



# 8 DICAS

## QUE VÃO TE AJUDAR A CRIAR CONTEÚDO RELEVANTES PARA O SEU PÚBLICO-ALVO

### MARKETING DE CONTEÚDO PARA MERCADO IMOBILIÁRIO

Gere conexão, ganhe a confiança  
do seu potencial cliente e  
alavanque os seus negócios

Marcar presença no meio digital nunca foi tão importante quanto nos tempos atuais. Mas, de nada adiantar apenas postar, criar conteúdo apenas por postar.

É preciso desenvolver uma estratégia para que esses conteúdos sejam relevantes o suficiente a fim de prender a atenção de um potencial cliente! Uma das maneiras mais eficazes de chamar a atenção, “captar” o contato e fidelizar é através do blog!

Hoje vamos dar dicas importantes, acompanhadas de uma orientação: faça o planejamento e seja fiel a ele.

Poste, crie uma rotina e dê continuidade ao seu plano! O resultado pode não ser imediato, mas a médio e longo prazo você terá respostas!

## MAS AFINAL DE CONTAS, O QUE É MKT E CONTEÚDO?

É, com certeza, o melhor caminho para gerar tráfego orgânico para sua empresa.

Se for bem executado, ele te permite cada vez menos investimentos para levar o público correto ao seu site ou blog.

A internet faz com que as pessoas “consumam” apenas o conteúdo que as interessa e, por isso, aquilo que não for importante a elas, é rapidamente ignorado e, em alguns casos, bloqueado.



Em um cenário hiperconectado, são inúmeras as estatísticas de Marketing de Conteúdo capazes de te convencer do quão essencial é essa estratégia para o sucesso dos negócios. Dados do Brasil e do mundo revelam que a internet é cada vez mais presente na vida das pessoas, e as empresas que aprendem a explorar esse ambiente estão se destacando

ROCK CONTENT, 2020

## VAMOS ÀS DICAS PARA ESSA BRILHANTE ESTRATÉGIA DE "ATRAÇÃO"?

Selecionamos dicas importantes de conteúdo para você alimentar o seu blog, sempre pensando no seu potencial cliente.

Em primeiro lugar, coloque-se no lugar dele e imagine-se em diferentes situações.

O mais importante é personalizar o conteúdo de acordo com todas as segmentações de público: se é cliente de luxo, de venda, de aluguel, de casa ou apartamento, se é um cliente para locação comercial e assim por diante ....



### LEMBRE-SE

O novo consumidor não tem mais paciência (nem vontade) de ler anúncios. O que ele quer é aprender e se envolver cada vez mais com seus assuntos ou marcas preferidas!

## 1 DICAS DE DECORAÇÃO

É natural que quando alguém vai se mudar - seja após alugar ou comprar um novo imóvel - dispensem um bom tempo para pesquisar sobre decoração. E é claro que a “fonte” de pesquisa vai ser a internet.

Portanto, falar desse tema é fundamental para “pescar” esse pessoal na internet. Se você tem maior demanda pela venda de imóveis de luxo, o título do seu post pode ser:

“CINCO DICAS PARA DECORAR APARTAMENTOS DE LUXO”.

Ou, quem sabe: “O QUE NÃO PODE FALTAR NA DECORAÇÃO DE UM IMÓVEL DE LUXO”?

Agora, se o seu maior público for de pequenos imóveis, que tal apostar em outra linha de raciocínio.

“DICAS PARA ECONOMIZAR NA HORA DE DECORAR SEU NOVO LAR”.

Você também pode apresentar soluções:

“COMO ADAPTAR UM HOME OFFICE NO SEU NOVO APARTAMENTO”.

Situações atuais, como a pandemia, podem ajudar a elevar seus resultados de engajamento na internet.

## 2 VÁ ALÉM DOS SEUS NEGÓCIOS

Não é porque você trabalha com setor imobiliário que você precisa falar apenas sobre isso.

Dicas de viagens, de leituras, de receitas para fazer em casa, valorizando momentos especiais seja numa cidade bacana onde você tem imóvel para vender ou destacando alguma “experiência” que o seu cliente pode ter ao comprar ou locar um novo imóvel.

Dicas de decoração de jardins, qual o melhor tipo de planta para casa área da casa, dicas de economia de água em tempos de “rodízio”, dicas para manutenção da casa ou apartamento e assim por diante.

Nunca se esqueça: faça o seu público sentir-se parte do negócio, da construção desse sonho, e não alvo de uma venda.

## 3 PLANEJAMENTO

Assim como você planeja esses conteúdos, o cliente precisa planejar a sua mudança. E como você sabe, essa é uma das coisas mais complexas de se organizar!

Que tal um guia para facilitar na hora da mudança?  
Dicas rápidas e práticas para quem vai passar por essa mudança.

Se for de seu conhecimento e segurança, você pode até ter uma rede de contatos de fornecedores de confiança para ajudar o seu cliente (frete, pintor, chaveiro, encanador, decorador, etc).

É um plus, né?

## 4 BUROCRACIAS

Esse é uma que todo mundo precisa saber, mas que quase ninguém gosta.

É necessário: documentos necessários para fazer um financiamento, para alugar um imóvel, o que preciso para comprar uma nova casa?

Regras de aluguel, quais as taxas e impostos devidos na compra de um imóvel?

Tudo isso pode ser tema de vários artigos, quem sabe até uma série, ou e-books. Os e-books são ótimos “gatilhos” para conquistar público. Você pode criar o conteúdo e fazer o “cadastre seu e-mail para ter acesso completo ao nosso conteúdo”.

Pronto:  
Você está munido com os dados que precisa para uma boa abordagem!

Assim, em um curto prazo, você tem um potencial cliente em mãos.

## 5 INDIQUE LOCAIS

Com segurança das informações que você tenha em mãos, crie artigos para valorizar as regiões onde você tem imóveis à venda.

Por exemplo:

Se a maior parte da sua carteira for na região do Batel, em Curitiba, fale dos excelentes restaurantes e praças para curtir em família.

Ou até mesmo da variedade de estabelecimentos que atendem nas plataformas de delivery, mercados, farmácias, escolas e espaços para cachorros. Isso vai fazer a pessoa olhar a região com outros olhos e ter vontade de morar ali um dia!

## 6 DICIONÁRIO DO MERCADO IMOBILIÁRIO

Esse é um assunto que sempre engaja!

Que atire a primeira pedra o corretor que nunca precisou “decifrar” para um cliente termos bem técnicos do setor.

Funrejus, Arras, ITBI, alvará, habite-se, hipoteca e tantos outros conhecidos seus e desconhecidos de muitos ....

## 7 EVENTOS E FEIRAS

Sim, estamos diante de uma pandemia e esses são nichos que, até a imunização de grande parcela da população, seguem parados.

No entanto, valorizar a região em que seus empreendimentos estão é muito importante. Mostre sempre os eventos que acontecerão na região e valorize a escolha do local: infraestrutura, acesso via rodovias, aeroportos, alimentação, vida noturna.

Além de dar esses detalhes do evento e do que fazer depois, você valoriza a cidade e a moradia no local!

## 8 OPORTUNIDADES DE EMPREGO

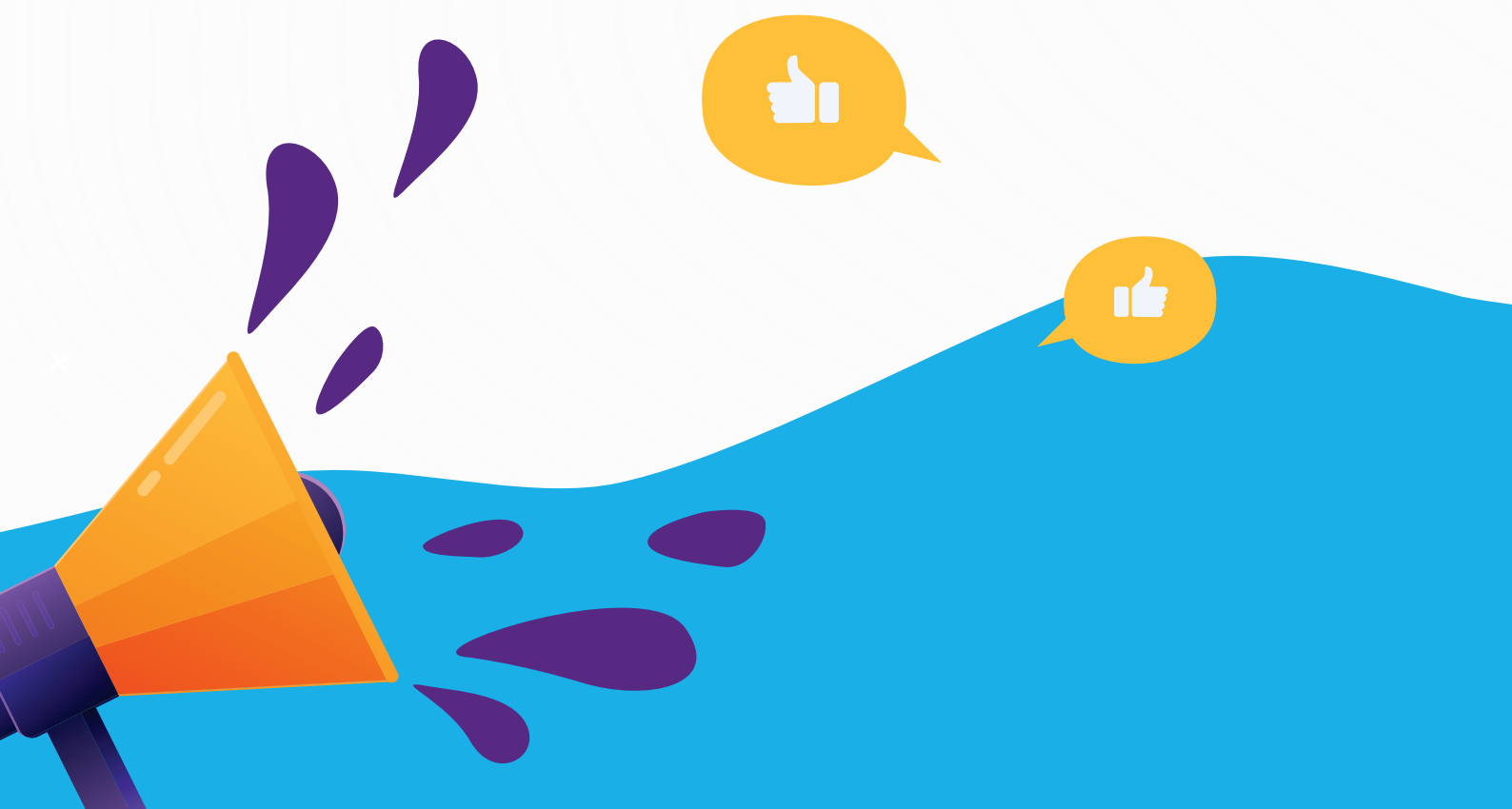
Esse conteúdo é uma excelente isca para atrair um bom contato. Afinal de contas, em meio a crise, quem é que não busca um emprego? Quem é que não busca uma oportunidade para dar uma “guinada” na carreira, mudar de ares?

Fique de olho nas oportunidades do mercado de trabalho das cidades e regiões nas quais você mais tem imóveis para negociação e divulgue-as, valorizando a empresa, o local, etc.

É um importante gancho para fisgar e atrair um novo possível cliente!

## OBRIGADO,

Esperamos que nossas dicas  
possam tê-lo ajudado!







**NOS SIGA PARA MAIS CONTEÚDOS**



@unihabpr @secovipr



/unihab /secovipr