DINO - Divulgador de Notícias

Cinco lições a serem tiradas do Inman Connect, o maior evento do mercado imobiliário do mundo

Evento chegou a sua 20º edição e tratou de importantes assuntos para o mercado imobiliário, como: vendas, marketing e tecnologia.

08/09/2016 09:22:13

No início de agosto aconteceu em San Francisco, Califórnia, o Inman Connect, um dos maiores eventos sobre vendas, marketing e tecnologia para o mercado imobiliário. A convite do Portal Viva Real estiveram presentes Gabriel Porto (Viva Real), Marcelo Dadian (Sua House), André Cruz (Eztec), Daniel Guerbatin (Calçada), Helga Junqueira (Even), João Fiuza (Diagonal) e Sergio Langer (Hosher), representando o mercado brasileiro.

Esse ano o evento chegou a sua 20º edição. Confira os principais temas abordados nesses 3 dias de evento:

Ouvir o cliente
A ideia básica de que ouvir o cliente é a chave do negócio foi tratada logo no primeiro dia. Em uma palestra sobre “como a realidade virtual está remodelando a busca no mercado imobiliário”, o palestrante mostrou que o importante é fazer o cliente entender quem ele é, para buscar menos.

Os robôs são os novos sites
Um dos assuntos mais comentados nessa edição do Inman Connect foi a importância dos robôs, que são as novas ferramentas e sites, para o mercado imobiliário. Em virtude disso, os botões de busca farão parte do passado e cairão em desuso em pouco tempo.

Cauda longa
Também foi no primeiro dia que ocorreu a palestra de John Thornton do Google. Thornton tratou principalmente de como o Google, principal site de buscas do mundo, pode impactar no mercado imobiliário. Para isso, ele também citou a importância da teoria da cauda longa. De acordo com esse conceito, a internet possibilita a existência de vários nichos e a segmentação é a saída para alcançar o público-alvo. O sucesso na cauda longa é adquirido pela segmentação das palavras-chaves nas campanhas e dos conteúdos.

Mobile first
O mercado imobiliário é “mobile first”, pois 92% das pessoas utilizam a internet para fazer buscas de

imóveis e 49% dos compradores utilizam ao menos um aplicativo de celular para iniciar essa procura. Além disso, as novas redes sociais podem ajudar a construir o relacionamento com o cliente, como é o caso do Snapchat, que está cada vez mais popular.

Encontrar a audiência

De acordo com Gary Vaynerchuck, fundador da VaynerMedia e um dos palestrantes mais aguardados do evento, quando algo funciona, a tendência (e dever) de todos é de se agarrar a isso. Por isso, é tão importante dar atenção às novas tecnologias, como Instagram e Snapchat, já que essas redes é que estão capturando a atenção do público atualmente.

Vaynerchuck ainda acrescentou que o mundo está vivendo a maior mudança na comunicação desde a invenção da imprensa escrita. Prova disso é que o Twitter não tem a mesma atenção que tinha há 7 anos e em 20 anos tudo será diferente. Quem não for um nativo digital, ficará para trás. Somente quem está nesse meio, verá os negócios vingarem.

Sobre o autor:

Sergio Langer é Diretor Comercial e fundador da Hosher (www.hosher.com.br), agência digital especializada no mercado imobiliário.