NEXIMOB

PORTFÓLIO

UM POUCO DA NOSSA HISTÓRIA

Uma empresa com resultados, em constante evolução.
A Neximob é empresa especializada no mercado imobiliário, com expertise em lançamentos, concepção, reestruturação e estruturações imobiliárias.

Trabalhamos na gestão de todo o projeto desde a concepção e repaginação do produto até a conclusão de vendas do empreendimento, implantação dos processos e controles gerenciais. Atuamos com análise profunda de mercado, inteligência que nos dá direcionamento para potencializar leads, aumentar conversões e, consequentemente, maximizar lucros. Conte com a expertise da equipe que já atuou em mais de 38 lançamentos em todo o Brasil.

TIMELINE

2010

Edgar Ueda retorna ao Brasil, depois de ter vivido mais de 9 anos no Japão.

2011

Entra no mercado imobiliário, colecionando experiências significativas para o setor.

2012

Expansão de Investimentos para o segundo Estado, Goiás.

2013

Início da participação no mercado de lançamentos imobiliários, iniciando o primeiro ano com 100 Milhões em VGV lançados

2015

Expansão das operações de lançamentos para 4 Estados, São Paulo, Roraima, Tocantins e Goiás, totalizando 360 Milhões em VGV lançados.

TIMELINE

2018

Consolidação no mercado de lançamentos imobiliários, com presença em mais de 34 cidades em 9 Estados do País.

Forte expansão para o Estado de Minas Gerais, onde estamos presentes em 16 cidades atualmente, estruturando mais de 20 empreendimentos no Estado.

2016

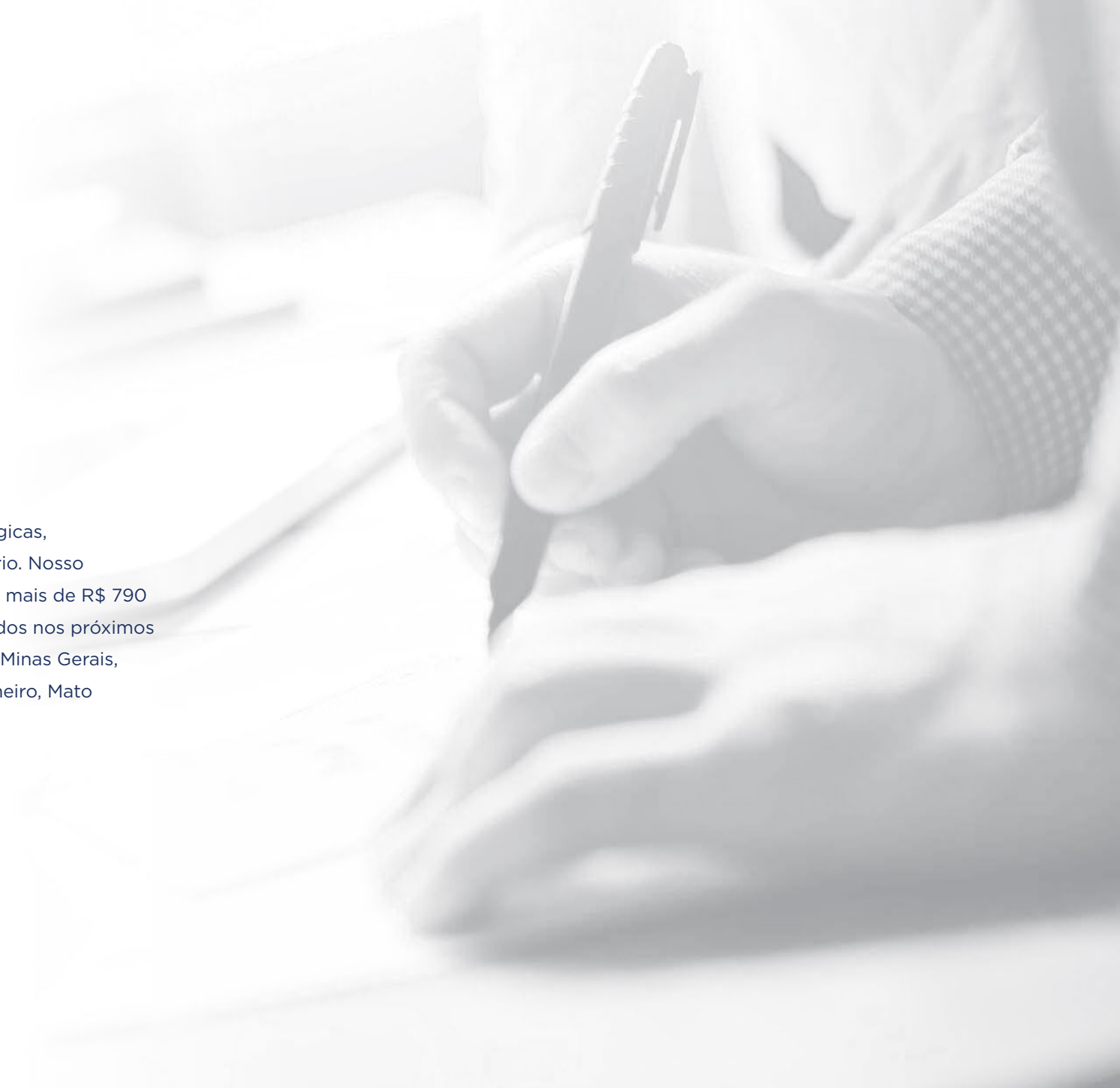
Nasce a Neximob. Já presente em diversos estados brasileiros, a empresa especializada em lançamentos imobiliários não para de crescer.

2019

PROPOSTA LANÇAMENTO IMOBILIÁRIO

Planejamento, Estratégia, Inteligência, Marketing e Vendas

A inteligência da proposta está integrada às tendências mercadológicas, tecnológicas e publicitárias, com foco e expertise no setor imobiliário. Nosso know-how está embasado em toda a concepção e comunicação de mais de R$ 790 milhões em VGV lançados e mais de R$ 426 milhões a serem lançados nos próximos 18 meses, com empreendimentos em 11 estados do país, São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Goiás, Tocantins, Roraima, Sergipe, Pernambuco, Rio de Janeiro, Mato Grosso do Sul e Pará.



A Neximob não para de avançar e já conta com atendimento em 11 estados brasileiros: São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Goiás, Tocantins, Roraima, Sergipe, Pernambuco, Rio de Janeiro, Mato Grosso do Sul e Pará

VEM MUITO MAIS POR Aí.

SUMÁRIO

Empreendimentos lançados	10
Próximos lançamentos	19
Análise • Pesquisa • SWOT	20
Principais áreas de atuação	24
Recursos humanos • Equipe de vendas	28
Pilares • Apoio comercial	33
Inteligência Geográfica, Demográfica e Psicográfica Múltiplos canais de vendas	38
Principais players	40
Indicadores	41
Alguns itens pré definidos na concepção	42
Alguns itens pré definidos no pré-lançamento	43
Por que escolher a Neximob	46
Outros argumentos para tomada de decisão	48
Sobre a Neximob	50

NOSSOS RESULTADOS SÃO CONFIRMADOS ATRAVÉS DE NÚMEROS EXPRESSIVOS

Empreendimento	Tipologia	Unidades	Local	VGV
Loteamento	Aberto	1.326	Araguaína, TO	R$ 105.662.847,54
Vertical	-	390	Goiânia, GO	R$ 89.700.000,00
Condominio	Casas	52	Araguaína, TO	R$ 4.440.000,00
Loteamento	Aberto	560	Lins, SP	R$ 38.189.570,86
Chacaras	Aberto	746	Boa Vista, RR	R$ 49.982.000,00
Loteamento	Fechado	200	Boa Vista, RR	R$ 40.000.000,00
Chacaras	Aberto	633	Ouro Fino, MG	R$ 33.901.492,36
Loteamento	Aberto	59	Borda da Mata, MG	R$ 3.618.726,19
Vertical	MCMV	80	Poços de Caldas, MG	R$10.400.000,00
Vertical	-	6	Poços de Caldas, MG	R$ 4.365.159,69
Vertical	-	60	Poços de Caldas, MG	R$ 10.970.175,00
Vertical	-	10	Poços de Caldas, MG	R$ 6.973.173,40
Loteamento	Aberto	247	Monte Belo, MG	R$ 10.457.677,68
Loteamento	Fechado	57	Três Pontas, MG	R$ 5.100.900,00
Loteamento	Aberto	48	Três Pontas, MG	R$ 2.663.870,00
Loteamento	Aberto	36	Três Pontas, MG	R$ 3.260.000,00
Loteamento	Aberto	54	Borda da Mata, MG	R$5.652.953,96
Loteamento	Aberto	336	Boa Esperança, MG	R$ 18.589.715,91
Loteamento	Aberto	172	Ipuiúna, MG	R$ 14.604.478,67
Vertical	MCMV	219	Pouso Alegre, MG	R$ 27.876.000,00
Loteamento	Aberto	30	Boa Esperança, MG	R$ 3.890.465,58
Loteamento	Fechado	157	Guanhães, MG	R$ 44.437.775,46
Vertical	MCMV	198	Caruaru, PE	R$ 34.885.000,00
Hotel	-	57	Pinda, SP	R$ 13.680.000,00
Hotel	-	45	Pinda, SP	R$ 12.600.000,00
Vertical	-	43	Pinda, SP	R$ 10.541.247,82
Condominio	Casas	15	Pinda, SP	R$ 4.408.040,00
Loteamento	Fechado	182	Pirapozinho, SP	R$ 19.486.998,80
Loteamento	Aberto	75	Ilicinea, MG	R$ 3.105.866,27
Loteamento	Fechado	168	Alvares Machado, Sp	R$ 21.050.982,00
Loteamento	Fechado	337	Silvania, GO	R$ 27.689.506,65
Loteamento	Fechado	317	Petrolina, BA	R$ 10.860.720,00
Loteamento	Aberto	420	Piranguinho, MG	R$ 34.045.000,00
Loteamento	Aberto	222	Campos Gerais, MG	R$ 16.824.141,00

CONFIRA NOSSOS NÚMEROS ATÉ O MOMENTO

R$ 790 milhões
em VGV vendido

3.693.216,18
milhões
De m²

4 bilhões
em VGV em contratos negociados

11 estados
Presença em 11 estados e mais de 40 cidades.

9.186
unidades vendidas

Somando os empreendimentos lançados e a ser lançados a Neximob ultrapassará R$ 1,1 bilhão em VGV, isso em um pouco mais de 3 anos de atuação no mercado.

CASES DE CAMPANHAS DE LANÇAMENTO

LAGO SUL

• Loteamento aberto • 4.500 mil lotes • Cidade de Araguaína, no estado de Tocantins
• VGV de R$ 440 milhões (R$ 203 milhões - investimento Araguaína Park Shopping)
• Clientes: Saudibras.

CASAS BOA SORTE

• Casas • 52 unidades • Cidade de Araguaína, no estado de Tocantins
• VGV de R$ 6.3 milhões • Cliente: BPX

PRISMA 29

• Flats, Salas Comerciais e Mall • 390 unidades • Setor Bueno em Goiânia, no estado de Goiás • VGV de R$ 90 milhões • Cliente: Canadá

FLAMBOYANT RESIDENCE

• Loteamento aberto • 817 unidades • Cidade de Lins, no estado de São Paulo
• VGV de R$ 51.4 milhões • Cliente: Victória Brasil

COLINA PARK CHÁCARAS CLUBE

• Loteamento aberto de chácaras • 741 unidades • Cidade de Boa Vista, no estado de Roraima • VGV de R$ 45 milhões • Cliente: Terra Brasil

GARDEN CLUB CONDOMÍNIO

• Loteamento fechado • 668 lotes • Cidade de Anápolis - GO
• Cliente: Nabileque Incorpordora

GARDEN PARK MALL RESIDENCE

■ Loteamento aberto de alto padrão ■ 188 unidades ■ Cidade de Boa Vista, no estado de Roraima ■ VGV de R$ 36 milhões ■ Cliente: RC Empreendimentos

CHÂTEAU DE VERSAILLES RESIDENCE

• Residencial Vertical • 48 unidades • Cidade de Poços de Caldas-MG
• Cliente: Vital Construtora

BLUE PARK RESIDENCIAL

• Residencial Vertical • 60 unidades • Cidade de Poços de Caldas-MG
• Cliente: Vital Construtora

RESERVA 372

• Residencial Vertical • 108 unidades • Cidade de Poços de Caldas-MG
• Cliente: Vital Construtora

ELDORADO LOTEAMENTO

• Loteamento aberto de alto padrão • 188 unidades • Cidade de Boa Vista, no estado de Roraima • VGV de R$ 36 milhões • Cliente: RC Empreendimentos

CALIFÓRNIA LOTEAMENTO

• Loteamento aberto • 307 unidades • Cidade de Três Pontas-MG
• Cliente: Bem-te-vi Empreendimentos

SERRA VERDE RESIDENCIAL

• Condomínio fechado para chácaras e casas de veraneio • 164 unidades
• Cidade de Três Pontas-MG • Cliente: Bem-te-vi Empreendimentos

JARDIM NOVO HORIZONTE

• Loteamento aberto • 120 unidades • Cidade de Borda da Mata-MG
Cliente: Vitpar Loteadora e Incorporadora

JARDIM ENCANTADO LOTEAMENTO

• Loteamento aberto • 455 unidades • Cidade de Boa Esperança-MG
• Cliente: Top Solum

JARDIM SÃO PEDRO LOTEAMENTO

• Loteamento aberto • 308 unidades • Cidade de Monte Belo-MG
• Cliente: Vital Construtora

JARDIM BELA VISTA LOTEAMENTO

• Loteamento aberto • Cidade de Borda da Mata, no estado de Minas Gerais.
Cliente: Melo e Duarte Incorporadora

VILLA VERDE RESIDENCIAL

• Residencial vertical • Cidade de Pouso Alegre, no estado de Minas Gerais.
• Cliente: Aliança Estratégica

JARDIM PLANALTO RESIDENCIAL

• Loteamento aberto • 172 unidades • Cidade de Ipuiuna- MG Cliente:
Loteadora São Paulo

CONDOMÍNIO LEÃO DOURADO

• Residencial vertical • Cidade de Caruaru, no estado de Pernambuco.
Cliente: Brascon Incorporadora

IBIS BUDGET E IBIS VERMELHO

- Rede de Hotéis • Cidade de Pindamonhangaba, no estado de São Paulo.
- Cliente: ECCO Incorporadora

WONDER CONDOMINIUM PARK

- Residencial fechado • Cidade de Pindamonhangaba, no estado de São Paulo.
Cliente: ECCO Incorporadora

BALBOA

- Residencial fechado • Cidade de Pindamonhangaba, no estado de São Paulo.
- Cliente: ECCO Incorporadora

ACRÓPOLE

- Loteamento Fechado • 76 unidades residenciais e 104 unidades comerciais
- Cidade de Guanhães-MG • Cliente: Acrópole Empreendimentos

FLORENÇA RESIDENCIAL

- Loteamento aberto • 37 unidades • Passos- MG
- Cliente: Vilela e Antunes Empreendimentos Imobiliários

DR. PAULO ROSA RESIDENCIAL

- Loteamento aberto • 37 unidades • Cidade de Boa Esperança- MG
- Cliente: Vilela e Antunes Empreendimentos Imobiliários

RESIDENCIAL VALENCIA PIRAPOZINHO

- Loteamento aberto • Cidade de Pirapozinho, no estado de São Paulo.
- Cliente: Nabileque Incorporadora

MAIS DO QUE CONQUISTAR, NOSSO FOCO É CONTINUAR CONQUISTANDO.

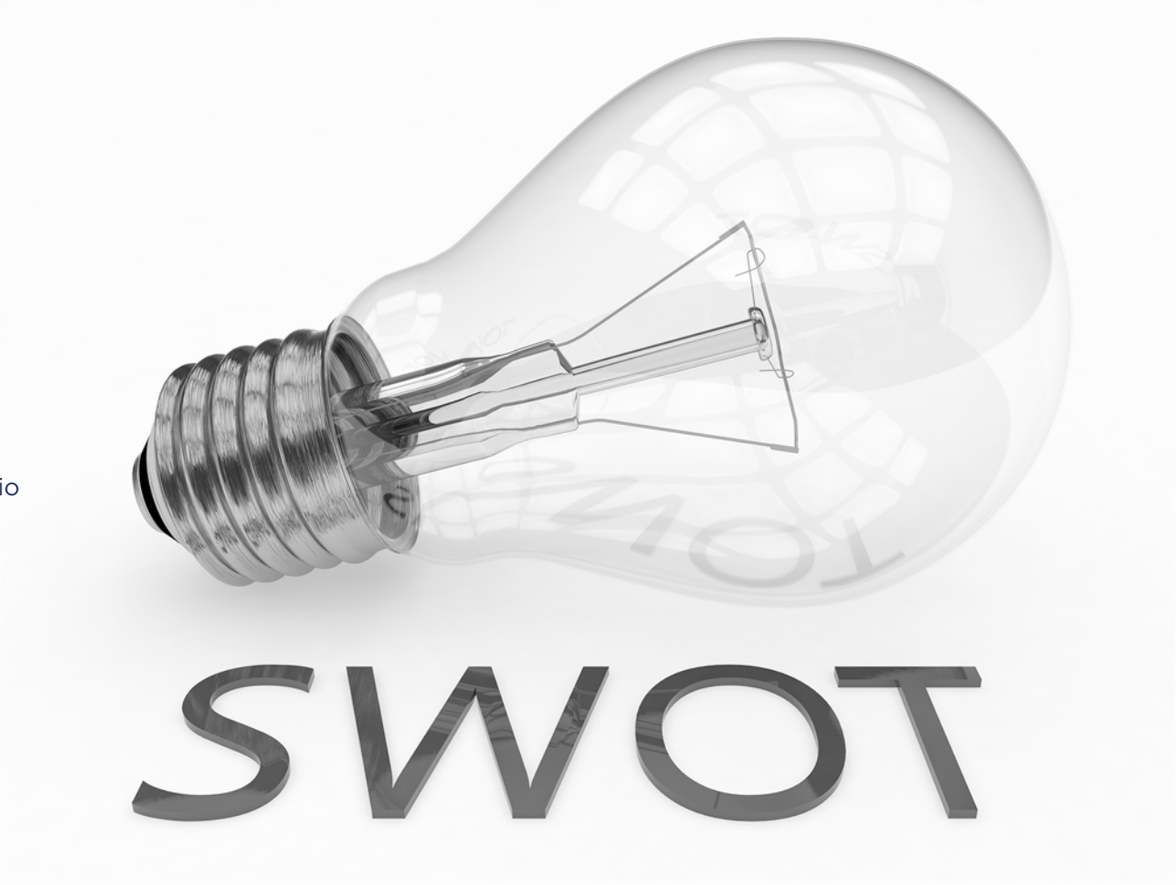
PRÓXIMOS LANÇAMENTOS	
Nossos próximos lançamentos nas seguintes cidades:	
Passos	MG
Ponta Grossa	PR
Jarinu	SP
Boa Vista	RR
Guaranésia	MG
Alfenas	MG
Anápolis	Go
Campos Gerais	MG
Atibaia	SP
Nazaré Paulista	SP
Ibiúna	SP
Piedade	SP
São Gonçalo	MG
Piraquara	PR
Campos do Goytacazes	RJ
Londrina	PR
Sorocaba	SP
TOTALIZANDO EM R$ 426.018.000,00 EM VGV	

ANÁLISE

Pesquisa - SWOT

Como ainda não iniciamos a pesquisa e a análise, detalhamos resumidamente o que faremos, utilizando este processo.

Análise SWOT ou Análise FOFA ou FFOA (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) (em português) é uma ferramenta utilizada para fazer análise de cenário (ou análise de ambiente), sendo usada como base para gestão e planejamento estratégico do nosso empreendimento/ produto, mas podendo, devido a sua simplicidade, ser utilizada para qualquer tipo de análise de cenário, exemplo, da concorrência, etc.



Strengths (Forças):
Vantagens internas do nosso produto em relação aos produtos concorrentes na cidade e na região.

Weaknesses (Fraquezas):
Desvantagens internas do nosso produto em relação aos produtos concorrentes.

Opportunities (Oportunidades):
Aspectos positivos com potencial de fazer crescer a vantagem competitiva da empresa.

Threats (Ameaças):
Aspectos negativos com potencial de comprometer a vantagem competitiva da empresa e a venda do nosso produto em questão.

Forças e Oportunidades:
Tirar o máximo partido dos pontos fortes para aproveitar da melhor maneira todas as oportunidades detectadas.

Forças e Ameaças:
Tirar o máximo partido dos pontos fortes para minimizar os efeitos das ameaças detectadas.

Fraquezas e Oportunidades:
Desenvolver estratégias que minimizem os efeitos negativos dos pontos fracos e que, em simultâneo, aproveitem as oportunidades detectadas.

Fraquezas e Ameaças:
As estratégias a adotar devem minimizar ou ultrapassar os pontos fracos e, tanto quanto possível, fazer frente às ameaças. Como podemos verificar, a matriz SWOT ajuda a empresa na tomada de decisão ao nível de poder maximizar as oportunidades do ambiente em torno dos pontos fortes da empresa e minimizar os pontos fracos, reduzindo os efeitos das ameaças.

"Origem: Wikipédia, a enciclopédia livre".

Outros itens a serem trabalhados na inteligência imobiliária em marketing e vendas. O que será entregue:

01	SWOT (pontos fortes e fracos do empreendimento);
02	Número de empresas (25km de distância);
03	Número de funcionários destas empresas;
04	Número dos empreendimentos residenciais lançados nos últimos 3 anos;
05	Unidades remanescentes se houver;
06	Tempo de vendas estimado;
07	Concorrentes diretos 1 (Empreendimentos no raio de 25km);
08	Concorrentes diretos 2 (empreendimentos residenciais);
09	Número de empreendimentos comerciais lançados nos últimos 3 anos se houver (levantamento para perfil investidores);

10	Levantamento das construtoras e incorporadores que atuaram ou atuam na região;
11	Número de residências;
12	Renda per capita;
13	PIB;
14	Pontos turísticos;
15	Análise do crescimento econômico da cidade nos últimos 10 anos;
16	Análise do crescimento da região do empreendimento nos últimos 5 anos;
17	Público flutuante (universidades, comércio, prestação de serviço, turismo de lazer, turismo de negócios, etc.);
18	Levantamento - Pool de imobiliárias e corretores locais;

19	Números de habitantes por residência;
20	Número de casas de aluguéis (para trabalhar na campanha saia do aluguel);
21	Divisões de faixas (classe D, C, B e A);
22	Levantamento das empresas âncoras instaladas na região;
23	Geo referenciamento (distância de pontos âncoras como supermercados, escolas, bancos, etc...);
24	Geo referenciamento (distância de pontos âncoras como aeroportos, principais rodovias, metrópoles, ligações, etc...);
25	Mapeamento geográfico e demográfico da região;
26	Levantamento psicográfico comportamental de consumo sobre imóveis;
27	Perfil genérico da cidade;
28	Criação das defesas para investidores.

A pesquisa é uma ferramenta fundamental para a definição e a assertividade das estratégias.

NOSSA EXPERTISE É FAZER O SEU NEGÓCIO CHEGAR AO TOPO

Direcionamento

Análise detalhada do empreendimento e do terreno a ser trabalhado, aproveitando ao máximo a demanda do mercado e o espaço a ser utilizado.

Conceito

Desenvolvimento de um conceito diferenciado, identidade e comunicação própria para a campanha do empreendimento.

Pesquisa

Estudo de campo, qualitativo e quantitativo, garantindo assim a assertividade da campanha antes da concepção do estilo, formato e conceito do empreendimento.

Planejamento

Se você falha em planejar, está planejando em falhar. Aqui está o ponto de partida e resultado esperado: planejamos todas as fases de atuação, macro e micro, do empreendimento.

Treinamento / Meeting

Meeting sobre o produto com seus diferenciais, treinamentos motivacionais, de técnicas de vendas, atendimento e relacionamento com o cliente. Estes são alguns dos mais básicos treinamentos técnicos e comportamentais para as pessoas que buscam ser mais bem sucedidas.

Defesas

Criar as defesas do seu produto e serviço para cada tipo de público é fundamental. Argumentos sólidos geram mais credibilidade. E credibilidade gera mais vendas.

Neurociência

Psicologia das cores, comportamento do consumidor, defesas psicológicas, táticas e técnicas persuasivas são algumas das dezenas de estratégias e ações psicológicas que maximizam os resultados.

Eventos

Café de relacionamento com investidores, meetings de apresentação para corretores, coquetéis, pocket show, plantões itinerantes e participações em feiras e exposições. Ações psicológicas que maximizam os resultados.

Estratégia

Realizamos uma estratégia inteligente, criativa, agressiva e inovadora, de comunicação, dos processos e das ações.

Motivação

Seja qual for o seu produto, serviço ou mercado, a motivação do endomarketing precisa ser bem planejada para fortalecer a relação do público interno (colaboradores) e dos envolvidos (stakeholders) com a marca a ser trabalhada em campanha. Outra motivação é do público alvo: por que ele deveria comprar o seu empreendimento e não do concorrente? Quais são os motivacionais? Quais os fatores, características e benefícios motivadores do empreendimento? Buscamos e apresentamos estas respostas.

Relacionamento

Criar ações que promovam a conexão com todos os envolvidos na campanha. Do público interno ao público final, vizinhança, fornecedores, operários e todos os colaboradores.

Ponto de vendas (PDV)

Estratégia, agressividade, agilidade e criatividade se comunicam em nossas ações de ponto de venda.

Follow-up / feedback

Monitorar sistematicamente todas as etapas, assim como colher feedback constantemente de todos os envolvidos, faz com que o processo seja mais assertivo e, assim, potencializamos nossos acertos e podemos consertar cada erro no menor tempo possível, antes que se torne irreparável.

Ferramentas

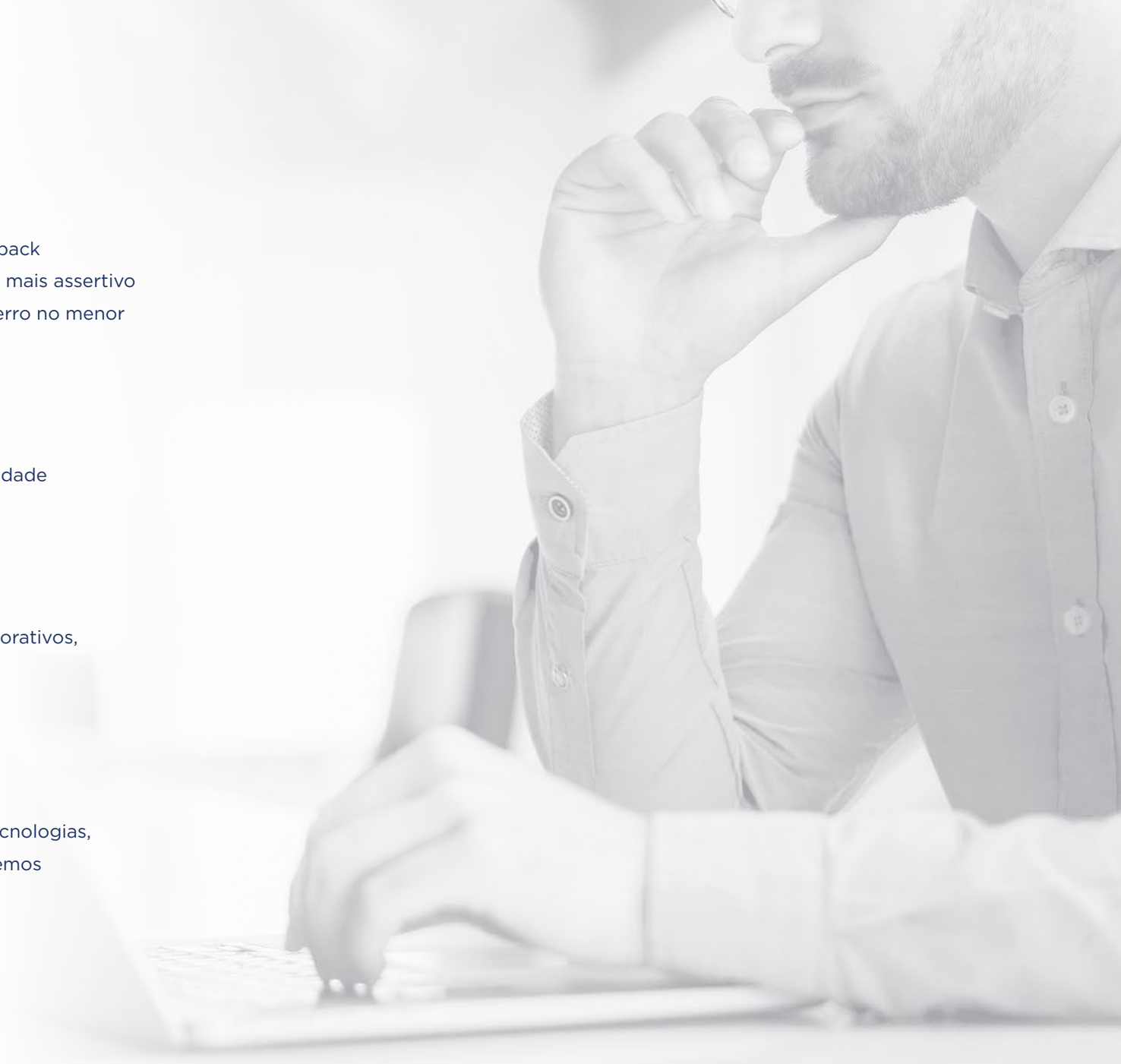
Materiais físicos e tecnológicos são essenciais para dar suporte e agilidade aos corretores, sendo facilitadores das conversões de vendas.

Promoção

Promoções sazonais, sensoriais e pontuais, utilizando cartões comemorativos, vouchers, vales-presentes, dentre outras ações para potencializar a estratégia do empreendimento.

Mídias convencionais e alternativas

Mídias on-line e off-line, criativas, inovadoras, a custo zero, e novas tecnologias, são utilizadas em nossa plataforma de comunicação. Aqui desenvolvemos um plano de mídia completo para seu produto ou serviço.



Leads

Ações piratas para prospecção de clientes diretos ou indiretos. Aqui filtramos compradores que adquirem para morar e também possíveis investidores que adquirem para investir. Leads são possíveis clientes com oportunidade de gerar negócios, pessoas com uma possível intenção de compra. Transformamos estes Leads em compradores efetivos.

Lançamento

Dia D, importante para o comprador, decisivo para o empreendedor.

Toda a preparação do pré-lançamento vem com muita força nesta fase.

Pós-compra / propagação voluntária

Sabemos que não existe pós-venda e sim uma pré-venda para uma próxima venda. Esta é a intenção de se relacionar bem e gerar outras vendas para um mesmo comprador. Outro item importante é a propagação voluntária, ou marketing boca a boca, com pessoas indicando e propagando voluntariamente o produto. Desenvolvemos ações estratégicas e diferenciadas, cuidadosamente para este momento essencial na relação marca/público/ produto e empresa.

Se você falha em planejar,
está planejando falhar.

DESENVOLVA UMA EQUIPE DE VENDAS FOCADA EM EXCELENTES RESULTADOS

Recursos Humanos (equipe de vendas)

Metas e objetivos

Uma equipe vencedora compra a ideia de seu Gestor/Líder quanto à realização de metas. Mas quando ele as define sem envolver a equipe e não sabe vender a ideia de que é possível conquistar os números previstos, normalmente os corretores sabotam a estratégia. Para mudar isso, é preciso apresentar fatos, históricos de vendas, planos de ação e trabalhar com todos.

Técnicas de venda

O mercado demanda vendas consultivas, e as técnicas de vendas precisam ser mais voltadas ao relacionamento com o cliente, com persuasão e argumentos convincentes. Um tirador de pedidos não sobrevive no mercado Imobiliário onde que há clientes mais exigentes e que querem ser percebidos, bem tratados e ter seus desejos atendidos. Um bom gestor precisa ensinar sua equipe a vender, entender e atender eficazmente cada cliente.

Treinamos com técnicas validadas e exercidas pelos grandes executivos de vendas, como: Técnica do Medo, Reciprocidade, Credibilidade, Contraste, Prova Social, Escassez, Convencimento, Auto sugestão (influência de uma ideia), Método Sim, Rapport, Sensoriais (Auditivo, visual e Sinestésico), dentre outras técnicas são ensinadas para um melhor resultado.

Atitudes e habilidades

Conhecimento técnico não basta, portanto, ensinar detalhes do produto ou serviços é importante se houver, sobretudo, gente automotivada, que demonstre preparo, boa comunicação, talento para tratar as objeções dos clientes, etc. Um corretor com ótimo conhecimento do produto, mas que não tenha carisma, bom relacionamento, iniciativa, dentre outros comportamentos, está mais do que claro, não vende.

Engajamento

Positivismo, entusiasmo, autoestima elevada, vontade de vencer perante diversidades e barreiras. Esse clima favorável ao sucesso começa pelo gestor da equipe. Para tanto, o gerente de vendas deve conhecer o ritmo de cada corretor e aquilo que o motiva, seu combustível e causas que o levam a agir. Nada motiva mais uma equipe que desafios, responsabilidades e ver seu “líder” trabalhando junto dela.

Ações diárias como reunião matinal com café da manhã, treinamentos motivacionais com frases e vídeos, ações de incentivos são implantadas em nosso sistema motivacional que gera mais engajamento e uma melhora na autoestima coletiva e individual.

Monitoramento

É preciso medir desempenho individual e coletivo tendo controles efetivos que permitam corrigir desvios ao longo de um período, dia ou semana. Para não ficar refém de falsas expectativas vindas de seus corretores, o gestor precisa aplicar ferramentas de gestão, como mapas de oportunidades, funil de vendas, previsões por período, controles de agenda e produtividade.

Atendimento ao cliente

Nosso atendimento segue o formato da filosofia oriental, considerado o melhor do mundo.

Mudança comportamental dos corretores e colaboradores (Steakholders)

Mudança de hábito como, tirar o corretor da zona de conforto, a incorporação da busca pelo resultado e pela qualidade nas vendas, o comprometimento coletivo, a iniciativa individual, a eficiência nas ações de prospecções, persuasão e ações agressivas em vendas, produtividade e foco, dentre outras mudanças comportamentais, são fundamentais para atingir as metas e objetivos do empreendimento.

Aplicamos técnicas de PNL (Programação Neuro linguística) e Coaching, uso de técnicas da neurociência aplicada ao colaborador e frases e defesas psicológicas de persuasão como:

Resultado

Não adianta lamentar no fim do dia, semana ou mês o resultado perdido. É preciso monitorar durante o “tempo de jogo” e corrigir na hora do intervalo (de um dia para o outro, de uma semana para outra) aquilo que estiver saindo do planejado. Para tanto, medir avanços, acertar desvios e definir novos meios será o feito mais importante do estrategista em vendas. Uma gestão completa precisa ter indicadores em mãos, uma equipe engajada, com atitude certa e foco no resultado, dia a dia, semana a semana, continuamente.

O futuro da nossa empresa dependerá daquilo que escolhemos e fazemos no presente

SAIBA COMO CRIAR UM PRODUTO DE SUCESSO

Podemos atuar em todas as etapas. Desenvolvendo e executando as 06 etapas dos empreendimentos imobiliários.

Escolha da área

Um dos fatores decisivos do seu sucesso está ligado na captação e validação sistemática das áreas que você fomenta e prospecta. Possuir um sistema de filtros e diretrizes que gere facilitadores nas negociações com os proprietários das áreas, além de maximizar seus resultados e minimizar seus erros.

Pesquisa

Análise do território de ação do empreendimento, mapeamento estratégico dos melhores pontos e geração de suas respectivas ações. O mapeamento adequado e os componentes geográficos das informações armazenadas se tornam uma fonte própria de conhecimento para uma correta tomada de decisão.

Concepção

O produto ainda não foi concebido. Ele está apenas na cabeça, um desejo de criar, precisamos entender qual a demanda dos consumidores locais. Isto é, deve refletir a necessidade das pessoas, e em hipótese alguma basear-se apenas na percepção do empresário ou pelo achismo de pessoas inexperientes. Parafraseando: “Se você falha em planejar, está planejando falhar”

Pré-lançamento

A fase preferida de alguns potenciais investidores é um pouco antes do “Dia D”. Aqui a estratégia de comunicação será despertar uma sensação de oportunidade, exclusividade e o que eles procuram, rentabilidade.

Lançamento

Dia D, importante para o comprador, decisivo para o empreendedor. Toda a preparação do pré-lançamento vem com muita força nesta fase.

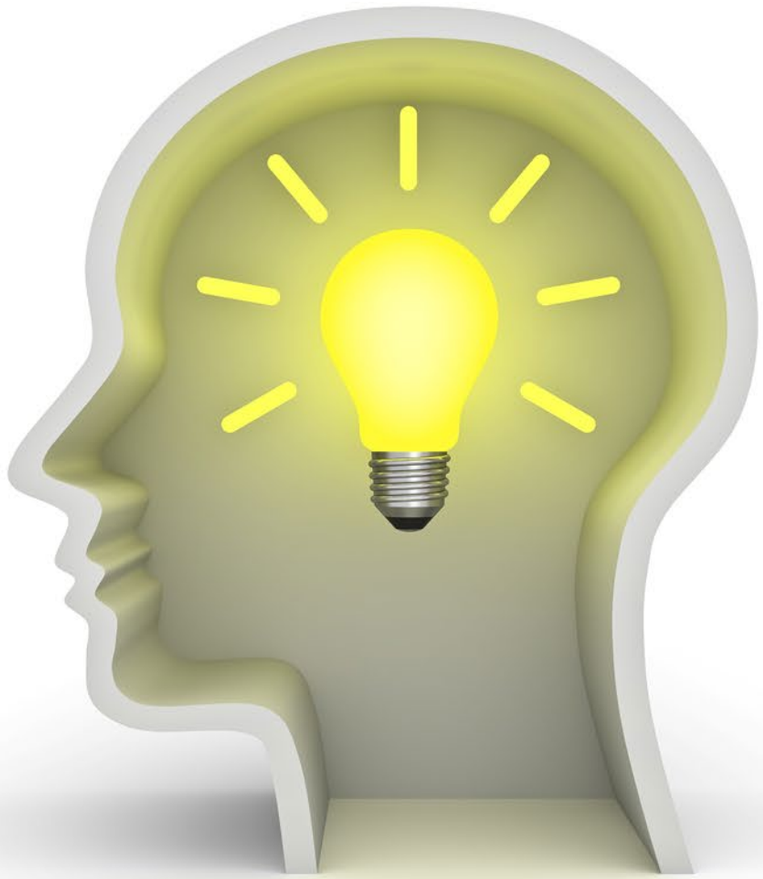
Remanescente

Esta é a fase conhecida por muitos como osso. É aquela que a maior parte da equipe de vendas perde o interesse, justamente pelo novo cenário. É o momento para criar novas estratégias, assertivas, pontuais e com outras motivações para o cliente.

APOIO COMERCIAL ESTRATÉGICO NA VALIDAÇÃO E NA CONCEPÇÃO DO PRODUTO

O produto ainda não foi concebido. Ele está apenas na cabeça, um desejo de criar, precisamos entender qual a demanda dos consumidores locais. Isto é, deve refletir a necessidade das pessoas, e em hipótese alguma basear-se apenas na percepção do empresário ou pelo achismo de pessoas inexperientes. Parafraseando: “Se você falha em planejar, está planejando falhar”.

Na pesquisa de mercado, envolvemos múltiplas inteligências, como a Incorporadora, empresa de vendas, Agência de Marketing Imobiliário, Business Intelligence, dentre outras que forem necessárias, que por sua vez, transferem suas experiências da comercialização, marketing e estratégias de mercado para o desenvolvimento do produto.



Pré-lançamento

Antes do Registro de Incorporação (R.I.)> o empreendimento ainda não possui autorização legal e jurídica, não podendo ser comercializado. Mas ele já existe, já saiu do papel. É o momento de informar os corretores, treiná-los e motivá-los ao máximo. Aqui trabalhamos um pool de imobiliárias e corretores autônomos.

A fase preferida de alguns potenciais investidores é aquela que antecede o lançamento para o cliente final, um pouco antes desse “Dia D”, onde pode-se comprar o produto com pagamento ainda mais facilitado e um preço diferenciado. Aqui a estratégia de comunicação será despertar uma sensação de oportunidade, exclusividade e o que eles procuram, rentabilidade. Após o Registro de Incorporação (R.I.), algumas ações de marketing já começam a ser desenvolvidas, mas de maneira não muito expressiva. Chamamos esta etapa de aquecimento. Logo, iniciamos as ações piratas, ações de represamento com o foco em prospectar o maior número de intenções de compras, os chamados Leads quentes.

Lançamento

Alguns dias antes, as ações de marketing são intensas, toda equipe de vendas já está em campo, logo o empreendimento já poderá ser vendido. Liberamos o espelho de vendas para os corretores e Imobiliárias, motivamos novamente toda a equipe de vendas como se fosse o melhor e o último produto de suas vidas. Eventos são feitos, ações itinerantes, agressividade em campo, aqui colocamos todo o planejamento e estratégia em ação. É a hora de converter, em vendas, todas as reservas levantadas na fase anterior.

Estoque ou remanescente

Esta é a fase conhecida por muitos como osso. É aquela que a maior parte da equipe de vendas perde o interesse, justamente pelo novo cenário. O empreendimento já não possui as mesmas facilidades iniciais, está mais caro, marketing pouco expressivo ou nenhuma ação relevante. É o momento para criar novas estratégias, assertivas, pontuais e com outras motivações para o cliente.

INTELIGÊNCIA GEOGRÁFICA, DEMOGRÁFICA E PSICOGRÁFICA

Analisamos o território de ação do empreendimento, mapeamos estrategicamente os melhores pontos e são geradas suas respectivas ações. Com o mapeamento adequado e os componentes geográficos das informações armazenadas por nossa pesquisa, tornamos uma fonte própria de conhecimento para uma correta tomada de decisão.

A utilização de um dos melhores softwares e ferramentas do mercado, tornamos possíveis as análises e simulações de cenários que maximizarão nossos resultados. Nosso Georeferenciamento visa aumentar a vantagem competitiva do nosso empreendimento através de uma maior compreensão do mercado e de um melhor aproveitamento das dimensões geográficas, demográficas e psicográficas.

SEGMENTAÇÃO, PROSPECÇÃO E DIRECIONAMENTO

Ao incorporar nossa inteligência de vendas e Marketing com estratégias de prospecção e retenção de leads, e direcionamento nos processos, nossas ações serão mais assertivas. Planejamento de acordo com o grau de atratividade da cidade e da região, setorização e alocação dos recursos humanos em cada momento e fase do empreendimento.

Múltiplos canais de vendas

Televendas: Equipe especializada em vendas por telefone. Aqui nosso foco é levantar leads e direcioná-los ao plantão de vendas ou algum atendimento personalizado.

PDV: Plantões de vendas itinerantes em locais estratégicos com grande fluxo de pessoas e/ou em lugares onde nosso público-alvo se encontra.

Plantão de vendas no local

Recepcionistas, corretores, coordenadores, gerentes, dentre outros players, todos preparados para o atendimento e fechamento de negócios. Aqui criamos um ambiente onde, caso o cliente não feche com o corretor, quem assume é o gerente comercial. A negociação passa a ser mais persuasiva com o objetivo de apresentar uma proposta ainda melhor. Se mesmo nesse caso o resultado não for positivo, chegamos à última oportunidade, chamada de repescagem. A partir daí, a negociação passa a ser feita por um diretor comercial. Com mais autonomia e poder de argumentação, o cliente só não fechará negócio se suas condições não estiverem ao alcance ou se for um simples especulador do mercado.

PAP: Porta a Porta

Nossos corretores vão em busca do cliente, visitando empresas, consultórios, comércios, lugares onde estarão nosso público-alvo.

Eventos

Café de relacionamento com pessoas estratégicas, café da manhã, coquetéis, pocket shows, chá da tarde com mulheres âncoras, dentre outros eventos com objetivo de efetivar contratos.

Indicadores (propagadores voluntários) de compra

Criamos métodos de geração de parceiros que indicam clientes para nosso empreendimento. Estes indicadores ajudam e contribuem expressivamente com nosso resultado.

No mundo dos negócios não é maior que engole o menor, é o mais rápido que devora o mais lento.

NÃO IMPORTA SE SUA EMPRESA AINDA ESTÁ NO ZERO, NÓS SABEMOS COMO DEIXÁ-LA 100%

Alguns itens definidos na concepção

- Identidade visual;
- Extensões (crachás, Shop Card, assinatura de e-mail, outros);
- Papelaria (Papel timbrado, envelope A4, envelope ofício, cartão de visita, outros);
- Vídeo institucional das empresas;
- Vídeo promocional do empreendimento;
- Maquete eletrônica;
- Hotsite;
- Manual do corretor;
- Folder para comunicar com o Investidor;
- Book do proprietário;
- Material para marketing de incentivo com premiações (corretores e parceiros);
- Material para marketing indicação (compradores e parceiros);
- Cronograma das ações operacionais;
- Cronograma das ações das mídias estratégicas;

- Nova tabela de preço progressiva com valorização pelo tempo ou pelo número de vendas;
- Tabela de pagamento;
- Definição de brindes;
- Espelho de vendas estratégico;
- Plantão de vendas (decorado com café gourmet, Lounge Business e deck Sport bar);
- Definição das ações estratégicas para neutralização da propagação do marketing negativo;
- Definição das ações estratégicas para geração e formação de indicadores;
- Definição de um gestor Outlier com equipes de alta performance, treinamento e monitoramento sistemático;
- Implantação da ferramenta FMEA (análise de modo de efeito e falha), que busca evitar possíveis falhas, por meio de várias análises, assim criamos ações preventivas de melhorias, além de criar outras opções estratégicas.

DOCUMENTOS PARA DAR SUPORTE

- Contrato de venda e compra;
- Recibo de sinal de pagamento;
- Declaração de cheque de terceiros;
- RPA's Corretores;
- Pedido de reserva de proposta de compra;
- Check-list de documentos para o financiamento*;
- Declaração de cheque para troca;
- Check-list da Construtora/Incorporador;
- Relação de documentos para financiamento direto com incorporador;
- Relação de documentos para financiamento direto com o banco*;
- Tabela de venda progressiva;
- Espelho de venda das unidades;
- Outros documentos exigidos em cada empreendimento específico;

* Caso o comprador consiga ou queira fazer o financiamento + construção direto com algum banco

ALGUNS ITENS DEFINIDOS NO PRÉ-LANÇAMENTO

- Marketing para geração de parcerias e propagações voluntárias e espontâneas;
- Captação de corretores autônomos locais e imobiliárias parceiras;
- Apresentação do produto - meeting de apresentação e café de relacionamento;
- Apresentação do produto - meeting de apresentação e café de relacionamento;
- Desenvolvimento de todo material impresso de apoio;
- Desenvolvimento de todo material impresso para as ações de marketing;
- Lançamento da mídia própria;
- Criação de um jingle e vinheta comercial;
- Decoração para criar um ambiente festivo e alegre no local;
- Coquetel de lançamento para empresários, políticos, formadores de opinião, etc.;
- Eventos sazonais;
- Publicações nas mídias locais (Rádio, Jornal, Revista, Portal, TV, etc.);

- Ações no plantão de venda in loco;
- Ações nos plantões de vendas itinerantes;
- Blitz móvel;
- Panfletagem em massa;
- Mala direta direcionada;
- E-mail mkt;
- Telemarketing direcionado;
- Outdoor;
- Cardoor;
- Busdoor;
- Rádio local;
- TV indoor;
- Carro de som (* verificar legislação se permite);

- Mídias alternativas como jogo americano, papel tapete em lava rápido, saco de pão em padarias e caixa de pizza;
- Redes sociais;
- Reuniões de feedback com café de relacionamento com corretores e parceiros;
- Monitoramento sistemático das ações e resultados;
- Implantação das ferramentas PDCA (Plan - Do - Check - Action), Kaizen, ferramentas de gestão da qualidade para os corretores;
- Ações de endomarketing para gerar mais engajamento;
- Ações motivacionais para os corretores com premiações, eventos de confraternizações, dentre outras ações

A mídia própria tem a finalidade de gerar mais visibilidade, mais exposição, formar opiniões, gerar referências e influenciar espontaneamente.

POR QUE ESCOLHER A NEXIMOB

Defesas e argumentos fortes

Velocidade nas vendas (ganho no tempo)

Possibilidade de vendas na primeira semana de lançamento com uma projeção máxima de 3 meses.

Qualidade nas vendas (maior liquidez e rentabilidade)

Vendas mais assertivas, ganhos progressivos nas tabelas de preços, foco no target do empreendimento.

Qualidade no empreendimento (melhor valorização e alavancagem)

Geração de referências construtivas, referenciais sociais e posicionamento no mercado.

Qualidade no empreendimento (melhor valorização e alavancagem)

Geração de referências construtivas, referenciais sociais e posicionamento no mercado.

Expertises

Profissionais qualificados com expertises múltiplas, trazendo know-how e agregando valor ao empreendimento, gerando assim mais resultados.

Conjunto de bons motivos

Estratégias de vendas, novas tecnologias, planejamento estratégico, inovação, operação com gestão na qualidade, Business Intelligence, Marketing & Publicidade, processos assertivos, parcerias estratégicas, treinamentos, ações criativas e resultados consolidados.

Carteira (a definir se há necessidade e interesse)

Consultoria e sugestões de marketing de relacionamento para retenção de clientes existentes, além do marketing para clientes que cancelaram contrato para neutralização, inibição ou diminuição do marketing negativo.

Valores intrínsecos

Trabalho intenso - Meritocracia - Idoneidade - Iniciativa
Comprometimento - Inovação - Aperfeiçoamento contínuo
Estratégia - Velocidade e Resultado.

NÓS APRESENTAMOS O FORMATO IDEAL PARA POTENCIALIZAR SEUS RESULTADOS

Outros argumentos para tomada de decisão
Algumas defesas relevantes para tomada de decisão.

- Reduzimos alguns custos de manutenção dos plantões de vendas com algumas opções diferenciadas;
- Reforçamos a imagem da empresa junto ao seu público-alvo e a sociedade local pelo marketing agressivo;
- Expandimos a força de venda do empreendimento para outros mercados ainda não atendidos e inexploráveis;
- Monitoramos o fluxo e ritmo das vendas;
- Estabelecemos padrões de apresentação, comunicação e atendimento;
- Ações preventivas para possíveis erros que possam sabotar resultados;
- Criamos históricos de vendas e transportamos para ações futuras;

- Treinamentos de Vendas & Negociação, Estratégias, Defesas, Técnicas de persuasão, Motivação, Comportamental e do produto;

- Ajudamos na concepção e desenvolvimento de um produto para fazer a equipe atender o mix de clientes como Investidores, novos entrantes, conservadores, especuladores, dentre outros itens;

- Desenvolvimento de múltiplos canais de vendas;

- Modelos de remuneração por meritocracia para garantir a motivação da equipe e o direcionamento para as metas mais agressivas;

- Dispomos de ferramentas práticas para diagnosticar e avaliar o desempenho da equipe de vendas em todos os empreendimentos. A partir destas análises feitas, implantamos o que chamamos de “Success Model”, que é a soma das características e atitudes dos vendedores e empreendimentos de sucesso. Isso servirá como espelho e modelagem para equipe de vendas dos próximos e futuros lançamentos.

SEJA PARCEIRO DA NEXIMOB

Empreendimentos imobiliários de sucesso

Já presente em diversos estados brasileiros, a empresa especializada em lançamentos imobiliários não para de crescer. Investindo recursos e acompanhando continuamente tendências do setor, a Neximob apresenta um Know How sólido e comercialização em tempo recorde.

A partir uma nova missão a nova licença desenvolvida tem como finalidade ser a maior empresa de inteligência em negócios imobiliários do país.

CONHEÇA OS DIFERENCIAIS QUE FAZEM DA NEXIMOB A MELHOR OPÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO:

- Um modelo validado e de sucesso;
- Treinamentos;
- Ferramentas e tecnologia;
- Suporte;
- Marketing compartilhado;
- Posicionamento forte, puxante e inovador da sua marca;
- Resultados potencializados.

CONHEÇA OS DIFERENCIAIS QUE FAZEM DA NEXIMOB A MELHOR OPÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO:

- Velocidade nas vendas (ganho no tempo)
- Possibilidade de vendas na primeira semana de lançamento com uma projeção máxima de 3 meses.
- Qualidade nas vendas (maior liquidez e rentabilidade)
- Vendas mais assertivas, ganhos progressivos nas tabelas de preços, foco no target do empreendimento.

EXPERTISES

Profissionais qualificados com expertises múltiplas, trazendo know-how e agregando valor ao empreendimento, gerando assim mais resultados.

ESTRATÉGIAS

Estratégias de vendas, novas tecnologias, planejamento estratégico, inovação, operação com gestão na qualidade, business intelligence, marketing & publicidade, processos assertivos, parcerias estratégicas, treinamentos, ações criativas e resultados consolidados.

MÚLTIPLOS CANAIS
Expandimos a força de venda do empreendimento para outros mercados ainda não atendidos e inexploráveis; monitoramos o fluxo e ritmo das vendas. Desenvolvimento de múltiplos canais de vendas;

PADRONIZAÇÃO
Estabelecemos padrões de apresentação, comunicação e atendimento;

PREVENÇÃO
Ações preventivas para possíveis erros que possam sabotar resultados;

MÉTRICAS E INDICADORES
Criamos históricos de vendas e transportamos para ações futuras;

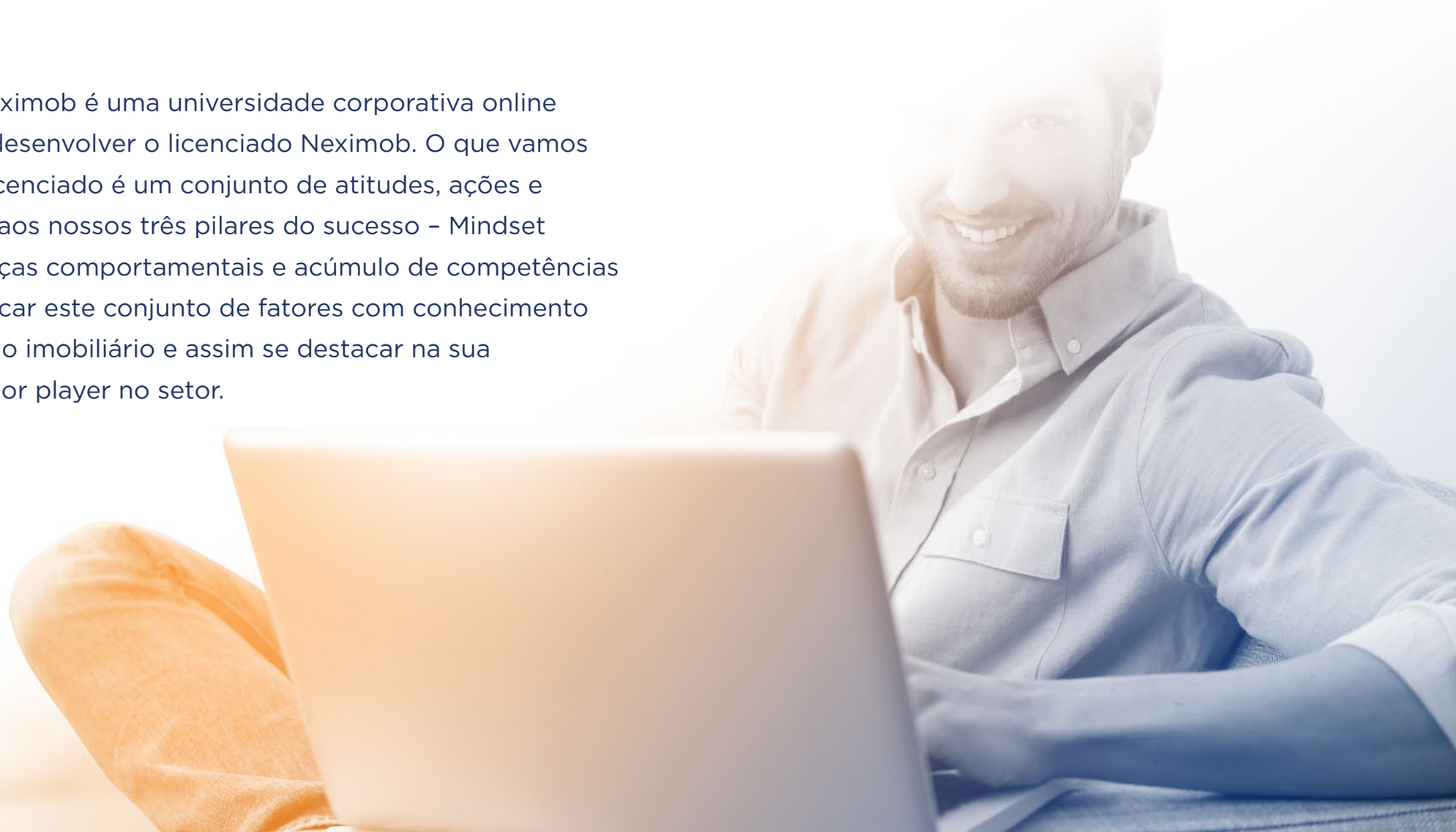
DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL
Treinamentos de vendas & negociação, estratégias, defesas, técnicas de persuasão, motivação, comportamental e do produto;

MARKETING DE INCENTIVO
Modelos de remuneração por meritocracia para garantir a motivação da equipe e o direcionamento para as metas mais agressivas;

FERRAMENTAS E TECNOLOGIAS
Dispomos de ferramentas práticas para diagnosticar e avaliar o desempenho da equipe de vendas em todos os empreendimentos. A partir destas análises feitas, implantamos o que chamamos de “success model”, que é a soma das características e atitudes dos vendedores e empreendimentos de sucesso. Isso servirá como espelho e modelagem para equipe de vendas dos próximos e futuros lançamentos.

UNIVERSIDADE NEXIMOB

A Universidade Neximob é uma universidade corporativa online e presencial para desenvolver o licenciado Neximob. O que vamos trazer para você licenciado é um conjunto de atitudes, ações e estratégias ligado aos nossos três pilares do sucesso – Mindset expandido, Mudanças comportamentais e acúmulo de competências – que você vai aplicar este conjunto de fatores com conhecimento técnico do mercado imobiliário e assim se destacar na sua região como o maior player no setor.



MARKETING

A maioria dos profissionais e empresas do setor imobiliário não tem estrutura, tempo, conhecimento ou recursos financeiros para investir em Marketing off line e online e acabam perdendo uma grande oportunidade de conseguir mais clientes e de se posicionar na sua região.

Utilizamos a neurociência aplicada ao consumo de imóveis, com gatilhos mentais, textos persuasivos, cores que geram ação de compra, criamos funil para captação de leads qualificados, utilizamos todas as estratégias e ações do digital e do off-line para gerar um marketing agressivo e assertivo, marketing que converte.

BUSINESS INTELLIGENCE

Na rotina de uma empresa / negócio, o fluxo de informações e de dados é constante. No entanto, geralmente, não há o tratamento e cuidados necessários que permitam uma análise e o melhor controle dessas informações.

Soluções como um sistema de Business Intelligence aplicada ao mercado imobiliário podem fazer com que o negócio se destaque de seus concorrentes e transforme esse gargalo em um grande diferencial do mercado, gerando KPI`s (indicadores) de performance e com estes indicadores podemos criar ações e processos mais assertivos.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

A inteligência artificial já é realidade no mercado imobiliário e pode ajudar a vender mais e melhor para seus clientes Só a internet já é capaz de nos dizer muito sobre o comportamento de consumo dos compradores, seus hábitos, gostos, rotinas e milhares de outras informações que são armazenadas na rede.

Com a evolução da tecnologia, a internet, combinada a outros elementos, é capaz de melhorar a experiência de compra de uma pessoa interessada em algum tipo de imóvel, por exemplo. As empresas e profissionais que souberem aproveitar desse tipo de tecnologia certamente sairão à frente das demais do mesmo segmento que ainda não se atualizaram em relação ao que há de novo online.

Conheça mais sobre
o fundador, seu futuro parceiro

Edgar Ueda

Desde 2011, Edgar Ueda vem colecionando experiências significativas para o setor imobiliário, sendo atualmente um **multiplicador de milhões, palestrante e autor best-seller.**

ESPECIALISTA E INOVADOR

Considerado um Smart Money Maker, Edgar Ueda se dedica diariamente em adquirir conhecimento através de pesquisas, relacionamentos consolidados e conexões potencializadoras de negócios. Sendo considerado um Nexialista, estando em uma linha tênue entre um polivalente e um especialista, Ueda é um acumulador de competências e ideias inovadoras.

PALESTRANTE INTERNACIONAL

Nos maiores eventos do Brasil, Ueda realiza palestras sobre liderança de mercado, Vendas, Persuasão, Mindset, Competências, comportamentos de sucesso e muitos outros temas interessantes para variados públicos.
Além disso, Ueda é organizador e palestrante em diversos eventos no Brasil e no exterior, como no Japão, Estados Unidos e Inglaterra.

AUTOR BEST-SELLER

Considerado um Smart Money Maker, Edgar Ueda se dedica diariamente em adquirir conhecimento através de pesquisas, relacionamentos consolidados e conexões potencializadoras de negócios. Sendo considerado um Nexialista, estando em uma linha tênue entre um polivalente e um especialista, Ueda é um acumulador de competências e ideias inovadoras.

O Poder de dar a volta por cima ficou 12 semanas na lista dos mais vendidos pela revista VEJA e Publishnews.

PRINCIPAIS MÍDIAS

Sendo assim, a união excepcional entre suas palestras e a publicação de sucesso fez com que Edgar Ueda fosse destaque nas principais mídias do país.

INSIDE IMOB

O maior evento de inteligência imobiliária da América Latina.

Considerado como o maior evento de inteligência imobiliária da América Latina, o Inside Imob, idealizado e organizado por Edgar, foi um completo sucesso, visto que reuniu 1.014 pessoas de 19 estados diferentes.

Em 2019, seis eventos serão realizados para a 2ª edição do Inside Imob, mas dessa vez com a intenção de reunir duas mil pessoas em Campinas nos dias 23 e 24 de outubro. Além disso, outros cinco eventos do Road Show irão acontecer em Belo Horizonte, Florianópolis, Campo Grande, Aracaju e São Paulo.

SINÔNIMO DE SUCESSO EM ONZE ESTADOS DO PAÍS

Edgar é fundador de uma empresa que conta com inúmeros empreendimentos lançados e contratos imobiliários em onze estados, contemplando mais de 40 cidades em Goiás, Minas Gerais, Paraná, Roraima, São Paulo, Sergipe, Tocantins, Pernambuco, Rio de Janeiro Mato Grosso do Sul e Pará.

CONCLUSÕES

Viabilizamos, potencializamos
e maximizamos seus resultados.

NEXIMOB

Entre em contato agora mesmo

neximob.com.br