

MARKETING DIGITAL IMOBILIÁRIO: FERRAMENTAS E ESTRATÉGIAS

TECNÓLOGOS

BONZANINI, Marialva de Fátima Pereira.
BORGES, Thainandry Serafim.
JUNIOR, Luiz Valter Bonzanini.
SEDLACEK, Peterson Roberto.
MORENO, Josefa.



INTRODUÇÃO

O mercado imobiliário tem impacto significativo na vida das pessoas e influencia diretamente na sociedade de maneira geral, representando um dos setores mais importantes da economia em níveis mundiais. Sendo o imóvel um dos bens mais relevantes na vida de milhares de famílias, enquanto sua moradia ou investimento, é necessário que as empresas do ramo imobiliário prestem um serviço de excelência ao atender seus consumidores. O Marketing é o processo pelo qual as organizações criam valor no mercado através da comunicação de seus produtos/serviços a todas as partes interessadas. Dessa forma, o marketing digital é capaz de ser a solução para o sucesso das empresas que atuam no mercado imobiliário, agilizando o envio de informações com qualidade, conquistando novos clientes, proporcionando um relacionamento de confiança com os clientes que já conhecem o produto e destacando-se da concorrência. A internet e a evolução tecnológica são resultados de uma grande transformação na sociedade ao redor do mundo. Tal evolução é constante e consequentemente alterou o mercado imobiliário, o comportamento das pessoas e seus métodos de buscar com facilidade informações sobre o que procuram neste ramo, seja para morar ou investir. As infraestruturas digitais proporcionam uma comunicação rápida entre clientes e seus fornecedores, fazendo necessário que as empresas elaborem estratégias de marketing direcionadas aos seus clientes específicos, compreendendo as necessidades do mercado atual e consolidando ferramentas que agreguem valor aos produtos e serviços que oferecem.

DESENVOLVIMENTO

De acordo com Batista (2022), o mercado imobiliário é uma área comercial, com oportunidades excepcionais e poderoso para a economia mundial. Respectivamente, por esse imenso crescimento, os desafios dentro deste cenário tem se tornado cada vez maiores. Atualmente, frente a competitividade desse mercado, faz-se necessário que as empresas adquiram estratégias de comunicação focadas no avanço da tecnologia, tornando-se uma ação essencial de sobrevivência para os negócios deste ramo. Essas ações têm a intenção de buscar o marketing digital, que é um processo que envolve criação, oferta e demanda de produtos de todos os segmentos, que oferece ao cliente a melhor experiência de compra possível.

A American Marketing Association (2017), define marketing como um conjunto de estratégias que envolvem atividades de criação de conteúdo, comunicação entre clientes e fornecedores e entrega ferramentas de envolvimento para a sociedade em geral.

Conforme Almeida, (2023), o marketing digital exerce um papel fundamental no mercado imobiliário, construindo marcas de empresas e impulsionando imóveis nas redes sociais, sendo o maior portfólio da área imobiliária nos dias de hoje, para divulgação e procura de imóveis.

Atualmente, o Marketing não é mais uma opção para as empresas, se tornando uma necessidade com a evolução tecnológica. É fundamental e essencial para as empresas do ramo imobiliário buscarem estratégias eficazes de marketing, através de gestores de negócios preparados e com amplo conhecimento no cenário do mercado atual, na intenção de alcançarem as metas propostas com resultados significativos e se destacarem de seus concorrentes diretos.

METODOLOGIA

A análise de dados deste trabalho caracteriza a pesquisa como qualitativa considerando que foi pautada nas estratégias e ferramentas do marketing digital no mercado imobiliário e, não planejou generalizar dados. Do ponto de vista dos objetivos, a pesquisa configurou-se como exploratória, ao passo que intencionou ampliar a compreensão acerca da influência do marketing digital nas negociações imobiliárias atuais. E, em relação aos procedimentos técnicos, se caracterizou como um estudo bibliográfico, visto que a análise de informações foi feita através de artigos científicos referentes ao tema.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo compreender a importância do marketing digital no mercado imobiliário atual. Intencionou-se compreender como as tecnologias revolucionaram os negócios e tornaram eficientes o modo de acrescentar valor e agilidade aos serviços imobiliários, o marketing digital tem agregado cada vez mais nas estratégias das empresas em fazer a comunicação de seus produtos com qualidade. A partir da análise dos dados coletados, é possível compreender que o cenário no setor imobiliário tem influência direta do marketing digital e que as estratégias tecnológicas atuais têm crescimento mensurável em níveis mundiais. Frente a competitividade presente nesse setor, o marketing digital torna-se um meio de sobrevivência para as empresas que atuam na área comercial estabelecerem planejamento, técnicas e gestão para sua utilização de maneira adequada, alcançando os resultados almejados. Portanto, faz-se necessário que os gestores de negócios imobiliários tenham domínio dos conceitos e de estratégias oferecidas pelo marketing digital, se atualizando constantemente para aplicarem com assertividade essa ferramenta revolucionária no mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Ricardo. **A importância do Marketing no Setor Imobiliário**. Revista Técnica de Tendências em Comunicação Empresarial. ISCAP - Instituto Politécnico do Porto, Portugal. 2023.

AMA. **American Marketing Association**. 2017.

BATISTA, Diogo Rodrigues. **Marketing Digital Imobiliário**. Universidade Federal de Uberlândia. 2022.