eGO Real Estate
Todo o imobiliário, uma única solução

eBOOK

Como melhorar o SEO da sua **imobiliária em 6 passos**

egorealestate.com

6 pontos fundamentais a ter em conta para uma presença nos melhores lugares dos motores de busca

Quando a procura de uma nova casa se inicia, cerca de 90% dos compradores utilizam a internet para o fazer. De facto mais de 53% dos compradores iniciam a sua procura online, de acordo com relatório sobre tendências de consumo mobiliário conduzido pela Google e a NAR (National Association of Realtors).

90%

dos compradores utilizam a internet para procurar casa

53%

dos compradores iniciam a sua procura online

É incontornável que, cada vez mais, as pesssoas recorrem aos serviços online quando se trata de procurar casas ou imobiliárias. Torna-se então imperativo ter uma forte presença online e não deixar escapar a oportunidade que este meio oferece. Assim, para os profissionais do ramo imobiliário, obter conhecimentos e dicas sobre SEO é sinónimo de um melhor posicionamento num motor de busca e consequentemente mais oportunidades de negócio.

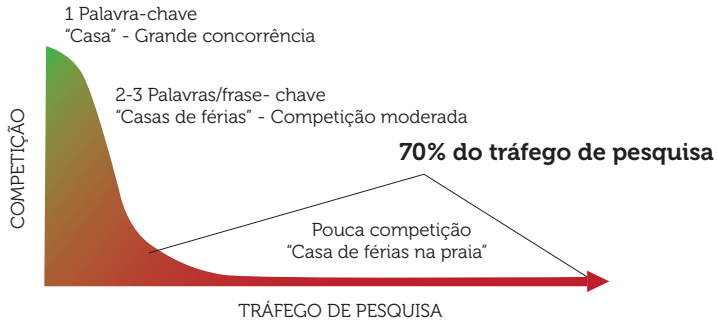
Leia este eBOOK e descubra algumas dicas, que temos para si, sobre como obter vantagem na captação de contactos com um site imobiliário.

Concentre-se nas suas “Palavras/Frase Chave”

Com a evolução da tecnologia os motores de busca valorizam, hoje em dia, muito mais do que apenas palavras chave isoladas. Tornou-se importante definir a forma como as palavras ou frases chave vão de encontro ao que o seu potencial cliente procura.

Como me destacar através das palavras/frase chave?

Na definição da sua estratégia é importante compreender o conceito de cauda longa (long tail). Este conceito explica a relação entre a **dimensão da concorrência** em função do **detalhe das palavra/frase chave** utilizadas. Quanto mais recorrente for o termo da pesquisa (ex: Casa) , maior probabilidade de estar presente na pesquisa, do utilizador, mas maior será a sua concorrência. Torna-se importante definir como poderá aparecer bem posicionado num número elevado de pesquisas.



Foque as suas palavras chave na sua área/zona de influência

A maioria das pessoas que procuram casa, pesquisam utilizando uma palavra chave relacionada com o local, como por exemplo “Óbidos Imobiliária”. Procure construir um conjunto de pesquisas em torno desse local optimizando o seu website para esses termos de pesquisa.

DICAS:

Quando inicia o seu website, foque-se inicialmente na cidade/zona principal onde tem imóveis. A partir daí procure expandir/ replicar para as restantes zonas.

Torne o seu website numa fonte de conteúdo. Se o seu website está focado para um local, exemplo Óbidos, crie uma página sobre “Viver em Óbidos”, fornecendo informações variadas e relevantes para quem procura uma habitação para viver – (Escolas, indices de nível de vida, taxas de criminalidade, rede de transportes públicos e outros dados relevantes).

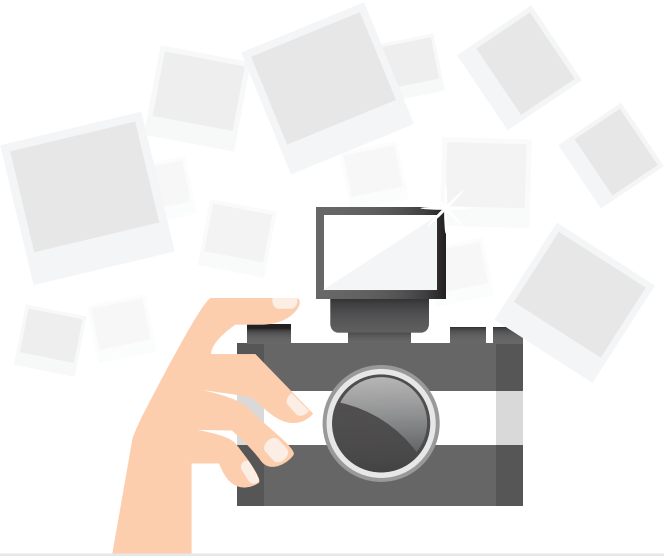
Tire partido das fotografias e vídeos

Fotografias e vídeos são conteúdo relevante e fonte de tráfego para grande maioria dos websites, esta verdade é ainda mais evidente num website imobiliário. Potenciais clientes adoram conhecer os recantos aos espaços que podem vir a ser a sua casa, seja em fotografias, vídeos ou vídeos de visitas guiadas.

Certifique-se as fotografias que publica são as melhores possíveis, com boa resolução, iluminação e foco. Se é verdade que uma imagem vale por mil palavras, uma má imagem pode ser sinónimo de um negócio perdido.

Insira descrições assertivas para as suas fotografias e filmes e associe as palavras chave mais relevantes.

Sempre que realizar uma venda e a iluminação esteja certa pegue numa máquina e filme um testemunho dos novos compradores. Esse testemunho pode servir de fonte para inúmeras referências ao seu website e com isso uma melhoria do seu SEO.



FACTO

Um grupo imobiliário Australiano reportou pedidos de visita 403% superiores em imóveis com vídeos, quando comparados com os que não tinham vídeo e vários outros estudos indicam que ter um vídeo associado a um imóvel triplica o número de links de referência.

Certifique-se que o seu website é Mobile

Para além das estatísticas que indicam que cada vez mais as pessoas utilizam o seu smartphone e/ou tablet, há também vários estudos que indicam que cada vez mais as buscas de potenciais compradores de casa seguem as mesmas tendências. De facto, um estudo realizado em parceria entre a NAR e a Google indicou que:

89%

dos novos potenciais compradores de habitação utilizaram um dispositivo móvel durante o processo de compra de casa

300%

No decorrer dos últimos dois anos registou-se um crescimento de 300% em pesquisas por casas em tablets

Para além destes indicadores o mesmo estudo refere que estes potenciais compradores visitam websites de imobiliário em mobile para basicamente todas as funções, desde a procura de contactos, à visualização de fotos ou pesquisa por conteúdo.

Considerando estas estatísticas e os últimos desenvolvimentos anunciados pela Google, relativas ao seu algoritmo de medição de SEO, é hoje imperativo que o seu website esteja devidamente preparado para Mobile, seja através de um design responsive ou adaptative.

Crie conteúdo relevante sobre os imóveis

Um bom título é a melhor forma de destaque.

Um bom título é aquele que vai ao encontro não só do que o cliente procura, mas que se destaca dos demais. Se limitar-se a escrever o título da forma mais comum, será apenas mais um imóvel cujo título engloba a localidade, a tipologia e, eventualmente, um adjetivo qualificativo igual aos adjetivos que outras imobiliárias utilizam. Deixamos o exemplo " Fantástico T3 em Lisboa".

Procure ganhar destaque realçando a envolvência, os pontos fortes da habitação ou simplesmente a melhor área da casa.

Descrição precisa e envolvente

Procure criar uma descrição que transmita a noção exata de cada imóvel, não exagere nem descure a informação que transmite ao seu potencial comprador e recorde-se que, para o SEO, conteúdo relevante e exclusivo é sinónimo de uma boa experiência para o utilizador e por conseguinte mais "pontos" para o seu website.

Crie conteúdo relevante e direccione para os seus imóveis

Se trabalha especificamente um número restrito de zonas, ou de tipologias de imóveis, considere criar artigos onde fornece conteúdo relevante: seja sobre o local, associando caracteristicas particulares dos imóveis e/ou realçando benefícios que os compradores possam ter na sua aquisição, e publique-os num blog.

Cada informação deverá conter conteúdo exclusivo e assim poderá criar um potencial alvo de pesquisa por parte de potenciais compradores, assegurando-lhe tráfego para o seu website.

Esteja presente em Portais

A possibilidade de replicar o conteúdo que já elaborou por vários portais, sejam nacionais ou internacionais, é uma fonte de reconhecimento e tráfego.

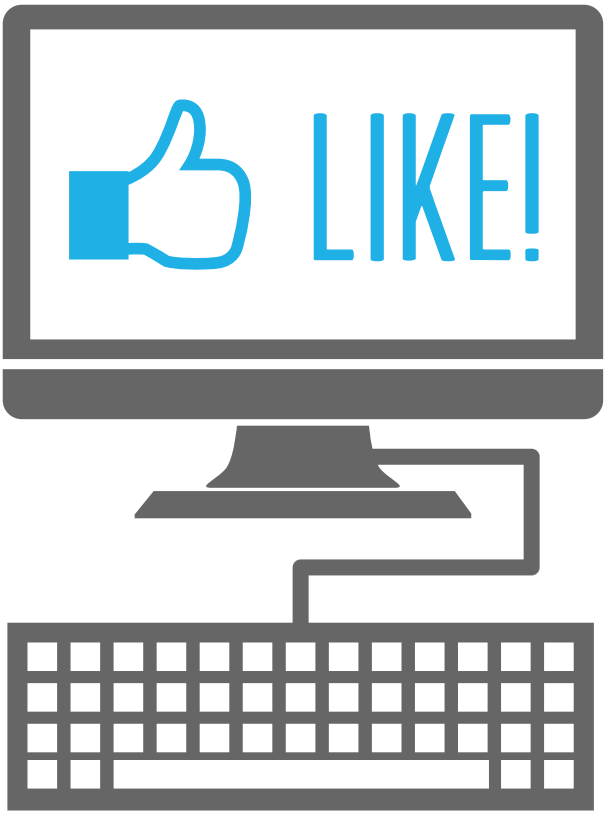
Por exemplo, só o portal CASA**SAPO** gerou mais de 12,5 Milhões de Visualizações de Páginas em Junho de 2015. Estar presente em portais desta dimensão é um sinónimo de visibilidade para a sua imobiliária e um potencial reencaminhador fidedigno de tráfego e de potenciais negócios.

Ligue-se às Redes Sociais

Os negócios do ramo imobiliário fazem-se em torno de relações humanas. Um aspecto importante para o fecho de qualquer negócio será a confiança que o potencial comprador vê na sua estrutura imobiliária.

Estar presente e ser ativo nas redes sociais, por exemplo no Facebook, é uma excelente forma não só de divulgação dos seus imóveis mas também dos seus conteúdo multimédia: fotografias (Pinterest) ou vídeos (YouTube), ou até para a interação ou reforço de confiança com os seus potenciais clientes. Uma das redes sociais que não deve esquecer é o Google+. Esta, pela sua afinidade ao principal motor de busca do mundo, garante-lhe melhor posicionamento no mesmo.

Estar presente nas redes sociais e ser reconhecido como uma fonte fidedigna de conteúdo "social" relevante é uma garantia de um melhor posicionamento do seu website nos motores de busca.



DICA

Certifique-se de criar ligação entre as suas redes sociais e o seu site.

egorealestate.com

academia.egorealestate.com
comercial@janeladigital.com
+262 840 464

eGO
Real Estate