

MARKETING EMOCIONAL

para corretores





VOCÊ JÁ CONHECE O HOMER?

Somos uma plataforma completa para corretores formarem parcerias imobiliárias. Pensando na vida agitada de um corretor, criamos uma ferramenta online, em forma de aplicativo e site, onde você publica os imóveis que representa e que procura para seus clientes. Nossos robózinhas fazem o cruzamento dos dados e encontram automaticamente as melhores parcerias.

Sabemos que muitos corretores sentem-se inseguros na hora de fazer parcerias com medo de não receber a comissão do parceiro após a conclusão da negociação. Pensando nisso, se você e seu parceiro fecharem um negócio através do Homer, a gente **GARANTE** que você receba a **comissão** caso o seu parceiro receba e não repasse a sua parte. Iniciou uma parceria pelo Whatsapp e quer garantir a sua comissão? Formalize a negociação com seu parceiro usando o Homer e não fique sem comissão!

Já deu pra entender uma das vantagens de ser Homer? Você não precisa mais ficar perdido nos grupos de parcerias no WhatsApp. Tudo isso de forma segura, você não precisa se preocupar em ter outros corretores se aproveitando dos seus imóveis. E o melhor: **totalmente gratuito e sem participação na comissão.**

[PARA ACESSAR O HOMER CLIQUE AQUI](#)



SOBRE ESTE E-BOOK

As emoções desempenham um grande papel nas decisões do dia a dia. Neste e-book apresentamos as principais dicas e informações para vender mais usando **Marketing Emocional**. Você vai conhecer o que é e como aplicá-lo em suas negociações e ter mais sucesso com seus clientes!

Boa leitura!

ÍNDICE

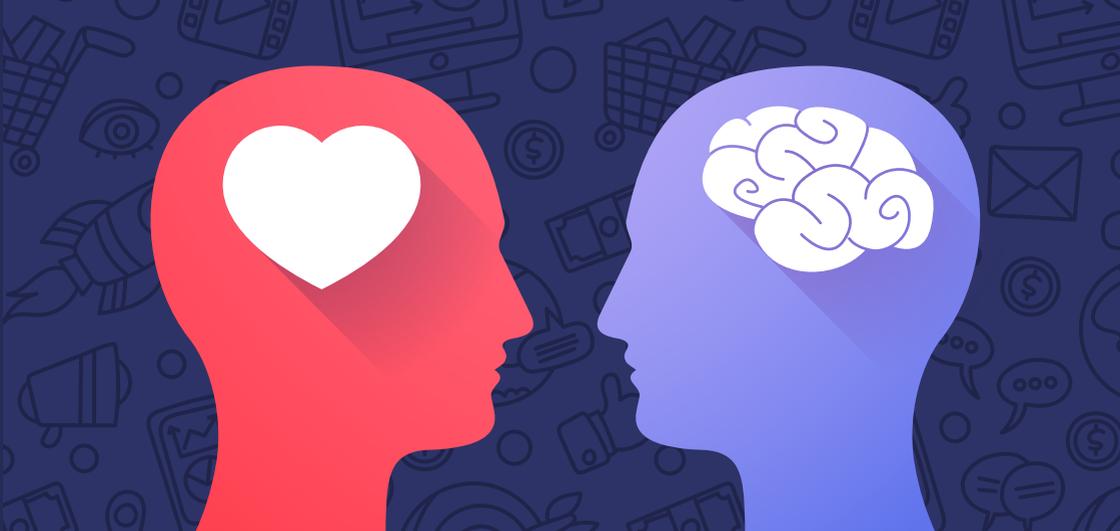
Introdução	05
Marketing Emocional	06
Storytelling e a conexão emocional	07
Ouça seu cliente	09
Pilares do Marketing Emocional	10
Como as emoções influenciam às ações e intenções dos clientes?	11
Como juntar as emoções e o marketing	13
Diferenciais dos corretores que utilizam o Marketing Emocional	14
Conclusão	15



INTRODUÇÃO

As emoções se caracterizam como principal combustível para mover o ser humano. A intensidade do que sentimos é proporcional ao nível de envolvimento, ou seja, emoções mais fortes, geralmente, resultam em conexões mais fortes. Se baseando nisso, percebe-se como **Marketing Emocional** é uma ferramenta eficiente para conquistar e fidelizar clientes.

Essa tática lhe proporciona um novo jeito de vender imóveis e aumentar sua chance de sucesso. Uma negociação conduzida com **Marketing Emocional** irá lhe auxiliar a fechar mais negócios e sempre estar um passo a frente da concorrência!



MARKETING EMOCIONAL

Essa estratégia de marketing aborda o consumidor através da **emoção e afinidade**. Destaca-se o uso em datas comemorativas de grande memória afetiva, como, Dia das Mães, Dia dos Namorados e Natal. O objetivo, além de suprir necessidades e satisfazer desejos do público, é proporcionar ao cliente a sensação de atendimento personalizado e ser valorizado pelo corretor.

Essa abordagem de venda se caracteriza por não colocar em destaque os elementos de cunho financeiro: preços, condições de pagamento, entre outros. O marketing emocional conversa com o consumidor abordando valores pessoais e sua necessidade específica.

O produto, nesse caso o imóvel, se relaciona com o cliente e é capaz de despertar uma sensação positiva que o leva, com maior facilidade, ao ato da compra ou de alugar. Em resumo: o corretor não desempenha prioritariamente o papel de vender, mas de atrair clientes e garantir-lhes a sensação de satisfação.



STORYTELLING E A CONEXÃO EMOCIONAL

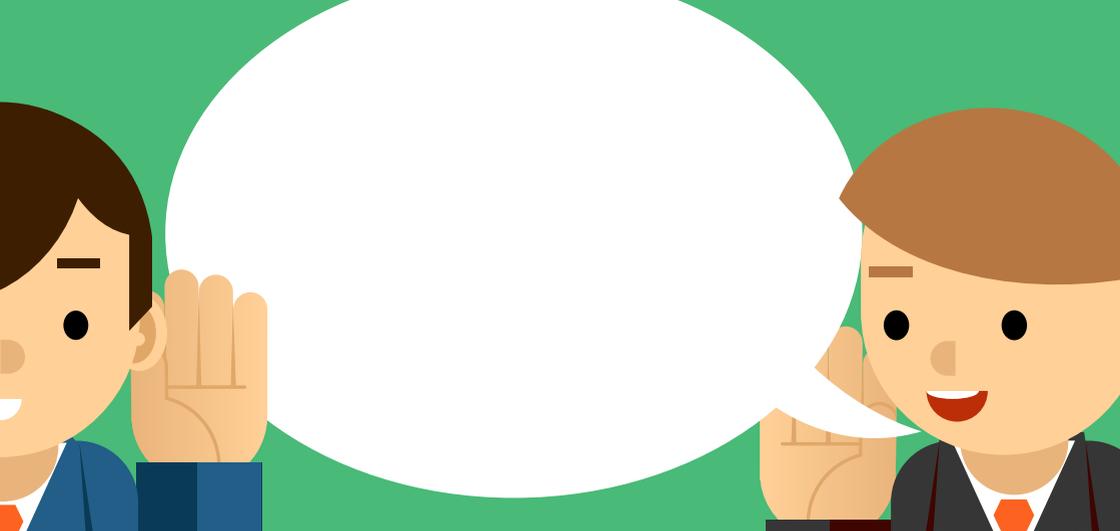
Storytelling é “contar uma história”, criar uma narrativa relevante e cativante. No seu caso, levar uma boa história de algum cliente, uma venda de sucesso mesmo com diversas dificuldades ou algum imóvel que seja a realização do sonho de uma família. Tudo sempre alinhado com o perfil do seu cliente.

Esse pilar do **Marketing Emocional** é eficiente, pois a conversa estabelece ligações interpessoais profundas e verdadeiras. O corretor ao usar essa estratégia cria laços mais fortes com seus clientes e facilita a expansão das suas parcerias imobiliárias. Aqui vão 4 formas para criar um bom storytelling:

- *Crie histórias que provoquem empatia;*
- *Busque emoções de acordo com a características do seu cliente;*
- *Utilize gatilhos mentais para fortalecer a conexão emocional;*
- *História totalmente verdadeira.*

Com a comunicação muito mais rápida e relacionamentos superficiais é preciso criar uma lembrança na memória do consumidor, afinal, você como corretor de imóveis sabe que convencer as pessoas está no seu dia a dia. **Aprimorar as suas narrativas** pode ser útil e decisivo para que os **clientes fechem negócio com você**.





OUÇA SEU CLIENTE

Você procura realmente ouvir seus clientes durante a negociação? Ouça de maneira que compreenda o propósito dele em vender, comprar ou alugar um imóvel. Vários fatores emocionais influenciam na hora que o cliente te procura buscando o melhor imóvel que você pode oferecer.

Ouça com atenção e afetividade tudo que ele diz, pois são com essas informações que você consegue embasar as tomadas de decisões para negociar uma compra, venda ou aluguel de imóvel. Se atentar nas informações de um cliente e como ele as expões é fundamental para entender e interpretar suas necessidades e desejos.

Ouvir é a chave para conquistar a venda.



PILARES DO MARKETING EMOCIONAL

Autenticidade

Cuidado com as falsas histórias. Isso pode fazer você perder a credibilidade em relação ao cliente, então seja autêntico e único. Traga narrativas de superação, alegria e desejo em relação a compra do imóvel tão sonhado.

Relevância

A relevância da narrativa é essencial. Imagina levar uma história com humor na hora errada ou para um público sério. É importante que você conheça sua persona e suas necessidades, para que as ofertas atendam da melhor maneira o seu público.

Humanização

Seus clientes se conectam com história com elementos humanos, por isso, evite um conteúdo muito estruturado, entediante e excessivamente corporativo. Quando você conta histórias impactantes, seu público lembra dos sentimentos que eles experimentaram e dos elementos da sua história com os quais eles se conectam.



COMO AS EMOÇÕES INFLUENCIAM AS AÇÕES E INTENÇÕES DOS CLIENTES?

É importante entender cada emoção a ser passada para não errar na hora de prospectar e saber justamente o que fazer para cada situação e cliente. Fizemos um e-book sobre tipos de clientes para você se manter ainda mais atualizado:

BAIXE AQUI O EBOOK SOBRE TIPOS DE CLIENTES

E agora vamos falar sobre 4 emoções básicas:



FELICIDADE



RAIVA



TRISTEZA



STRESS

Felicidade

Investir na sensação de felicidade fará seu cliente se sentir realizado e disposto de fechar o negócio com você. Traga as vantagens que o cliente terá em morar naquela casa ou apartamento, no bairro ofertado e com aquele estilo de vizinho. Para essa emoção é o momento de liberar as vantagens que seu imóvel tem.

Raiva

Utilizar desse estado para fazer uma venda é o momento de trazer o incômodo, raiva ou insatisfação que seu cliente possui com o imóvel atual, o bairro onde mora, os vizinhos que tem e assim por diante. Lembrando que isso viria de acordo com as características e necessidades de cada cliente.

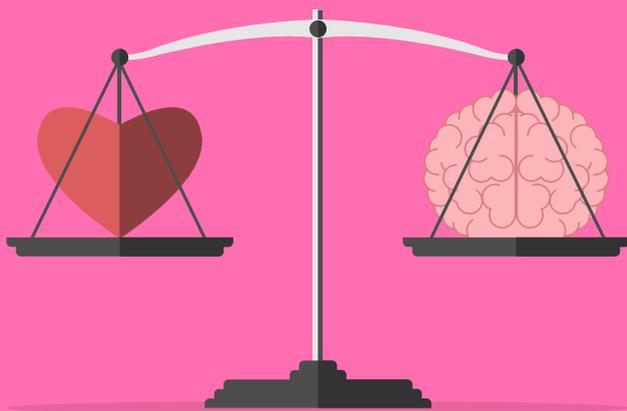
Tristeza

Um pouco diferente da raiva, as pessoas não costumam vender utilizando a tristeza em si, mas sim o que ela costuma despertar nas pessoas, como, assistir um vídeo triste na rede social não te estimula a comprar, mas cria em você empatia, sensibilidade e generosidade.

Estresse

Essa é a emoção que mais as pessoas falam para justificar a vontade de comprar. Certamente você já deve ter escutado “vou ao shopping para desestressar”. Esse tipo de venda emocional, combina muito com imóvel por temporada, onde os clientes precisam de imóveis para viajar e descansar em suas férias.

Um pesquisa promovida pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em 2016 **revelou que 36,3% dos entrevistados fazem compras para aliviar o estresse.**



COMO JUNTAR AS EMOÇÕES E O MARKETING

Adapte a linguagem ao cliente:

Algumas palavras funcionam muito bem para certo públicos e podem ser um desastre para outras pessoas. Um exemplo é a utilização da palavra "oferta": em algumas ocasiões pode despertar a felicidade, desejo de bem estar e satisfação no cliente. Agora se você utilizar a mesma palavra para um público específico, com a procura de imóveis mais luxuosos, ela pode soar como popular e gerar medo ou irritação.

O mesmo acontece quando você apresentar imóveis para pessoas jovens, a linguagem e as vantagens de localização e lazer não podem ser a mesma para um público mais velho, como um casal de idosos, por exemplo. São públicos com gostos, manias, desejos e pensamentos diferentes, um corretor atualizado e que busca atender bem seus clientes precisa seguir esses passos.

Inspire confiança

Diga e faça apenas o que for cumprir ou o que estiver no contrato, não basta gerar sensação de felicidade na apresentação do imóvel mas no final o cliente sair insatisfeito e arrependido de ter fechado o negócio com você e com aquele imóvel. Seja o mais sincero e coerente possível, isso irá gerar uma boa venda e uma possível fidelidade para você.

Crie um sentimento de pertencimento

Invista em **Marketing de Experiência** e surpreenda seu cliente de uma maneira positiva. Faça seu cliente se sentir morando naquele imóvel em uma visita de forma diferente e inovadora.

Diferenciais dos corretores que utilizam o marketing emocional :

- Oferecem uma experiência emocional para os clientes;
- Entendem os gatilhos emocionais de seus clientes, relacionando-os com seus produtos ou serviços;
- Trabalham com mensagens que elevem a autoestima e valorizem as emoções e vontade dos consumidores fecharem o negócio;
- Se comunicam emocionalmente com seus consumidores, focando na maneira como eles poderão se sentir ao comprar e usufruir o imóvel comprado;
- Provocam emoções como felicidade, desejo, saudade, amor, entre outras.



CONCLUSÃO

Neste e-book você conheceu o Marketing Emocional, uma estratégia para gerar impacto nos seus clientes e garantir a venda. Conhecer as emoções que guiam o consumidor é essencial e saber utilizá-las durante uma negociação pode ser o fator decisivo entre uma venda de sucesso ou não. Portanto, invista na criação de novos métodos para encantar e guiar as emoções de seus clientes. Dessa forma que você conseguirá motivá-lo com as mensagens mais adequadas, reagindo da maneira desejada e tomando ações a favor.

Obrigado por
baixar nosso
e-book!



Temos certeza que seu talento somado ao que você aprendeu até aqui, vão ajudar a impulsionar sua carreira. Esperamos ter ajudado e se tiver com alguma dúvida entre em contato através dos nossos canais:



[/homerparcerias](#)



[@homerparcerias](#)



bit.ly/linkedinhomer



homer.com.br