas: os espaços estão cada vez mais interativos e confortáveis, e tudo para passar ao cliente final a sensação de como seria morar em um ambiente assim.

Contudo, no final das contas o stand é apenas um ambiente confortável e

interativo, mas **a peça-chave para garantir a venda é, sem dúvidas, a atuação do corretor de imóveis**, este que conduzirá toda a experiência de compra do cliente, desde o conhecimento do imóvel até o fechamento da compra. Assim é preciso estar preparado para este momento, pois diferente da maioria dos outros canais e métodos de prospecção no mercado imobiliário, o stand de vendas é onde o lead (cliente potencial) está “quente”, ou seja, já interessado no produto, faltando apenas o corretor de imóveis fazer o seu trabalho. E justamente por isso que nós – o time da Rankim – preparamos 7 dicas matadoras para vender imóveis no stand de vendas.





## DICA MATADORA #1

### Prepare o seu show no stand de vendas

De pequenas apresentações à grandes cerimônias, **o sucesso de toda atuação de qualidade ainda depende de efetiva preparação prévia.** E um stand de vendas no mercado imobiliário não foge à esta regra geral.

Assim o primeiro passo é a organização. Tenha em mãos tudo que for necessário para apresentar cada imóvel ao cliente potencial, ao que seu checklist deve incluir: book do empreendimento, masterplan, ficha técnica, tabela de preços, bloco de anotações e caneta etc. Visualize todo o seu momento de ação e providencie o necessário.

Mas outro detalhe que não pode faltar na

preparação do seu show é o ensaio. Como está o seu conhecimento sobre o empreendimento à venda? Os detalhes de cada imóvel já estão na ponta da língua? O discurso de apresentação está bem estruturado? As principais objeções já foram previamente mapeadas e refutadas? Aqui é preciso estar bem “afiado” entre teoria e prática, e uma boa tática para garantir essa sincronia é andar pelo stand de vendas sozinho, mas antes do show. Isso mesmo! Tal qual um ator ensaia no palco antes da chegada do público, **o corretor de imóveis que busque dar um show também precisa ensaiar sua atuação antes da chegada dos clientes.** Experimente!



## DICA MATADORA #2

### Planeje a experiência de compra do cliente

Muito provavelmente o stand de vendas onde seu trabalho deve acontecer já será previamente organizado e decorado pela equipe de Marketing. Portanto, os recursos necessários para a atração, sejam eles modernas tecnologias interativas ou simples demonstrações de conforto, não de ser de responsabilidade da construtora e/ou imobiliária. Deste modo **parte da experiência de compra do cliente já terá sido desenhada.**

Entretanto, **a outra parte da experiência cabe ao corretor de imóveis desenhar,** este que tem aqui a oportunidade de criar situações exclusivas e memoráveis para

cada cliente potencial. Porém sem esquecer que **a estrela mesmo é o cliente, e que cada cliente é único em suas características, necessidades e desejos.** Assim uma boa tática para gerar alto impacto é o corretor preparar um roteiro genérico com suas atrações, mas deixar que essa estrutura se manifeste naturalmente conforme o perfil de cada cliente. Tal qual em um show moderno onde o apresentador tem suas “piadas” prontas, mas as aplica conforme as “deixas” da plateia. **É preciso estar bem preparado, mas igualmente é importante ser flexível.**





## DICA MATADORA #3

### Mantenha relações ganha-ganha com os colegas

Obter sinergia entre os seus profissionais sempre foi a melhor aposta das empresas vencedoras. Mas em se tratando da área de Vendas, e mais especificamente do mercado imobiliário, **o natural cenário extremamente competitivo dificulta a harmonia entre os corretores de imóveis.** Afinal, como ser leal a um parceiro que ocasionalmente pode “tomar” o seu cliente e conseqüentemente a sua comissão? E ainda que sempre haja a boa-fé mútua e declarada, sabe-se que cedo ou tarde a adversidade baterá à porta e

transformará a confiança em descrença, esta que azedará o ambiente e o sistema – exatamente como ações na bolsa de valores. Assim, o que fazer para evitar cair na vala comum da mútua sabotagem em perspectiva, aparentemente inevitável?

A sacada genial aqui para todo corretor de imóveis que almeje construir uma carreira sólida em longo prazo é se basear em dois alicerces: **ética e generosidade.** Ética não no conselho lugar comum, mas no sentido de criar um forte posicionamento e





## DICA MATADORA #3

### Mantenha relações ganha-ganha com os colegas

mantê-lo coerente e sustentável em longo prazo, o que justamente é o conceito de credibilidade. E generosidade no sentido de dar para receber, de legitimar a doação e troca de favores sem mesquinha. O focar na qualidade do outro e na solução das questões. Ser o “boa praça”, o legítimo profissional com quem se pode contar.

**Todo corretor de imóveis que consegue se manter ético e generoso acaba por construir uma aura de**

**energia que só multiplica o seu poder,** assim transformando cada inimigo potencial em mais um aliado para defender e propagar sua marca. E convenhamos, nada melhor em um stand de vendas que estar cercado de apoiadores, certo? Pois além de essa sinergia só aumentar a produtividade, é como se os clientes sentissem quem são os melhores corretores só por isso, o que resulta em ainda mais **oportunidades de vendas!**





## DICA MATADORA #4

### Foque nas necessidades e desejos do cliente

Muitos corretores de imóveis, assim como diversos vendedores, constantemente **desperdiçam ótimas oportunidades de vendas simplesmente por não saber ouvir os clientes potenciais.** Quem enquanto comprador de imóveis nunca lidou com aquele corretor chato, que por falta de tato ou técnica, insistentemente tentou empurrar tudo menos o perfil de imóvel exclusivamente solicitado? Nada contra a agressividade em Vendas, afinal **é preciso tirar o cliente da zona de conforto para que o mesmo faça a compra.** Mas também não adianta tentar vender um apartamento com três quartos

para o estudante que mal pode pagar por uma quitinete ou uma casa de frente para o mar para o casal que só precisa morar próximo ao trabalho, que será perda de tempo.

Assim, por mais prazeroso que seja para o corretor de imóveis focar o processo de vendas em si mesmo, ou seja, exibir todo o seu repertório de imóveis, soltar todo o seu latim sobre oportunidades de negócio etc., para não “queimar cartucho” e desperdiçar oportunidades no stand de vendas **é preciso focar primeiro nas necessidades e desejos do cliente.** E

para isso uma excelente tática é fazer as perguntas certas, de modo sequencial e crescente, até captar as informações e emoções do cliente. E uma vez entendida a história do cliente e a sua motivação de compra, a partir daí então o corretor deve usar esse conhecimento com engenhosidade para alinhar os seus empreendimentos à venda com as expectativas e sonhos do cliente! **Esta tática de pergunta/entendimento/ alinhamento é muito poderosa e realmente funciona** quando feita de maneira correta. Coloque-a em prática e veja você mesmo os resultados.

## DICA MATADORA #5

### Encante e conquiste o cliente acima de tudo



Se você seguir todas as outras dicas matadoras até aqui, e portanto preparar o seu show no stand de vendas, planejar a experiência de compra do cliente, estabelecer um clima amistoso com os colegas de trabalho no stand e conseguir focar naquilo que o cliente potencial em sua frente realmente precisa e quer, então neste ponto tudo já há de estar bem encaminhado para você “pôr a cereja no bolo” e definitivamente encantar e conquistar o cliente, e conseqüentemente **converter estes sentimentos em desejo de compra.**

Assim, **a arte e/ou a técnica para conquistar clientes exige que o corretor tenha a sensibilidade e/ou a habilidade para ganhar a pessoa que está em sua frente.** Não vamos entrar aqui no mérito do talento, mas no que cabe à habilidade as principais sugestões são: tenha interesse genuíno no cliente; descubra pelo que ele se interessa; faça-o se sentir importante; seja um bom ouvinte; faça apenas elogios sinceros; lembre-se sempre de seu nome etc. Ganhe o seu cliente potencial e metade da venda já estará garantida!





## DICA MATADORA #6

### Seja proativo e agende visitas para o stand de vendas

O corretor de imóveis que quer se destacar no mercado imobiliário tem que ser acima de tudo proativo. Não dá para ficar parado esperando que os clientes apareçam, e principalmente por se tratar do stand de vendas que é um canal de prospecção receptivo. Por isso, mais que atender aos clientes que chegam, **o corretor também precisa atrair novas visitas para o stand, assim transformando-o em um canal ativo!**

Mas para que isso efetivamente aconteça é preciso oferecer aos clientes potenciais aos quais já se tem relacionamento a oportunidade de conhecer esse ambiente e assim se encantarem com os empreendimentos. A grande sacada aqui então é **não deixar para fazer o convite apenas quando você já estiver no próprio stand de vendas.** Tal como em qualquer promoção de evento bem feita a divulgação deve ser antecipada. E a

melhor parte é que o próprio evento será o pretexto perfeito para o corretor de imóveis proativo prospectar ainda mais clientes potenciais antecipadamente, incluindo os que já possua relacionamento e também os leads frios. Neste ponto **combinar as ações de Vendas com as de Marketing será o grande diferencial para o sucesso.**



## DICA MATADORA #7

### Faça follow-up categoricamente

Como já comentamos anteriormente no Blog da Rankim, qualquer que seja o canal ou método de prospecção de clientes **fazer follow-up efetivamente é crucial para evoluir no processo e fechar boas vendas.** Mas especificamente em um processo de vendas iniciado em um stand onde o primeiro impacto causado no cliente potencial é pessoal e exclusivo, neste caso o follow-up se torna ainda mais importante.

Aqui então é preciso ser eficiente e eficaz, ou seja, já ter preparado os materiais para

envio para cada tipo de produto e/ou cliente, e também dar um toque de personalização no envio deste material. Assim, **com agilidade e criatividade o corretor de imóveis consegue se tornar memorável para o cliente potencial,** de modo a estreitar o relacionamento e aumentar significativamente as chances de fechar uma nova venda. Então aproveite!





A Rankim é uma empresa especializada em **Gestão Comercial Imobiliária**. Nascemos com o objetivo 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 e facilitar as transações imobiliárias, incluindo um robusto sistema ERP e recursos de gamificação para premiar os melhores corretores.

Produzimos **materiais de qualidade e conteúdo educativo** para auxiliar corretores na venda de imóveis, orientação de seus clientes, aproveitamento de oportunidades, aumento de produtividade, trabalho com qualidade e domínio do mercado imobiliário.

Conheça mais sobre a Rankim em [nosso site](#).

Aprenda mais sobre o mercado imobiliário em [nosso blog](#).

Acompanhe-nos nas mídias sociais e receba todas as novidades: [Twitter](#), [Facebook](#) e [Google+](#).