

# Ações de Marketing para 2018

Segmentação, estratégia e avaliação  
dos resultados



Você já sabe que uma **estratégia de marketing** bem executada é a melhor forma de gerar **ganhos e resultados**, não é mesmo? Afinal, ela alcança nossos **clientes novos, antigos e aqueles que não temos contato**. Mas será que você está utilizando esta ferramenta de forma correta?



AQUI VÃO DICAS QUE VOCÊ  
PRECISA FAZER PARA ARRASAR  
NAS AÇÕES DE MARKETING EM  
2018 E ALCANÇAR RESULTADOS  
EXPRESSIVOS.

# #1: Segmentar Clientes

- A primeira dica é segmentar os clientes de acordo com seu perfil.

Ou seja, criar uma lista de clientes e separá-las de acordo com suas características e interesses.

Desta forma, fica fácil criar ações direcionadas para um público específico, o que gera muitos resultados!

Você tem uma lista de clientes por segmento? Não, **então inicie já!**

# #1: Segmentar Clientes – COMO FAZER?

---

Um bom começo é separá-los avaliando:

- o tipo de imóvel de buscam;
- o valor que podem gastar;
- a localização do imóvel;
- a faixa etária;
- se são compradores do primeiro imóvel ou não;
- ou qualquer característica que você possa explorar o diferencial.

Segmente os seus clientes!



## #2: Ações direcionadas para cada segmento

---

Agora que você já segmentou seus clientes e criou uma lista, o próximo passo é **criar ações direcionadas e personalizadas** para cada segmento que você visualizou.

Assim, você ganha tempo apresentando imóveis que realmente são do interesse daquele público e não corre o risco de ser chato, oferecendo vários imóveis que não têm a ver com o que o cliente procura.

Ao executar estas ações de forma certa, você vai perceber ganhos também em **credibilidade, segurança e cuidado** que transmite para seus clientes.

# Ações direcionadas para cada segmento



## #3: Não seja chato!

---

Lembra que falamos sobre não ser um corretor chato?

Então, o terceiro passo é exatamente esse: não lotar o e-mail do cliente com propostas, ou ainda ficar ligando todos os dias.

Isso vale também para o e-mail marketing que pode ser uma ótima ferramenta, mas que em excesso, pode prejudicar a imagem do corretor ou da imobiliária.

## #4: Antes do recontato, **Mensure!**

- O que mais vemos hoje são inúmeros e-mails sendo bloqueados ou até direcionados para a caixa de spam dos clientes porque os corretores não esperam o retorno da proposta e, em seguida, já mandam novos e-mails promocionais. Evite este tipo de atitude!
- Substitua por uma boa análise dos resultados que pode trazer informações mais ricas para sua prospecção.
- Veja os resultados da campanha e **avali**e: quais clientes responderam? Quais desses, de fato, fecharam negócio? Quais, ao menos, abriram seu e-mail?

## #5: Foco e assertividade!

---

Com estes resultados em mãos, vamos conseguir identificar quem está receptivo para novas abordagens e que tipo de ação devemos tomar com determinados tipos de clientes.

Lembra da segmentação? Use ela na sua análise novamente!

Filtre os que tiveram interesse, mas não fecharam negócio e procure entender o que faltou para viabilizar a compra do imóvel.

A partir daí, faça novamente ações específicas e direcionadas para o novo tipo de público que encontrou.

Viu como é fácil manter  
um relacionamento  
saudável e nada cansativo  
com os clientes?

Comece agora mesmo a  
planejar as suas ações e  
boas vendas!

