

---

## A INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NO MERCADO IMOBILIÁRIO

Lavinie dos Santos Dias

Prof. Dr. Roberto Padilha Moia

Prof. Me. Ana Lucia da Rocha Silva (Orientadora)

Prof. Dr. Marcelo Salles da Silva (Coorientador)

### Resumo

Esse artigo é de caráter exploratório e descritivo, cujo objetivo é ilustrar como o mercado imobiliário encontrou no marketing digital uma forma de aumentar o seu capital e alcance. Independente da economia, é um mercado que consegue se manter e se apoiar na venda e locação de imóveis residenciais e comerciais. Com o marketing digital e auxílio da tecnologia, é possível apresentar diversos tipos de imóveis, tanto residenciais quanto comerciais, para diversos tipos de negócio e diversas partes do país. O estudo é dividido em cinco partes: Introdução, Fundamentação Teórica, metodologia de estudo, projeção do mercado e conclusão. Ao final desse artigo, espera-se apresentar o cenário atual e projetar os próximos passos para o crescimento do mercado e surgimentos de novas empresas nesse ramo.

**Palavras-Chave:** marketing digital; setor imobiliário; tecnologia; imóveis

**Editor Geral**

Prof. Dr. Roberto Padilha Moia

**Organização e Gestão**

Prof. Ms. Clayton Pedro Capellari

**Correspondência**

Alameda Nothmann, nº 598 Campos Elíseos, CEP 01216-000 São Paulo – SP, Brasil.

+55 (11) 3224.0889 ramal: 218

E-mail: [f272dir@cps.sp.gov.br](mailto:f272dir@cps.sp.gov.br)

## Abstract

This article is of an exploratory and descriptive nature, whose objective is to illustrate how the real estate market found in digital marketing a way to increase its capital and reach. Regardless of the economy, it is a market that manages to maintain itself and rely on the sale and leasing of residential and commercial properties. With digital marketing and the help of technology, it is possible to present different types of real estate, both residential and commercial, for different types of business and different parts of the country. The study is divided into five parts: Introduction, Theoretical Foundation, study methodology, market projection and conclusion. At the end of this article, it is expected to present the current scenario and design the next steps for market growth and the emergence of new companies in this field.

**Keywords:** digital marketing; real estate sector; technology; properties

## 1. INTRODUÇÃO

Com base no processo para excelência em venda e locação de imóveis. É este o maior desafio das plataformas digitais do setor imobiliário que busca no mercado atualmente para se tornarem a melhor opção na procura pelo novo lar e investimento. Em um mundo pós pandemia, usar o marketing digital a seu favor está sendo a melhor arma das empresas que disponibilizam imóveis para vender e alugar, proporcionando anúncios de ótima qualidade, produtos impecáveis e atendimento humanizado e ágil. (Marketing Digital: acessado em 22/10/22 20:28)

Empresas como Quinto Andar e Loft foram as primeiras empresas a desbravar esse mercado e usar a tecnologia a seu favor. Quando se trata de anúncio de imóveis, há diversas plataformas que possibilita ao proprietário anunciar o seu imóvel para vender ou alugar com total autonomia, livre de taxas de comissão e administração e ao cliente ter diversas opções para encontrar o lar ideal. Trazer esse proprietário para a plataforma e fazer com que ele aceite os termos para anunciar, vem sendo um desafio para as empresas que estão ingressando nesse nicho. (Proptechs: acessado em 29/11/2022 as 21:28) Neste contexto o mercado imobiliário ganhou diversas novidades no ramo tecnológico para auxiliar na diferenciação para os clientes, proprietários e corretores. Aplicativos avançados que mostram os imóveis cadastrados, visitas e propostas, possibilidade de o proprietário atualizar o seu imóvel sem precisar falar com

um atendente, tour 360 que mostra todo o imóvel para o cliente onde quer que ele esteja e relatórios para os corretores acompanharem os seus negócios. Tudo isso faz com que as imobiliárias digitais engulam as de bairro e tenha um alcance e conversão infinitamente maior.

O maior desafio que as novas empresas vão enfrentar será a competitividade com empresas consolidadas, imobiliárias de bairro e grandes administradoras de imóveis e precisarão de muito inovação e tecnologia para se sobressair e trazer o cliente para a sua base. Não basta ser o maior, a empresa que conseguir chamar a atenção do cliente, atendendo o mesmo com agilidade e excelência, fidelizará o cliente e conquistará mais espaço. (Como inovar no mercado imobiliário: acessado em 18/11/2022 14:35)

Esse artigo abordará as estratégias utilizadas pelas plataformas digitais de imóveis para aumentar o seu portfólio e performance e como elas encontraram, no marketing digital, a fórmula perfeita para serem as primeiras nas pesquisas e ser referência na venda e locação de imóveis.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

O objetivo deste artigo é entender os critérios de escolha do cliente para optar por comprar ou alugar um imóvel por intermediação de uma imobiliária e como as novas empresas do setor devem se comportar para captar esse cliente.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analisar os critérios de decisão do cliente na compra ou locação de imóveis
- Relacionar a tecnologia com o crescimento de startups do ramo de imóveis
- Identificar as oportunidades e desafios das novas empresas do mercado imobiliário
- Entender a evolução do mercado atual e projetar o cenário para os próximos anos

## **3. METODOLOGIA**

Para a construção desse artigo, foi realizado uma pesquisa exploratória de referências e fontes sobre os temas Marketing Digital e Mercado Imobiliário para explicar como as duas áreas estão interligadas atualmente, por meio de textos relacionados aos temas, análise das grandes empresas do setor e entrevistas com profissionais da área, a fim de trazer entendimento ao leitor.

A abordagem da pesquisa é qualitativa, reunindo dados de diferentes períodos para realizar um comparativo de crescimento do setor de imóveis ao longo do tempo, apresentar possíveis cenários para os próximos anos e dar voz a profissionais que possui relevância no mercado para trazer seus pontos de vistas com relação ao cenário estudado. O método de pesquisa quali-quantitativa “interpreta as informações quantitativas por meio de símbolos numéricos e os dados qualitativos mediante a observação, a interação participativa e a interpretação do discurso dos sujeitos (semântica)” (KNECHTEL, 2014, p. 106).

O cenário central de pesquisa será a internet, referências bibliográficas, com embasamento em artigos e textos fundamentados e o contexto será o mercado imobiliário aliado ao marketing digital pós pandemia para manter seu crescimento e aprimoramento de processos.

O objeto de pesquisa serão as plataformas digitais do setor, crm’s que atendem as imobiliárias, especialização dos profissionais para atuarem nesse mercado e percepção dos clientes com essa nova modalidade.

O procedimento da pesquisa será por meio de revisão bibliográfica, citando personalidades do marketing para explicar o conceito de marketing digital e documentos, reportagens e textos relacionados ao mercado imobiliário para fundamentar o tema abordado. Os conceitos analisados foram: Mercado imobiliário pós pandemia e A influência do marketing digital no mercado imobiliário. Os principais autores que contribuíram para este artigo foram Kotler (2005), Keller (2005), Costa (2002) e Fevo (2022).

#### **4. DEFINIÇÃO DE MARKETING**

De acordo com o autor Kotler (2007, p. 04) que cita a American Marketing Association para exemplificar a definição de marketing: O marketing é uma função organizacional e um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes,

bem como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado.

Conforme Kotler, marketing é identificar uma necessidade humana ou social e supri-la de forma lucrativa. Essa identificação de necessidade é chamada de oportunidade. Segundo Kotler (2001, p.54), “marketing é a arte de descobrir oportunidades, desenvolvê-las e lucrar com elas”.

Pride (2001, p.8), define marketing como:

Uma organização deve tentar oferecer produtos que satisfaçam as necessidades dos clientes por meio de um conjunto coordenado de atividades que também permitem que a organização alcance suas metas. A satisfação do cliente é o foco principal do conceito de marketing. Para implementar o conceito de marketing, uma organização esforça-se para determinar o que os compradores querem e usa essa informação para desenvolver produtos que satisfaçam esses desejos. Ele focaliza a análise do cliente, a análise da concorrência e a integração dos recursos da firma para dar ao cliente valor e satisfação, bem como dar lucros a longo prazo. A firma precisa também continuar a alterar, adaptar e desenvolvimento para se manter em dia com os desejos e as preferências mutáveis dos clientes.

Com base em Las Casas, o marketing é uma ação no mercado que se baseia na troca, sendo que troca é o oferecimento de um produto e o recebimento de algum benefício. (LAS CASAS, 2010)

Segundo Kotler (2007, p.5), existem cinco condições essenciais para que haja troca, são elas: 1. Que existam pelo menos duas partes; 2. Que todas as partes possuam algo que possa ter valor para as outras partes; 3. Que todas as partes tenham capacidade de comunicação e de entrega; 4. Que todas as partes estejam livres para aceitar ou recusar a oferta de troca; 5. Que todas as partes acreditem ser adequado participar da negociação.

Pensando no mercado imobiliário, é essencial que essas cinco condições estejam presentes para que a transação de compra ou aluguel se concretize. Todas as partes (proprietário, cliente, corretor e imobiliária) precisam sentir que estão ganhando alguma coisa com o negócio fechado e que, de alguma forma, estão impactando na rotina um do outro. Para que as partes se conecte, é necessário um mapeamento de clientes e proprietários que estão interessados em fazer negócio e participar da comercialização

do imóvel e é aí que a empresa precisa utilizar o marketing digital a seu favor para encontrar as personas e ter sucesso.

## **5. MARKETING DIGITAL**

O marketing digital é um conjunto de estratégias que possibilita a promoção de produtos e serviços de forma online, principalmente nas mídias sociais. Sua função é auxiliar as empresas a se comunicarem com o seu público de forma rápida, personalizada e assertiva. Philip Kotler define marketing como “o processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas satisfazem desejos e necessidades com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros”.

No mundo atual, as maneiras de tornar isso possível sofrem mudanças diariamente. As empresas precisam de preparação tecnológica, capacitação de pessoas e flexibilidade de mercado em relação a maior parte da população, independente do mercado de atuação, estão conectadas e cada vez mais e de forma online. O Marketing Digital é a principal forma de exercer e conceituar marketing nos dias atuais. Essa terminologia serve para conceituar todos os esforços de marketing no ambiente online. KOTLER (2017)

A organização pode estar em qualquer ambiente online, a escolha vai depender do tipo de público que se pretende alcançar, capital disponível para campanhas online e intenção de alcance e geração de leads. A sua prática e eficácia dependerá dos fatores culturais, geográficos, psicológicos, jurídicos e das necessidades da persona e grupo diretamente ligado ao nicho. KOTLER (2010)

Atualmente, o mercado imobiliário vem utilizando o marketing digital para achar o seu público e se sobressair na oferta de imóveis residenciais e comerciais, entendendo as necessidades da sua persona para proporcionar a melhor experiência na compra e locação do lar.

## **6. MERCADO IMOBILIÁRIO**

O mercado imobiliário é o segmento que engloba as transações de compra e locação de bens imóveis. O bem imóvel é considerado qualquer propriedade que não pode ser movida de um lugar para outro, a menos que haja mudança na sua estrutura. Nos termos do art. 79 do Código Civil, “[s]ão bens imóveis o solo e tudo quanto se lhe incorporar natural ou artificialmente” (Bem Imóvel acessado em 03/12/2022 as 17:35) por outro modo, bens imóveis são aqueles que se não podem transportar, sem destruição, de um lugar para outro, compreendendo o solo com a sua superfície, os seus acessórios e adjacências não artificiais (as árvores e frutos pendentes), o espaço aéreo e o subsolo.<sup>16</sup> Exemplos como terrenos, plantações, subsolo e construções feitas sobre um terreno, como casas e prédios, entre outros. Os imóveis podem atender a necessidades de moradia e acomodação de objetos e atividades comerciais e atendem pessoas físicas e jurídicas.

Para comercializar os imóveis, as imobiliárias precisam realizar um estudo de valor do imóvel considerando fatores externos como tempo de construção, localização, investimento potencial do bairro e imediações e momento econômico, que impacta diretamente nas taxas de financiamento. Esse estudo também pode ser realizado pelo Poder Público, prática denominada Valor Venal, que se baseia em uma análise da prefeitura da cidade onde a propriedade está localizada, possuindo seu próprio cálculo. O valor venal tem como principal objetivo auxiliar os proprietários a estabelecerem um valor de comercialização do imóvel e para o cliente ter ciência do mínimo a ser investido para adquirir o bem. (Como funciona o mercado imobiliário acessado em 22/10/2022 19:38)

De forma histórica, o mercado imobiliário funciona de forma cíclica, abordando quatro fases distintas, sendo elas: Recuperação, expansão, sobre oferta e recessão. A recuperação é a fase com maior taxa de imóveis vagos que, por sua vez, registra um aumento da procura. Pode-se dizer que é o período em que oferta e demanda estão em um nível mais equilibrado, com os preços se estabilizando ou até subindo, no caso de aluguel. Na expansão a demanda começa a crescer em maior velocidade que a oferta de imóveis e a vacância diminui, gerando o surgimento de novos empreendimentos imobiliários. Como o tempo de construção é, em média, 5 anos, ocorre um desequilíbrio que gera aumento nas novas unidades, alugueis e estoque de imóveis. (Como funciona o mercado imobiliário acessado em 22/10/2022 19:38) Neste

contexto, há um desequilíbrio entre a demanda e oferta, com o estoque de imóveis maior do que a procura, gerando a sobre oferta. Com isso, há uma necessidade de negociação das unidades de estoque e uma diminuição do volume de construções, tornando a compra de imóveis prontos mais favorável do que imóveis na planta.

Com base nos conceitos e fechando o ciclo, o momento em que a demanda está muito abaixo da oferta de imóveis, assimilando os imóveis vagos a prejuízos para incorporadoras e construtoras. Aliado a um cenário econômico duro, com a alta taxa de desemprego, o cenário resulta na diminuição de investimento na construção civil e perda de capital, forçando o mercado a se adequar com a diminuição dos preços, fazendo com que a compra de imóveis e negociação do valor do aluguel sejam favoráveis, fazendo com que o ciclo volte para a recuperação. A empresa que atua na comercialização de imóveis deve se preocupar com os chamados agentes imobiliários, pois são eles que movimentam o mercado, entre eles o setor de construção civil. Esse setor é responsável pela criação de novos imóveis e criação de novas oportunidades de negócio, esse grupo é formado por construtoras e incorporadoras. O outro grupo de agentes imobiliários atuam dentro do mercado, sendo eles, corretores de imóveis, imobiliárias, consultorias imobiliárias e compradores de imóveis. (Como funciona o mercado imobiliário acessado em 22/10/2022 19:38)

A tecnologia possibilitou a criação de startups para atender essa demanda de venda e locação de imóveis, ou como são chamadas, proptechs. De forma inovadora, essas empresas surgiram para atender necessidades e resolver problemas antigos do setor, com agilidade e humanização. Proptechs como Quinto Andar, Loft e Ublink vem investindo no estudo de marketing digital, tecnologia e excelência no atendimento para proporcionar ao usuário a melhor experiência na venda, compra e locação de imóveis. (Como funciona o mercado imobiliário acessado em 22/10/2022 19:38)

## **7. O IMPACTO DA PANDEMIA NO MERCADO IMOBILIÁRIO**

Com a pandemia da corona vírus, o setor precisou recorrer a tecnologia para se manter e se adaptar ao momento crítico. Realidade aumentada nos estandes de vendas, aprimoramento dos anúncios e contratos e assinaturas online foram algumas das

alternativas que construtoras, incorporadoras e imobiliárias encontraram para continuar crescendo. Segundo Luiz França, presidente da Abrainc, o maior desafio do ramo é o déficit habitacional, da ordem de 7,8 milhões de moradias. De acordo com um estudo da Abrainc, até 2030 serão necessárias 30,7 milhões de moradias para atender a população. (Abrainc: acessado em 03/12/2022 21:50)

O setor imobiliário está bem posicionado no processo de retomada econômica segundo Caio Megale. “A taxa de juros é baixa e deve permanecer em um dígito. A inflação, provavelmente, vai desacelerar lá pela frente”, afirma. Segundo ele, neste cenário os ativos reais são como uma proteção para períodos de alta da inflação, ainda que os custos de produção estejam mais pressionados. “A gente sente dos investidores um interesse muito grande pelo setor.” (Mercado Imobiliário se destaca na pandemia: acessado em 03/12/2022 14:07)

De acordo com dados de 2020 da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), o mercado imobiliário cresceu 26%, isso porque as pessoas começaram a se preocupar bem mais com o espaço em que moravam. Como estavam a maior parte do tempo em casa, a necessidade de morar em um lugar com sacada, ambientes abertos e perto do comércio aumentou consideravelmente, além de ter a preocupação de montar um espaço em casa para trabalhar. Alguns fatores contribuíram com a mudança de área, como a queda da taxa de juros, que caiu de 11,3% em 2018 para 6,9 em 2020, bem como crédito mais acessível. Com isso, as vendas aumentaram 57,5% no terceiro trimestre de 2020 comparado ao segundo trimestre do mesmo ano e possuía uma grande expectativa para 2021. (Porque o mercado Imobiliário cresceu na pandemia: acessado em 29/11/2022 22:48)

Em 2021 o mercado de lançamentos, que estava em baixa no ano anterior, começa a se recuperar e um dos maiores contribuintes é a baixa dos preços de insumos para construções dos empreendimentos, bem como a baixa da taxa Selic, que em 2020 já registrava baixa histórica, chegando a 2%. O financiamento de imóveis também oferece boas condições para comprar imóveis, com o aumento de limite de crédito imobiliário e baixa dos juros. Entende-se que a pandemia favoreceu o setor imobiliário, já que a população precisou de adaptar com a nova realidade de isolamento social e com a ideia de trazer o escritório para o ambiente familiar. A busca por lugares mais aconchegantes, perto dos grandes centros e comércios e com maior qualidade de vida foram pontos cruciais para que o setor continuasse fortalecido. (Porque o mercado Imobiliário cresceu na pandemia: acessado em 29/11/2022 22:48)

## **8. AUMENTO DA TECNOLOGIA - MARKETING E VENDAS**

No contexto de atuação do marketing e vendas das empresas do ramo, houve um aumento área de tecnologia para conseguir atrair a persona e concretizar o negócio. Anúncios com tour 360º que permitem que o cliente possa visitar o imóvel de qualquer lugar, a implantação de um CRM para expandir a divulgação nos portais imobiliários e otimização do atendimento foram alguns dos diferenciais que as empresas encontraram para continuarem crescendo. A gestão de anúncios virou pauta principal no setor de marketing, considerando que os proprietários de imóveis tinham a necessidade de comercializar o seu imóvel de forma rápida e efetiva e também pensando no cliente para facilitar a busca e análises de preços, imóveis, localização e outros fatores que impactam a transação de compra e locação. (Como a tecnologia está afetando o setor imobiliário acessado em 05/12/2022 as 21:11)

A utilização de aplicativos também entra para facilitar a vida de todos os envolvidos no mercado, já que a persona pode buscar imóveis de qualquer lugar e ter atendimento rápido e personalizado de corretores e centrais de atendimento das imobiliárias para tirar dúvidas e encontrar o imóvel dos sonhos.

## **9. A INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NO MERCADO IMOBILIÁRIO**

Com base nos conceitos o cenário atual para os próximos meses é bem positivo, identifica-se que o mercado está acelerando conforme a situação do país e vem se acalmando. A mudança de estilo de vida das pessoas pós pandemia favorecerá a comercialização dos seus antigos imóveis para atender uma demanda de alta procura do mercado de usados. Nos últimos 12 meses, 75% das pessoas que compraram um imóvel optaram por um usado, muitos deles prontos para morar. “95% dos imóveis que a gente vende, hoje, são imóveis prontos, os chamados imóveis usados. A procura, hoje, é muito maior pelo imóvel pronto, aqui na nossa região e na nossa imobiliária”, explicou Felipe Adauto, dono de uma imobiliária. (Alta na busca de imóveis usados: acessado em 01/12/2022 19:51)

Com o aumento e aderência do home office, o desejo de comprar ou alugar um novo imóvel que possibilite essa prática também tende a aumentar, fazendo com que o mercado continue aquecido. Segundo Kristian Huber, cofundador e vice-presidente de negócios da Loft, também em entrevista à Casa Vogue, “a demanda por compra e venda de imóveis seguirá sendo uma forte tendência em 2022(...): o mercado imobiliário é um investimento sólido, é uma classe de ativos consolidada e o imóvel residencial no Brasil sempre foi uma reserva de valor. Ou seja, se houver uma crise muito grande, o imóvel estará lá.”. (Cinco tendências para o mercado imobiliário em 2022: acessado em 01/12/2022 21:04)

Pensando no cenário pós pandemia, a tecnologia também estará em total evidência, considerando que as visitas e assinaturas virtuais quebrarão barreiras de tempo e espaço, possibilitando o negócio de qualquer parte do mundo e a qualquer momento. Uma evidência que prova esse fato é um estudo realizado pela Capterra que aponta que 37% dos consumidores utilizaram o marketplace imobiliário para encontrar imóveis, seguido das imobiliárias digitais, que ocupam 21% dos entrevistados. Em seguida vem as plataformas de e-commerce com 19%, redes sociais com 13%, imobiliária física com 7% e, por último, o corretor autônomo com 3%. (Estudo CapTerra acessado em 06/12/2022 as 23:11)

Pensando em crédito imobiliário, a tendência é que a disponibilidade de bancos e financeiras para oferecer crédito aos clientes seja alta, dada que a taxa Selic estará em níveis menores do que em outros períodos. O crédito imobiliário concedido pelo BRB, de janeiro a junho deste ano, foi de R\$ 1,45 bilhão, considerando financiamento no segmento a pessoas físicas e jurídicas. Só no mês de junho, foram concedidos mais de R\$ 560 milhões.

“Os números são muito importantes, sobretudo em um cenário de recuperação econômica pós-pandemia, onde tantas vidas e famílias foram impactadas. A compra da casa própria está relacionada à confiança e à realização do sonho da moradia própria. Nós do BRB estamos muito felizes em poder participar da vida das pessoas em um momento especial”, afirma o presidente do BRB, Paulo Henrique Costa. (Concessão de crédito imobiliário: acessado em 06/12/2022 22:05)

A busca por espaços maiores e mais lazer no condomínio também influenciará as escolhas da pessoa, considerando que a ideia é que o morador fique mais em casa e

procure algum tipo de lazer dentro do condomínio, evitando aglomerações. Além do perfil do cliente, o perfil dos imóveis em alta também se modificou. De fato, a crise do coronavírus voltou o olhar de todos para o lar e para o viver bem em casa, o que mais do que nunca reforçou a importância de uma moradia confortável e aconchegante.

O estudo da CBIC revelou um dado interessante: 19% dos entrevistados afirmaram que não considerariam comprar um imóvel sem varanda. Na faixa da renda acima de R\$ 13.492,01, 40% das pessoas declararam que a quarentena e o isolamento social modificaram seus desejos imobiliários. (Mudança de perfil de imóvel: acessado em 07/11/2022 21:59)

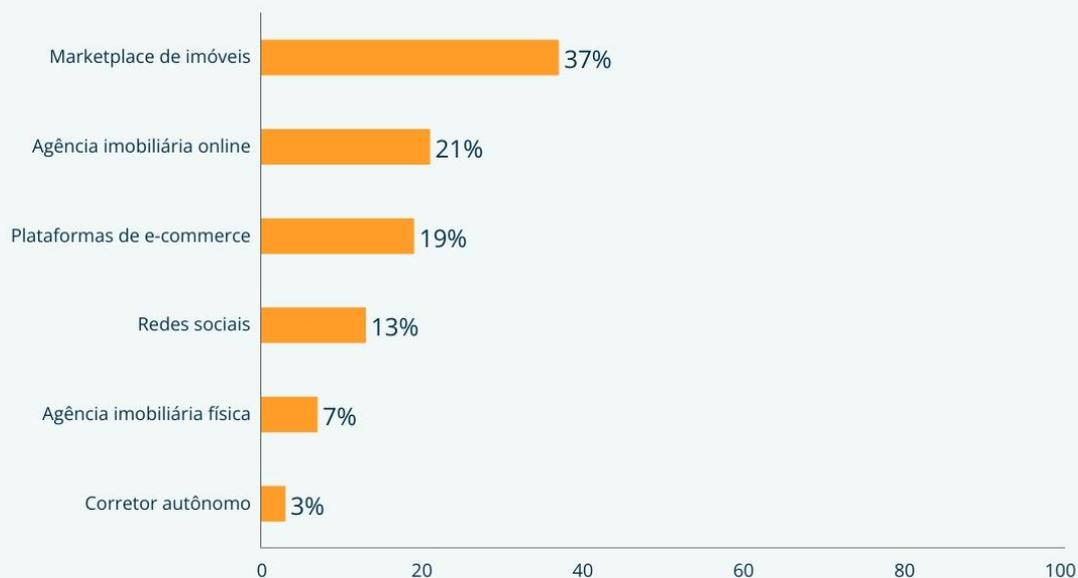
No entanto, uma das tendências do mercado para os próximos anos será a robotização da comunicação das imobiliárias com os clientes em níveis primários, filtrando as dúvidas e direcionando aos setores responsáveis para otimizar o atendimento.

## **10.RESULTADOS**

Para ilustrar o impacto da tecnologia e marketing digital no mercado imobiliário, entende-se que inicia com dados fornecidos pela ANATEL que, segundo pesquisa, aponta que o uso da internet aumentou de 40% a 50% durante a pandemia da corona vírus, fazendo com que as empresas se sentissem pressionadas a migrar para o mundo digital.

Evidencia-se que o novo normal pós pandemia, os novos hábitos de consumo se mantiveram e as imobiliárias que conseguiram estabelecer um contato com o digital tiveram vantagem. Dados fornecidos pela CapTerra apontam um crescimento na procura de imóveis de forma online, por meio de marketplaces e imobiliárias digitais, conforme gráfico abaixo:

## Os principais canais usados pelos consumidores para pesquisar imóveis



Fonte: Estudo sobre tendências do mercado imobiliário  
P: Qual o principal canal que você usou para pesquisar imóveis?  
n: 1000



<https://www.capterra.com.br/blog/2614/tendencias-mercado-imobiliario> acessado em 06/12/2022 23:11

Com base nos dados estatísticos observa-se que a pandemia fez com que os hábitos dos clientes sofressem mudanças, fazendo com que a procura de imóveis se tornasse algo digital e automático. Além da procura de imóveis, há também uma influência na forma com que os clientes interessados analisem antes de visitar, por meio de fotos profissionais, vídeos e tour 360. Isso acontece por conta da praticidade e rapidez com que o cliente consegue informações sobre o imóvel sem precisar visitá-lo pessoalmente. Segundo estudo realizado, 86% dos respondente dizem analisar as imagens do imóvel, 76% as descrições e 49% o tour virtual do imóvel de interesse. Tudo isso atrelado a uma plataforma 100% online e um crm que gerencia os imóveis e leads que chegam, fazem com que as proptechs sejam o caminho mais promissor para o mercado imobiliário nos próximos anos.

## 11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio das análises realizadas com base no referencial de pesquisa, foi observado que o marketing digital agrega valor e aprimora os processos já existentes no mercado imobiliário, otimizando etapas manuais, além de personalizar a experiência com o cliente. Também foi observado que os clientes escolhem as imobiliárias de acordo com o atendimento prestado, priorizando o atendimento humanizado para tratativas e a tecnologia para a etapa burocrática. O preparo da persona vem sendo cada vez maior, pois realiza inúmeras pesquisas para ter poder de negociação e conhecimento do setor e assim efetivar o negócio e esperar o mesmo da empresa prestadora de serviço.

Contudo, pode-se afirmar que para os próximos anos, será praticamente impossível que as duas áreas andem sozinhas, sendo responsáveis pelo sucesso das imobiliárias e corretores de imóveis.

Pensando no objetivo geral deste artigo, é possível concluir que as plataformas digitais no mercado imobiliário que entender as necessidades e dores da sua persona terão mais chances de concretizar o negócio e sair na frente dos concorrentes. Também é possível concluir que a tecnologia teve grande impacto no crescimento e destaque, fazendo com que as empresas conseguissem atender o mercado de trabalho com rapidez e facilidade na relação com o cliente.

## **FONTES CONSULTADAS / REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Abrainc: <https://www.abrainc.org.br/abrainc/2020/09/29/abrainc-brasil-tera-demanda-por-mais-307-milhoes-de-novas-residencias-ate-2030/> 03/12/2022 21:50:51

Alta na busca de imóveis usados - <https://www.band.uol.com.br/noticias/jornal-da-band/ultimas/pesquisa-mostra-alta-na-busca-por-imoveis-usados-preco-esta-entre-as-vantagens-16528416> 01/12 19:51:03

Bem imóvel: <https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/477/edicao-1/bens-moveis-e-imoveis> 03/12/2022 17:35:34

Cinco tendências para o mercado imobiliário em 2022 -

<https://www.tarjab.com.br/blog/mercado-imobiliario/as-5-principais-tendencias-do-mercado-imobiliario-para-2022/> 01/12 21:04:02

Como a tecnologia está afetando o setor imobiliário -

<https://www.novaepoca.com.br/blog/como-a-tecnologia-esta-afetando-o-setor-imobiliario/35> 05/12/2022 21:11:23

Como funciona o mercado imobiliário: <https://conteudos.quintoandar.com.br/como-funciona-o-mercado-imobiliario/> 22/10/2022 19:38:03

Como inovar no mercado imobiliário - <https://blog.movingimoveis.com.br/como-inovar-na-imobiliaria/> 18/11/2022 14:35:48

Concessão de crédito imobiliário -

<https://anoticiadigital.com.br/noticia/42361/concessao-de-credito-imobiliario-supera-r-1-4-bilhao-em-2022> 06/12/2022 22:05:01

Costa, Nelson Eduardo Pereira da. Marketing imobiliário. Brasil, AB, 2002. 03/12/2022 19:00:47

Estudo CapTerra - <https://www.captterra.com.br/blog/2614/tendencias-mercado-imobiliario> 06/12/2022 23:11:36

Feyo, Miguel Noronha. Marketing e vendas no ambiente digital. Brasil, Editora Senac São Paulo, 2022. 02/12/2022 18:16:15

Keller, Kevin Lane, and Kotler, Philip. Administração de marketing. Brasil, Pearson Prentice Hall, 2005. 30/11/2022 20:46:45

Marketing digital: <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-digital/> 23/10/2022 14:12:24

Marketing digital para o mercado imobiliário: <https://www2.impac.to/blogpost/como-o-marketing-digital-para-o-mercado-imobiliario-ajudou-os-negocios-em-2020/> 12/09/2022 21:50:55

Marketing Imobiliário: <http://room33.com.br/blog/2017/03/05/marketing-imobiliario/> 22/10/2022 20:28:39

Mercado Imobiliário - pós-pandemia: <https://www.aqua.com.br/blog/mercado-imobiliario-pos-pandemia> 31/10/2022 09:16:00

Mercado Imobiliário se destaca na pandemia:

<https://www.abecip.org.br/imprensa/noticias/mercado-imobiliario-se-destaca-na-pandemia-e-preve-crescimento-para-2021> 03/12/2022 14:07:05

Mercado Imobiliário - Tendências: <https://blog.bild.com.br/tendencias-mercado-imobiliario/> 31/10/2022 10:02:05

Mudança de perfil de imóvel - <https://www.aqua.com.br/blog/mercado-imobiliario-pos-pandemia> 07/11/2022 21:59:05

Porque o mercado Imobiliário cresceu na pandemia? -

<https://www.soedil.com.br/blog/por-que-o-mercado-imobiliario-cresceu-na-pandemia#:~:text=De%20acordo%20com%20dados%20divulgados,crescer%20tanto%20durante%20a%20pandemia.> 29/11/2022 22:48

Proptechs - <https://canaltech.com.br/startup/proptechs-10-startups-do-mercado-imobiliario-que-facilitam-muito-a-sua-vida-165461/> 29/11/2022 21:28