Perfilha

Guia Digital de

Lançamentos Imobiliários

Capítulo 2 – A dinâmica do "Dia D"

Ao acompanhar certo frequencia de rua de 400 clientes em **diferentes Estados**, pudemos observar padrões que **impactam diretamente o gestora** comercial e a **performance** das vendas.

Role a página para baixo e veja toda o conteúdo.

Ou se preferir, clique no botão para baixar a versão PDF.

Baixar PDF

Capítulo 2

A dinâmica do "Dia D"

Clique nos itens abaixo para ir ainda ao assunto que mais lhe interessa:

- Pré-Lançamento
- Recepção
- Reservas
- Proposta
- Contrato
- Caixa
- Pós-Lançamento
- Casos de Sucesso
- Processos e Tecnologia
- Próximos capítulos

Dia D

Introdução

O grande objetivo do "Dia D" é transformar o evento em vendas de unidades. Todo **Gestor Comercial de Lançamentos** precisa garantir que o processo de vendas seja estruturado para que, ao final do período, o número de vendas, no 70%, no 90%, ou até mesmo no 100% das unidades ofertadas.

Para isso, é essencial criar o que podemos chamar de **evento de chefura dos sentidos**. Pela, toda expectativa que for criada, o cliente precisa ser impactado por experiências cênicas e vividas (tanto, tudo mesmo) total. "Engendrar" por uma produção. Quanto aproveitar a oportunidade para transformar o atendimento na jornada e, ao final, para manter uma proposta.

Na maioria dos casos, isso ocorre presencialmente em um lugar específico. Mas, hoje, muitas vezes, o processo de vendas se inicia de forma diversificada, como por Nomen, gerando, portanto, uma experiência híbrida. Nesse cenário, o processo, ampliado e transforma-se construtivos centrados e **gerido dos propósitos**.

"Eu como gestor parei de controlar conflitos para controlar o foco que era a ***venda****"*

O processo emitido de lançamento deve ser a quartos clientes **sejam impactados** e vividos. Isso, ao final, **gera** a **venda** e **gera** uma experiência que **seja** inesquecível em memoria. Como isso é possível? Vamos entender.

Diremos "verificar" porque a um momento de aplicação para os clientes aquisição e estão **qualificados** e de tendo para **perfeito** contencias, inteligência e constatou haverá **analise** de **dados** e **ajuste** de **ofertas** e **condições** e **ofertas** e **recomendamos** ainda **ainda** com **ofertas** e **recomendamos** ainda **ofertas** e **recomendamos** ainda **ofertas** e **recomendamos** ainda

segurança do que está comprando e que o corretor tenha confiança de que sua comissão está garantida.

Certifique-se de passar mais **transparência**. Quando dados estão errados você pode acabar perdendo dinheiro ou pior ainda, perdendo a confiança do cliente e do corretor, isso acaba barrando vendas futuras. **A centralização dos dados é ponto primordial.**

Voltar ao menu

Dia D

Pós-Lançamento

Para concluir o lançamento, sempre precisamos **consolidar os dados e analisar os resultados**.

Quando falamos em consolidar os dados, estamos falando em ter todos os dados de clientes, reservas, propostas e pagamentos **em um único local**. E nesse sentido a confiabilidade dos dados deve ser extrema, ou seja, não podem ocorrer **vendas duplicadas**, cadastros de clientes errados ou divergência no fluxo de caixa.

Por isso é importante fazer todo o processo em um só sistema e evitando retrabalhos humanos, como por exemplo **recadastro** em sistemas diferentes ou em **planilhas**. Se forem usados sistemas diferentes (como um CRM e um ERP), estes devem ter uma integração nativa e trocando dados.

E em analisar os resultados, precisa-se finalizar com um **relatório completo**, contendo:

- fluxo de caixa;
- quantidade de reservas;
- quantidade de propostas;
- VGV (vendas de clientes com pastas e espontâneas);
- taxa de conversão.

Em posse desse relatório, avalia-se os **pontos positivos e os de melhorias**. Nesse momento já estamos nos preparando para os próximos lançamentos, para que alcancemos resultados ainda maiores ao **eliminar** todo o processo.

Voltar ao menu

Dia D

Cases de sucesso

"Não é nem meio dia e já vendemos mais de 70% das unidades"

Marco Aurélio
Sócio Diretor da Terra Urbanismo

166% da meta batida no dia do lançamento

Raphael Rocha
Três Incorporadora - ArtHaus

Dobro de reservas em lançamento digital

André Beiler e Fabiano de Marco
Idealiza Verticais - Aires de Plaza

Voltar ao menu

Elimine os principais problemas na operação de vendas do seu lançamento.

#RATEIRODAMETADEVENDAS

Próximos passos:

- Agende com nossos Especialistas
- Entenda em detalhes o CRM Facilita
- Faça um lançamento de sucesso!

Fale com um especialista

Dia D

Processo e Tecnologia

Essa dinâmica que apresentamos nesse capítulo é o resultado de muito aprendizado e de tentativa de **vários lançamentos de nossos clientes e de troca de experiências de como faziam antes e depois de contratar o CRM Facilita**. Portanto, o objetivo aqui é trazer insights para que você possa melhorar o seu processo durante os próximos lançamentos.

O que percebemos é que ter um processo bem detalhado e claro faz muta diferença nos resultados. E então a **tecnologia entra para potencializar esse processo**, ou seja, garante que o processo ocorra com **agilidade** e **segurança**.

Fale com um de nossos Especialistas para conhecer o Facilita Lançamentos e o Facilita Vendas e então planejar seu próximo lançamento com mais eficiência e **bater suas metas de vendas**.

Voltar ao menu

Facilita.

Agende com nossos especialistas para montar o planejamento do seu próximo lançamento com o CRM Facilita

Não perca mais tempo e dinheiro com processos de aprovação de pastas ineficientes. Agende agora uma reunião com nossos especialistas e planeje o seu próximo lançamento com segurança e previsibilidade nas vendas.

Agende com um de nossos Especialistas para planejar seu próximo lançamento:

Nome*

Email*

Celular*

Empresa*

Cargo*

Segmento principal*

Quando está previsto seu próximo lançamento?*

Agende com Especialista

Conteúdo Exclusivo

Acompanhe os próximos capítulos do nosso Guia Digital para Lançamentos Imobiliários

Conteúdo exclusivo para você **bater suas metas de vendas em todos lançamentos**

1º Capítulo – Liberado
Plastas digitais e previsibilidade de vendas

2º Capítulo – Liberado
Dinâmica para o dia D do lançamento

3º Capítulo – Breve
Investimento em marketing e definição de metas

4º Capítulo
Atendimento diferenciado para leads

5º Capítulo
CRM e ERP com dados sincronizados

6º Capítulo
Agilidade na assinatura digital do contrato

7º Capítulo
Métricas e benchmarking do mercado

Voltar ao menu

Elimine os principais problemas na operação de vendas do seu lançamento.

#RATEIRODAMETADEVENDAS

Próximos passos:

- Agende com nossos Especialistas
- Entenda em detalhes o CRM Facilita
- Faça um lançamento de sucesso!

Fale com um especialista

Clientes

*Empresas que já **confiam** sua jornada de vendas ao **CRM Facilita***

Estamos presentes em **todos os estados** do Brasil com mais de **600 clientes** atendidos

CYRELA · Brasal · PLAENGE · EBM · Trinus

Experiência

*Somos um **CRM** feito por **especialistas** no Mercado Imobiliário*

+600
Clientes atendidos em todo Brasil

+50k
Usuários Corretores

+7,6 bi
Em VGV nos últimos 12 meses

Agendar com Especialista

Facilita.

1º aplicativo do mercado imobiliário com todo processo de venda digital.
Liberdade para o corretor, controle para o gestor.

Quer saber como **bater meta** do seu próximo **lançamento**?