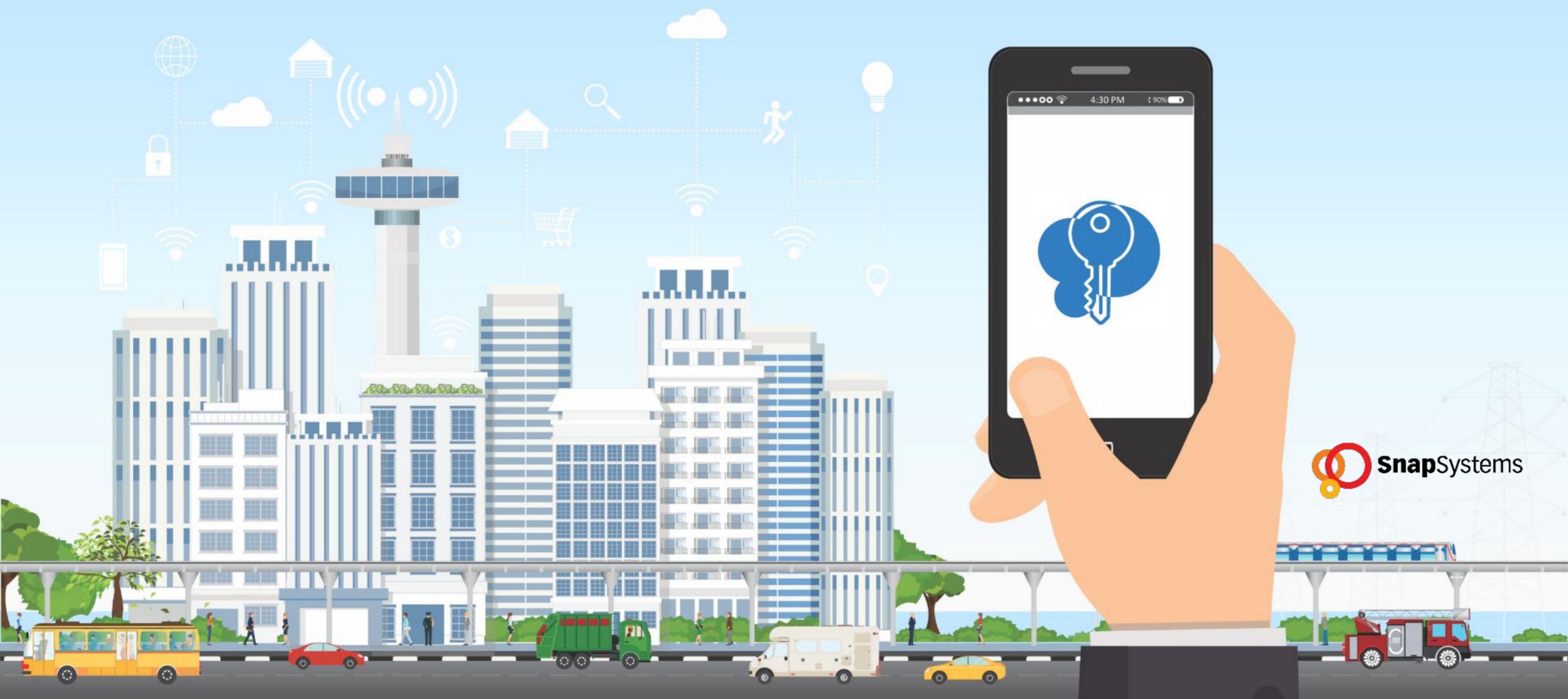




Transformação digital para locação de imóveis

Como preparar sua empresa para os novos e inevitáveis desafios do setor



Índice

Introdução	03
1. Transformação digital	04
1.1. O que é transformação digital	07
1.2. Como chegar lá	08
2. O projeto para a transformação digital	09
2.1. Objetivos e indicadores	11
2.1.1. Objetivos	11
2.1.2. Indicadores de Desempenho	14
2.2. Processos	16
2.2.1. Processo de captação	19
2.3. A jornada do cliente	23
2.4. Plataforma digital	24
2.5. Capacitação da equipe	27
Conclusão	28

Introdução

Estamos todos conectados, o tempo todo, e nossas ações do dia a dia refletem isso: chamar um táxi, pedir o jantar, acessar a conta bancária, fazer compras, tudo isso passa pelos dispositivos eletrônicos. Então, por qual motivo você não usaria também a tecnologia para encontrar seu próximo imóvel?

A resposta vem com o sucesso de empresas como o “Quinto Andar” e “Airbnb” que estão revolucionando o mercado de locações e no caso da última, também o setor hoteleiro. Hoje, mais do que nunca, pessoas querem facilidade e segurança ao alcance dos dedos. Por isso, é urgente a necessidade de locadores e locatários saberem explorar os recursos digitais.

O mercado de locação de imóveis precisa responder aos desafios impostos pelos novos hábitos dos consumidores, entender como pode se reinventar e incorporar a inovação em seus processos diários. É uma tarefa difícil porque coloca em choque uma cultura tradicional e engessada, sinônimo de burocracia e complexidade.

Pensando nisso, elaboramos este white paper para que você entenda mais sobre a transformação digital no mercado de locação de imóveis e em como deve ser pensado um projeto para sua implantação que prepare sua empresa para os novos e inevitáveis desafios do setor.

Boa leitura e excelentes negócios!

#1

Transformação digital

A evolução da tecnologia nas últimas décadas deixou um rastro de transformações nos principais setores da economia. O varejo nunca mais foi o mesmo, depois que a Amazon começou a vender livros pela internet, o Uber revolucionou os transportes nas cidades e cada dia mais e mais pessoas usam aplicativos nas mais diversas atividades.

Empresas, como as citadas acima, criaram negócios oferecendo uma nova experiência de consumo para produtos e serviços que já existiam. Porém, com um grande diferencial que é utilizando todas as tecnologias disponíveis para melhorar a experiência do cliente com a marca.

E o que mudou no mercado para locação de imóveis?

A entrada do Airbnb no mercado de locações temporárias em 2008 atingiu em cheio as empresas que atuavam no segmento de locação para temporada. Hoje, pessoas no mundo todo utilizam o Airbnb para planejar suas viagens de lazer ou trabalho, trazendo muita dor de cabeça para o segmento de locações temporárias e também para o setor hoteleiro.

Já no Brasil, a empresa que mais sacudiu o mercado de locações foi a Quinto Andar, uma startup fundada em 2012 por dois amigos, que sentiram na própria pele a dificuldade de alugar imóveis no Brasil.

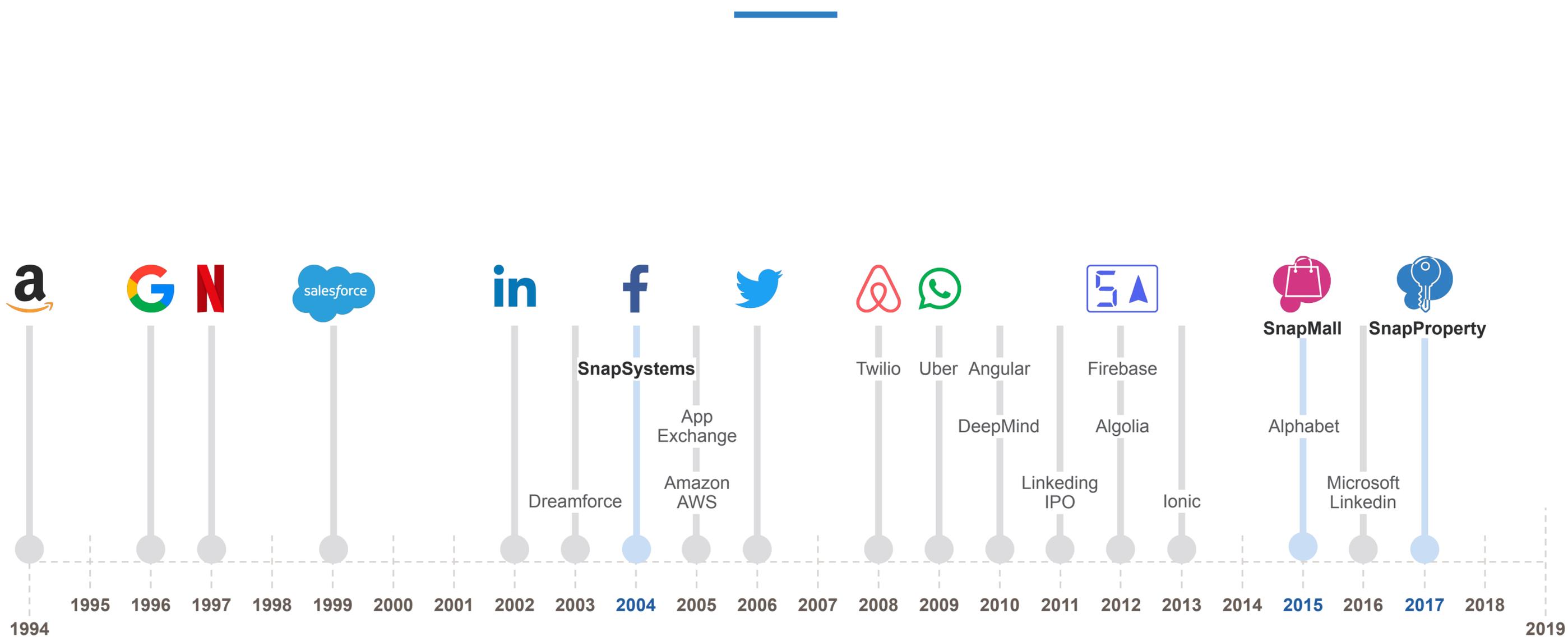
A empresa identificou e repaginou os principais pontos de frustração de locadores e locatários:

- Simplificou a etapa de seleção do imóvel, permitindo ao locatário agendar sua visita a partir de um aplicativo móvel;
- Desonerou o locatário da obrigação de oferecer um fiador para garantir o contrato;
- Simplificou a formalização do contrato com a assinatura eletrônica, desobrigando locador e locatário de enfrentar as filas e custos dos cartórios.

Com isso, essas duas empresas do mercado de locação de imóveis tiraram o sono de muitos executivos, gestores de imobiliárias e administradoras, pois eles não fazem ideia de como competir com empresas que compreendem tão bem a necessidade de locadores e locatários.

Bem, nós temos a solução e ela se chama transformação digital do mercado de locação de imóveis. Simples assim.

Onde começa a transformação digital?



#1.1.

O que é transformação digital

Por transformação digital entende-se todo o uso de tecnologias, softwares ou aplicativos, nos diversos processos de uma empresa. É a tendência de que todas as empresas, independente do tamanho ou segmento, migrem de alguma forma seus processos, produtos ou serviços para o digital.

No caso do mercado de locação, com a transformação digital há a possibilidade de realizar quase todo o processo de forma online, o que traz um ganho para todas as partes envolvidas, mas especialmente, para o consumidor que irá viver essas mudanças na hora de procurar um imóvel, de fazer contato com a empresa, de comparar suas opções, de tomar decisão e assinar o contrato.

E por falar em procurar um imóvel, saiba que a busca por imóveis através dos dispositivos mobile, como smartphones, por exemplo, cresceu 50% em 2017. E o Google registra a cada mês cerca de 20 milhões de consultas relacionadas ao mercado imobiliário.

Por isso, não basta que sua administradora ou imobiliária possua um site de vendas e estratégia de divulgação em redes sociais. É preciso ir além disso, eliminando a burocracia e complexidade do mercado por meio da transformação digital.

#1.2.

Como chegar lá

Empresas podem ser parecidas mas nunca são iguais. Toda organização possui peculiaridades que são o resultado da sua cultura empresarial, da região onde atua, tamanho da sua estrutura e, principalmente, das experiências individuais do time.

Por isso, quando falamos sobre transformação digital no mercado de locações, não existe uma regra de ouro que possa ser aplicada com sucesso a todas as administradoras e imobiliárias.

Para implementar as mudanças propostas pela transformação digital é necessário que a liderança da organização esteja disposta a assumir riscos. E mais, como qualquer outra iniciativa, a transformação digital precisa ser planejada e implementada por meio de um projeto individual com objetivos claros e definidos.

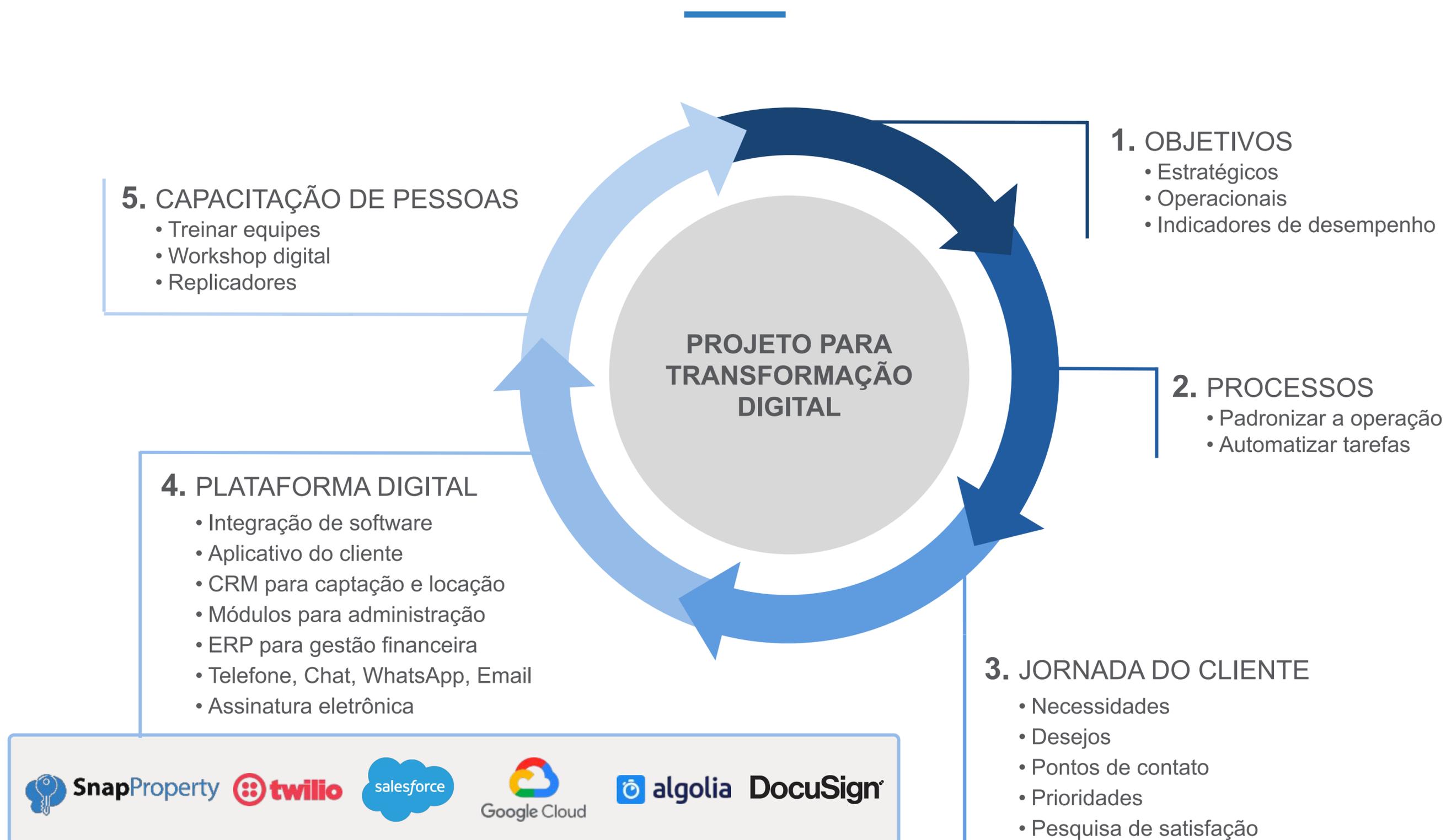
Definir esses objetivos é uma etapa fundamental da transformação digital porque ajuda a criar um senso de prioridade nas decisões que precisam ser tomadas ao longo do projeto. Mas não pense que se trata de uma coisa simples, objetivos não caem do céu, são resultados de um planejamento estratégico, que deixe claro onde a empresa deseja estar no médio e no longo prazo.

#2

O projeto para a transformação digital

Um projeto para a transformação digital de uma imobiliária ou administradora de imóveis é composto por cinco etapas, conforme se vê na ilustração a seguir e será descrito nos próximos tópicos.

As cinco etapas de um projeto para a transformação digital de uma imobiliária ou administradora de imóveis:



#2.1.

Objetivos e indicadores

Um projeto de transformação digital em uma empresa voltada para a locação de imóveis só irá ser um sucesso se prestarmos atenção em dois pontos cruciais, quais sejam: objetivos e indicadores.

Assim sendo, vejamos cada um deles em separado.

#2.1.1 Objetivos

Na primeira etapa do projeto, devemos definir claramente os objetivos que desejamos alcançar. Por sua vez, esses objetivos se dividem em estratégicos e operacionais.

Os estratégicos são associados à visão da companhia, ou seja, são os objetivos de médio e longo prazo que descrevem como a empresa deseja ser reconhecida num futuro próximo. Entre eles podemos citar:

Objetivos Estratégicos



Melhorar a experiência do locador □

A experiência do locador define se aquele proprietário vai procurar sua empresa quando precisar alugar seu imóvel novamente. É um ponto muito crítico porque toda captação sempre vai depender do desejo e da disposição daquele proprietário de entregar seu imóvel.



Melhorar a experiência do locatário □

Não basta agradar o locador, é preciso satisfazer as necessidades dos locatários, entender o que ele deseja e oferecer o imóvel certo no momento oportuno.



Aumentar a produtividade da equipe de captação □

Produtividade deve ser sempre um tema obrigatório na vida das empresas. Ser mais produtivo significa fazer mais com menos. Em outras palavras, para o contexto da captação, significa aumentar o número de imóveis captados e diminuir o número de captadores.



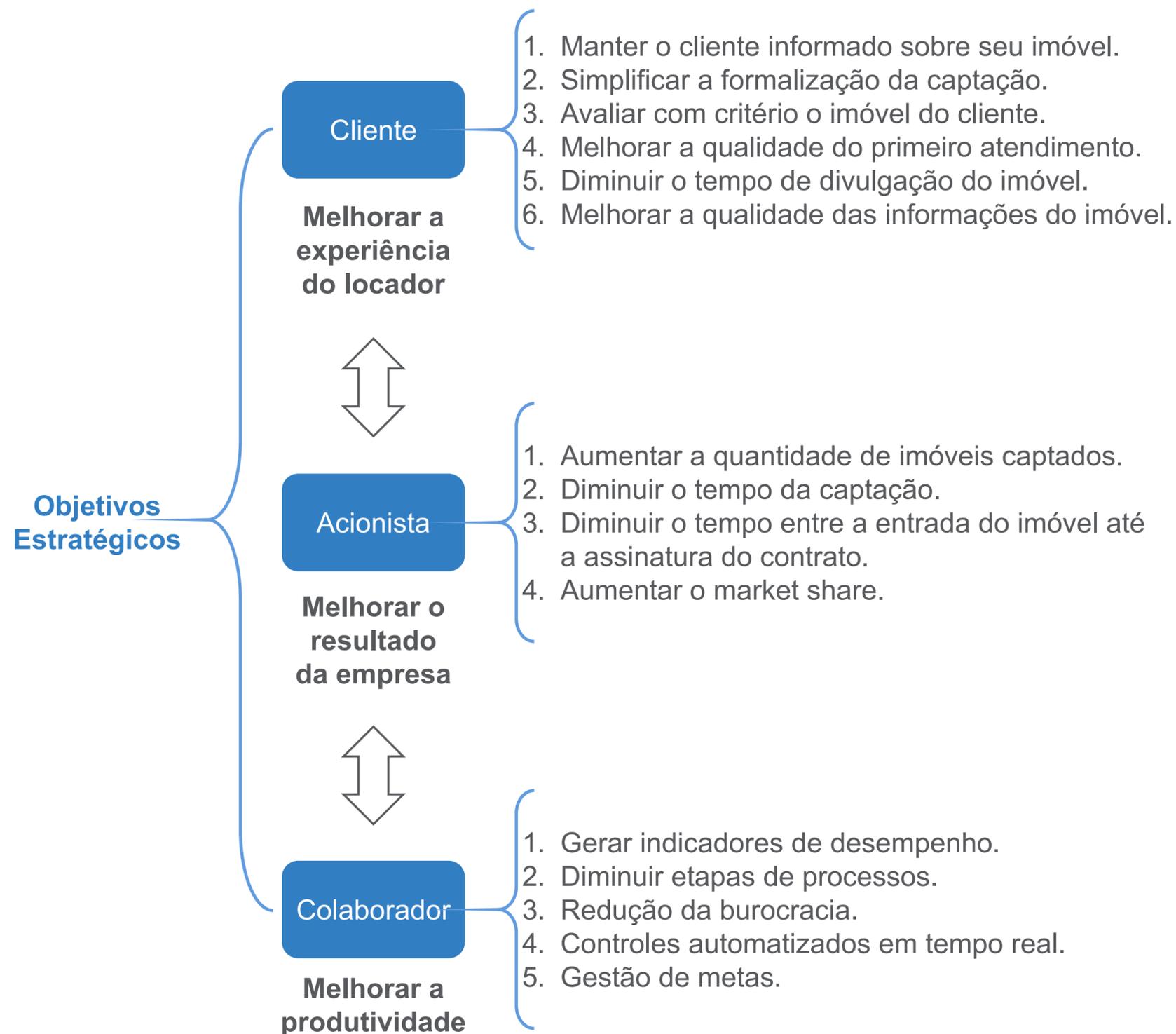
Melhorar a qualidade das decisões □

Boas decisões são tomadas quando os gestores conhecem o negócio com profundidade e têm acesso fácil à todas as informações necessárias. Bons líderes sabem que os problemas existem mas, principalmente sabem como resolvê-los com as ferramentas e dados disponíveis. E claro, quanto mais abundantes essas ferramentas e dados forem, melhores para a empresa serão essas decisões

Já os objetivos operacionais são desdobramentos dos objetivos estratégicos e definem as ações que precisam ser implementadas para que os objetivos estratégicos sejam alcançados.

Enquanto os objetivos estratégicos são mais intangíveis e difíceis de medir, os objetivos operacionais devem ser tangíveis o suficiente para serem medidos. Como exemplo de objetivos operacionais podemos citar: X novos imóveis para locação nos próximos 3 meses ou Y novos contratos assinados por mês, etc.

Por fim, vale destacar que o termo "experiência", aqui neste contexto, refere-se a um conjunto de expectativas que o cliente tem e devem ser levadas em conta quando você se reunir com o seu time para decidir como serão os novos processos da sua empresa.



#2.1.2 Indicadores de desempenho

No tópico anterior exploramos as importâncias dos objetivos estratégicos e vimos como é importante criar objetivos operacionais (tangíveis) para transformar a intenção em ação de mudança.

Mas, como se diz por aí: o que não pode ser medido, não pode ser melhorado. Por isso, é fundamental estabelecer critérios para medir os objetivos operacionais da organização e criar as condições necessárias para que sua empresa saiba se os objetivos estratégicos estão sendo alcançados.

Assim, os indicadores de desempenho podem se tornar uma ferramenta de gestão muito poderosa para ajudar sua empresa a manter o time motivado, através da criação de metas individuais e coletivas.

Para o contexto da captação de imóveis, dividimos os indicadores de desempenho em duas categorias: indicadores para experiência do cliente e indicadores para o resultado da empresa.

1. Indicadores para experiência do cliente: são aqueles utilizados para medir o nível de satisfação do cliente com o processo de captação.

- **Satisfação com o primeiro atendimento (SPA-CAP):** mede a satisfação do locador com o primeiro atendimento que ele recebe quando procura a empresa para oferecer seu imóvel. É medido através de um número entre zero e dez, onde zero indica que o cliente está totalmente insatisfeito e dez significa o nível máximo de satisfação.
- **Satisfação com a captação concluída (SAT-CAP):** mede a satisfação do cliente depois que a captação é concluída. O grau de satisfação é medido através de um número entre zero e dez, onde zero indica que o cliente está totalmente insatisfeito e dez significa o nível máximo de satisfação.

2. Indicadores para a produtividade: são aqueles utilizados para medir a produtividade da equipe para a captação de imóveis.

- **Captações iniciadas [CAP-INI]:** mede a quantidade de captações iniciadas em um determinado período.
- **Captações realizadas [CAP-REA]:** mede a quantidade de captações realizadas em um determinado período.
- **Captações em andamento [CAP-AND]:** mede a quantidade de captações que foram iniciadas e ainda não foram concluídas nem canceladas.
- **Captações canceladas [CAP-CAN]:** mede a quantidade de captações canceladas em um determinado período.
- **Imóveis captados (IMO-CAP):** mede a quantidade de imóveis captados para um determinado período.
- **Duração da captação (DUR-CAP):** mede o tempo (em dias corridos) de duração de uma captação concluída.

Por sua vez, as dimensões são utilizadas para analisar as variações de um indicador e são divididas em cinco grupos.

Grupo	Dimensões
Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de pessoa: física ou jurídica • Gênero: masculino, feminino. • Idade • Renda familiar • Profissão • Cidade residencial • Bairro residencial • Cidade comercial • Bairro comercial
Equipe	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa • Captador • Equipe • Filia
Produto	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de uso • Tipo de imóvel
Localização	<ul style="list-style-type: none"> • Cidade • Bairro
Origem	<ul style="list-style-type: none"> • Ativa ou passiva • Canal: Telefone, Aplicativo, Site, Email, Portal • Origem: • Veículo: Zap, VivaReal, ImovelWeb, etc.

#2.2.

Processos

Depois que os objetivos e indicadores estão definidos, o projeto caminha para sua próxima etapa. Agora será feito o desenho do processo que será utilizado para definir os papéis e descrever as atividades executadas pelo equipe.

Quando se fala em processo muita gente desanima porque acha que o seu dia a dia vai ficar mais complicado. O que não é verdade, processos são implementados para facilitar a vida de todos os envolvidos em determinada atividade. Ele deve funcionar como uma receita de bolo, listando todos os ingredientes e a ordem em que devem ser misturados. E você já sabe, se seguir a receita com atenção, não tem como o bolo dar errado.

Assim, desenhar um bom processo não deve ser visto como uma ciência oculta e acessível apenas para analistas altamente especializados. O que importa realmente, é ter clareza, manter o bom senso e muita atenção nos impactos que o processo vai causar na rotina das pessoas que são afetadas pela mudança.

Para desenhar o processo, defina:

Etapa	As etapas são utilizadas para dividir o processo em fases. Cada etapa deve representar um estágio da captação que faça sentido para a equipe.
Evento	Os eventos são utilizados para identificar ocorrências relevantes do processo. Tanto início como término da captação devem ser identificados através de eventos.
Papel	Os papéis são utilizados para indicar as "pessoas" da equipe que participam do processo. Uma atividade pode ser associada a um papel para indicar o responsável pela sua execução.
Atividade	As atividades representam as tarefas que precisam ser executadas pela equipe (pessoas) ou pelo sistema.

As etapas são utilizadas para dividir o processo em fases:

ATIVIDADE

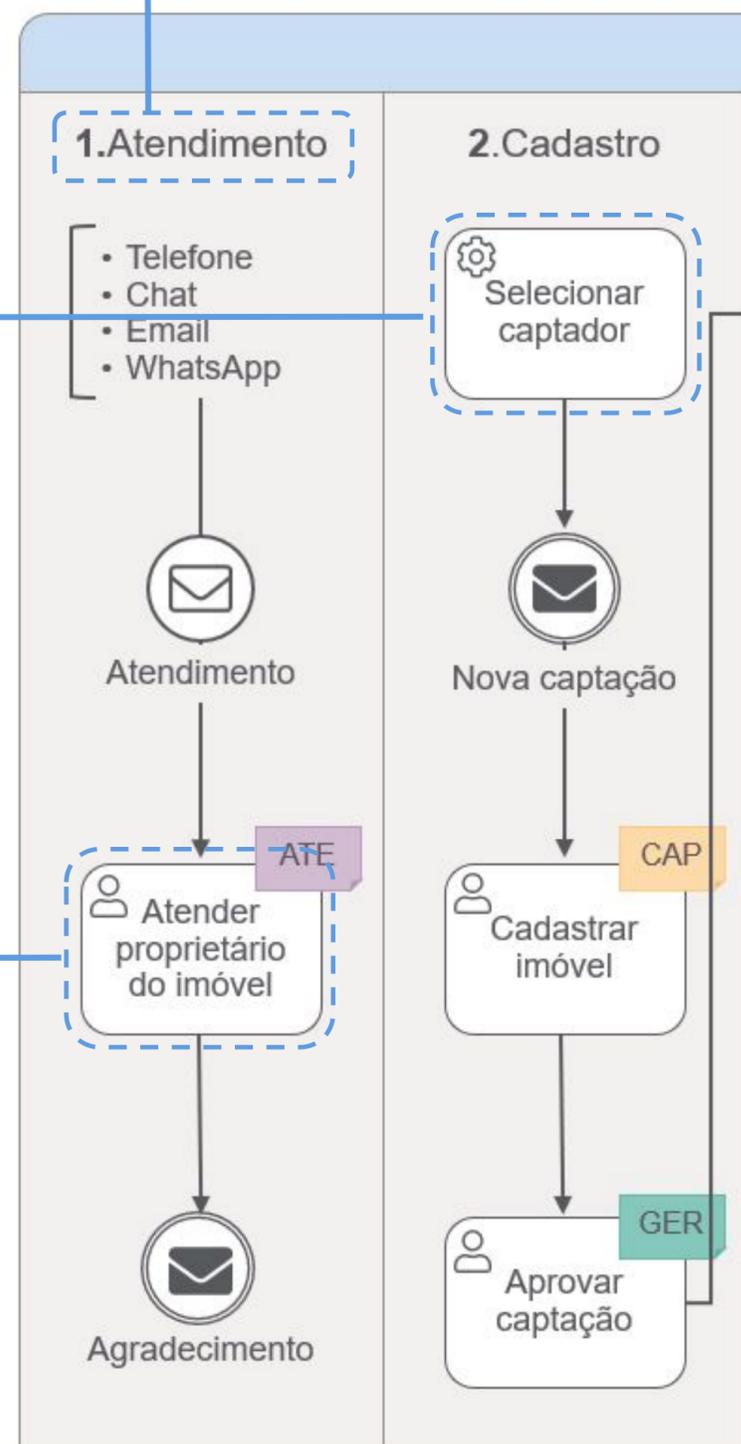
A atividade define a tarefa que precisa ser executada

PAPEL

O papel define o responsável pela execução da atividade

ETAPA

As etapas são utilizadas para dividir o processo em fases



Recomendamos a utilização do BPMN para representar os componentes do processo, mas outras notações também podem ser utilizadas, desde que a equipe consiga compreender o desenho final.

#2.2.1 O processo de captação

As etapas do processo de captação podem variar bastante de acordo com o tipo de imóvel, região de atuação, porte da empresa e outros fatores.

Para o nosso exemplo, vamos considerar um contexto de captação com exclusividade, com a formalização feita através de um contrato de administração.

	Etapa	Descrição
1	Atendimento	O atendente realiza o primeiro atendimento com o proprietário que deseja oferecer seu imóvel para locação.
2	Cadastro	O captador realiza o cadastro do imóvel e envia a captação para aprovação do gerente que vai validar as informações cadastradas pelo captador.
3	Documentação	O captador solicita e recebe os documentos do imóvel e do proprietário que serão utilizados para elaboração do contrato.
4	Visita	O captador vai até o imóvel para confirmar as informações passadas inicialmente pelo proprietário.
5	Contrato	É emitido e assinado o contrato de administração que formaliza a captação.
6	Divulgação	É feita a verificação das fotos e o imóvel é divulgado para a equipe de locação, enviado para o site da empresa e para os portais de divulgação.
7	Pesquisa	O analista de qualidade entra em contato com o cliente para realizar a pesquisa de satisfação.

Já quanto aos papéis descrevem as pessoas que participam do processo.

Papel	Descrição
Atendente [ATE]	Responsável pelo primeiro atendimento do proprietário do imóvel que procura a administradora quando ocorre uma captação passiva.
Captador [CAP]	Responsável pelo atendimento do proprietário do imóvel ao longo do processo de captação.
Gerente de captação [GER]	Responsável pela aprovação da captação.
Analista de documentação [ADO]	Responsável pela validação dos documentos enviados pelo proprietário do imóvel e que serão utilizados na elaboração do contrato de administração.
Analista de qualidade [AQU]	Responsável pela validação das fotos e pela pesquisa de satisfação com o cliente.

Já as atividades do processo de captação foram agrupadas de acordo com as etapas do processo.

ATENDIMENTO	
Atividade	Descrição
Atender proprietário do imóvel [Atendente]	O atendente conversa com o proprietário que deseja oferecer sua propriedade e já realiza um cadastro inicial do imóvel.
CADASTRO	
Atividade	Descrição
Selecionar captador [Sistema]	O sistema atribui a captação criada pelo atendimento ao primeiro captador da fila.

#2.3.

A jornada do cliente

A jornada do cliente é o caminho que um cliente percorre desde a primeira interação com a empresa até a assinatura do contrato, no nosso caso. E cada uma dessas etapas é composta por ações que determinam quais estratégias devem ser usadas.

E, em se tratando de transformação digital, uma das principais mudanças propostas é o foco na experiência do cliente durante essa jornada. Mas saiba que, para criar uma nova experiência para o seu cliente é preciso muito mais do que a vontade e desejo da equipe.

Para ajudar neste desafio, a sugestão é que você e sua equipe identifiquem, em cada etapa da jornada, as principais necessidades e desejos do cliente, procurando ordenar a lista de acordo com o nível de prioridade de cada item.

Conhecer bem a jornada do cliente, suas necessidades e desejos, é essencial para ajudar na criação de estratégias para atração, retenção e fidelização de clientes. Melhorar o atendimento ao público-alvo e conhecer ainda mais sobre o produto ofertado por parte da empresa são outros benefícios obtidos.

#2.4.

Plataforma digital

Sabemos que máquinas são boas para executar tarefas repetitivas. E boa parte das atividades que foram identificadas na etapa anterior podem ser automatizadas. Por isso, investir em tecnologia para suportar um processo bem desenhado pode impulsionar muito os resultados da captação.

Considere, por exemplo, a emissão de um contrato de administração ou de uma autorização para divulgação. Se o captador puder apertar um botão e deixar que o sistema crie o documento, utilizando as informações que já estão cadastradas, isso pode diminuir muito o tempo necessário para a formalização da captação, além de minimizar a ocorrência de erros que podem surgir quando o captador precisa copiar ou digitar dados novamente

Assim, depois de desenhar os processos de negócio e as jornadas do locador e locatário, chega o momento de falarmos sobre tecnologia e explorar os sistemas e ferramentas que podem automatizar tarefas, criar canais de comunicação e contribuir para a geração dos indicadores de desempenho.

São muitas as oportunidades de automação e a boa prática sugere que você automatize todas as tarefas que podem executadas por um sistema.

O termo "plataforma digital" utilizado neste tópico refere-se ao conjunto de sistemas e ferramentas que utilizamos implantar os processos e atender as expectativas de locadores e locatários durante a "jornada do cliente".

Entre os benefícios de ter uma plataforma digital em sua imobiliária ou administradora de imóveis, podemos citar:

- **Permite uma melhor gestão das captações:** todas as informações sobre os imóveis serão digitalizadas e integradas em um mesmo ambiente. Registros, consultas, edições e remoções podem ser realizadas de forma muito mais prática e eficiente, reduzindo os riscos de duplicidades, por exemplo.
- **Aprimora o relacionamento com clientes:** o atendimento passa a ser ágil e sem falhas, gerando boas experiências em cada etapa da jornada.
- **Melhora o gerenciamento de contratos:** em razão das ferramentas que são disponibilizadas, a plataforma permite uma gestão de contratos eficiente, o que ajuda a empresa a fidelizar seus clientes.
- **Reduz o tempo de trabalho:** recursos digitais permitem acelerar a produtividade, o que ajuda a reduzir o tempo de trabalho perdido em tarefas burocráticas e assim, seus colaboradores podem fechar mais contratos por dia.
- **Centraliza as informações:** os profissionais podem consultar, adicionar, atualizar e excluir os dados necessários para o trabalho em um ambiente único e propício, reduzindo o esforço de pesquisas em diversos locais diferentes.
- **Automatiza processos:** graças à inteligência artificial, tecnologias são incorporadas ao software, que se torna apto a realizar diversas funções de forma automática, eliminando falhas humanas.
- **Entrega mobilidade:** profissionais podem trabalhar a partir de casa ou outro lugar, sem a necessidade de estarem presentes o tempo todo no escritório, reduzindo custos e trazendo mais qualidade de vida para a equipe.
- **É mais seguro:** o gestor pode definir quem terá permissão para consultar, incluir, editar e remover as informações do banco de dados e cada profissional terá seu acesso exclusivo e monitorado.

Como pode ver, a plataforma digital imobiliária é mais que uma ferramenta operacional, é uma estratégia para a empresa fortalecer a competitividade usando a tecnologia. Tecnologia essa que evolui numa velocidade surpreendente, criando novas ferramentas a todo instante para resolver problemas específicos e que, hoje, permite a gestão de todo o negócio por meio de uma tela de computador. Basta usar o sistema certo.

Mas como escolher o sistema e a tecnologia certa para o seu negócio?

Escolher os parceiros para sua plataforma não é uma tarefa trivial. Por isso, você deve buscar o apoio de um desenvolvedor profissional e garanta um sistema que realmente atenda às necessidades e demandas únicas do negócio.

#2.5.

Capacitação da equipe

Por último, após definir o processo de captação e automatizar tarefas, o próximo passo é treinar sua equipe para que todos estejam preparados para executar as suas atividades, no momento certo.

Uma equipe bem treinada funciona como uma orquestra, onde cada músico sabe ler na partitura o momento em que precisa começar a tocar e que todos são conduzidos pelo maestro que, como o gestor de uma equipe, sabe extrair de cada um o seu melhor. Nessa hora, o desenho e a descrição das atividades do processo fazem o papel da partitura, lembrando cada membro da equipe o que precisa ser feito a cada momento.

A capacitação da equipe é uma prática importante para o sucesso de uma empresa. Quando feita de forma correta, ela garante muitos benefícios para o negócio, como aumento da produtividade, retenção de talentos, melhoria do ambiente interno e redução de custos.

Além disso, a maior atenção ao desenvolvimento dos profissionais dentro das organizações é uma importante tendência no mercado. Dessa forma, empresas que desejam se manter competitivas, devem acompanhá-la e dar início a projetos de ensino corporativo.

Conclusão

A tecnologia está cada vez mais presente no mercado imobiliário, trazendo novos hábitos de consumo, agilizando processos e potencializando experiências. E essa demanda não vai ter fim, é puxada pelas exigências do mercado e principalmente dos consumidores.

Afinal, a tecnologia já complementa grande parte da nossa rotina pessoal, e é bastante limitado não pensá-la de forma profissional quando o assunto é locação de imóvel. Por isso não dá para pensar em permanecer ou se expandir no mercado sem falarmos em transformação digital.

E você não vai ficar de fora dessa tendência, não é mesmo?

Então [conheça a SnapProperty](#) , plataforma digital criada para ajudar administradoras e imobiliárias que desejam transformar a experiência de locadores e locatários, durante as etapas de [captação](#) , [locação](#)  e [administração de imóveis](#) .

Integramos as melhores tecnologias disponíveis para aumentar a produtividade da sua equipe e melhorar a experiência do proprietário e inquilino, durante a locação do imóvel.



A SnapProperty é a plataforma mais completa para a locação de imóveis. Agende uma conversa com nossos especialistas e conheça melhor!

AGENDE AGORA UMA DEMONSTRAÇÃO



SnapSystems.com.br