

Como a tecnologia tem impulsionado a compra e a venda de imóveis

A transformação digital no mercado imobiliário foi acelerada a partir da pandemia do novo coronavírus. A digitalização, que já estava em curso, desencadeou uma nova relação do consumidor com as empresas do nosso segmento, tornando-se necessário entender o cliente em cada etapa da jornada de compra e venda de um imóvel.

Enquanto o número de agendamentos diminuía nas imobiliárias, por conta das restrições às visitas, o total de atendimentos crescia vertiginosamente, muitos deles, inclusive, virando propostas reais de negócios.

Mais que *leads* qualificados (*lead* é quando o consultante registra seus dados, o que demonstra real interesse no imóvel pesquisado) e custo de oportunidade, entre outras métricas, está em jogo a experiência do usuário nesse novo modelo de compra e venda de um imóvel. Ou melhor, a necessidade de que essa vivência seja agradável ao consumidor, além de rápida e interessante.

O comprador já chega à imobiliária mais decidido em relação ao imóvel desejado, e boa utilização das ferramentas disponíveis pode ser a diferença entre fechar ou não o negócio. A realidade virtual, que permite visitas até em casas e apartamentos que ainda não foram construídos, e o atendimento digital, por meio do *chatbot* – o qual promove agilidade no primeiro contato com a empresa –, são apenas dois exemplos de como a tecnologia é capaz de oferecer soluções inteligentes e seguras e, com isso, promover o melhor aproveitamento do tempo, algo valioso nos dias atuais.

Em todas as oportunidades, discute-se como a tecnologia tem impulsionado as transações de compra e venda de imóveis. Executivos de algumas das maiores empresas do País destacam que o uso mais intensivo de determinadas ferramentas, como videoconferências, assinaturas digitais e tour virtual em



Nelson Parisi Júnior*

“
A boa utilização das ferramentas pode ser a diferença entre fechar ou não o negócio
”

imóveis, foi resultado de uma demanda consistente dos clientes.

A partir dessa nova experiência, tanto para consumidores quanto para corretores – que enxergaram a necessidade de estar preparados para essa nova fase –, o mercado sai mais valorizado da crise provocada pela pandemia.

Segundo John Peyton, CEO da Realogy Franchise Group (franqueadora global de algumas das marcas mais reconhecidas do setor imobiliário), nos Estados Unidos, as buscas por casas com espaço para home office aumentaram.

Ao comentar o uso de escritórios naquele país, acredita que, com a pandemia, esses lugares serão utilizados com “propósitos específicos”, pois parte do tempo as pessoas ficarão trabalhando em casa.

Esse é somente mais um indicativo das transformações que estão acontecendo. Em dezembro próximo, durante o Rede Show, contaremos novamente com a participação da Realogy, que trará estratégias informações sobre as inovações que estão mudando a forma de comprar e vender imóveis.

*Presidente da Rede Imobiliária Secovi

Informação (confiável) é tudo - O Secovi-SP oferece atualização diária sobre temas de interesse do setor imobiliário e da sociedade. Acompanhe em www.secovi.com.br.