

Indicadores de Gestão e Cliente Oculto para Imobiliárias

Canais de Relacionamento do Sebrae-SP



0800-570-0800



06 Regionais

08 Pontos de Atendimento

- Rio Pequeno
- Brás (Negócios da Moda)
- Sapopemba
- Itaim Paulista
- Jaraguá
- Cidade Dutra
- Brasilândia
- Pirituba



UNIVERSO de Empresas no ESP



6821-8 / 01 CORRETAGEM NA COMPRA E VENDA E AVALIAÇÃO DE IMÓVEIS

6821-8 / 02 CORRETAGEM NO ALUGUEL DE IMÓVEIS

6822-6 / 00 GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DA PROPRIEDADE IMOBILIÁRIA

No Estado de SP:

6821-8: 19.923 empresas

6822-6: 2.858 empresas

Na CAPITAL:

6821-8: 10.445 empresas

6822-6: 1.558 empresas

Parceiro



ER	MPes			Total (I+II+III)
	I Atividades imobiliárias de imóveis próprios	II Intermediação - compra/venda/aluguel de imóveis	III Gestão e administração da propriedade imobiliária	
Alto Tietê	132	101	25	258
Araçatuba	81	37	16	134
Araraquara	91	40	10	141
Baixada Santista	257	338	182	777
Barretos	41	25	3	69
Bauru	192	117	35	344
Botucatu	38	38	25	101
Campinas	811	383	167	1.361
Capital Centro	2.131	1.127	489	3.747
Capital Leste I	540	510	179	1.229
Capital Leste II	161	168	74	403
Capital Norte	463	484	166	1.113
Capital Oeste	2.697	1.070	493	4.260
Capital Sul	460	343	107	910
Franca	111	75	14	200
Grande ABC	440	360	111	911
Guaratinguetá	51	63	19	133
Guarulhos	259	188	71	518
Jundiaí	295	150	54	499
Marília	100	58	19	177
Osasco	686	426	144	1.256
Ourinhos	27	21	5	53
Piracicaba	414	210	53	677
Presidente Prudente	112	47	17	176
Ribeirão Preto	260	246	48	554
São Carlos	236	91	24	351
São João da Boa Vista	117	65	22	204
São José do Rio Preto	203	172	48	423
São José dos Campos	278	228	72	578
Sorocaba	427	194	99	720
Sudoeste Paulista	9	9	6	24
Vale do Ribeira	14	19	2	35
Votuporanga	55	12	5	72
Outros Municípios de São Paulo	9	7	3	19
Ignorado	205	98	51	354
Total estado de São Paulo	12.403	7.520	2.858	22.781

UNIVERSO por Regional

Parceiro

Soluções disponíveis para as Imobiliárias

E-mail mkt disparado em Lotes de 50 Empresas por Região



Cartilha Dicas de Gestão



Check-up Empresa

Diagnóstico MPE

EMPRETEC

NA MEDIDA

OFICINA de INDICADORES



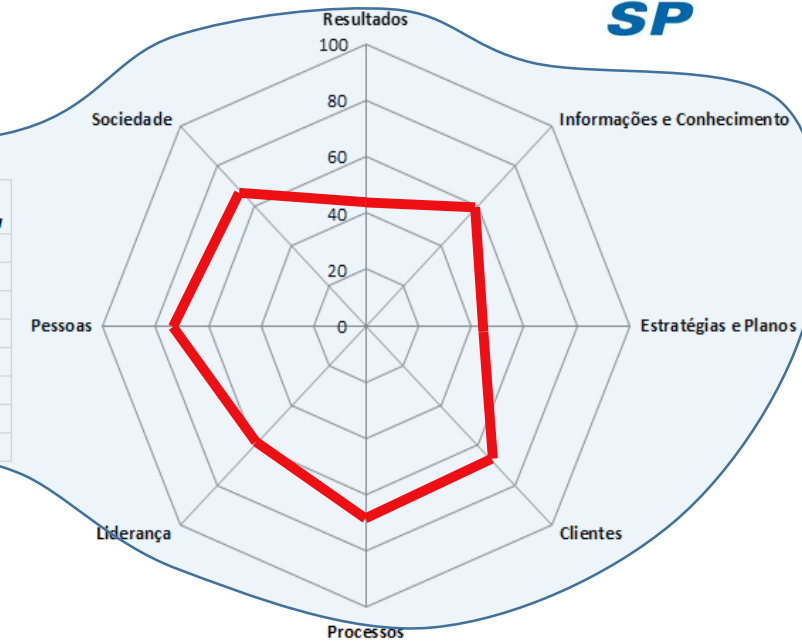
Cliente Oculto

Planejamento e Estratégia
Marketing e Vendas
Gestão de Pessoas
Finanças



Quantidade de Empresas participantes

	Média por Competência
1 Resultados	41,79
2 Informações e Conhecimento	60,00
3 Estratégias e Planos	45,00
4 Clientes	63,57
5 Processos	67,86
6 Liderança	60,71
7 Pessoas	69,29
8 Sociedade	64,29



Trilha:

DIAGNÓSTICO + -----

Indicador:

Taxa de participação por Região = Qtdade/50

Relatório

Empresas

Radar Médio Regional

Soluções

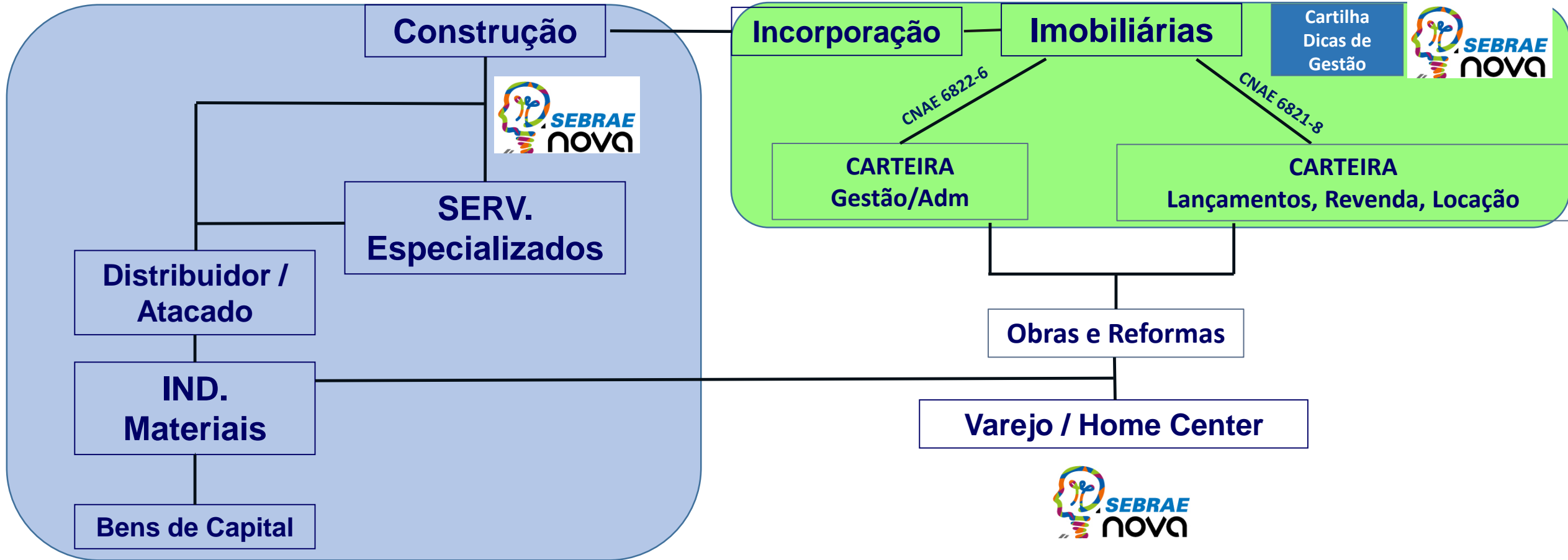
....

Parceiro

CADEIA de VALOR

INDÚSTRIA da Construção (Habitação)

INDÚSTRIA IMOBILIÁRIA



CADEIA de VALOR

Para o Varejo de Mat. de Construção

Aumente suas vendas e construa um caminho de sucesso para a sua empresa

Dicas do Sebrae-SP para o seu comércio de materiais de construção

- Tendência para segmento de material de construção
- Não poupe esforços para melhorar o visual da loja
- Cuide da saúde financeira da sua empresa
- O que não pode faltar no seu estabelecimento
- Dicas para a sua loja de material de construção



Cliente Oculto

Visual Merchandising

Para o Construtor e Empreiteiro

Empreitada de Sucesso para os Prestadores de Serviço da Construção Civil

- Dicas para elaborar o orçamento
- Cuidados com o cronograma da obra
- A qualidade do serviço faz a diferença



- Gestão de Resíduos
- Capacitação da Mão-de-Obra
- Interpretação da NR-18
- Pintura Decorativa
- Instalação de Dry Wall

Para as Imobiliárias

Cartilha Dicas de Gestão



Cliente Oculto

Parceiro



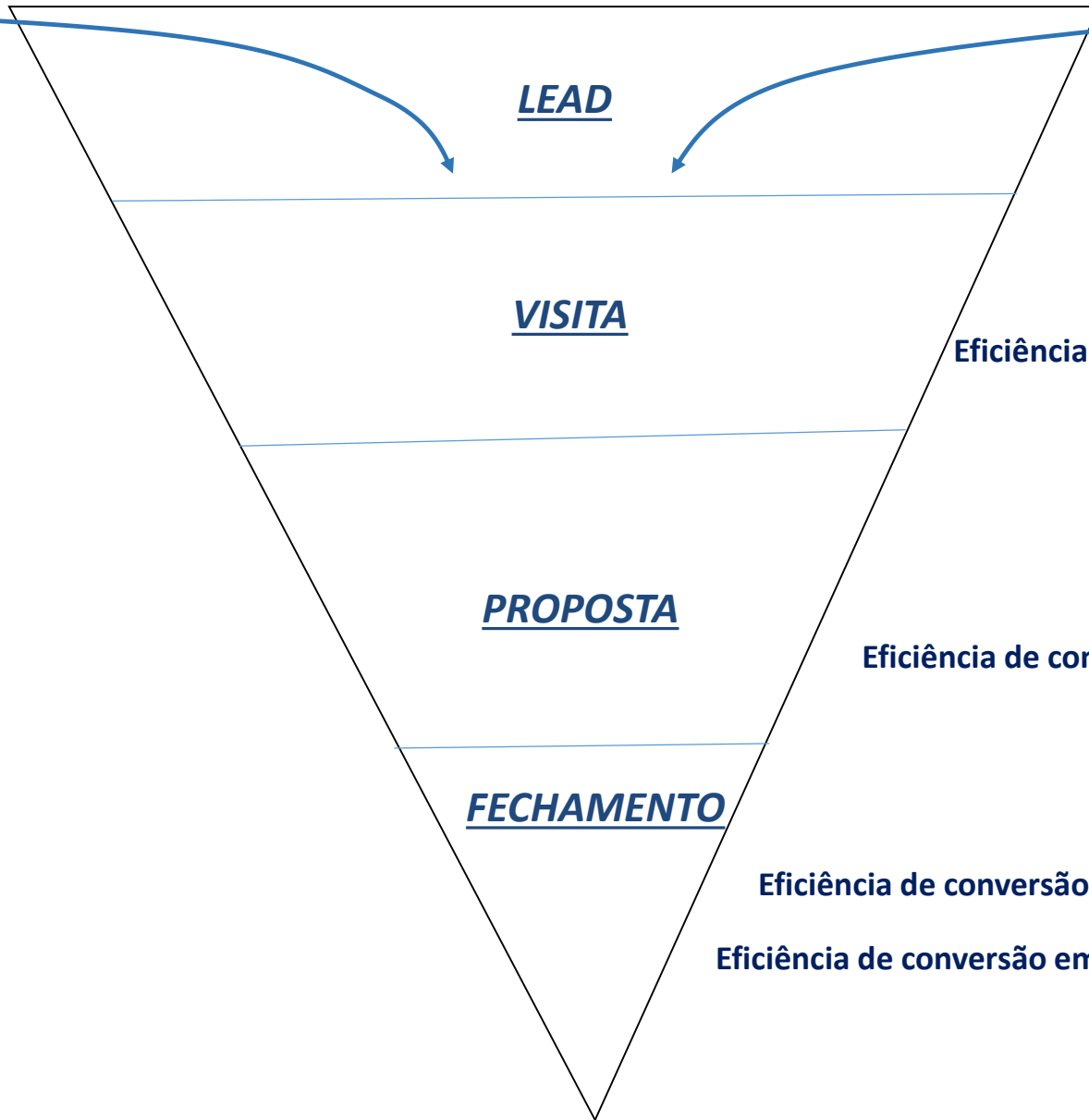
Dicas de Gestão p/ Empresas Especializadas em ATIVIDADES IMOBILIÁRIAS

GESTÃO em VENDAS

Foco na Gestão de Vendas



Mídias Digitais, Site Próprio, Placas/Faixas, Mídia Impressa, Sites em Rede, Chat, Telefone, E-mail, Presencial, Captação Ativa



LEAD

VISITA

PROPOSTA

FECHAMENTO

Eficiência de conversão em Visitas = $\text{no. Visitas} / \text{no. Leads}$

Eficiência de conversão em Propostas = $\text{no. Propostas} / \text{no. Visitas}$

Eficiência de conversão em Vendas = $\text{no. Fechamentos} / \text{no. Propostas}$

Eficiência de conversão em Vendas = $\text{no. Fechamentos} / \text{no. LEAD}$

Parceiro



Dicas de Gestão p/ Empresas Especializadas em ATIVIDADES IMOBILIÁRIAS

Qualidade do Serviço Prestado

Foco na Qualidade do Serviço Prestado

Mídias Digitais, Site Próprio, Placas/Faixas, Mídia Impressa, Sites em Rede, Chat, Telefone, E-mail, Presencial, Captação Ativa



Cliente Oculto:
Permite avaliar de forma detalhada e objetiva a qualidade dos serviços oferecidos

LEAD

VISITA

PROPOSTA

FECHAMENTO

Tempo de Agendamento de Visita =
Dia (Hora) Visita – Dia (Hora) Primeiro Contato

Tempo de Recebimento da Proposta =
Dia (Hora) Proposta – Dia (Hora) Primeiro Contato

Período de Negociação = Dia (Hora) Fechamento – Dia (Hora) Proposta

Período de Fechamento = Dia (Hora) Fechamento – Dia (Hora) Primeiro Contato

Parceiro

Dicas de Gestão p/ Empresas Especializadas em ATIVIDADES IMOBILIÁRIAS

Funil de Vendas

Funil de Vendas - Requisitos Mínimos

Captação Receptiva

Mídias Digitais, Site Próprio, Telefone, E-mail, Presencial

Captação Ativa

Corretor

Pré-análise – PA

Confeccionar o Cadastro do Imóvel e do Proprietário
Executar Triagem
Disponibilizar autorização de comercialização

Visita de Avaliação – VA

Analisar:
Características construtivas
Estado de conservação
Entorno urbano (Região)
Valor

Análise da
Documentação - D

. Complementação do Cadastro do Imóvel

Conversão - C

Eficiência de Conversão na Captação% = C/PA

Nível 1:
Requisitos Mínimos
“Com Autorização”

Parceiro

Funil de Vendas - Com Exclusividade

Captação Receptiva

Mídias Digitais, Site Próprio, Telefone, E-mail, Presencial

Captação Ativa

Corretor

Pré-análise – PA

Confeccionar o Cadastro do Imóvel e do Proprietário
Executar Triagem
Disponibilizar autorização de comercialização

Visita de Avaliação – VA

Analisar:
Características construtivas
Estado de conservação
Entorno urbano (Região)
Valor

Análise da
Documentação - D

. Analisar Documentação (Matrícula, restrições tais como averbações, inventário, garantia real, caução...)
. Complementação do Cadastro do Imóvel

Conversão - C

Eficiência de Conversão na Captação% = C/PA

Nível 2:

“Com Autorização e Exclusividade”

É recomendado qualificar a exclusividade:

- Através de trabalho em Rede (parceria)
- Disponibilizar serviços exclusivos conforme a realidade do seu mercado

Parceiro

Dicas de Gestão p/ Empresas Especializadas em ATIVIDADES IMOBILIÁRIAS

Funil de Locação

Funil de Locação - Requisitos Mínimos

Captação Receptiva

Mídias Digitais, Site Próprio, Telefone, E-mail, Presencial

Captação Ativa

Corretor

Pré-análise – PA

Confeccionar o Cadastro do Imóvel e do Proprietário
Executar Triagem
Disponibilizar autorização de comercialização

Visita de Avaliação – VA

Analisar:
Características construtivas
Estado de conservação
Entorno urbano (Região)
Valor

Análise da
Documentação - D

. Complementação do Cadastro do Imóvel
. **Análise de Aceitação do Imóvel**

Conversão - C

Eficiência de Conversão na Captação% = C/PA

Nível 1:
“Com Autorização”

Parceiro

Funil de Locação - Com Exclusividade

Captação Receptiva

Mídias Digitais, Site Próprio, Telefone, E-mail, Presencial

Captação Ativa

Corretor

Pré-análise – PA

Confeccionar o Cadastro do Imóvel e do Proprietário
Executar Triagem
Disponibilizar autorização de comercialização

Visita de Avaliação – VA

Analisar:
Características construtivas
Estado de conservação
Entorno urbano (Região)
Valor

Análise da
Documentação - D

. Analisar Documentação (Matrícula, restrições tais como averbações, inventário, garantia real, caução...)
. Complementação do Cadastro do Imóvel
. **Análise de Aceitação do Imóvel**

Conversão - C

Eficiência de Conversão na Captação% = C/PA

Nível 2:

“Com Autorização e Exclusividade”

É recomendado qualificar a exclusividade:

- Através de trabalho em Rede (parceria)
- Disponibilizar serviços exclusivos conforme a realidade do seu mercado

Parceiro

Programa para Empresas Especializadas em ATIVIDADES IMOBILIÁRIAS

Giro da Carteira Imobiliária

Giro da Carteira Imobiliária

Captação Total (CT) = CA+CR+CE+CAT

CA = Captação Ativa

CR = Captação Receptiva

CE = Captação Exclusiva

CAT = Captação Autorizada

CRAV = Captação por reavaliação (Somente p/ Locação)

Saída do Estoque

S1 = Saída da carteira (Por outro canal/motivo/concorrência)

S2 = Saída da carteira (Pela Imobiliária)

S3 = Desistência

Giro da Carteira Imobiliária



Captação Receptiva

Mídias Digitais, Site Próprio, Telefone, E-mail, Presencial

Captação Ativa

Corretor

CAPTAÇÃO

ESTOQUE TOTAL

Saída da Carteira

SALDO
da
Captação

GIRO

$$VSO = (S1+S2) / ETA$$

Captação Total (CT):

CA = Captação Ativa

CR = Captação Receptiva

CE = Captação Exclusiva

CAT = Captação Autorizada

EMA = Estoque Mês Anterior por Unidade Negócio
(Locação, Revenda) -----> **Base mês anterior**

ETA = EMA + CT (Estoque Total ATUAL) ----> **Base mês atual**

S1 = Saída da carteira (Por outro canal/motivo/concorrência)

S2 = Saída da carteira (Pela Imobiliária)

S3 = Desistência

Saldo do Estoque = (ETA)-(S1+S2+S3)

Se > EMA (Incremento)

Se < EMA (Decremento)

Giro da Carteira = Saldo / EMA

Se > 1 (Incremento)

Se < 1 (Decremento)

Parceiro



Vendas Sobre a Oferta (VSO)

Conceito = É uma relação entre o total de unidades vendidas e a oferta de imóveis em estoque

- $VSO = \text{Quantidade Vendida} / \text{Quantidade em Estoque}$

Pode também ser calculado sobre valores vendidos em relação a valores estocados

- $\text{Sobre o valor negociado} = \text{Valor Vendido} / \text{Valor em Estoque}$

Giro da Carteira Imobiliária

		Ex. 1	Ex. 2	Ex. 3
Captação	CA	10	0	5
	CR	5	0	3
	CE	7	0	3
	CAT	3	0	3
	CRAV (Se Locação)	0	0	1
	CT	25	0	15
Estoque Mês Anterior	EMA	100	100	100
Estoque Total Atual	ETA = CT+EMA	125	100	115
Saída da Carteira	S1	6	2	5
	S2	6	1	5
	S3	0	1	0
Saldo do Estoque	ETA - (S1+S2+S3)	113	96	105
Giro da Carteira	Saldo/EMA	1,13	0,96	1,05
VSO (Vendas Sobre Oferta)	(S1+S2)/ETA	9,60%	3,00%	8,70%

Se > 1 (Incremento)
Se < 1 (Decremento)

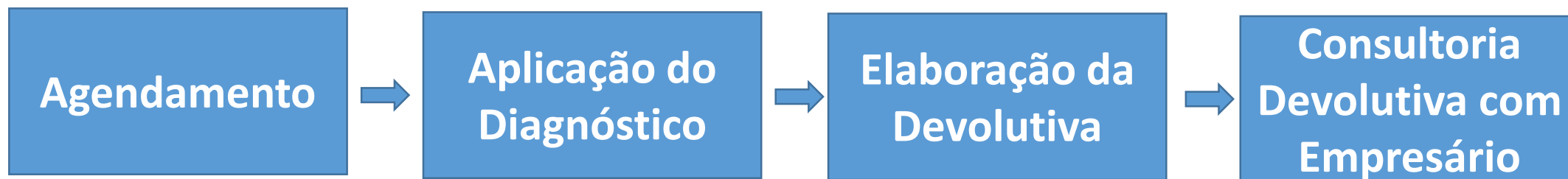
Parceiro

Diagnóstico Cliente Oculto como Estratégia de Avaliação do Atendimento

O que é: Diagnóstico aplicado por consultor que se passa por um cliente através do site, telefone e presencial!

Objetivo: Analisar o comportamento dos responsáveis pelo atendimento e a orientação técnica durante a venda

Como funciona:



Foco na Qualidade do Serviço Prestado

DIAGNÓSTICO – CLIENTE OCULTO



PARTE I - Abordagem Inicial e Atendimento - SITE e TELEFONE

1. Site da Imobiliária tem informações detalhadas para localização do Imóvel?	Sim	Não
2. Site da Imobiliária tem visual atrativo?	Sim	Não
3. Site da Imobiliária tem fotos do imóvel?	Sim	Não
4. Site da imobiliária disponibiliza “Mapa de Localização” do Imóvel desejado?	Sim	Não
5. Ao atender o telefone usou a saudação da empresa e apresentou “sorriso” na voz?	Sim	Não
6. Demorou para atender a chamada?	Sim (___ minutos)	Não
7. Houve interação durante eventual espera?	Sim	Não
8. Funcionário fez pergunta(s) para saber o perfil do cliente? (<u>sexo</u> , idade, características do imóvel procurado, metragem, quantidade de cômodos, localização, bairro, <u>etc</u>)	Sim	Não
9. Demorou para passar ao corretor?	Sim (___ minutos)	Não
10. Corretor soube responder pergunta sobre a localização e entorno (se tem comércio, padaria, escola, hospital, delegacia, shopping, <u>etc</u>)	Sim	Não
11. Corretor apresentou outra alternativa de imóvel conforme a preferência do cliente na região?	Sim	Não
12. Corretor apresentou outra alternativa de imóvel diferente da preferência do cliente?	Sim	Não
13. O atendimento conduziu o cliente ao agendamento de uma visita ao imóvel?	Sim	Não
Observações:		

Parceiro



Foco na Qualidade do Serviço Prestado

DIAGNÓSTICO – CLIENTE OCULTO



PARTE II – Acessibilidade e área de Atendimento da Imobiliária

1. O local é de fácil acesso?	Sim	Não
2. Tem onde estacionar no entorno da imobiliária? (Rua, estacionamento, etc)	Sim	Não
3. A sinalização (letreiro/placa) estava clara?	Sim	Não
4. A entrada estava limpa e desobstruída?	Sim	Não
5. Possui fácil acesso de cadeirantes e idosos?	Sim	Não
6. Possui instalações adequadas para aguardar o atendimento?	Sim	Não
7. O banheiro estava limpo?	Sim	Não
Observações:		

Parceiro



Foco na Qualidade do Serviço Prestado

DIAGNÓSTICO – CLIENTE OCULTO



PARTE III – ATENDIMENTO PRESENCIAL

1. Foi recebido de forma receptiva?	Sim	Não
2. A pessoa que o recebeu possuía uma aparência profissional (aparência e uniforme)	Sim	Não
3. Passou segurança enquanto o atendia?	Sim	Não
4. Funcionário fez pergunta(s) para saber o perfil do cliente? (<u>sexo</u> , idade, características do imóvel procurado, metragem, quantidade de cômodos, localização, bairro, <u>etc</u>)	Sim	Não
5. Demorou para passar ao corretor?	Sim (___ minutos)	Não
6. Corretor demonstrou atenção e interesse no atendimento?	Sim	Não
7. Corretor soube responder pergunta sobre a localização e entorno (se tem comércio, padaria, escola, hospital, delegacia, shopping, <u>etc</u>)	Sim	Não
8. Corretor apresentou outra alternativa de imóvel conforme a preferência do cliente na região?	Sim	Não
9. Corretor apresentou outra alternativa de imóvel diferente da preferência do cliente?	Sim	Não
10. O atendimento conduziu o cliente ao agendamento de uma visita ao imóvel?	Sim	Não
Observações:		

Durante o processo de chegada, a (o) <u>receptionista</u> mostrou-se:	<input type="checkbox"/> Interessado	<input type="checkbox"/> Atento
	<input type="checkbox"/> Solícito	<input type="checkbox"/> Vazio
	<input type="checkbox"/> Comunicativo	<input type="checkbox"/> Chato
	<input type="checkbox"/> Bom Argumentador	<input type="checkbox"/> Apático
	<input type="checkbox"/> Bem Humorado	<input type="checkbox"/> Desinteressado

Durante o processo de atendimento, o (a) <u>corretor(a)</u> mostrou-se:	<input type="checkbox"/> Interessado	<input type="checkbox"/> Atento
	<input type="checkbox"/> Solícito	<input type="checkbox"/> Vazio
	<input type="checkbox"/> Comunicativo	<input type="checkbox"/> Chato
	<input type="checkbox"/> Bom Argumentador	<input type="checkbox"/> Apático
	<input type="checkbox"/> Bem Humorado	<input type="checkbox"/> Desinteressado

Parceiro



**PROGRAMAS DE COMÉRCIO E SERVIÇOS DO SEBRAE-SP
FICHA AVALIAÇÃO ATENDIMENTO INDIVIDUAL**



PREENCHIMENTO OBRIGATÓRIO – CLIENTE:

EMPRESA: _____

CNPJ: _____ CLIENTE: _____

DATA: ____ / ____ / ____ ASSINATURA: _____

TIPO ATENDIMENTO: [] – VISUAL MERCHANDISING / [] – CLIENTE OCULTO

COMO VOCÊ AVALIA		GRAU DE SATISFAÇÃO					GRAU DE IMPORTÂNCIA					
		1	2	3	4	5	NA	1	2	3	4	5
1	Adequação do cronograma de trabalho apresentado pela empresa as suas necessidades e possibilidade de recebimento.											
2	Realização das visitas com base no cronograma combinado.											
3	A pontualidade da entrega dos documentos (relatórios, análises, mapas) pela empresa.											
4	A qualidade dos serviços prestados pela empresa.											
5	O comportamento/postura do técnico da empresa está adequada?											
6	O conhecimento do técnico da empresa sobre os assuntos tratados.											
7	A forma de passar o conhecimento (clareza, didática) do técnico da empresa.											
8	A qualidade dos relatórios emitidos pela empresa.											
9	A sua participação nas ações realizadas.											
10	Os resultados obtidos para o seu negócio.											

LEGENDA

GRAU DE SATISFAÇÃO

- 1 - Muito insatisfeito
- 2 - Insatisfeito
- 3 - Razoavelmente satisfeito
- 4 - Satisfeito
- 5 - Muito satisfeito
- NA - Não Aplicável

GRAU DE IMPORTÂNCIA

- 1 - Sem importância
- 2 - Pouco importante
- 3 - Indiferente
- 4 - Importante
- 5 - Muito importante
- NA - Não Aplicável

FICHA AVALIAÇÃO INDIVIDUAL – PREENCHIDO PELO CLIENTE

Parceiro



UNIDADE ATENDIMENTO SETORIAL

paulohbt@sebraesp.com.br

11-3177 4772