

# 15 PASSOS INDISPENSÁVEIS PARA UM LANÇAMENTO IMOBILIÁRIO IMPECÁVEL

O lançamento imobiliário pode ser a chave para destacar seu negócio da concorrência ou, caso não seja bem planejado, afastá-lo da disputa por vendas. Portanto, é necessário pensar nele como uma construção, em que cada etapa é essencial para um belo resultado final.



## 2. Defina um nome impactante

O nome do seu empreendimento é o que vai estar, literalmente, na boca do povo. Por isso, ele precisa ser conceitual e levar em conta a estratégia de marketing que será seguida nos próximos passos.

## 4. Crie um visual marcante

A identidade visual traz consistência em todas as ações de comunicação, cria conexões com o público e possibilita transmitir a atmosfera do empreendimento.

## 6. Gere valor ao longo do atendimento ao cliente

Tenha certeza que o time comercial seguirá um fluxo de vendas definido, para que os leads desejem seguir pelas etapas de compra. Com um processo comercial ajustado, é possível aumentar a taxa de agendamento de visitas em mais de 200%, dependendo do caso.

## 8. Mídia paga não é milagrosa, mas traz resultados

Use o Google Ads e Meta Ads de formas diferentes para atrair o público que busca um empreendimento com as mesmas características que o seu.

## 10. Fique de olho em tudo

Todas as etapas mencionadas até agora podem e devem ser acompanhadas semanalmente, para verificar se as estratégias estão funcionando ou se precisam ser adaptadas. Se este for o caso, aposte em testes A/B e pense em segmentar o público de formas diferentes.

## 12. Juntos, somos mais fortes

Não tenha medo de estabelecer parcerias para agregar valor ao empreendimento e ampliar o impacto da divulgação. Isso vale para corretores, influenciadores e marcas que condizem com o padrão do imóvel, como lojas de decoração, por exemplo.

## 14. Transforme compradores em fãs

Um cliente satisfeito pode custar até sete vezes menos do que um novo comprador. Então, continue a comunicação após o lançamento, com atualizações sobre o andamento do projeto e criando oportunidades de fidelização.

## 1. Não dê as costas para o mercado

Faça uma análise detalhada de dados internos e externos, a partir do CRM, conversas com corretores, pesquisas de mercado e entrevista com clientes. Assim, é possível garantir que o projeto atenda às expectativas dos futuros compradores.

## 3. Seja estratégico

Agora, é realmente o momento de elaborar um planejamento claro e detalhado, definindo metas, tom de voz, persona, cronograma e orçamento. Não poupe tempo nessa etapa.

## 5. Pense de forma integrada

Nenhum empreendimento vive só de ações online ou offline. Portanto, pense em estratégias digitais, com redes sociais, blogs e mídia paga e em outdoors, banners, folders e books de lançamento.

## 7. Acredite no poder da automação

Um fluxo de automação bem estruturado conta com anúncios digitais, landing page, e-mail marketing e contato com a equipe comercial. Quando ele é bem estruturado, tem o poder de conduzir o lead por um funil de vendas e nutrição, para que ele tome a decisão de fechar a venda.

## 9. Conteúdo orgânico ainda vive

Invista em marketing de conteúdo, compartilhando informações valiosas sobre o empreendimento, o mercado imobiliário e o estilo de vida que o projeto promove. Lembre-se que o lead vai querer saber cada detalhe sobre o seu lançamento, já que o investimento que ele fará é alto.

## 11. É melhor enfrentar a burocracia, do que ignorá-la

Tenha uma equipe especializada para lidar com as questões burocráticas, garantindo que todas as licenças e autorizações sejam obtidas sem contratempos. Quando o assunto é setor imobiliário, cada dia conta.

## 13. Corretores também são clientes

Os corretores imobiliários são um canal extremamente importante para aumentar as vendas. Pense em políticas de bonificação e proponha diferenciais, como verba para mídia paga e enxoval de materiais para atrair a atenção dele ao seu produto.

## 15. Conte com o apoio de quem conhece de mercado imobiliário

Aqui, esmiuçamos os 15 passos indispensáveis para um lançamento imobiliário, mas cada etapa vem com desafios não planejados e muito trabalho envolvido. Por isso, desenvolvemos um método único, que ajuda a sua construtora ou incorporadora a vender mais.

Conte com a **SONDER!**

**R\$ 8,9 bilhões**  
em VGV trabalhados

**+ 200**  
empreendimentos  
no nosso portfólio