Experiências são estratégia de venda no alto padrão

Incorporadoras e construtoras do mercado imobiliário brasileiro promovem viagens internacionais, eventos exclusivos e degustações para pequenos grupos visando conquistar e fidelizar clientes

Valor Imóveis de Valor
Por Imóveis de Valor
SEG 18/03/2024 00:02 - Atualizado 18/03/2024 00:02

Presentear matéria

Empresas do setor imobiliário têm investido em experiências superlativas para atrair e fidelizar clientes de alta renda — Foto: FELIMAGNO/MONOLITTI IMAGES

No dia 20 de março, um grupo de cerca de 120 brasileiros acompanhou do perto a partida de tênis entre o carioca João Fonseca e o espanhol Carlos Alcaraz, durante a abertura oficial do Miami Open, realizado na Flórida (EUA). Mas não eram torcedores comuns, e sim convidados de uma incorporadora de São Paulo que tem apostado em experiências transformadoras para fidelizar clientes e gerar "leads" altamente qualificados.

CONTINUA DEPOIS DA PUBLICIDADE

Só a XP oferece todos os métodos de atendimento.
Transacional
Fee Fixo
Consultoria
Saiba mais
XP

A estratégia tem se consolidado no mercado imobiliário de luxo do país: cada vez mais as empresas vêm investindo em eventos e viagens exclusivas para estreitar relacionamentos e captar a atenção de um público tão assediado pelas marcas quanto exigente na hora de aceitar os convites.

A incorporadora em questão é a Even, que alugou um camarote para os convidados na quadra central do Hard Rock Stadium, em uma ação de relacionamento que durou três dias e envolveu embarque em terminal exclusivo, jantar no Hotel Faena Miami e almoço no mais novo restaurante japonês da cidade, o Mottai.

"Promover experiências interessantes é mais assertivo do que tentar levar o cliente ao 'showroom'", afirma João Paulo Laffront, diretor de Incorporação da Even. Desde o lançamento do Faena São Paulo, em 2024, a empresa organiza jantares assinados por chef internacional e shows musicais.

Faena Hotel Miami Beach. Incal ardeu jantar para mais de cem convidados da Even, no mês passado — Foto: FAENA GROUP/DIVULGAÇÃO

CONTINUA DEPOIS DA PUBLICIDADE

Invista no Fundo Safra Inteligência Artificial.
Safra

"Esse tipo de ação gera muita indicação de negócio pós-evento. O cliente não compra nada na hora, mas agenda reuniões para depois e retorna o que viveu/ouviu, despertando o interesse de outras pessoas por nossos produtos", diz Laffront.

Outro grupo está de malas prontas para viajar ao mesmo destino no início de maio. São 75 casais convidados por a Eld Empreendimentos, de Balneário Camboriú (SC), que não curtir o final de semana do GP de Miami de Fórmula 1, em um "lounge" da incorporadora no circuito.

Além de estreitar relacionamento com clientes potenciais, a viagem simboliza a primeira ação de divulgação do Serra Tower no exterior. A incorporadora acaba de abrir um escritório em Miami e espera receber "prospectos" internacionais no espaço. "Eventos exclusivos chamam a atenção deste perfil de público, influenciando diretamente sua tomada de decisão. Vamos destinar cerca de 10% do nosso orçamento anual somente nesta ação", explica Alex Brito, diretor Comercial, Marketing e Experiência do Cliente da FG Empreendimentos.

Vista a partir do "hospitality center" no circuito do GP de Miami de F1 e do Empreendimento Serra Tower, "lançado" exclusivo no Paso. FG EMPREENDIMENTOS/DIVULGAÇÃO

Brito antecipa outras ações deste ano, como a proposta de levar corretores de alta performance para assistir a um jogo da seleção brasileira na Copa do Mundo de Futebol nos EUA, em julho, e formar um outro grupo de clientes para assistir a uma etapa de Grand Slam do tênis.

Também de Santa Catarina, a gestora Sort Investimentos tem investido cerca de R$ 2oo mil por mês para ações de relacionamento fora do ambiente tradicional de negócios. A empresa já levou um grupo para equipar na Áustria e promoveu finais de semana em Trancoso (BA) e em uma vinícola campestre, em Vacaria (RS) — que incluiu jantar com menu completo assinado por chef e degustação orientada de vinhos.

CONTINUA DEPOIS DA PUBLICIDADE

NISSO
A VIDA É UMA GENTILEZA.
SAIBA MAIS

Empresa prepara anda imersivo na Faria Lima

Com foco em promover vivências para o mercado imobiliário, a empresa Barts & Co. deve inaugurar ainda neste semestre um espaço de experiências em plena Avenida Faria Lima.

Casa Barts, em São Paulo: novo espaço para eventos exclusivos na capital paulista — Foto: BARTS&CO/DIVULGAÇÃO

CONTINUA DEPOIS DA PUBLICIDADE

O seu descanso merecido está aos Hotéis Sesc em Minas.
Conforto, lazer, energia e tarifa-relax para você!
ESCOLHA JÁ O SEU PRÓXIMO DESTINO
SESC
Hotéis Sesc

"Este público quer viver uma experiência de luxo que crie mais conexão com a marca", afirma Alessandro Bartello, CEO e fundador da Barts & Co. Em 2023, a companhia ofertou ao mercado uma tecnologia para a apresentação dos empreendimentos com o uso de óculos de realidade aumentada.

"Tem sido um grande sucesso, mas sentimos falta de conectar a tecnologia ao ambiente físico, promovendo uma associação entre os mundos virtual e real por meio de experiência", comenta.

Segundo Bartelle, esse é um conceito cada vez mais difundido no mundo. "São as Venues (boutiques), espaços exclusivos para apresentar marcas e produtos a grupos seletos de pessoas", diz. Além do mercado imobiliário, a Casa Barts também promoverá experiências ligadas a destinos turísticos, hotéis, moda e galerias de arte e design.