

FUNIL DE VENDAS

Guia prático passo-a-passo para
implementar na sua imobiliária





Apresentação

O setor imobiliário foi um dos setores que mais foi beneficiado com a evolução da internet.

Sabemos que toda evolução traz junto novos problemas e novas demandas. No caso do mercado imobiliário, a digitalização dos canais de contato e o marketing digital geraram uma quantidade enorme de leads e o grande desafio das imobiliárias e gestores passou a ser como atender com qualidade e velocidade essa demanda.

Nesse ponto que vamos falar sobre o funil de vendas imobiliário, ferramenta que veio para ajudar a organizar o atendimento e o processo de vendas da imobiliária.

É importante que você entenda como um funil de vendas se encaixa na jornada de compras do cliente. Aquele cliente que quer comprar ou alugar um imóvel. Antes porém, é essencial entender como funciona essa jornada.

Abordaremos o assunto da forma mais prática e simples possível para que você possa dar os primeiros passos **IMEDIATAMENTE**.





Como funciona?

O funil de vendas, em linhas gerais, é um método simples e poderoso, que utiliza-se de etapas e atividades para organizar e dar sequência no processo comercial.

Utilizando-se de scripts, atividades chaves e acompanhamento, este método garante uma visibilidade e orientação em cada momento da trajetória do atendimento, identificando informações relevantes, aumentando a possibilidade de fechamento de negócios.

Imagine o fluxo do atendimento, do primeiro contato do cliente até o fechamento do negócio. Este fluxo possui etapas e cada etapa por sua vez pode possuir uma ou mais tarefas. Estas, por último podem conter um checklist para sua conclusão. Pronto, de forma geral esse é o desenho de um funil de vendas.

Porque utilizar o funil de vendas?

O funil de vendas vai te dar um visão clara de como anda o processo comercial da sua imobiliária e a situação de cada atendimento.

Utilizando o funil de vendas, você conseguirá:

- Entender quais leads possuem maior probabilidade de fechamento;
- Saber o que fazer com cada lead;
- Entender onde seu processo de vendas está mais deficiente;
- Acompanhar todos atendimentos;
- Entender a qualidade dos leads que chegam do funil de marketing;
- Otimizar e aumentar suas vendas.



Estrutura do funil de vendas

Abaixo mostraremos uma sugestão de estrutura. Você pode mudar o nome de cada etapa, assim como aumentar ou diminuir a quantidade. O mais importante é ter bem definido o que deve ser feito em cada etapa, qual a principal atividade, como será realizada e em que momento o lead deverá passar de uma etapa para outra.



Você não precisa necessariamente passar o lead etapa por etapa. Pode e acontecerá de, na primeira ligação você conseguir agendar uma visita, ou seja, você conseguiu passar o lead pelas 3 primeiras etapas.

As etapas devem estar alinhadas com o método que você utiliza para atendimento dos clientes. Faça uma avaliação e tente implementar, depois reavalie e melhore o processo.

Tenha em mente que você não conseguirá o melhor resultado no ato da aplicação, trata-se de um processo de amadurecimento e maturidade do seu novo processo comercial.



Sugestão de etapas

Etapa 1 – Novos contatos

Essa é a primeira etapa do funil de vendas imobiliário. É nesta fase que o cliente tem o primeiro contato com a imobiliária. Aqui ocorre a **Validação do lead**.

Objetivo dessa etapa: Realizar o primeiro contato a fim de validar os contatos e intenção do cliente.

Etapa 2 – Interessados

Para chegar nessa etapa, você ao menos deve ter conseguido validar o contato do seu cliente e ter certeza que ele tem algum interesse, que na ocasião poderia ser validado com um agendamento de uma reunião ou uma segunda conversa para identificar o perfil do cliente. Como já dito anteriormente, você pode concluir esse objetivo já no primeiro contato.

Objetivo dessa etapa: Realizar o levantamento de necessidade.

Etapa 3 – Atendendo o cliente

Se o cliente está nessa etapa, você já identificou a sua necessidade e agora está procurando o produto certo para ele.

Agora é hora de colocar a mão na massa, buscando e oferecendo opções de imóveis que se enquadrem no perfil do cliente e conforme for descobrindo outros interesses e necessidades, você deverá atualizar o perfil.

Uma dica aqui é trazer mais informações sobre os diferenciais da imobiliária. Não tente apenas vender o produto.



Mostre que está interessado em ajudá-lo, para que um laço cliente-empresa seja criado. Assim você demonstra que não quer apenas vender o imóvel.

Objetivo dessa etapa: Agendar visita de 3 a 5 imóveis que se enquadrem e desperte interesse no cliente (sempre alinhado muito bem com o perfil).

Etapa 4 – Visita Agendada

Nesse estágio do funil de vendas imobiliário, você vai trabalhar com os leads que são bem qualificados e engajados em negociar um imóvel. Com isso, possivelmente, todos os leads estão caminhando para a decisão de comprar ou alugar o imóvel.

É um momento muito importante, que requer atenção ao atendimento, com atividades agendadas, feedback, interação com o cliente para que ele não desista da negociação.

Lembre-se que ele possivelmente estará sendo atendido por outras imobiliárias ao mesmo tempo.

A apresentação do imóvel da forma correta será essencial e de extrema importância para o fechamento.

Objetivo dessa etapa: Apresentar o imóvel ideal e levar o cliente para uma proposta.

Etapa 5 – Proposta/Negociação

Estamos quase lá! O cliente gostou do imóvel? Agora é a hora de fazer a negociação final e fechamento.

Nessa etapa o cliente já tem um imóvel escolhido e você trabalhará nas questões de negociação e forma de pagamento. Não esqueça sempre de fazer uma proposta com a intenção de negociação do cliente.

Objetivo dessa etapa: Concluir a negociação com o cliente.



Passo-a-passo - Implantação

Trouxemos um guia prático para você dar os primeiros passos. Prontos?

1 - Descrever os processos comerciais que já existem

Pegue uma folha de papel e comece a se fazer as seguintes perguntas respondendo-as:

- Como o lead chega na imobiliária?
- Quando chega, o que fazer?
- O que falar para o cliente no primeiro contato?
- Quais informações são importantes?
- O que fazer no dia da visita?
- O que fazer quando o cliente quer comprar o imóvel?

Mapeie seu processo desde o momento que o lead chega até você até o momento que ele assina o contrato

Quem lê esse documento precisa entender exatamente como funciona o processo comercial da sua imobiliária.

Mais abaixo vamos falar especificamente cada etapa desse processo.

“ **Dica importante!**

Nunca deixe seu cliente sem feedback. Pode parecer algo óbvio, mas muitos negócios são perdidos pela falta de feedback do corretor de imóveis.



2 - Comunique o processo para todos da equipe

É importante que todos saibam e sigam o mesmo processo. Se você não tiver padrão na sua imobiliária, você não consegue extrair dados da sua operação, e sem dados você não consegue saber se ela está melhorando ou piorando

Imprima o documento detalhando o processo e coloque uma cópia na mesa de cada corretor, essa é a receita de bolo de como fechar um negócio na sua imobiliária, essas são as regras do jogo e é assim que todos devem jogar

É importante que você deixe claro que esse documento é algo mutável, ele precisa passar por constante melhoria. E é dever da equipe contribuir para o amadurecimento dos processos e por consequência dos documentos que o descrevem.

Durante a criação desse passo-a-passo, convide sua equipe de corretores a participar, envolva-os, dessa forma a qualidade do material, aceitação e participação da sua equipe será muito maior.

“ **Dica importante!**

Siga um padrão de atendimento. Monte um script de abordagem, levantamento de necessidade e outros. Isso vai te ajudar a não esquecer pontos importantes da conversa.





3 - Treinamento e acompanhamento

Gestor, agora que você já deu o tiro é só acompanhar a bala. Você precisa garantir que sua equipe entendeu e está seguindo o processo que você escreveu

Faça treinamentos semanais com seus corretores, peça feedbacks diariamente sobre o andamento dos processos e colha sugestões para melhoria contínua.

O acompanhamento leva cerca de 30 dias, normalmente esse é um bom prazo para você implantar um novo processo na sua equipe.

4 - Passar o processo para um software

O software é o seu braço direito na gestão da sua imobiliária. Lembra que eu falei que sem dado você não consegue gerenciar sua equipe? Sem um software você vai precisar colher dados manualmente, estar do lado, criar planilhas, e ficar micro gerenciando o processo.

Se realmente deseja estruturar uma operação autônoma, sem precisar de você para as coisas funcionarem, vai precisar de um software.

É simples. Depois de desenhado, o processo deverá ser transferido para o sistema. A partir daí é só analisar os dados e ajudar sua equipe a atingir sua melhor performance.

Aconselhamos a escolha de um software específico para o mercado imobiliário, como o da Microsistec pois isso trará celeridade na configuração pois os processos já estarão praticamente desenhados no sistema e você não vai precisar gastar tempo montando.

“ **Dica importante!**

A utilização de um software com funil de vendas autêntico vai te garantir maior qualidade, acompanhamento e sucesso na implantação da gestão comercial na sua imobiliária.



Processo de atendimento

Você precisa ter um processo de atendimento muito bem definido para que o corretor saiba exatamente o que fazer e em qual momento. Lembra aquelas perguntas que você fez no começo? Elas serão a base para montar o seu **processo de atendimento**.

1) Como o lead chega na imobiliária?

Todos os leads deverão ser direcionados para o sistema Microsistec (ou outro que você utilize). É essencial manter em um único lugar todos suas fontes de leads para que tenha um melhor aproveitamento.

2) Quando o lead chega, o que fazer?

O corretor liga para o lead e levanta as informações sobre o que o cliente está buscando (fazer um levantamento de necessidades).

Recomendamos a leitura do Método SPIN e BANT

Essa interação deve ocorrer o mais rápido possível, pois com certeza além de você, seu cliente estará conversando com outras imobiliárias.





“ Dica importante!

Após qualquer interação com o cliente é importante incluir uma nota com um descritivo do que ocorreu naquele momento.

3) O que falar para o cliente no primeiro contato?

Caso o cliente já tenha indicado no primeiro contato algum imóvel, é interessante que você já separe alguns imóveis neste perfil para que durante a ligação possa validar e até mesmo enviar ao cliente.

Então nesse primeiro contato é muito importante estar munido de informações e assim você vai conseguir:

- Validar o contato do cliente
- Levantar o perfil (identificar sua necessidade - SPIN/BANT - falaremos sobre isso em outra oportunidade.)
- Apresentar imóveis

Diante disso, pode até tentar já marcar uma visita e trazer o cliente para um atendimento presencial e fazer o “show” acontecer.

4) O que fazer no dia da visita?

O corretor deve agendar a visita pelo sistema e antes de sair com o cliente gerar o termo de vista para o cliente assinar (**ATENÇÃO ISSO VALE UMA COMISSÃO!**). Encante o cliente, pense no atendimento que você gostaria de receber e faça-o 10x melhor.

5) O que fazer quando o cliente quer comprar o imóvel?

Formalizar a proposta e marcar o cliente como ganho no sistema.



Espero que você tenha entendido como funciona o funil de vendas imobiliário.

Apresentamos uma das formas possíveis de se trabalhar com ele, você poderá adequar a sua forma de trabalho. O importante é ter rotinas e processos bem definidos.

Agora é com você. Dedique-se para fazer boas estratégias e treine seu time para fidelizar o seu cliente potencial.

Até a próxima!

