

Treinamento de Conversão de Leads para Corretores da Construtora Cury

Como transformar leads em vendas com relacionamento, inteligência emocional e marketing de alta performance

Bem-vindos a este treinamento especialmente desenvolvido para corretores da Construtora Cury. Vamos explorar estratégias práticas e eficazes para transformar seus leads em vendas concretas.



Quem Sou Eu?



Olá, pessoal! Sou André Aguiar, escritor e especialista em Marketing de Relacionamento, Inteligência Artificial e Vendas com Inteligência Emocional.

Sou autor dos livros Marketing 6.5, Marketing de Relacionamento, Arquétipos que Conectam e Inteligência Artificial no Marketing Digital.

Hoje vamos elevar o seu poder de conversão com uma metodologia prática, centrada em comportamento humano e relacionamento verdadeiro com o cliente.

Quebra de Crenças Limitantes

Todo lead é uma oportunidade disfarçada

Se você acredita que "lead digital não compra", precisamos trabalhar isso. Vamos ver casos reais de conversões inesperadas que começaram com um "não".

Caso Real de Conversão

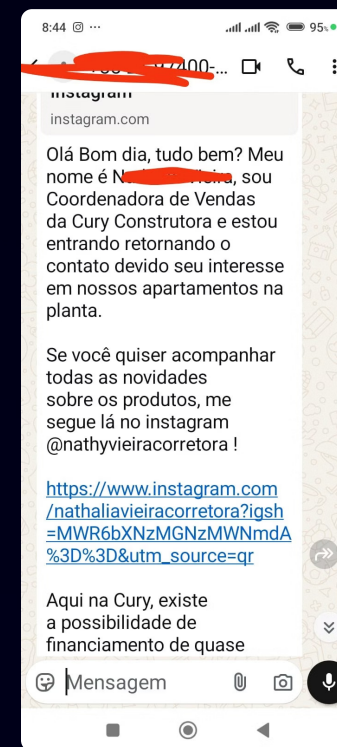
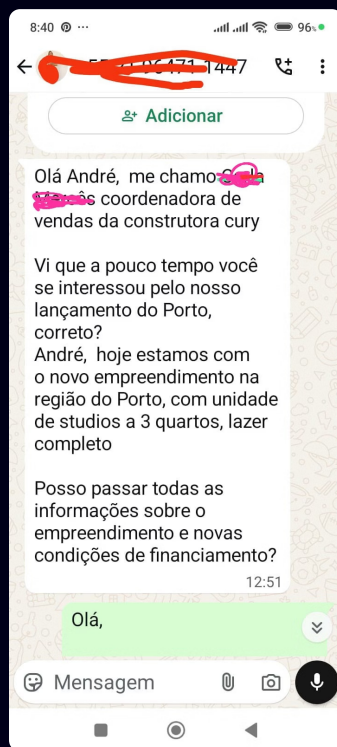
"Recebi um lead incompleto e frio. Mande uma mensagem me apresentando e perguntando se ele tinha preenchido o formulário para acesso gratuito a dicas e descontos nos empreendimentos da CURY... Usei escuta ativa, pedi atualização e entendi que buscava imóvel para o filho. A IA ajudou com argumentos. Mostrei uma unidade ideal com escassez. Usei pertencimento e fechei em 7 dias. Tudo mudou com empatia."



Primeiro Contato a gente nunca esquece

Destaque-se

"Todo mundo está vendendo as mesmas unidades para os mesmos LEADS"



Para se destacar da concorrência, você precisa criar uma abordagem única e memorável desde o primeiro contato com seu lead.

Primeiro Contato a gente nunca esquece

1 Cumprimente e identifique-se com simpatia

"Oi [Nome], tudo bem? Aqui é o [Seu nome], consultor especializado em imóveis com foco no [programa Minha Casa Minha Vida / imóveis de alto padrão, dependendo do caso]."

2 Mostre que sabe algo sobre ele (contexto do lead)

"Vi que você se interessou por imóveis na região de [bairro/cidade] e gostaria de entender melhor o que está buscando."

3 Use uma pergunta simples e envolvente

"Você já tem ideia do valor de entrada que pode investir ou quer que eu te ajude com uma simulação gratuita?"

4 Use um gatilho mental sutil (exclusividade ou urgência)

"Temos algumas unidades com condições especiais que não estão sendo anunciadas ainda."

5 Finalize com convite para continuar a conversa

"Posso te mandar algumas opções que combinam com o seu perfil? Prefere aqui no WhatsApp ou por e-mail?"

Exemplos Completos de Mensagem Inicial

Perfil Minha Casa Minha Vida

"Oi, Ana! Tudo bem? Aqui é o João, especialista em imóveis com foco no Minha Casa Minha Vida. Vi que você se interessou por apartamentos em [bairro]. Você já tem ideia do quanto pode investir de entrada ou quer que eu faça uma simulação gratuita com o subsídio que você pode ter? Temos algumas condições especiais que não aparecem nos anúncios. Posso te mandar as melhores opções por aqui mesmo?"

Gatilhos: personalização, exclusividade e pergunta direta

Perfil Classe A ou B

"Olá, Paulo! Tudo certo? Me chamo Carla e sou consultora em imóveis de alto padrão. Notei seu interesse no [empreendimento/bairro], e queria entender melhor se você busca moradia ou investimento. Tenho acesso a unidades exclusivas com alto potencial de valorização. Prefere receber as oportunidades por aqui ou agendamos uma conversa rápida?"

Gatilhos: exclusividade, autoridade, pergunta aberta

Texto ou Áudio

1. Primeiro contato: TEXTO é mais eficaz

- O texto respeita o espaço do cliente: ele pode ler no tempo dele.
- Evita rejeição imediata (áudios de desconhecidos raramente são ouvidos).
- Permite ser claro, objetivo e transmitir profissionalismo.

2. Segundo contato em diante: ÁUDIO (curto) cria conexão emocional

Por quê? A voz transmite empatia, segurança e humaniza o atendimento.

Gera mais engajamento emocional, principalmente em públicos com baixa familiaridade digital (classes C e D).

Segundo Jeb Blount (Inteligência Emocional em Vendas), a voz ativa o senso de "presença humana", essencial para criar confiança.

Regras de ouro para áudios:

- Nunca envie no primeiro contato.
- Mantenha os áudios com menos de 40 segundos.
- Sempre anteceda com um texto: "Posso te mandar um áudio explicando melhor?"



Conhecimento Profundo do Empreendimento

Conhecer o produto é o mínimo. O corretor precisa dominar o que o imóvel tem de melhor para cada perfil de comprador. Traga sempre o "Top 3 Motivos" para família, investidor, jovem ou aposentado.



Para Famílias

"Para uma família: área de lazer completa, segurança e escola próxima."



Para Investidores

"Para um investidor, apresentei retorno estimado, valorização futura e infraestrutura. Ele viu lógica no negócio e avançou rápido."



Para Jovens

Mobilidade, praticidade e áreas de convivência social.



Para Aposentados

Acessibilidade, tranquilidade e proximidade de serviços essenciais.

Leitura Rápida do Perfil do Lead

Entenda o que o cliente quer mesmo antes dele dizer. Escute com atenção. Analise detalhes, idade, profissão, estilo de vida. O perfil revela o argumento.

- Investidor quer rentabilidade
- Família quer segurança
- "Quem quer liberdade quer varanda. Quem quer paz quer portaria"

Uma jovem disse que odiava trânsito. Ofereci um imóvel próximo ao metrô. "Você vai ganhar 1 hora por dia só de deslocamento."



Conexão Humana e Escuta Ativa

Venda começa com escuta

Pergunte: "O que você espera de um novo lar?" ou "Como se imagina morando aqui?" Valide emoções, responda com empatia. Construa confiança antes de falar de valor.

Dica: Escutar para entender, não para responder.

Cliente disse: "Tenho medo de não conseguir pagar." Eu respondi: "Você quer segurança, certo? Vamos juntos ver uma simulação que caiba no seu bolso."

Apresentação da Unidade como Oportunidade

Apresente como se fosse único. Use urgência, destaque o que combina com o perfil. E termine sempre com uma pergunta!

Exemplo: "Essa unidade tem tudo o que você procurou... Posso reservar enquanto você decide?"

"Essa unidade tem varanda, vista livre e ainda entra no programa. Posso segurar para você enquanto conversamos com o banco?"

Uso Estratégico da IA do Corretor

A IA é seu reforço. Se travar, pergunte: "Como respondo a essa objeção?"
Use para criar frases, textos e contra-argumentos.

Exemplo: "Cliente achou caro? Peça à IA três formas de mostrar o valor do imóvel."

Cliente disse "vou pensar". A IA sugeriu: "Entendo, posso te enviar um comparativo com os benefícios desse imóvel ainda hoje?"





Qualificação do Lead para Futuros Contatos

1

Anote Tudo

Registre objeções, perfil, ponto que mais interessou. Organize com inteligência.

2

"Não" hoje pode ser um "sim" amanhã

Se você souber quando e como voltar, aumenta suas chances de conversão.

3

Sua planilha é seu maior ativo

Cuide dela como uma lista VIP.

Caso real: Cliente recusou hoje por causa do valor. Anotei: "Perfil familiar, foco em área de lazer, receoso com parcela." Mandeí oportunidade semanas depois e vendi.

Estratégias de Relacionamento Contínuo

Uso Ético de Remarketing

Remarketing é presença com valor. Não encha o cliente de produtos. Dê dicas, mostre que você lembra dele.

Calendário:

- 1ª semana: dica
- 2ª: oportunidade
- 3ª: lembrete

Frase: "Pensei em você quando vi essa condição. Posso te mostrar?"

Mandei vídeo com "3 formas de sair do aluguel ainda este ano". Cliente respondeu: "Estava pensando nisso agora."

Canal de Relacionamento do Corretor (Instagram + VIP)

Crie seu Instagram profissional. Mostre empreendimentos, bastidores e vitórias. Forme um grupo VIP para dicas e lançamentos. Você vira referência.

Frase: Corretor que aparece, vende. Quem some, é esquecido.

Postei o tour de um imóvel e coloquei enquete. Um lead respondeu "curti esse modelo". Entrei em contato e gerou visita.

Organização e Encerramento

Registro Inteligente na Planilha de Leads

Tenha uma planilha com filtros: frio, morno, quente. Objeção, gatilho que funcionou, próximo passo. Com ela você sabe o que fazer, com quem, e quando.

Frase: Vendas consistentes vêm da organização diária.

Tinha um lead arquivado como "morno" com objeção de entrada. Quando saiu campanha com entrada reduzida, reativei e vendi em 3 dias.

Rituais de Encerramento e Pós-Contato

Feche com conexão.

Agradeça, pergunte se pode enviar novidades e convide para acompanhar seu canal. Peça uma postagem colaborativa com o cliente após a compra.

Frase: "Vamos postar juntos sua conquista? Isso inspira muita gente da sua rede!"

Após o fechamento, pedi para postarmos juntos no Instagram. A postagem trouxe dois novos leads pela rede dele.



Programa de Indicações com Clientes Ativos

"A Venda só termina quando o Cliente compra a segunda unidade ou indica nossos serviços"



Cliente Satisfeito

Quem comprou pode indicar! Mantenha contato e pergunte com leveza.



Abordagem Correta

Exemplo: "Conhece alguém que também está querendo sair do aluguel? Indica pra mim."



Recompensa

Pode ser um brinde, um reconhecimento, ou apenas gratidão.

Cliente satisfeito indicou irmão após eu dizer: "Se conhecer alguém com o mesmo sonho, me avisa que tenho algo legal pra mostrar."

E Agora?

**Corretor não vende
imóvel. Vende
tranquilidade, confiança
e solução.**

Seja lembrado como quem marcou a vida do cliente.

✔ Presentes Exclusivos para Você

💡 E pra fechar bem, preparei alguns presentes pra você: canal de mentoria, IAs exclusivas, livros com desconto e mais.

👉 Acesse tudo aqui: <https://a2digitalhub.com.br/jun-de-25-ia-aplicada-na-captacao-de-leads-para-o-mercado-imobiliario/>

