



eBook

Email Marketing para Imobiliário



Este eBook é dedicado ao **Email Marketing para Imobiliário**.
Vamos dizer-lhe de forma **simples e eficaz** quais os pontos-chave
para fazer chegar imóveis a clientes e potenciais clientes!

Acha que o Email Marketing está ultrapassado?

Passa para a próxima página e descubre!

O Email Marketing está bem e recomenda-se!

40x

mais eficaz na obtenção de novos clientes quando comparado com Facebook e Twitter (*McKinsey*)

1€

gasto em Email Marketing gera, em média, 38€ (*Campaign Monitor*)

90%

dos emails são entregues ao destinatário enquanto apenas 2% dos seus seguidores de Facebook veem as suas publicações (*Forrester Research*)

Numa altura em que o marketing digital evolui a uma velocidade alucinante, o Email Marketing continua a ser um dos melhores meios de contacto com clientes e potenciais clientes.

Estas são as principais razões:



Para que desenvolva uma boa estratégia de Email Marketing, vamos analisar 5 pontos:

1

Objetivo da Newsletter

2

Definição de Público-Alvo

3

Personalização da Mensagem

4

Teste e envio

5

Análise de Resultados

✓

Dicas para Newsletters de Sucesso

1 **Objetivo da Newsletter**

[Voltar ao início ↑](#)

Neste eBook vamos abordar os dois objetivos mais comuns das campanhas de Email Marketing em Imobiliárias.

**Dar a conhecer
novos imóveis
e oportunidades
de negócio**

**Informar
o cliente/potencial cliente
sobre algo específico
(um evento, etc.)**

**Se nenhum destes
objetivos se aplicar,
adapte à sua realidade!**

Exemplo:

Para o exemplo que nos vai acompanhar até ao final deste eBook, vamos ter como objetivo “Dar a conhecer novos imóveis”, imóveis de luxo.

2 Definição de Público-Alvo

[Voltar ao início ↑](#)

Já sabe o que quer comunicar – Objetivo – **deve definir agora para quem vai comunicar** – Público-Alvo. Se preferir, pode definir o Público-Alvo e só de seguida o Objetivo. Dependerá da estratégia da sua imobiliária.

Para que a definição do seu público-alvo seja fiel ao seu destinatário, sugerimos que faça um exercício denominado de *persona*.

Defina um nome, idade, profissão, hábitos de utilização de internet e quando está disposto a ler a sua newsletter.

Quanto mais completo for este exercício, melhor conhecerá o seu Público-Alvo tornando-se assim mais fácil adaptar a sua mensagem.

Exemplo:

O nosso público-alvo chama-se António, tem 46 anos e é gestor de uma empresa.



2 Definição de Público-Alvo

[Voltar ao início](#) ↑

Para além do exercício persona, deve ter em conta outros dois pontos relativamente à sua Base de Dados:



NÃO A DEVE COMPRAR

A **compra de Base de Dados** (nomes, emails e telefones) pode parecer aliciante mas, na grande maioria dos casos, **é prejudicial**.

Os contactos estão obsoletos ou não pediram para receber as suas newsletters, ou seja, não deve fazer o envio. Para além disso, como não estão recetivos à sua mensagem, **vão marcar os seus emails como SPAM e os envios futuros podem ser condicionados**.

Lembre-se, uma boa Base de Dados leva tempo a construir e deve ser feita e atualizada por si!



DEVE SEGMENTÁ-LA

Se tiver, por exemplo, uma Base de Dados de 1000 contactos, é natural que queira comunicar com todos. No entanto, **nem todos os contactos são iguais e por isso a sua comunicação deve ser personalizada**.

A Segmentação da sua Base de Dados é fundamental para que atinja o seu objetivo. **O eGO Real Estate tem filtros pré-feitos para segmentar os seus contactos e pode ainda criar novos a seu gosto!**

Assim, a segmentação é fácil, rápida e eficaz: veja mais aqui!

3 Personalização da Mensagem

[Voltar ao início ↑](#)

A Personalização da Mensagem é outro dos pontos fundamentais para o sucesso das suas campanhas de Email Marketing. Quanto mais personalizada em relação ao destinatário for, maior será a probabilidade de obter pedidos de contacto ou informação.

Vejamos outro exemplo para além dos imóveis de luxo:

Objetivo	Promover um apartamento T1 numa zona de estudantes	
Público-Alvo	Estudantes	Pais dos estudantes
Discurso	Utilize um discurso mais jovem e dê ênfase a questões como proximidade de ginásios ou lavandarias.	Adapte o discurso para que sejam relevadas questões como proximidade de transportes públicos ou até mesmo da faculdade.



O segredo é saber com quem vai comunicar e adaptar a mensagem!

Pense no seu dia-a-dia. Pode falar sobre os mesmos tópicos com mais que uma pessoa, mas adapta sempre o seu discurso.

4 Teste e Envio

[Voltar ao início ↑](#)

O Teste será o momento em que põe à prova a sua newsletter.

Teste com colegas da sua empresa. **Verifique se há erros ortográficos, se os links funcionam corretamente e se a newsletter vai ao encontro do seu objetivo.**

Se puder, teste ainda com alguém que não esteja habituado ao tipo de mensagem que vai enviar, um amigo seu fora da empresa, por exemplo.

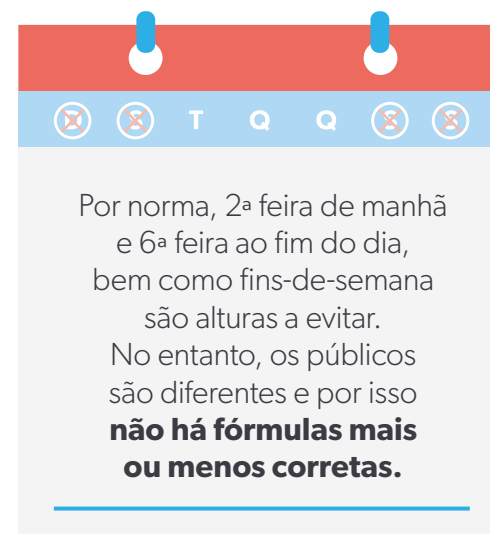
**Recorda-se do António, o nosso Público-Alvo que é gestor de uma empresa?
A que horas estará ele mais receptivo à sua mensagem?**



Se ele chegar à empresa às 8h, é provável que apague os emails de SPAM e só depois veja os mais importantes.



Se for este o comportamento habitual, envie-lhe a newsletter de imóveis às 8h30. Poderá ter maior sucesso.



4 Teste e Envio

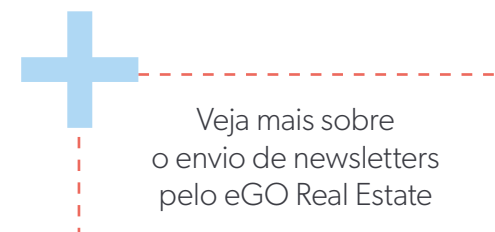
[Voltar ao início ↑](#)

Faça também um **calendário para o envio de newsletters – a consistência é a chave do seu sucesso**. Para além dos dias de envio, a sua **calendarização deve contemplar o tema, a hora de envio, o objetivo e assunto do email**.

O assunto do email é extremamente importante:

- É o primeiro ponto de contacto com os destinatários e, por isso, deve gerar curiosidade para que abram a sua newsletter;
- **Não deve usar** palavras como **Teste, Grátis, Barato, Garantia, Crédito** ou outras que lhe pareçam demasiado comerciais. Este tipo de termos são rapidamente identificados como **SPAM**;

Com o eGO Real Estate pode agendar o envio das suas newsletters. Assim, à data e hora definidas por si, a newsletter será enviada sem ter de se preocupar!



5 **Análise de Resultados**

[Voltar ao início ↑](#)

Se faz o envio de newsletters, interessa-lhe saber os resultados das mesmas para que possa otimizar todo o processo. As informações base que deve analisar são: **Aberturas, Cliques** e **Cancelamentos**.

Com o eGO Real Estate pode ir mais além e saber a que **Horas foi feita a Abertura**, quais os **Imóveis com Mais Cliques** e que **Contactos Mais Clicaram**.

Sabendo a que horas são abertas as suas newsletters, saberá a que horas deverá fazer o próximo envio para que seja ainda mais eficaz.

Sabendo quem mais clicou e quais os imóveis mais clicados, permite-lhe perceber se a sua mensagem foi bem recebida ou poderá, por exemplo, contactar logo o seu destinatário!

Com o Smart Alert do eGO Real Estate recebe ainda um alerta por email assim que o seu cliente entra no seu site. Contacte-o de imediato e aproveite a altura em que está focado na procura de imóveis!

Métricas de Newsletters

- ✓ Aberturas
- ✓ Cliques
- ✓ Cancelamentos
- ✓ Hora de Abertura
- ✓ Imóveis mais clicados
- ✓ Contactos que mais clicam



Smart Alert

Alerta em 30 segundos!



Dicas para Newsletters de Sucesso

[Voltar ao início](#) ↑



Prepare o conteúdo das suas newsletters para dispositivos móveis – mais de 50% dos utilizadores abrem em smartphone.



Apenas 20% da sua comunicação deve ser comercial. Os restantes 80% devem ser conteúdo útil para o destinatário e sem qualquer intenção de venda.



Não faça da sua agência o centro da comunicação.



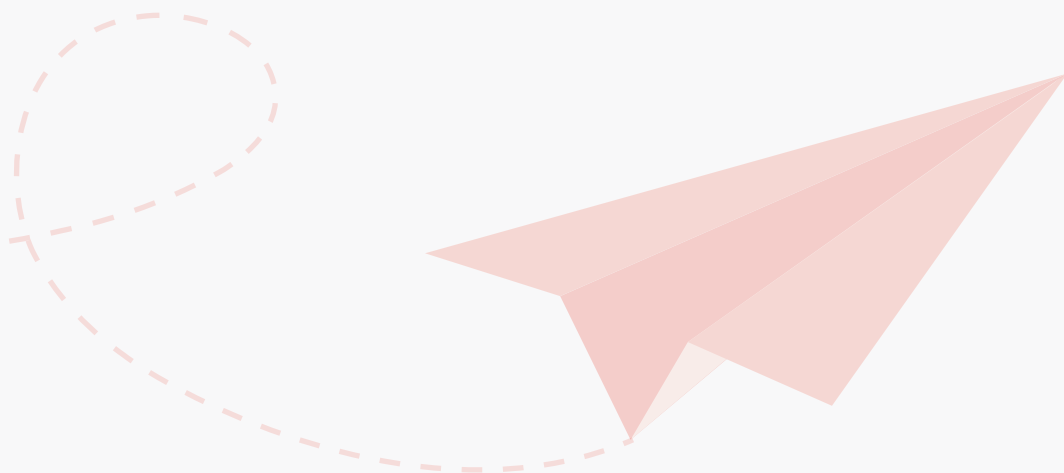
Insira links que direcionem destinatários ao seu site.



Teste regularmente novos formatos de newsletter e conteúdo.

eBook

Email Marketing para Imobiliário



Parque Tecnológico de Óbidos,
Rua da Criatividade, Lote 6
2510-216 Óbidos

+351 262 840 464

comercial@janeladigital.com

egorealestate.com