

Tecnologia também é atrativo

Além de stands mais modernos, atendimento com corretor já pode ser feito via webcam

Ter um decorado no stand de vendas era opção. Hoje, além de obrigatório, é preciso, além de eventos, também atrair clientes por meio da tecnologia.

Ao menos é o que planeja a incorporadora Yuni em um lançamento previsto para o segundo semestre do ano. "É um produto diferenciado, próximo ao Shopping Iguatemi e, em vez do decorado, temos holografia em três dimensões que podem ser visualizadas em um painel. Com o toque dos dedos, os clientes poderão aumentar imagens ou realizar um tour virtual pelo futuro empreendimento", explica o diretor de Incorporação Fábio Romano.

Fora do plantão de vendas, também já é possível ter atendimento "presencial". Os clientes da construtora Tecnisa, por

exemplo, já podem tirar dúvidas sobre imóveis por meio de videoconferência. A nova ferramenta, integrada ao site, permite visualizar os corretores online, conversar em tempo real e enviar imagens, mapas de localização e plantas dos imóveis.

O corretor poderá desenhá-lo e interagir nas imagens que enviar para o cliente para explicar, por exemplo, as possibilidades de modificação ou customização de uma planta de imóvel.

Já a construtora especializada no segmento econômico Tenda oferece a "Realidade Aumentada". A partir deste fim de semana, os clientes poderão interagir com imagens em 3D, da arquitetura de um empreendimento, infraestrutura do local, interiores e possibilidades de decoração. Basta ter um computador com uma webcam e entrar no site da construtora.

O atendimento online é uma opção ao atendimento no stand e já é oferecido 24 horas por dia ou até às 22h aos fins de semana. ■



Loja da construtora Cury no Shopping Center Itaquera: uma tendência no segmento econômico

Venda também nos shoppings centers

Incorporadoras e construtoras também investem em lojas e ações em shopping centers onde expõem todos os lançamentos de sua carteira, o que não é possível em stands, geralmente limitados a um empreendimento específico.

A estratégia tem sido adotada principalmente por empresas focadas no público de baixa renda, já que é mais difícil que esse com-

prador visite diversos stands espalhados pela cidade. Na loja, todas as opções de imóveis da incorporadora estão disponíveis, auxiliadas por maquetes e tabelas de financiamento.

É o caso da construtora Cury, que, no fim de 2007, abriu uma loja no Shopping Metrô Itaquera, e a construtora Tecnisa, que abriu uma loja no Shopping Taquaré Boulevard.

Se não se instalam em lojas convencionais, algumas incorporadoras utilizam-se de 'quiosques' ou stands para atender ao cliente nos shoppings.

É o caso da Gafisa e da Rossi, que já teve quiosques no shopping Continental, Ibirapuera e Morumbi. "Neles oferecemos tabelas de empreendimentos e disponibilizamos corretores", explica Marcelo Dadian, diretor da

regional São Paulo da Rossi.

Fábio Romano, diretor de incorporação da Yuni, explica que essas ações apóiam as vendas nos stands e, geralmente, ficam próximas aos empreendimentos. "As vezes o edifício fica em uma rua isolada e recebe poucas visitas. Dentro do shopping, frequentado pelo público alvo, conseguimos uma quantidade maior de cadastros."

Para quem se interessar pelo imóvel, há transporte gratuito até o stand. "Realizamos vendas pela internet, mas ninguém compra um imóvel sem ir ao local. Mesmo investidores, que compram pequenas salas comerciais para locação, querem conhecer o lugar e o entorno do imóvel. A internet só auxilia na pesquisa do produto e reduz o tempo no stand." ■